Hard Rock HOTEL & CASINO
PUNTA CANA
AN ALL-INCLUSIVE EXPERIENCE

GlobalMUNers Conference
in Punta Cana
#GMPC2026

En alianza con
25 ANIVERSARIO
FUNGLODE

Guía de Preparación

Cuerpo de Prensa (CP)



#MUNersMadeToRock

Índice

Mensaje de Bienvenida	**3**
Generalidades del Comité	**4**
Estructura y Dinámica de Trabajo del Cuerpo de Prensa	**6**
Responsabilidades (Entregables)	**9**
Retos	**11**
Calendario Editorial	**12**
Reporte de Resultados en Páginas Digitales	**13**
Criterios para Lograr un Desempeño Destacado	**14**
Referencias	**18**

Mensaje de Bienvenida

Distinguidas y distinguidos periodistas:

Reciban una cordial bienvenida a la **Primera Edición de la Conferencia de GlobalMUNers en Punta Cana (GMPC2026)**, para esta Mesa Directiva es un verdadero honor recibirles en el comité del Cuerpo de Prensa (CP), un espacio fundamental diseñado para poner en práctica su curiosidad, creatividad y habilidades periodísticas en el marco del diálogo internacional.

Tenemos el gusto de presentarnos como la Mesa Directiva de este comité, la Dirección y Coordinación de Entrevistas estará a cargo de **Raymundo Misael Hernández Díaz**, mientras que la Subdirección y Coordinación de Redes Sociales y Ruedas de Prensa será desempeñada por **Yael Arturo Ruiz Velasco Moguel**. Ambos asumimos el compromiso de guiarles de manera cercana y profesional, brindándoles el acompañamiento necesario para enriquecer su experiencia y optimizar su labor informativa a lo largo del evento.

Como corresponsales, asumirán la responsabilidad y la oportunidad de estar en el centro de los debates, analizando las distintas posturas de las delegaciones y dando cobertura a las dinámicas del encuentro; donde, a través de entrevistas, generación de contenido para redes sociales y conducción de ruedas de prensa, su trabajo consistirá en capturar la esencia de lo que sucede en los comités y acercar a toda la comunidad a las historias que se construirán durante estos días.

Les instamos a observar, escuchar, cuestionar sin temor, así como a ejercer un periodismo ético e informado; pues, detrás de cada resolución, hay voces que merecen ser escuchadas. Por ello, su mirada crítica y constructiva será clave para visibilizarlas.

Confiamos plenamente en que esta experiencia será profundamente enriquecedora para su formación personal y académica. Les invitamos a disfrutar el proceso, atreverse a experimentar y aprovechar cada oportunidad de aprendizaje. Les deseamos el mayor de los éxitos en esta aventura periodística. ¡Nos vemos muy pronto en Punta Cana!

Atentamente,



Raymundo Misael Hernández Díaz
Dirección



Yael Arturo Ruiz Velasco Moguel
Subdirección

Generalidades del Comité

Los medios de comunicación poseen una capacidad decisiva para influir en la agenda política mundial y en las relaciones internacionales; un poder de impacto sintetizado en el denominado Efecto CNN, definido como un fenómeno sociopolítico que describe cómo la transmisión de noticias e imágenes en tiempo real condiciona sustancialmente la diplomacia y la política exterior" (Livingston, S., 1997, p. 3). Al visibilizar de manera continua crisis internacionales, emergencias complejas o vulneraciones de derechos humanos, la cobertura mediática puede ejercer presión sobre la opinión pública y, con ello, influir en las decisiones de los Estados, ya sea mediante respuestas diplomáticas, económicas o, en determinados contextos, militares.

Esta capacidad de incidencia mediática opera actualmente en un entorno completamente reconfigurado por las dinámicas del mercado digital y los hábitos de consumo de las nuevas generaciones, donde cerca del 44% de las juventudes entre 18 y 24 años afirma que las redes sociales y las plataformas de video son sus principales fuentes de noticias, mientras que el 38% de las personas entre 25 y 34 años opina lo mismo (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2025, p. 14). Bajo este contexto, el ecosistema informativo exige convertir el debate público en narrativas ágiles y atractivas, capaces de responder a una ciudadanía cada vez más acostumbrada a la inmediatez, la interacción y el consumo constante de información.

