



GlobalMUNers Conference
in New York City
#GMNYC2025

Guía de Preparación

Cuerpo de Prensa (CP)



Índice

Mensaje de Bienvenida	2
Generalidades del Cuerpo de Prensa	3
Simulación del Cuerpo de Prensa en un MUN.....	4
Responsabilidades (Entregables)	7
Retos	10
Calendario Editorial	11
Reporte de Resultados en Páginas Digitales.....	12
Criterios para lograr un desempeño destacado en el Cuerpo de Prensa de GMNYC2025	13
Código Internacional de Ética Periodística.....	14
Grabaciones y Fotos.....	16
Referencias	17

Mensaje de Bienvenida

Distinguidas y distinguidos corresponsales de prensa,

Reciban una cálida bienvenida a la III edición de la Conferencia de GlobalMUNers en la Ciudad de Nueva York (GMNYC2025). Nos emociona muchísimo recibirles en el Cuerpo de Prensa, un espacio donde su curiosidad, compromiso y habilidades periodísticas serán clave para dar vida a este evento. Afrontarán distintos retos que pondrán a prueba sus capacidades, asumirán la importante labor de investigar, entrevistar y retratar con objetividad y rigor los sucesos que marcarán esta simulación académica.

En esta edición, la Mesa Directiva del Cuerpo de Prensa está conformada por Raymundo Misael Hernández Díaz, quien lidera como Director-Coordinador de entrevistas del comité y Adan Benitez Meneses, desempeñándose como Subdirector-Coordinador de Redes Sociales y Ruedas de Prensa.

El periodismo tiene el poder de inspirar, informar y transformar. A través de sus reportajes, fotografías, videos y publicaciones, no solo relatarán lo que sucede, sino que también motivarán a más personas a interesarse y descubrir que su voz puede ser escuchada por millones alrededor del mundo.

Somos conscientes de que este reto requiere creatividad, dedicación y trabajo en equipo, y queremos que sepan que serán acompañados y acompañadas durante toda esta gran experiencia. La Mesa Directiva del Cuerpo de Prensa estará a su lado para brindarles apoyo, orientación y las herramientas necesarias para que su experiencia sea enriquecedora y memorable.

La cámara es suya. Aprovechen cada entrevista, cada imagen y cada palabra escrita para dejar huella y demostrar la importancia de la labor periodística. Sean valientes, muestren su curiosidad y compromiso, es importante su misión, pues su trabajo será clave para compartir con la conferencia todo lo que aquí se construya.

Este es solo el inicio de una gran aventura. ¡Bienvenidas y bienvenidos, les deseamos mucho éxito en este viaje de aprendizaje y crecimiento!

Atentamente, Mesa Directiva del Cuerpo de Prensa.



Raymundo Misael Hernández Díaz
Director-Coordinador de Entrevistas



Adan Benitez Meneses
**Subdirección-Coordinación de Redes
Sociales y Ruedas de Prensa**

Generalidades del Cuerpo de Prensa

“No hay democracia sin periodismo libre, y no hay periodismo libre sin periodistas valientes.”

(Zelizer, 2004, p. 78)

La labor periodística que realizarán durante las actividades del Comité de Cuerpo de Prensa se centrará en dar a conocer los acontecimientos suscitados en los comités que se simularán y en las y los Delegados que participarán en el encuentro académico, comunicando de manera objetiva cada suceso relevante, respetando el estilo editorial del medio al que sean asignados. No obstante, tendrán la libertad de aplicar su propio criterio y creatividad, garantizando así una cobertura dinámica y atractiva para el público participante.

Por ello se reúne a distintos medios de comunicación nacionales e internacionales para generar una cobertura digna, que dé voz a las discusiones, posturas y resoluciones que surjan a lo largo del evento. Este trabajo periodístico permitirá que el impacto de estas resoluciones trascienda más allá de las salas de debate, contribuyendo al interés y participación de una comunidad global en los temas a tratar. En la era digital, el periodismo ha evolucionado significativamente, permitiendo una difusión más rápida y amplia de la información, lo que es crucial para mantener a la sociedad informada y comprometida. (DataSeo, 2024)

Hoy en día, la erradicación de los discursos de odio en línea es una prioridad, pues representan una amenaza para la paz y la cohesión social. Estos discursos pueden fomentar la discriminación y la violencia, debilitando los valores de tolerancia y diversidad que sustentan nuestra sociedad. (Sobre Cómo Detener los Discursos Que Incitan Al Odio, 2023) Por ello, los periodistas tienen la responsabilidad de promover un entorno informativo que respete los derechos humanos y fomente un diálogo constructivo en torno a la noticia.

