



Asamblea General

Distr. general
13 de febrero de 2023
Español
Original: inglés

Comité de Información

45º período de sesiones

24 de abril a 4 de mayo de 2023

Tema 9 del programa provisional*

**Examen de los informes presentados por
el Secretario General**

Actividades del Departamento de Comunicación Global: servicios de campañas y operaciones en los países

Informe del Secretario General

Resumen

En el presente informe, preparado en respuesta a la resolución [77/128 B](#) de la Asamblea General, se resumen los programas que el Departamento de Comunicación Global llevó a cabo entre el 1 de julio de 2022 y el 31 de enero de 2023 en el marco de sus servicios de comunicaciones estratégicas para difundir la labor de las Naciones Unidas entre el público de todo el mundo.

El subprograma de servicios de campañas y operaciones en los países, uno de los tres subprogramas del Departamento, está a cargo de la División de Campañas y Operaciones en los Países (antes conocida como División de Comunicaciones Estratégicas), que elabora y pone en práctica estrategias para difundir los mensajes de las Naciones Unidas sobre cuestiones destacadas. La División también administra la red de oficinas sobre el terreno del Departamento, es decir, los centros de información de las Naciones Unidas.

Las actividades de los demás subprogramas del Departamento, a saber, los servicios de noticias y los servicios de divulgación y difusión de conocimientos, se describen en otros informes del Secretario General ([A/AC.198/2023/3](#) y [A/AC.198/2023/4](#), respectivamente).

* [A/AC.198/2023/1](#).



I. Introducción

1. En su resolución [77/128 B](#), la Asamblea General tomó nota de los informes del Secretario General sobre las actividades del Departamento de Comunicación Global ([A/AC.198/2022/2](#), [A/AC.198/2022/3](#) y [A/AC.198/2022/4](#)), que se presentaron al Comité de Información para que los examinara en su 44º período de sesiones, y solicitó al Secretario General que siguiera informando al Comité de las actividades del Departamento.
2. Por este medio, el Departamento presenta la información solicitada sobre los servicios de campañas y operaciones en los países.
3. El presente informe abarca las actividades de la División de Campañas y Operaciones en los Países (anteriormente conocida como División de Comunicaciones Estratégicas) del Departamento desde el 1 de julio de 2022 hasta el 31 de enero de 2023 en lo que respecta a su ejecución de campañas de comunicación estratégica sobre cuestiones destacadas, como el impacto del conflicto armado en Ucrania, la lucha contra la crisis climática y la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
4. El informe también incluye un examen de cómo la red de centros de información de las Naciones Unidas ha aplicado la estrategia de comunicación global de la Organización y ha fortalecido las actividades de divulgación en todo el mundo mediante una mayor cooperación con las oficinas de los coordinadores residentes de las Naciones Unidas y los equipos de las Naciones Unidas en los países.
5. Además, en el informe se explica cómo ha trabajado el Departamento para dirigir y coordinar las comunicaciones de crisis y contrarrestar la información errónea y la desinformación, en particular en el marco de su respuesta a la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19).

II. Respuesta ante la pandemia de enfermedad por coronavirus

6. Durante el período que abarca el informe, el Departamento de Comunicación Global, junto con la Organización Mundial de la Salud (OMS), siguió dirigiendo las comunicaciones y asesorando al Equipo de Gestión de Crisis de las Naciones Unidas para la COVID-19 a nivel de directores. El Departamento coordinó la respuesta del sistema de las Naciones Unidas en lo que se refiere a las comunicaciones ante la pandemia de COVID-19 a través de la célula de crisis del Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas, copresidida por el Departamento y la OMS. Forman parte del Grupo diversos departamentos, organismos especializados, fondos y programas y comisiones regionales de las Naciones Unidas.
7. El Departamento presidió reuniones de la célula de crisis en las que los representantes del sistema de las Naciones Unidas acordaron la estrategia y los mensajes. La Secretaria General Adjunta de Comunicación Global informó periódicamente al Equipo de Gestión de Crisis sobre los informes de seguimiento más recientes y sobre las actividades del Departamento encaminadas a difundir el mensaje de la OMS y de las Naciones Unidas en general. Junto con la OMS y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), el Departamento prestó apoyo a las comunicaciones del evento de alto nivel auspiciado por el Secretario General sobre cómo poner fin a la pandemia de COVID-19 mediante un acceso equitativo a las vacunas, los análisis y los tratamientos, que tuvo lugar durante la serie de sesiones de alto nivel del septuagésimo séptimo período de sesiones de la Asamblea General, en septiembre de 2022.