A la par de esta transformación digital, la relación del público con la información tradicional atraviesa un momento crítico en materia de credibilidad, debido a que la percepción de que determinados medios responden a intereses corporativos o sesgos partidistas, sumada a la saturación de titulares amarillistas diseñados para captar audiencia en lugar de informar con rigor, ha llevado a la ciudadanía a cuestionar la objetividad del periodismo contemporáneo, teniendo como consecuencia la pérdida de credibilidad, ya que, de acuerdo a las estadísticas, la confianza general en los medios tras mantenerse estable en el 60% durante tres años, refleja hoy una desconfianza que alcanza el 63% (Egan, J., 2026).

Dentro de este contexto surge otro fenómeno estrechamente relacionado: la polarización mediática, la cual ocurre cuando los medios de comunicación dejan de operar como fuentes independientes de información y comienzan a alinearse ideológicamente con determinadas posturas políticas, provocando que las audiencias desarrollen una mayor confianza hacia aquellas fuentes que perciben como afines a sus propias convicciones y, al mismo tiempo, tienden a descartar como desinformación aquellas que consideran ideológicamente contrarias (Capilla, J., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., 2022). De esta manera, la polarización no sólo modifica la forma en que se produce y consume información, sino que puede debilitar el pluralismo informativo y trasladar las divisiones políticas existentes hacia los medios de comunicación y, posteriormente, hacia la propia sociedad civil.

La influencia de los algoritmos en la selección y distribución de contenidos contribuye a profundizar este fenómeno y se relaciona con las conocidas cámaras de eco, espacios de consumo informativo en los que una persona recibe predominantemente contenidos que confirman sus creencias previas, reforzando así la exposición selectiva y reduciendo el contacto con perspectivas diferentes (Capilla, J., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., 2022). No obstante, este concepto debe abordarse con cautela debido a que constituye todavía un punto de debate académico y no un fenómeno cuya interpretación sea completamente uniforme. La misma investigación señala que la prensa digital y las redes sociales también pueden ampliar el pluralismo informativo al exponer accidentalmente a las personas a contenidos que escapan de sus patrones habituales de consumo. Por ello, la existencia de algoritmos y de comunidades ideológicamente afines no implica necesariamente un aislamiento absoluto, sino que plantea un desafío para quienes producen y consumen información: procurar activamente la diversidad de fuentes y perspectivas.

Esta pérdida de credibilidad, combinada con la rápida propagación de contenidos no verificados y la creciente polarización del entorno digital, ha amplificado los discursos de odio; donde la segmentación algorítmica y la desinformación estructurada han facilitado la difusión de narrativas discriminatorias y estigmatizantes que deshumanizan a grupos en situación de vulnerabilidad y pueden escalar a tensiones sociales y geopolíticas.

En medio de este complejo escenario, también se observa un cambio generacional marcado en la adopción de la Inteligencia Artificial (IA) para realizar consultas y acceder a información; dado que las audiencias jóvenes han mostrado una mayor comodidad con el uso de esta herramienta, recurriendo a los chatbots para informarse con más frecuencia y de formas más elaboradas, al punto de que alrededor del 15% accede semanalmente a las noticias mediante esta tecnología (Arguedas, A., Fletcher, R., Mukherjee, M., y Robertson, C., 2026); asimismo, las juventudes presentan una actitud más positiva hacia el periodismo asistido por IA, utilizándola de manera proactiva como apoyo para comprender, resumir y contextualizar las noticias.

Sin embargo, el uso de estas herramientas para el consumo y la producción informativa aún enfrenta retos éticos importantes; por lo tanto, la verificación rigurosa de las fuentes se ha convertido en un requisito indispensable, especialmente considerando los riesgos técnicos y el margen de error inherente al entorno digital, donde investigadores de la University of Southern California (2022) han detectado sesgos en hasta el 38,6% de los datos utilizados por sistemas de IA; por este motivo, la incorporación de nuevas tecnologías al ejercicio periodístico no elimina la responsabilidad del profesional de la información, sino que incrementa la necesidad de contrastar datos, identificar sesgos y preservar la independencia editorial.