Además, un aspecto crucial es la colaboración entre periodistas y fuerzas del orden para garantizar la seguridad y la libertad de expresión. La UNESCO ha enfatizado en la importancia de establecer un diálogo entre estos actores con el fin de abordar los desafíos que enfrentan en la protección de los derechos fundamentales y el acceso a la información. Este tipo de cooperación es esencial para fortalecer el Estado de Derecho y garantizar un entorno seguro para la práctica del periodismo. (Por un Diálogo Entre Periodismo y Fuerzas del Orden, 2021)

Dentro de este contexto, el rol del Corresponsal en el Comité de Cuerpo de Prensa va más allá de la transmisión de información; se transforma en una oportunidad excepcional para innovar en la narración de historias y crear un impacto significativo. Como periodistas, no solo pueden observar, sino también participar activamente en la creación de una narrativa global, añadiendo su voz a las conversaciones más relevantes del momento. Este reto no se trata solo de reportar eventos, es una oportunidad para innovar, probar nuevos enfoques y desafiar lo establecido, creando una cobertura fresca, dinámica y muy relevante.

A medida que el periodismo se reinventa, se abren nuevas puertas para conectar con audiencias diversas y generar una participación instantánea en los temas de lo que una persona escribe. Las y los Corresponsales tienen la posibilidad de romper barreras, siendo testigos y catalizadores de los cambios que se gestan en los debates internacionales. Es una aventura de transformación personal y profesional, donde cada palabra escrita puede ayudar a construir una sociedad más informada, inclusiva y abierta al diálogo.

Simulación del Cuerpo de Prensa en un MUN

En el ámbito del periodismo y aplicado al trabajo del Cuerpo de Prensa de GMNYC2025, la palabra "cobertura" se refiere a la labor de recopilación, reportaje y difusión de noticias y eventos por parte de los medios de comunicación y periodistas durante el encuentro académico. La cobertura periodística implica estar presente en el lugar de los hechos, investigar, entrevistar a fuentes relevantes, tomar fotografías y/o grabar videos, y luego elaborar y difundir información precisa y objetiva sobre esos eventos. (Torrico, 2015)

La cobertura de eventos internacionales de impacto global es una de las funciones más cruciales del periodismo moderno. Estos eventos, que a menudo definen el curso de la historia y afectan a millones de personas, requieren una atención detallada y precisa. La labor de los periodistas en estos contextos es doble: informar de manera objetiva y proporcionar análisis profundos que permitan a la audiencia comprender las complejidades de cada situación.

Los estudiantes que asumirán el rol de periodistas en la simulación tendrán la tarea de mantener informada a la audiencia sobre los acontecimientos más importantes del evento, donde para ello, harán uso de diversas herramientas y recursos, como, blogs, videos, fotografías y la difusión de estas por medio de redes sociales.

La difusión de un Modelo de Naciones Unidas puede servir como una fuente de inspiración para que más jóvenes se animen a participar en este tipo de encuentros académicos en el futuro. Al mostrar historias de éxito y resaltar los logros de Delegados comprometidos, se puede despertar el interés de nuevas generaciones, impulsando a formar parte de estos simulacros. Esto les brinda la oportunidad de hacer escuchar su voz y contribuir a la solución de problemáticas globales.

Además, enfatizamos el impacto positivo que tiene la participación en un MUN en el crecimiento personal de los jóvenes, ya que les permite desarrollar habilidades clave como el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo. Todas estas competencias resultan fundamentales para forjar líderes capaces de generar un cambio tanto en sus comunidades como en el ámbito internacional.

El idioma de trabajo del Cuerpo de Prensa de GMNYC2025 será el español.

Cada medio de comunicación será representado por una institución de educación media superior (preparatoria / bachillerato) o de educación superior (universidad) y deberá estar integrado por dos (02) reporteras/os que llevarán a cabo las siguientes funciones: Reportero/a Multimedia y Administrador/a de la Comunidad Digital (community manager).

La **cobertura** y la difusión de material informativo sobre las actividades preparatorias **comenzará el lunes 10 de marzo de 2025**. La evaluación de la Mesa Directiva sobre el desempeño de las y los Corresponsales de Prensa para la entrega de Reconocimientos (Premios) **concluirá el miércoles 16 de abril de 2025**, con la entrega de la documentación y el material audiovisual establecido en este documento. Sin embargo, las y los Corresponsales de Prensa podrán continuar subiendo material en las redes sociales del medio de comunicación hasta el sábado 24 de mayo de 2025.

Para poder realizar su trabajo de cobertura, se autorizará la entrada de las personas que integren el equipo de cada medio de comunicación a todas las Reuniones de Trabajo de los otros diez comités y del Seminario-Taller para Asesores Docentes Responsables de Grupo (ADOR) y será permitida en todo momento, incluyendo durante la votación de los Proyectos de Resolución. El único momento en el que se les pedirá que abandonen la sala de conferencia o se negará el acceso a la misma es durante las votaciones para seleccionar a las Delegaciones destacadas en cada comité.

