



GlobalMUNers Conference
in New York City
#GMNYC2026

GUÍA DE PREPARACIÓN

Cuerpo de Prensa (CP)

Página 1 de 20

Índice

Mensaje de bienvenida	3
Generalidades del Cuerpo de Prensa	4
Departamento de Comunicación Global	4
La División de Noticias y Medios de Información	4
Subdivisión de las Noticias y Contenidos	4
Subdivisión de Operaciones y Servicios	4
Subdivisión Digital y Promoción	5
El periodismo	6
Prensa digital	6
Prensa escrita	6
Dinámica del comité y medios de comunicación	7
Responsabilidades y entregables	10
Criterios de evaluación para lograr un desempeño destacado	15
Código Internacional de Ética Periodística	17
Referencias	20

Mensaje de bienvenida


Distinguidas y distinguidos periodistas:

Es un placer para nosotros, como Mesa Directiva, darles una cordial bienvenida al evento académico más esperado y enriquecedor del continente: la IV Conferencia GlobalMUNers en la Ciudad de Nueva York. Este encuentro académico reúne a cientos de jóvenes que deciden pausar por unos días su vida cotidiana para ponerse en los zapatos de los grandes líderes mundiales, poniendo a prueba sus habilidades blandas y técnicas, y demostrando el talento y el compromiso que poseen frente a los temas que hoy impactan al mundo. En GMNYC2026, Emelim Hernández y Misael Hernández estarán fungiendo como Directora y Subdirector del Cuerpo de Prensa, respectivamente.

En este espacio, ustedes asumirán el rol de periodistas, representando los medios de comunicación de mayor impacto e influencia a nivel mundial. Sus labores abarcarán desde la toma de contenido audiovisual hasta la elaboración de reportajes escritos sobre los acontecimientos de GMNYC2026. El Cuerpo de Prensa es el encargado no solo de dar a conocer lo que sucede dentro de las distintas comisiones, sino también de motivar y transmitir el mensaje y los valores que caracterizan a quienes formamos parte de los Modelos de Naciones Unidas.

Sin lugar a dudas, asumir el rol de periodista no solo requiere responsabilidad, sino también compromiso y creatividad. Por esta razón, asumimos el reto de acompañarles durante el proceso de preparación previa y a lo largo de las sesiones de trabajo, para que puedan explotar al máximo sus habilidades y demostrar la belleza que existe detrás del lente de la cámara.

Solo nos queda exhortarles a que aprovechen cada segundo dentro de la conferencia. No olviden que la astucia, la perseverancia, la disciplina, la planificación y, sobre todo, la creatividad y las habilidades sociales, son las herramientas que los llevarán a convertirse en periodistas exitosos.



Emelim Hernández Benítez
Dirección



Raymundo Misael Hernández Díaz
**Subdirección y Coordinación
de Ruedas de Prensa**

Generalidades del Cuerpo de Prensa

Departamento de Comunicación Global

La Asamblea General estableció en 1946, en su resolución 13(1), la creación del Departamento de Información Pública con el objetivo de promover en todo el mundo un mayor conocimiento y una mejor comprensión de la labor de las Naciones Unidas a través de la radio, la televisión, la prensa escrita, internet, videoconferencias y otros medios de información.

El Departamento informa anualmente sobre su trabajo al Comité de Información de la Asamblea General. El Comité, que se reúne una vez al año, se encarga de supervisar el trabajo del Departamento y de proporcionarle unas directrices respecto a la orientación, programas y actividades del mismo.

Su función consiste en publicar noticias, promover los objetivos y difundir su impacto en las naciones. Asimismo, establecen alianzas con organizaciones no gubernamentales y con la comunidad académica, fomentan la participación del público y cuentan con amplio acceso a información y conocimientos relacionados con la ONU y sus distintos temas. Además, trabajan directamente con los asuntos propios de cada comisión.

La División de Noticias y Medios de Información

La División de Noticias y Medios de Información relata la historia de las Naciones Unidas a través de la televisión, la radio y la Internet, en colaboración con asociados en los medios de comunicación en todo el mundo para poner de relieve los éxitos de las Naciones Unidas y dar a conocer nuestros objetivos.