Estructura y Dinámica de Trabajo del Cuerpo de Prensa

La Conferencia de GlobalMUNers en Punta Cana es un encuentro de jóvenes líderes comprometidos con la construcción de un mundo mejor para su generación y las generaciones futuras. La primera edición anual de GMPC se llevará a cabo del domingo 13 al jueves 17 de septiembre de 2026, en el Centro de Convenciones del Hotel Hard Rock & Casino Punta Cana (https://hotel.hardrock.com/punta-cana/es/). Durante 4 días, más de 200 jóvenes provenientes de diversas regiones de la República Dominicana y de otros países de América Latina y el Caribe se darán cita en Punta Cana, para analizar y proponer soluciones a los principales desafíos globales.

La actividad central es el Modelo de Naciones Unidas, una simulación educativa sobre el funcionamiento de diferentes órganos, comités y organismos especializados del Sistema de las Naciones Unidas. Su preparación para participar en los debates y negociaciones diplomáticas les brinda la oportunidad de adquirir y/o fortalecer conocimientos, habilidades y competencias como el pensamiento crítico y la resolución creativa de problemas, que les serán útiles a lo largo de toda su vida. Además, las actividades culturales y sociales que complementan el ejercicio académico les permitirán descubrir otras realidades fomentando valores como el respeto, la empatía y la solidaridad. Se convierten en ciudadanos globales con un profundo compromiso social y determinados a contribuir en la construcción del mundo justo, sostenible y en paz que añoramos como comunidad internacional.

Las sesiones informativas y capacitaciones se llevarán a cabo de manera virtual, a través de la plataforma de videoconferencias Zoom.

Las principales actividades del encuentro académico se llevarán a cabo de forma presencial, del domingo 13 al jueves 17 de septiembre de 2026, en el Centro de Convenciones del Hotel Hard Rock & Casino Punta Cana.

El Comité Organizador reconoce la gran labor desempeñada por las y los **integrantes del Cuerpo de Prensa de GMPC2026**, el grupo de jóvenes que dará cobertura a los principales sucesos y acuerdos logrados en el marco de los cinco (05) comités, incluyendo el Cuerpo de Prensa, cuyo trabajo simularemos.

Cobertura: En el contexto del periodismo y aplicado al trabajo del Cuerpo de Prensa de GMPC2026, la palabra “cobertura” se refiere a la labor de recopilación, reportaje y difusión de noticias y eventos por parte de medios de comunicación y periodistas. 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.

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

El Cuerpo de Prensa de GMPC2026 estará conformado por los siguientes 05 medios de comunicación:

1. China's People Network.
2. El Quetzal de México.
3. Noticiero Dominicano.
4. Press de Gaulle.
5. US Daily News.

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.

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.

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.

Press 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.

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.

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:

1. Reportero/a multimedia.
2. Administrador/a de la comunidad digital (community manager).

La ***cobertura*** de GMPC2026 y la difusión de material informativo sobre las actividades preparatorias **comenzará el lunes 07 de septiembre 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 martes 15 de septiembre de 2026**, 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 miércoles 30 de septiembre de 2026.

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 cuatro 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.

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.gmpc2026@globalmuners.org. **La fecha límite es el lunes 31 de agosto 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 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 x1500 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 Hard Rock & Casino Punta Cana). Tampoco está permitido usar 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 GMPC. 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/gmpc2026

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 GMPC2026.

- 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.gmpc2026@globalmuners.org. **La fecha límite para este proceso es el miércoles 02 de septiembre 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 nombre de usuario en las plataformas digitales deberá especificar que es un medio de comunicación presente en GMPC2026.
- Ejemplo de perfil en redes sociales: @noticierodominicanogmpc2026

- 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: noticierodominicanogmpc2026@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.gmpc2026@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: **#GMPC2026, #SomosMUNers, #RockAsMUNer** y **#MUNersMadeToRock.**

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 GMPC2026"**, 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.gmpc2026@globalmuners.org, el **martes 15 de septiembre de 2026, hasta las 11:59 p.m. (hora Ciudad de Santo Domingo, UTC/GMT -4 horas).**

7.- El Cuerpo de Prensa deberá producir material audiovisual que será presentado en la **Ceremonia de Premiación y Clausura de GMPC2026**. 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 GMPC2026. 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 **martes 15 de septiembre de 2026, hasta las 11:59 p.m. (hora Ciudad de Santo Domingo, 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 GMPC2026, 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 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.