El Comité Organizador reconoce la gran labor desempeñada por las y los integrantes del Cuerpo de Prensa GMNYC2025, el grupo de jóvenes que dará cobertura a los principales sucesos y acuerdos logrados en el marco de los once (11) comités, incluyendo el Cuerpo de Prensa, cuyo trabajo simularemos por lo que las y los Corresponsales de Prensa que se destaquen por su sobresaliente desempeño serán acreedores a un reconocimiento. En este documento se encuentran los criterios que la Mesa Directiva y el equipo organizador de la Conferencia Modelo de Naciones Unidas, tomará en cuenta al revisar las entregas de cada medio de comunicación. Los medios de comunicación ganadores serán anunciados en la Ceremonia de Premiación y Clausura de GMNYC2025.

El Cuerpo de Prensa estará conformado por los siguientes medios de comunicación:

1. Cadena Informativa Española
2. Presse de Gaulle
3. China's People Network
4. India News Network
5. US Daily News
6. Sydney Today
7. Noticiero Dominicano
8. El Quetzal de México
9. Johannesburg Chronicle
10. Emirates Post

Cadena Informativa Española

Es un periódico español de difusión diaria, fundado en 1976, pertenece al grupo mediático PRISA. Es el diario de mayor difusión en toda España y es el principal diario digital en el idioma español, a pesar de haber sido el primer periódico español en imponer un sistema de pago para acceder a su información digital. Este diario tiene una edición internacional que se difunde en América Latina. Cadena Informativa Española se caracteriza por tener un estilo de expresión sobrio, en la redacción y en la presentación de la información. En sus páginas predomina una clara distribución de los subtemas que abarcan sus ediciones. Su principal recurso es la información escrita, la que es apoyada con fotografías.

Presse de Gaulle

Presse de Gaulle es un periódico de origen francés. Su línea editorial es de centroizquierda (progresista), mezcla de las corrientes socialista-reformista. Una de las principales características de Presse de Gaulle es que otorga una especial relevancia al humor gráfico. Tradicionalmente se enfocaba en ofrecer a sus lectores contenidos de análisis y opinión, proporcionando así interpretación reflexiva de los acontecimientos actuales. Sin embargo, en años recientes el periódico ha establecido una mayor distinción entre hechos y opiniones.

China's People Network

China's People Network se fundó en septiembre de 1958 y es una de las mayores empresas de comunicación en el continente asiático, es dependencia directa del Consejo de Estado de la República Popular China y es el único grupo público de televisión en ese país. Esta empresa tiene canales nacionales e internacionales; su programación es variada, desde asuntos económicos, deportivos, culturales y otros.

India News Network

India New Network es una red de difusión noticiosa comercial india, originaria en Nueva Delhi, reconocida a nivel mundial. Fue fundada en el año 1995 y fue el primer canal de noticias privado del país. Surgió en una época en que el internet se estaba expandiendo en el país por lo que fue pionera en la creación de contenido en línea y en el uso de redes sociales. Un espacio muy valorado en este periódico está dedicado a los negocios, tanto nacionales como internacionales.

US Daily News

La cadena de noticias US Daily News, creada en 1996 como una rama de News Corporation, comenzó siendo un noticiero por cable para luego expandirse a otras plataformas que incluyen un sitio de internet, un canal de radio y numerosas extensiones en las redes sociales. Se ha caracterizado por emitir informes de noticias particulares que no son abordadas en otros noticieros estadounidenses. Los títulos son cortos y concisos, los informes no acostumbran a ser muy extensos. Los párrafos en la redacción son de dos a tres oraciones y acostumbra a incluir fotos. Algo característico de US Daily News es que presta mucha atención a las estadísticas de las informaciones transmitidas.

Sydney Today

Es el periódico australiano de mayor circulación. De carácter objetivo y crítico se encarga de informar sobre los principales acontecimientos a nivel mundial. Se caracteriza por el uso de imágenes muchas de las cuales han ganado premios internacionalmente. Es un referente en el mundo por su apego al principio de libertad editorial.

Noticiero Dominicano

El Noticiero Dominicano es un periódico de la República Dominicana fundado por Don Arturo J. Pellerano Alfau. Su primera publicación fue el 1ro de agosto de 1889, razón por la cual se da a conocer como «El periódico de los dominicanos». Es de circulación nacional y tiene tiradas diarias. En su sección de Opinión se ofrece un espacio de reflexión sobre los principales asuntos tanto nacionales como internacionales.

El Quetzal de México

Fue fundado en 1984 por un grupo de periodistas que buscaban crear un nuevo medio informativo que rompiera con la uniformidad de la prensa que se mantenía alineada al partido político en el poder, un periódico con una orientación democrática y social que diera cabida a la pluralidad de ideas y a la diversidad social. La creación de El Quetzal de México fue apoyada por destacadas figuras de la academia, la ciencia, el arte y la sociedad civil que estaba

empezando a organizarse. Se caracteriza por su política editorial independiente y equilibrada, ejerciendo un periodismo crítico pero responsable y apegado a los hechos. Su cartones políticos y caricaturas animadas muestran con humor, fragmentos de la realidad nacional e internacional.