III. Coordinación de las comunicaciones de crisis en la Sede y sobre el terreno

8. El Departamento de Comunicación Global siguió trabajando para detectar crisis y riesgos emergentes para la reputación y fortalecer su respuesta a esas situaciones mediante la coordinación de las comunicaciones en todo el sistema de las Naciones Unidas.

9. El Departamento activó en múltiples ocasiones los procedimientos de comunicación de crisis, y se establecieron y mantuvieron células de crisis sobre emergencias y cuestiones de reputación bajo los auspicios del Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas. Las células de crisis, presididas por la Secretaria General Adjunta, velaron por que los colegas del sistema de las Naciones Unidas a nivel nacional, regional y mundial determinaran la estrategia y los mensajes siguiendo un enfoque coherente. Las células difundieron mensajes prioritarios, compartieron información sobre el seguimiento de los medios de comunicación, analizaron casos de información errónea y desinformación, facilitaron la utilización de plataformas tecnológicas pertinentes y encontraron oportunidades para que las Naciones Unidas hablaran con una sola voz. El Departamento conectó al personal de comunicaciones de las oficinas en los países a los portales de notificación rápida de las principales plataformas de medios sociales, como Meta y Twitter, de modo que el personal de las Naciones Unidas pudo alertar con mayor rapidez a las plataformas del contenido problemático, como el discurso de odio.

10. El 4 de octubre de 2022, el Departamento activó una célula de comunicación de crisis sobre la respuesta de las Naciones Unidas a la situación en Haití, donde un nuevo brote de cólera y un drástico deterioro de la seguridad hicieron necesaria una intensa labor de difusión de mensajes y divulgación para asegurar el apoyo internacional continuo tanto para el pueblo de Haití como para los trabajadores humanitarios sobre el terreno, incluido el personal de las Naciones Unidas.

11. El Departamento siguió administrando su célula de crisis para la respuesta al conflicto armado en Ucrania. A través de ella elaboró y transmitió mensajes prioritarios sobre la situación en el país y sobre las medidas para hacer frente a los efectos en cadena del conflicto en los ámbitos de la alimentación, la energía y las finanzas, como la Iniciativa sobre el Transporte Seguro de Cereales y Productos Alimenticios desde los Puertos Ucranianos (Iniciativa sobre la Exportación de Cereales por el Mar Negro) y el memorando de entendimiento entre la Federación de Rusia y la Secretaría de las Naciones Unidas sobre la promoción de los productos alimenticios y los fertilizantes rusos en los mercados mundiales.

12. El Departamento también dio continuidad a su célula de crisis sobre la situación en el Afganistán, a través de la cual promovió los derechos de las mujeres y las niñas y puso de relieve las acuciantes necesidades humanitarias.

13. El Departamento organizó grupos de crisis más pequeños integrados por actores pertinentes que pusieron en común novedades y enfoques de comunicación sobre situaciones de protesta política y fragilidad o el aumento de los casos de viruela símica en todo el mundo, entre otros aspectos.

14. Durante todo el período que abarca el informe, el Departamento impartió sesiones de capacitación sobre comunicaciones de crisis a centros de información de las Naciones Unidas, oficinas de coordinadores residentes, funcionarios designados y a la Escuela Superior del Personal del Sistema de las Naciones Unidas.

IV. Crear confianza y luchar contra la información errónea

15. El Departamento de Comunicación Global siguió aplicando su iniciativa de comunicación sobre la COVID-19, centrada en la ciencia, las soluciones y la solidaridad, para promover la información fiable y hacer frente a los discursos engañosos y nocivos. Por medio de la iniciativa Verificado, el Departamento colaboró con grupos de la sociedad civil, medios de comunicación audiovisual, activistas y empresas de todo el mundo para acceder al público general y a los grupos vulnerables, incluidos aquellos con menores tasas de uso de la vacunación, y ofrecer contenido fiable en apoyo de los esfuerzos mundiales para detener la pandemia. El enfoque temático de la iniciativa Verificado también se amplió para informar a las comunidades sobre cuestiones que se habían visto agravadas por la pandemia, como el discurso de odio, los problemas de salud mental y la violencia de género.