#AsíSeViveGMPC2026: Crearán un video final a modo de recopilación que incluye videos, imágenes y audios alusivos a GMPC2026. 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 GMPC (domingo 13 al viernes 17 de septiembre), en las instalaciones del Centro de Convenciones del Hotel Hard Rock Hotel Punta Cana en la República Dominicana.

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.gmpc2026@globalmuners.org. Dicho documento está disponible en el sitio web: https://www.globalmuners.org/gmpc2026/ para su descarga y consulta.

La fecha límite para este proceso es el **Miércoles 02 de septiembre 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 GMPC2026 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.

GlobalMUNers Conference in Punta Cana #GMPC2026

Calendario Editorial para el Cuerpo de Prensa de GMPC2026

Nombre del medio de comunicación:	
Nombre de las/os Corresponsales de Prensa:	
Periodo del Calendario Editorial:	Lunes 07 de septiembre al martes 15 de septiembre 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							

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 GMPC2026"** incluye datos estadísticos sobre los contenidos y alcance de audiencia que tuvieron a lo largo del encuentro académico GMPC2026.

Dicho documento está disponible en el sitio web https://www.globalmuners.org/gmPC2026/ 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.gmpc2026@globalmuners.org, **Martes 15 de septiembre de 2026, hasta las 11:59 p.m. (hora Ciudad de Santo Domingo, UTC/GMT -4 horas).**



Criterios para Lograr un Desempeño Destacado

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.

Las y los Corresponsales de Prensa en GMPC2026 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 comprendidos 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 de los derechos y a la reputación del otro), así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, son parte integrante de las normas profesionales del periodista.
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 confronta.** 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 Punta Cana (GMPC) 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 contactarnos vía correo electrónico a: cp.gmpc2026@globalmuners.org.

Referencias

Arguedas, A., Fletcher, R., Mukherjee, M., y Robertson, C. (2026). *Comprender a las audiencias jóvenes en una época de cambios veloces.* Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/comprender-las-audiencias-jovenes-en-una-epoca-de-cambios-veloces

Egan, J. (2026). *Resumen ejecutivo y hallazgos clave del informe de 2026.* Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2026/dnr-resumen-ejecutivo

Gruet, M. (2022). *'That's Just Common Sense'. USC researchers find bias in up to 38.6% of 'facts' used by AI.* University of Southern California. https://viterbischool.usc.edu/news/2022/05/thats-just-common-sense-usc-researchers-find-bias-in-up-to-38-6-of-facts-used-by-ai/

Livingston, S. (1997). *Clarifying The CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention.* Harvard University. https://dash.harvard.edu/server/api/core/bitstreams/be3f8421-472d-4e3c-8a85-a4664d2d0f35/content

Naciones Unidas. (2019). *La Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas para la Lucha Contra el Discurso de Odio.* https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/action_plan_on_hate_speech_es.pdf

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025). *Reuters Institute Digital News Report 2025.* https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf

Ruiz-Caballero, C., Capilla, J. P., & Suau, J. (2022). *Polarización política y mediática: consecuencias de la erosión del pluralismo en el sistema de medios de comunicación.* IDEES. https://revistaidees.cat/es/polarizacion-politica-y-mediatica-consecuencias-de-la-erosion-del-pluralismo-en-el-sistema-de-medios-de-comunicacion/

Torrico, D. (2015). *Análisis de la cobertura periodística que le asignan a las distintas disciplinas en la prensa escrita "Los tiempos y Opinión".* Universidad Privada Abierta Latinoamericana, Unidad Académica de Cochabamba. https://biblioteca.upal.edu.bo/htdocs/TextosCompletos/download.php?archivo=TE02552-UPAL.pdf.

UNESCO. (2015). *Manual de bioética para periodistas.* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000243107