Johannesburg Chronicle

Periódico sudafricano con sede en Parktown, Johannesburgo. Es el periódico de mayor circulación en el continente. Se distribuye en todo el país y en naciones vecinas como Lesotho, Botswana y Eswatini. Cuenta también con un sitio web en el cual la mayoría de los artículos se ofrecen de forma gratuita a excepción del contenido especial publicado los fines de semana que está reservado para sus suscriptores. Famoso por el periodismo de investigación sobre los principales asuntos ocurridos en los países africanos. Su sección de noticias internacionales es una referencia en la región.

Emirates Post

Es un periódico vanguardista privado de los Emiratos Árabes Unidos (EAU), fundado en 1978 y relanzado por tres empresarios de Dubai en 1994. El respecto a las tradiciones y valores del Islam como componente importante de la cultura de la nación se encuentra en el centro del código de ética del ejercicio periodístico. Se encarga de publicar todo tipo de noticias tanto nacionales como de la comunidad internacional. El desarrollo de su app para teléfonos celulares y su presencia en las diferentes plataformas de redes sociales ha ampliado su alcance y se ha ganado la preferencia de audiencias más jóvenes.

Responsabilidades (Entregables):

1. Diseño de su logo e identidad gráfica.
 - Las y los Corresponsales de Prensa deberán enviar la propuesta de logotipo e identidad gráfica de su medio de comunicación al correo electrónico cp.gmny2025@globalmuners.org. La fecha límite es el **sábado 15 de marzo de 2025, hasta las 08:59 p.m. (hora Ciudad de México, UTC/GMT -6 horas) / 10:59 p.m. (hora Ciudad de Santo Domingo, UTC/GMT -4 horas)**.
 - Su logotipo debe proyectar la línea editorial que va a caracterizar al medio y puede incluir otros elementos que las o los corresponsables consideren como parte de la identidad del medio.
 - Para diseñarlo, se recomienda utilizar la versión gratuita del programa de diseño en línea: www.canva.com (herramienta muy amigable para las personas que no son expertas en diseño gráfico). Se deberá guardar el logo en formato .png con fondo transparente, con dimensiones mínimas equivalentes a 1500 x 1500 píxeles o 122 KB.
 - Es importante señalar que **NO** está permitido utilizar elementos gráficos o nombres (siglas/acrónimos) de las Naciones Unidas o la sede del encuentro (Hotel New York Hilton Midtown). Tampoco está permitido usar sus dichos logotipos en sus publicaciones.

- El logo de la Conferencia podrá ser utilizado, junto con el logo del medio de comunicación, en su material respetando los Lineamientos para el uso de la identidad visual de GMNYC2025. Tanto el documento como el logo en formato .png (a color, blanco y negro) están disponibles para su descarga en el sitio web: www.globalmuners.org/gmnyc2025
- A continuación se muestran algunos ejemplos de medios de comunicación que formaron parte del Cuerpo de Prensa en GMNYC2024.



Emirates Post

2. Cada medio deberá crear un blog en la herramienta gratuita Google Sites (<https://sites.google.com/new>) y un perfil en dos plataformas digitales (Instagram y TikTok), en los cuales compartirá información sobre lo ocurrido en el marco de GMNYC2025.
- Las y los corresponsales deberán completar el formato de “**Calendario Editorial**” en el que se establezcan las publicaciones que el medio de comunicación realizará en el blog y las 2 plataformas de redes sociales.
 - La información sobre el blog y las redes sociales de su medio de comunicación, así como el “**Calendario Editorial**” deben ser enviados vía correo electrónico a: cp.gmnyc2025@globalmuners.org. La fecha límite para este proceso es el **miércoles 26 de marzo de 2025, hasta las 08:59 p.m. (hora Ciudad de México, UTC/GMT -6 horas) / 10:59 p.m. (hora Ciudad de Santo Domingo, UTC/GMT -4 horas).**
 - El nombre de usuario en las plataformas digitales deberá especificar que es un medio de comunicación presente en GMNYC2025.

Ejemplo:



- Ejemplo de perfil en redes sociales: @noticierodominicanogmny2025
 - Se recomienda abrir una cuenta de correo electrónico en Gmail con el nombre del medio de comunicación y utilizar dicho correo electrónico para abrir el blog y los perfiles en las redes sociales.
 - Ejemplo de correo electrónico: noticierodominicanogmny2025@gmail.com
 - En caso de que el nombre de usuario no se encuentre disponible, el medio de comunicación debe de notificar a la Mesa Directiva, vía correo electrónico a cp.gmny2025@globalmuners.org, para establecer el nombre a utilizar en su defecto.
 - Todas las publicaciones realizadas en las diferentes plataformas deben contener los hashtags oficiales del evento: #GMNYC, #GMNYC2025 y #SomosMUNers.
3. Realizar cobertura diaria mediante las siguientes herramientas: boletines informativos, comunicados o notas de prensa, infografías, videos, podcast, reportajes, entre otros. Se deberán tomar en consideración los **“Criterios para lograr un desempeño destacado en el Cuerpo de Prensa”**, establecidos en el presente documento.
 4. Publicar una entrevista con participantes, personas de la Secretaría (Staff) o Delegados/as.
 5. Preparar un discurso con una duración de un minuto y medio (1:30) para ser expuesto en la primera reunión de trabajo sobre la **“Importancia de contrarrestar los discursos de odio en las redes sociales”**.
 6. Llevar un registro de las publicaciones realizadas en el blog y las 2 plataformas de redes sociales en el documento **“Reporte de Resultados en Plataformas Digitales GMNYC2025”**, cuyo formato incluye datos estadísticos sobre contenidos y audiencia (seguidores). Se deberán incluir publicaciones que no estaban contempladas en el Calendario Editorial pero que surjan al dar cobertura a los acontecimientos relevantes durante las Reuniones de Trabajo de los comités. Dicho documento debe ser enviado vía correo electrónico a: cp.gmny2025@globalmuners.org, el **miércoles 16 de abril de 2025, hasta las 11:59 p.m. (hora Ciudad de Nueva York, UTC/GMT -4 horas)**.
 7. El Cuerpo de Prensa deberá producir material audiovisual que será presentado en la **Ceremonia de Premiación y Clausura de GMNYC2025**. El objetivo principal es mostrar las vivencias y sucesos relevantes durante las Reuniones de Trabajo, la convivencia entre las y los participantes; así como actividades adicionales realizadas en el marco de GMNYC2025.
- La producción del video será responsabilidad de las y los Corresponsales de Prensa, bajo el liderazgo de las personas que integran la Mesa Directiva. Cada medio de comunicación deberá cargar el material solicitado (audios, videos y fotografías), en la Carpeta en el Google Drive que la Mesa abra y comparta para dicho fin.
 - La fecha límite para cargar el material es el miércoles 16 de abril de 2025, hasta las 11:59 p.m. (hora Ciudad de Nueva York, UTC/GMT -4 horas).

8. Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de cumplir los retos asignados por la Mesa Directa; así como dar cobertura a eventos extraordinarios que suceden durante las Reuniones de Trabajo de los distintos comités. Será requisito cumplir con la totalidad de los retos para considerar al medio como acreedor a un reconocimiento por su destacada participación en el Cuerpo de Prensa.

Retos

Hashtag #EsteSoyYo.

La campaña #EsteSoyYo tiene como propósito incentivar a que todas y todos los integrantes de la Conferencia muestren el lado humano antes y durante su participación en el encuentro académico, siendo esta una manera de seguir conectados, pero a distancia. Las y los Corresponsales podrán contactar previamente a las Delegaciones para cumplir con este reto.

Reportaje “La vida detrás del Delegado” (Takeover de redes, blog o entrevista).

Detrás de un/a Delegado/a existe un/a joven empoderado/a, lleno/a de entusiasmo y pasión. “La vida detrás del Delegado” consiste en elaborar un breve escrito (o un testimonio en las redes del medio) sobre sus pasiones, el proceso de preparación para los MUN, en especial para GMNYC2025, y cómo estos ejercicios académicos forman parte de quién es y contribuyen a lograr convertirse en quién quiere ser.

La Inauguración en 2 minutos.

Elaborar un material audiovisual en el cual se resuman los acontecimientos de la Ceremonia de Inauguración en no más de 2 minutos. La forma de realizar el mismo queda a opción del medio (podcast, videoreportaje, entre otras opciones).

Reels “Di que eres MUNer sin decir que eres MUNer.

Implementar la herramienta Reels de Instagram para interactuar con la audiencia. Este reto consiste en decir en menos de un minuto que eres un MUNer sin decirlo directamente. Este será, igualmente, un reto abierto a las y los participantes de la Conferencia.

Columna escrita en Blog.

Escribir brevemente en un apartado del Blog la posición del medio sobre “**La importancia de contrarrestar los discursos de odio en las redes sociales**”. Debe ser redactado en apego a la línea editorial del medio de comunicación con un formato de artículo de opinión.

#AsíSeViveGMNYC2025

Crearán un video final a modo de recopilación que incluye videos, imágenes y audios alusivos a GMNYC2025. Duración máxima: un minuto.

Calendario Editorial

Las y los Corresponsales de Prensa deberán de elaborar un “Calendario Editorial” con la intención de llevar a cabo de manera satisfactoria su estrategia de comunicación y dar cumplimiento a la programación de cobertura diaria de las actividades y reuniones de trabajo presenciales que se realizarán durante la Semana GMNYC2025 (domingo 13 al viernes 18 de abril), en las instalaciones del Centro de Convenciones del Hotel New York Hilton Midtown y sede principal de las Naciones Unidas (salón por confirmar tras aprobación de Naciones Unidas y de acuerdo a disponibilidad). La información sobre el blog, el “Calendario Editorial” y las redes sociales de su medio de comunicación, deben ser enviados vía correo electrónico a: cp.gmnyc2025@globalmuners.org.