Subdivisión de las Noticias y Contenidos

La Sección de Servicios de Noticias: ofrece cobertura de noticias de actualidad de lo que sucede en todo el sistema de la ONU y gestiona el Centro de Noticias que es el portal principal de las noticias de la Organización y que ofrece rápido acceso a una serie de productos y recursos relacionados con las noticias.

La Sección de producción de videos: produce reportajes de noticias y videos sobre la labor de las Naciones Unidas y sus organismos especializados. También produce programas destacando toda una serie de cuestiones y temas prioritarios de la agenda de las Naciones Unidas, como el cambio climático, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los derechos humanos y la violencia de género.

Subdivisión de Operaciones y Servicios

La Sección de Información sobre reuniones: produce en inglés y francés, una gran variedad de productos esenciales para los medios de comunicación, las delegaciones y el público en general, incluyendo resúmenes completos de las reuniones oficiales en la Sede y de las conferencias en el extranjero, así como comunicados de prensa y documentos de referencia sobre

diversos temas, eventos y otros productos de información. La Sección difunde, en forma impresa y en línea, los discursos y declaraciones del Secretario General y de la Secretaria General Adjunta, así como información sobre las actividades oficiales del Secretario General.

Dependencia de Seguimiento de Noticias: recopila y resume la cobertura mediática de las actividades de las Naciones Unidas en el mundo, así como los temas y acontecimientos de interés para la Organización.

Dependencia de Acreditación y Enlace con los Medios de Información: proporciona servicios de acreditación y enlace a los periodistas que cubren las actividades de las Naciones Unidas en la Sede y en las principales conferencias de las Naciones Unidas en el extranjero, revisa las solicitudes y realiza la autenticación de credenciales y de la documentación necesaria y de los medios de comunicación impresos, fotográficos, televisivos, de cine y electrónicos, facilita la cobertura mediática de las actividades de las Naciones Unidas en el marco de la directrices apropiadas y coordina la prestación de servicios, con el suministro de locales para oficinas y equipo, a los corresponsales acreditados

La Sección de Servicios Audiovisuales: proporciona un extenso apoyo a la producción y la cobertura de las historias de las Naciones Unidas por entidades de la ONU y los medios de comunicación. La Dependencia de Fotografía documenta los acontecimientos en la Sede y el trabajo de la ONU sobre el terreno por todo el mundo.

Las instalaciones de radiodifusión de televisión: suministran diariamente material informativo de calidad sobre eventos y actividades en la Sede de las Naciones Unidas, desde reuniones de la Asamblea General, el Consejo Ejecutivo y otros órganos de las Naciones Unidas hasta conferencias internacionales y reuniones informativas para la televisión.

Subdivisión Digital y Promoción

La Sección de Servicios de Internet (WSS, en inglés) se encarga de la página web principal de las Naciones Unidas y abarca una amplia gama de servicios de diseño gráfico y la responsabilidad general de la marca digital de las Naciones Unidas en la red. La Unión de Promoción y Distribución: proporciona apoyo a través de la División para ampliar las audiencias y el alcance de la totalidad de sus productos, en parte, mediante el establecimiento de asociaciones con las organizaciones de noticias y nuevas plataformas de medios de todo el mundo.

La Unidad de Apoyo Digital: proporciona a los generadores de contenidos de la División de Información y Medios de Comunicación un nivel avanzado de experiencias y conocimientos prácticos en el campo de las tecnologías digitales. También asiste a la Dependencia de Colaboración de la División de la construcción de relaciones eficaces e interactivas en una amplia red de socios.

El periodismo

El periodismo tiene la finalidad de buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. El oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde.

La información puede ser difundida por diferentes medios o soportes técnicos, lo que da lugar al:

- Periodismo gráfico: aquel que utiliza la fotografía como medio.
- Prensa escrita: es aquella que aparece en los periódicos y revistas.
- Periodismo radiofónico: emplea la radio.
- Periodismo audiovisual: es aquel que usa la televisión para transmitir la información.
- Periodismo digital o ciberperiodismo: utiliza la web.