16. Entre el 1 de julio y el 31 de octubre de 2022, la iniciativa Verificado llegó a más de 18,2 millones de personas y consiguió que más de 500.000 personas en todo el mundo participaran en una serie de actividades en línea y eventos en directo dirigidos en particular al público del Brasil, la India, Kenya, Sudáfrica y Trinidad y Tabago.

17. En la India, en el marco de la iniciativa Verificado, se pusieron en marcha dos campañas con el propósito de fomentar la vacunación entre los trabajadores migrantes y las comunidades tribales de la capital, Nueva Delhi, y el estado de Tamil Nadu. Esas campañas, en las que se involucró a líderes comunitarios para que compartieran contenidos con esos grupos, llegaron a más de 18.700 personas, tanto en línea como en los medios tradicionales, ofreciendo contenidos audiovisuales que ayudaron a que los mensajes fueran accesible para las comunidades con tasas de alfabetización más bajas. Al ampliar su red de comunicadores de confianza en la India para incluir a trabajadores de la salud, médicos, científicos, creadores de contenidos, periodistas, asociaciones para el bienestar de los residentes, trabajadores de saneamiento, conductores de automóviles, líderes empresariales y juveniles e *influencers* con millones de seguidores, como Mithila Palkar y Satshya Tharien, y al lograr que esos asociados trataran en su contenido la información errónea sobre la COVID-19, la iniciativa Verificado llegó a más de 3,6 millones de personas en el país.

18. En África, la iniciativa Verificado colaboró con famosos y creadores de contenidos para lograr sus objetivos. En Kenya, se asoció con DJ Grauchi, celebridad residente en Nairobi, para recordar a la población los beneficios de la vacuna contra la COVID-19. Esa colaboración incluyó dos actuaciones que obtuvieron un total de 454.000 visualizaciones en los medios sociales, llegaron a más de 190.000 personas y consiguieron la reacción de más de 5.000. En Sudáfrica, la iniciativa se asoció con el creador de contenidos Mashudu Modau y la celebridad DJ Frypan, que desde sus canales en los medios sociales transmitieron mensajes relacionados con la COVID-19 y su relación con el empleo, la iniciativa empresarial y la música a más de 71.800 personas.

19. La red mundial de centros de información de las Naciones Unidas también fue clave para difundir contenidos de la iniciativa Verificado a audiencias de ámbito nacional y local. Para apoyar el proceso de vacunación contra la COVID-19, el centro de información de las Naciones Unidas en Río de Janeiro (Brasil) produjo un vídeo en colaboración con el guionista brasileño KondZilla, el grupo musical Trilogia da Escócia y Equipe Halo, un grupo de científicos y profesionales de la salud que dedicaron tiempo desinteresadamente a despejar dudas y desmentir información errónea sobre la vacuna contra la COVID-19. El vídeo tuvo 300.000 visualizaciones en TikTok y YouTube, gracias a que más de 100 *influencers* contribuyeron a su promoción.

20. El centro de información de las Naciones Unidas en Cambera organizó la exposición de elementos visuales de la campaña Verificado en 250 autobuses y vagones de tren ligero, donde los pudieron ver los aproximadamente 1,3 millones de personas que utilizan el autobús y las 287.000 que se desplazan en tren ligero cada mes en la ciudad.

21. En noviembre de 2022, en colaboración con el sitio web instructivo wikiHow, la iniciativa Verificado presentó un curso gratuito de alfabetización digital titulado “Cómo detectar y combatir la desinformación en Internet”. El curso, disponible en seis idiomas (alemán, checo, español, francés, inglés y ruso), tenía por objeto ayudar al público a reconocer los discursos de desinformación y frenar su difusión.

22. Un curso multilingüe de alfabetización digital sobre la lucha contra la información errónea en Internet, que la iniciativa Verificado puso en marcha en 2021 en colaboración con wikiHow, siguió enseñando al público a detectar la información errónea y resistirse a ella, y a comprobar los hechos y responder a los contenidos falsos. En el curso también se explicó cómo y cuándo tomarse un descanso de los medios sociales.

23. En consonancia con la recomendación formulada por el Secretario General en su informe “Nuestra Agenda Común” (A/75/982), el Departamento siguió trabajando con vistas a elaborar un código de conducta mundial que promoviera la integridad en la información pública. El Departamento inició un estudio documental de las amenazas a la integridad de la información en todo el mundo y de los esfuerzos pertinentes en materia regulatoria que se están llevando a cabo a escala nacional y regional. El Departamento también intensificó su comunicación con los interesados en el ámbito de la integridad de la información, entre los que se encuentran grupos de reflexión, el mundo académico, instituciones de medios de comunicación y el sistema de las Naciones Unidas. Además, la Secretaria General Adjunta impartió charlas y publicó una serie de artículos en Medium y otras plataformas sobre la integridad de la información, la información errónea, la desinformación y el discurso de odio.