Dicho documento está disponible en el sitio web <https://www.globalmuners.org/gmnyc2025/> para su descarga y consulta. La fecha límite para este proceso es el **miércoles 26 de marzo de 2025, hasta las 08:59 p.m. (hora Ciudad de México, UTC/GMT -6 horas) / 10:59 p.m. (hora Ciudad de Santo Domingo, UTC/GMT -4 horas)**. El Calendario Editorial podrá ser editado a lo largo del GMNYC2025 para incluir actividades relevantes que no estaban planeadas al momento de hacerlo. Sin embargo, la Mesa Directiva les recuerda que deberán entregar una versión actualizada al finalizar el encuentro académico.

 Calendario Editorial para el Cuerpo de Prensa de GMNYC2025						
Nombre del medio de comunicación:						
Nombre de las/os Corresponsales de Prensa:						
Período del Calendario Editorial:						
Lunes 10 de marzo al miércoles 16 de abril de 2025.						

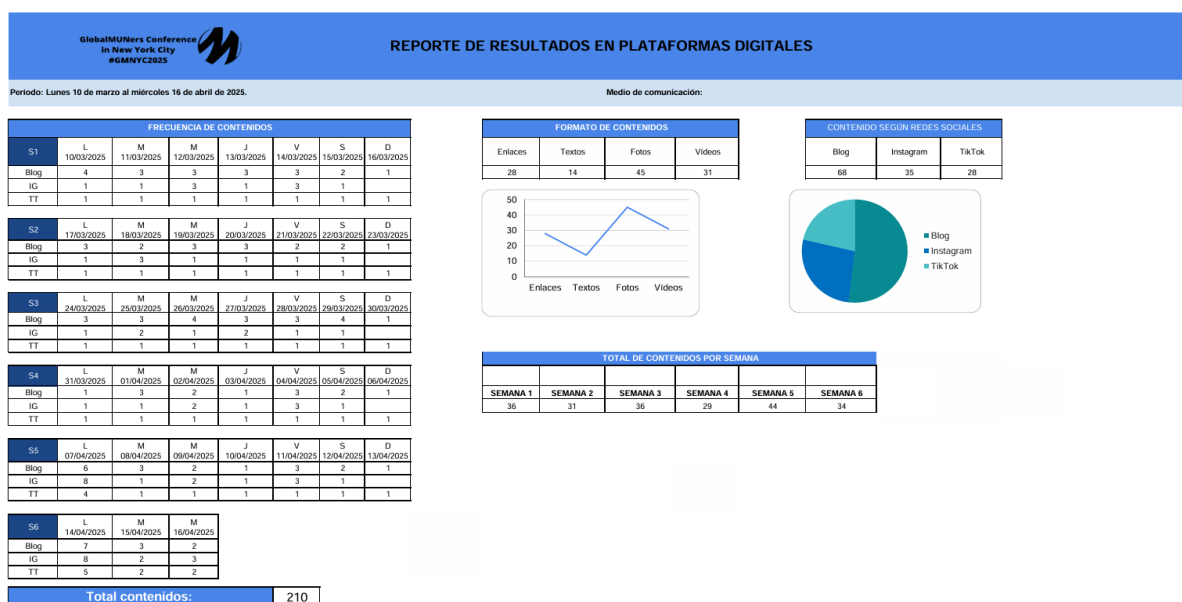
	Publicación		Contenido	Detalle del contenido			
	Día	Horario	Tipo de contenido 1. Enlace 2. Texto 3. Imagen 4. Video	Copy (Mensaje)	Enlace	Hashtags #	Medio digital 1. Blog 2. Instagram 3. TikTok
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							

Reporte de Resultados en Páginas Digitales

Las y los Corresponsales de Prensa deberán llevar un registro de las publicaciones realizadas en sus distintos canales de difusión. El documento **“Reporte de Resultados en Plataformas Digitales GMNYC2025”** incluye datos estadísticos sobre los contenidos y alcance de audiencia que tuvieron a lo largo del encuentro académico GMNYC2025. Dicho documento está disponible en el sitio web <https://www.globalmuners.org/gmnyc2025> para su descarga y consulta.

En el formato se deberán incluir publicaciones que no estaban contempladas en el Calendario Editorial pero que surjan al dar cobertura a los acontecimientos relevantes durante las reuniones de trabajo de los comités.