Prensa digital

- Redes Sociales

Según la Real Academia Española (2023), “las redes sociales son una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a un gran número de usuarios.” Desde el año 1995, con la creación de la plataforma escolar Classmates, cuyo objetivo era conectar a las personas con antiguos compañeros de clase, se empieza a utilizar por primera vez la palabra “red social”.

Hacia el año 2002, ya empiezan a conocerse otras comunidades virtuales, que tiene como fin, ayudar a las personas a conectarse con compañeros de clase, de trabajo, amigos, y personas nuevas en línea. Estas plataformas no fueron exitosas hasta la creación de MySpace y Hi5 en el año 2003, en donde finalmente se desarrolló un espacio interactivo, con todas las funciones necesarias para poder conectarse digitalmente con otras personas.

El impacto de estas redes sociales, abrió paso a la nueva era de la comunicación digital.

Prensa escrita

- Editorial

En palabras de la Real Academia Española “Un editorial es un documento periodístico no firmado publicado por un periódico o revista para exponer su postura y opinión ante determinados temas o acontecimientos de interés público; consiste en un texto expositivo-argumentativo”. En otras palabras, es una opinión o comentario que hace el editor sobre la noticia, y está escrita según las experiencias del editor o de los editores. Al ser la opinión del periódico, siempre se redacta en tercera persona.

- Nota de prensa o comunicado de prensa

Una nota de prensa o comunicado de prensa es un escrito periodístico que reúne la información fundamental sobre algún tema erudito.

El comunicado de prensa tiene que ser breve, claro, conciso e informativo.

Los elementos que componen una nota de prensa son:

1. Titular: usado para captar la atención del periodista que recibe la nota de prensa, carece de artículos y determinantes.
2. Lugar y fecha de edición: ubica temporal y físicamente la noticia que se trata de transmitir
3. Imagen y/o material multimedia (opcional):
4. Cuerpo del comunicado: se desarrolla la noticia y se profundiza en esta.
5. Datos de contacto: un apartado de datos de contacto es fundamental para que el periodista pueda ponerse en contacto con la empresa difusora de la noticia y así poder acceder a más información sobre la misma, resolver dudas, entre otras.

Al momento de redactar una nota de prensa o un comunicado de prensa, se utilizan las "5W1H", se refieren a una serie de cuestionantes que los periodistas se hacen para poder redactar una excelsa nota de prensa, por igual nos ayuda a conseguir la historia completa detrás de un hecho. La fórmula es la siguiente:

- ¿Qué?
- ¿Cuándo?
- ¿Quién?
- ¿Por qué?
- ¿Dónde?
- ¿Cómo?

Dinámica del comité y medios de comunicación

El Cuerpo de Prensa a diferencia del resto de comités dentro de esta conferencia, actúa de forma transversal, observando, analizando y moldeando la percepción de los acontecimientos que se irán suscitando, permitiendo que cada medio de prensa actúe como un puente entre el debate y la opinión pública.

Por otra parte, los miembros del cuerpo de prensa no fungirán como representación de un país, sino como una institución mediática internacional. Lo que les permitirá capturar la esencia del debate diplomático mediante una diversidad de plataformas que simulan a los medios de comunicación auténticos, como lo son los blogs periodísticos, las entrevistas en video, los boletines informativos y las publicaciones en redes sociales.

No deberán limitarse a transcribir discursos ya que su labor es investigar, entrevistar a los delegados, identificar las alianzas emergentes, exponer las contradicciones en las posturas de los países y analizar el progreso de las negociaciones.

Cada medio de comunicación estará integrado por dos corresponsales, que deberán colaborar para cumplir con la cobertura de GMNYC2026, así como con los retos planteados de la edición en curso. Encargándose de la esencia del debate, la investigación profunda, la redacción de notas analíticas y la realización de entrevistas en video; además de gestionar plataformas digitales como Instagram y TikTok, la interacción con la audiencia y la difusión inmediata de la información.