El Reporte de Resultados en plataformas digitales deberá ser enviado vía correo electrónico a: cp.gmnyc2025@globalmuners.org, el **miércoles 16 de abril de 2025, hasta las 11:59 p.m. (hora Ciudad de Nueva York, UTC/GMT -4 horas).**



Criterios para lograr un desempeño destacado en el Cuerpo de Prensa de GMNYC2025

La Mesa Directiva revisará las entregas de cada medio de comunicación, tomando en consideración el desempeño en la etapa previa al evento, la participación durante el evento y el apego a los criterios establecidos a continuación:

Criterio	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Necesita Mejora (1)	Insatisfactorio (0)
Ortografía, redacción y concordancia	Los contenidos están impecablemente escritos, con una redacción fluida y sin errores.	La mayoría de los contenidos tienen buena ortografía y redacción, con solo algunos errores menores.	Algunos errores de ortografía y redacción son evidentes en los contenidos.	Los errores de ortografía y redacción son frecuentes y afectan la comprensión.	Los errores de ortografía y redacción son tan graves que dificultan la comprensión.
Calidad en las Publicaciones	El contenido es excepcional en términos de profundidad, relevancia y originalidad. Se publica consistentemente en todos los medios.	El contenido es sólido y relevante, aunque podría haber más constancia en las publicaciones.	El contenido es adecuado, pero falta profundidad y variedad. La constancia en las publicaciones es intermitente.	El contenido es superficial en su mayoría y la frecuencia de publicación es baja.	El contenido es pobre, carece de relevancia y rara vez se publica.
Creatividad	Las publicaciones demuestran un enfoque innovador y original, desafiando los enfoques convencionales.	Hay intentos de creatividad en algunas publicaciones, pero en general, se adhieren a lo establecido.	La creatividad es limitada y rara vez se ve en las publicaciones.	La creatividad es escasa o inexistente, lo que resulta en publicaciones predecibles.	Falta total de creatividad en las publicaciones.
Apego a la línea editorial del medio y a la nación que representa	El medio se destaca por su apego a la forma de reportar que le corresponde de acuerdo a la nación que representa y a la línea editorial descrita en el presente documento. Es consistente con la identidad gráfica de sus publicaciones.	El medio generalmente se apega a la forma de reportar que le corresponde de acuerdo a la nación que representa y a la línea editorial descrita en el presente documento. En la mayoría de sus publicaciones es consistente con la línea gráfica.	El medio muestra signos ocasionales de falta de continuidad en la línea gráfica y la forma de reportar de acuerdo a la nación que representa y a la línea editorial descrita en el presente documento.	El apego a la línea editorial del medio y la nación que representa se ven comprometidas en los reportajes y la línea gráfica de sus publicaciones varía de forma regular.	El medio carece por completo de apego a la línea editorial del medio y a la nación que representa. No existe una línea gráfica
Crecimiento en Redes	El crecimiento orgánico en las redes sociales es significativo y constante, con un aumento notable en seguidores e interacciones.	Se observa un crecimiento moderado en las redes sociales, aunque podría ser más consistente.	El crecimiento en redes es limitado y poco consistente, con un aumento mínimo en seguidores e interacciones.	El crecimiento en redes es prácticamente inexistente, con muy pocos nuevos seguidores e interacciones.	No hay crecimiento en redes sociales.

Identidad gráfica	La identidad gráfica es excepcionalmente diseñada y se relaciona perfectamente con la descripción del medio de comunicación señalada en el presente documento.	La identidad gráfica es coherente con la descripción del medio de comunicación señalada en el presente documento, pero podría mejorarse en términos de diseño y cohesión.	La identidad gráfica es básica y a veces no se alinea bien con la descripción del medio de comunicación señalada en el presente documento.	La identidad gráfica carece de cohesión y no representa adecuadamente la descripción del medio de comunicación señalada en el presente documento.	No hay línea gráfica o relación con la descripción del medio de comunicación señalada en el presente documento.
Entrega del material solicitado en tiempo y forma	Todas las entregas señaladas en este documento se realizan antes o en la fecha límite asignada, sin excepción.	La mayoría de las entregas señaladas en este documento se realizan a tiempo, con solo algunas excepciones menores.	Algunas entregas señaladas en este documento se retrasan, pero en su mayoría se completan en un rango razonable de tiempo.	Las entregas señaladas en este documento a menudo se retrasan y afectan la planificación general.	Las entregas señaladas en este documento están constantemente retrasadas o no se completan.
Alcance (Engagement)	El medio mantiene una interacción activa y significativa con los seguidores, generando un alto nivel de participación.	El medio interactúa regularmente con los seguidores, generando un nivel moderado de participación.	La interacción con los seguidores es limitada y las respuestas son poco frecuentes.	La interacción con los seguidores es mínima y la participación es baja.	El medio no interactúa con los seguidores en absoluto.
Capacidad de resolver adversidades	El medio aborda de manera efectiva y creativa cualquier dificultad que surja, encontrando soluciones sólidas y viables.	El medio generalmente resuelve las adversidades de manera adecuada, aunque podría haber mejorado en algunas instancias.	El medio muestra esfuerzos limitados para resolver las dificultades, con resultados mixtos en la efectividad.	El medio lucha por encontrar soluciones a las dificultades y a menudo se queda corto.	El medio no aborda ni resuelve las adversidades de manera efectiva.