La cobertura comenzará el lunes 16 de marzo de 2026. La evaluación de la Mesa Directiva sobre el desempeño de las y los Corresponsales de Prensa para la entrega de Reconocimientos (Premios) concluirá el jueves 09 de abril de 2026, con la entrega de la documentación y el material audiovisual establecido en este documento. Las y los Corresponsales podrán continuar subiendo material en las redes sociales del medio de comunicación hasta el sábado 23 de mayo de 2026.

Para esta edición, el comité contará con la presencia de 10 medios de comunicación:

1. Cadena Informativa Española
2. Press 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 enfoca 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.

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 Página 7 de 17 empezando a organizarse. Se caracteriza por su política editorial independiente y equilibrada, ejerciendo un periodismo crítico pero responsable y apegado a los hechos. Sus 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 africano. 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 respeto 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.

Las y los corresponsales tendrán libertad de movimiento durante todas las reuniones de trabajo de los otros 9 comités y al seminario para Asesores Docentes (ADOR), con la finalidad de garantizar la transparencia del modelo. Adicionalmente podrán permanecer en la sala durante las votaciones de los Proyectos de Resolución, siendo la única restricción las votaciones privadas para seleccionar a las delegaciones destacadas de cada comité.

Responsabilidades y entregables

Antes del inicio de la conferencia y con el fin de garantizar una cobertura excepcional durante GMNYC2026, cada uno de los medios de comunicación deberán cumplir con una serie de requisitos editoriales. El cumplimiento de estos entregables en tiempo y forma es requisito indispensable para optar a los reconocimientos del comité.

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 a cp.gmnyc2026@globalmuners.org. La fecha límite es el **sábado 07 de marzo de 2026, 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 corresponsales 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 1500x1500 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 GMNYC. Tanto el documento como el logo en formato .png (a color, blanco y negro) estarán disponibles para su descarga en el sitio web: www.globalmuners.org/gmnyc2026

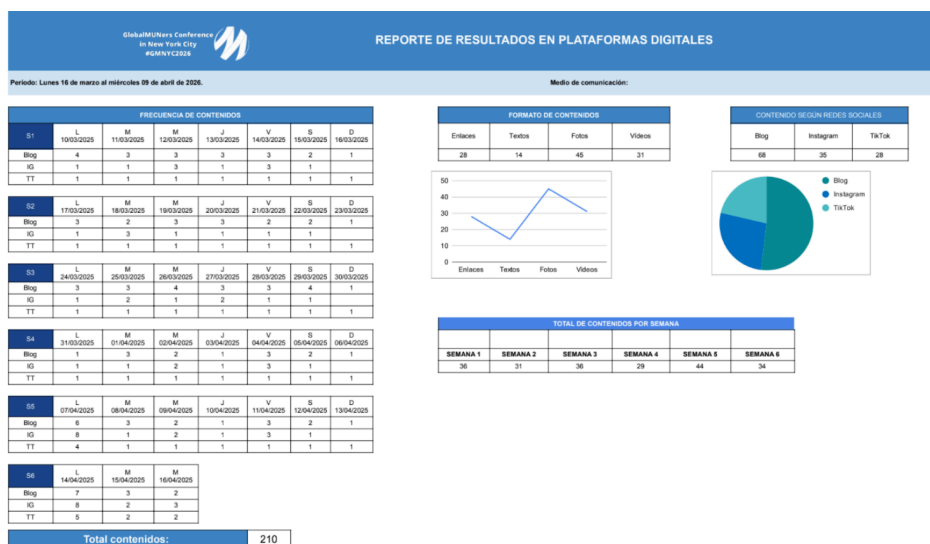
A continuación se muestran algunos ejemplos de medios de comunicación que formaron parte del Cuerpo de Prensa en GMNYC2026.



2. Blog periodístico y perfiles en redes sociales

- 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 GMNYC2026.
- El nombre de usuario en las plataformas digitales deberá especificar que es un medio de comunicación presente en GMNYC2026.
- Ejemplo de perfil en redes sociales: [@noticierodominicanogmnyc2026](https://www.instagram.com/noticierodominicanogmnyc2026)

- 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: noticierodominicanogmnyc2026@gmail.com
 - En caso de que el nombre de usuario no se encuentre disponible, el medio de comunicación debe notificar a la Mesa Directiva, vía correo electrónico a cp.gmnyc2026@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, #GMNYC2026 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 GMNYC2026”, 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.gmnyc2026@globalmuners.org, el **jueves 09 de abril de 2026, 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 GMNYC2026. El objetivo principal es mostrar las vivencias y sucesos relevantes durante las sesiones de trabajo, la convivencia entre las y los participantes; así como actividades adicionales realizadas en el marco de GMNYC2026. 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 **jueves 09 de abril de 2026, hasta las 07:59 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, 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 GMNYC2026, 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). #SomosMUNers #GMNYC2026

- 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 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.


- #AsíSeViveGMNYC2026

Crearán un video final a modo de recopilación que incluye videos, imágenes y audios alusivos a GMNYC2026. Duración máxima: un minuto.

Calendario Editorial

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.

Dicho documento se encuentra disponible en el sitio web <https://www.globalmuners.org/gmnyc2026/> listo para su descarga y consulta. Recordando que deberá ser enviado vía correo electrónico a: cp.gmnyc2026@globalmuners.org. La fecha límite para este proceso es el **martes 17 de marzo de 2026, hasta las 04:59 p.m. (hora Ciudad de México, UTC/GMT -6 horas) / 06:59 p.m. (hora Ciudad de Santo Domingo, UTC/GMT -4 horas)**. El Calendario Editorial podrá ser editado a lo largo del GMNYC 2026 para incluir actividades 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 GMNYC2026						
Nombre del medio de comunicación: _____						
Nombre de las/os Corresponsales de Prensa: _____						
Período del Calendario Editorial: Lunes 16 de marzo al miércoles 09 de abril de 2026.						
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						
27						
28						
29						
30						
31						

Criterios de evaluación para lograr un desempeño destacado

La Mesa Directiva evaluará el trabajo desempeñado previo y durante la conferencia de cada uno de los medios de comunicación de la edición en curso. Tomando en cuenta la calidad de cada una de las publicaciones y entregas realizadas, además de la profundidad en sus escritos, la adaptabilidad y resolución de retos imprevistos y el impacto generado en la comunidad de GMNYC2026. Por ello, el cumplimiento de los los siguientes criterios conformarán la base para la asignación de los reconocimientos a la excelencia periodística de esta edición.

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 señalado en el presente documento.	La identidad gráfica es coherente con la descripción del medio de comunicación señalado 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 señalado en el presente documento.	La identidad gráfica carece de cohesión y no representa adecuadamente la descripción del medio de comunicación señalado 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	La mayoría de las entregas señaladas en este documento se realizan a	Algunas entregas señaladas en este documento se retrasan,	Las entregas señaladas en este documento a menudo se retrasan y	Las entregas señaladas en este documento están constantemente retrasadas o no

	antes o en la fecha límite asignada, sin excepción.	tiempo, con solo algunas excepciones menores.	pero en su mayoría se completan en un rango razonable de tiempo.	afectan la planificación general.	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 GMNYC2026 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.**

A continuación la transcripción de los principios establecidos por el Código Internacional de Ética Periodística:

- 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. Página 16 de 17 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 se 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 a 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, xenofóbicos, violentos o ilícitos.

Contacto

Ante cualquier duda o inquietud, favor de contactar a la Mesa Directiva del comité a través del correo electrónico oficial: cp.gmnyc2026@globalmuners.org

Referencias

Real Academia Española. (s.f.). Red social. En Diccionario de la lengua española.

<https://dle.rae.es/red#social>

United Nations. (s. f.). *Departamento de Comunicación Global | Naciones Unidas.*

<https://www.un.org/es/department-global-communications>

United Nations. (s. f.). *Promocionar objetivos | Naciones Unidas.*

<https://www.un.org/es/department-global-communications/spotlighting-issues>

United Nations. (s. f.). *Publicar noticias | Naciones Unidas.*

<https://www.un.org/es/department-global-communications/getting-news-ou>