Código Internacional de Ética Periodística

Las y los Corresponsales de Prensa en GMNYC2025 deberán conducirse, en el cumplimiento de sus responsabilidades, honrando **el Código Internacional de Ética Periodística, aprobado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el 20 de noviembre de 1983.**

Aquí transcribimos sus principios:

- 1. El derecho del pueblo a una información verídica.** El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.

2. **Adhesión del periodista a la realidad objetiva.** La tarea primordial del periodista es proporcionar una información verídica y auténtica con la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado, manifestando sus relaciones esenciales -sin que ello entrañe distorsiones-, y empleando toda la capacidad creativa del profesional a fin de que el público reciba un material apropiado que le permita formarse una imagen precisa y coherente del mundo, donde el origen, naturaleza y esencia de los acontecimientos, procesos y situaciones sean comprendidas de la manera más objetiva posible.
3. **La responsabilidad social del periodista.** En el periodismo, la información se comprende como un bien social y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último análisis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales. La responsabilidad social del periodista implica que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia ética.
4. **La integridad profesional del periodista.** El papel social del periodista exige que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación en que emplea. La integridad de la profesión prohíbe al periodista el aceptar cualquier forma de remuneración ilícita, directa o indirecta, y el promover intereses privados contrarios al bien común. El respeto a la propiedad intelectual, sobre todo absteniéndose de practicar el plagio, pertenece, por lo mismo, al comportamiento ético del periodista.
5. **Acceso y participación del público.** El carácter de la profesión exige, por otra parte, que el periodista favorezca el acceso del público a la información y la participación del público en los “medios”, lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta.
6. **Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre.** El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana -en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección.
7. **Respeto del interés público.** Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.
8. **Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas.** El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional; y respeta el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas político, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de manera que favorezca en todo la paz y la justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional.

Incumbe al periodista, por ética profesional, el conocer las disposiciones existentes sobre ese tema y que están contenidas en las convenciones internacionales, declaraciones y resoluciones.

9. La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad enfrenta. El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentista, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, en particular el racismo y el apartheid, y le incita a resistir a la opresión de los regímenes tiránicos, a extirpar el colonialismo y el neocolonialismo, así como a las otras grandes plagas que afligen a la humanidad, tales como la miseria, la desnutrición o la enfermedad. Así, el periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y la incomprensión entre los pueblos, a hacer los ciudadanos de un país sensibles frente las necesidades y deseos de los otros, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las naciones, de todos los pueblos y de todos los individuos, sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicciones filosóficas.

10. Promoción de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. En el mundo contemporáneo, el periodista busca el establecimiento de nuevas relaciones internacionales en general y de un nuevo orden de la información en particular. Ese nuevo orden, concebido como parte integrante del nuevo orden económico internacional, se dirige hacia la descolonización y la democratización en el campo de la información y de la comunicación, tanto en los planos nacional como internacional, sobre la base de la coexistencia pacífica entre los pueblos, en el respeto pleno de su identidad cultural. El periodista tiene el deber particular de promover tal democratización de las relaciones internacionales en el campo de la información, notablemente salvaguardando y animando las relaciones pacíficas y amistosas entre los pueblos y los Estados.

Grabaciones y Fotos

En apego a los criterios establecidos en el documento “Autorización para la reproducción de fotografías, el uso de imagen y compromiso de cumplimiento del Código de Conducta”, ningún medio de comunicación del Cuerpo de Prensa de la Conferencia de GlobalMUNers en la Ciudad de Nueva York (GMNYC) podrá hacer uso de las fotografías y/o vídeos que capture o produzca de manera que pueda afectar la vida privada de alguna persona o con fines pornográficos, xenófobos, violentos o ilícitos.

CONTACTO:

Ante cualquier duda o inquietud favor de contactarnos vía correo electrónico a: cp.gmnyc2025@globalmuners.org.

Referencias

- DataSeo. (2024, 30 julio). Periodismo Digital ¿Qué es y cuál es su importancia? ISIL. <https://isil.pe/blog/comunicacion/periodismo-digital/>
- Por un diálogo entre periodismo y fuerzas del orden. (s. f.). México. <https://mexico.un.org/es/164397-por-un-di%C3%A1logo-entre-periodismo-y-fuerzas-del-orden>
- Sobre cómo detener los discursos que incitan al odio. (2023, 20 febrero). Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2023/01/1518182#:~:text=Sobre%20c%C3%B3mo%20detener%20los%20discursos%20que%20incitan%20al,4%20El%20discurs%20del%20odio%20es%20ventajoso%20>
- Torrico, D. (2015). Análisis de la cobertura periodística que le asignan a las distintas disciplinas en la prensa escrita “Los tiempos y Opinión” (pp. 8-11). Universidad Privada Abierta Latinoamericana, Unidad Académica de Cochabamba. Recuperado el 5 de septiembre de 2024, de <https://www.biblioteca.upal.edu.bo/htdocs/TextosCompleto/TE02552-UPAL.pdf>
- Zelizer, B. (2004). *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. Sage.