24. Asimismo, el Departamento siguió colaborando con las principales plataformas de medios sociales, como Meta, TikTok y Twitter, para abogar por la transparencia y promover la adopción de medidas a fin de hacer frente a la desinformación y el discurso de odio y defender la libertad de expresión, incluso en situaciones de crisis en las que la difusión de contenidos nocivos representaba un reto especialmente urgente. El Departamento también veló por que en la interacción con las plataformas se aplicara un enfoque coordinado, coherente y eficaz en todo el sistema de las Naciones Unidas.

V. Campañas de comunicación

A. Desarrollo sostenible

25. La promoción de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible siguió siendo una prioridad para el Departamento de Comunicación Global en el período que abarca el informe. Durante la apertura del septuagésimo séptimo período de sesiones de la Asamblea General, en septiembre de 2022, el Departamento dio apoyo a varias conferencias e informes de alto nivel en los que se pedían medidas más contundentes para alcanzar los Objetivos.

26. Junto con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Departamento contribuyó a la difusión en los medios de comunicación de la Cumbre sobre la Transformación de la Educación, celebrada los días 16, 17 y 19 de septiembre, y la campaña digital al respecto. La Cumbre se siguió

en los medios de más de 123 países y en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas. Las sesiones informativas organizadas con el Secretario General y el Enviado Especial de las Naciones Unidas para la Educación Mundial generaron atención en torno a los temas de la educación y la financiación.

27. El Departamento también apoyó la consulta a los interesados y la reunión de la Asamblea General celebrada los días 24 y 25 de octubre para preparar la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Examen Amplio de Mitad de Período del Logro de los Objetivos del Decenio Internacional para la Acción “Agua para el Desarrollo Sostenible” (2018-2028), que tendrá lugar en marzo de 2023, mediante la difusión de mensajes prioritarios en el sitio web del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales dedicado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y en las plataformas de medios sociales. Como responsable de las comunicaciones de la Conferencia, el Departamento de Comunicación Global siguió trabajando en la estrategia, la planificación y la difusión mediática y digital.

28. Con respaldo del Departamento, la edición de 2022 de *World Population Prospects*, el mayor proyecto recurrente de la División de Población del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, se presentó en julio de 2022 en una conferencia de prensa y entrevistas en los medios con expertos. Las principales conclusiones del informe resumido —especialmente que la población mundial alcanzaría los 8.000 millones en noviembre de 2022— tuvieron una amplia cobertura en numerosos medios de comunicación, entre ellos *The Associated Press*, *The Economist*, *The News International* (Pakistán), *The Nigerian Observer* y *The Washington Post*.

29. Para el segmento de apertura de alto nivel del septuagésimo séptimo período de sesiones de la Asamblea General, el Departamento creó y administró una página web dedicada a promocionar eventos destacados, como la Cumbre sobre la Transformación de la Educación, el Momento ODS del 19 de septiembre y el debate general, del 20 al 26 de septiembre. La página web, que se publicó en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas, superó las 100.000 páginas vistas durante medio mes en septiembre.

30. Los eventos de alto nivel durante la apertura del septuagésimo séptimo período de sesiones de la Asamblea General también contribuyeron a generar un intenso tráfico en línea hacia el sitio web emblemático sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que mantiene el Departamento, que solo en septiembre registró 3,5 millones de páginas vistas.

31. A pesar de que el segmento de apertura de alto nivel del septuagésimo séptimo período de sesiones de la Asamblea General coincidió con otros acontecimientos de alcance mundial, la participación en las plataformas de medios sociales de las Naciones Unidas estuvo a la altura de las tasas alcanzadas durante el mismo período en años anteriores. La participación en los medios sociales y el interés por el Momento ODS y la Cumbre sobre la Transformación de la Educación se vieron impulsados de forma considerable por la labor de difusión de figuras influyentes como la poeta y activista Amanda Gorman, el grupo musical Blackpink y la Premio Nobel de la Paz y Mensajera de la Paz Malala Yousafzai. Del 19 al 25 de septiembre, los contenidos de las figuras influyentes generaron unas 739.400 interacciones y cerca de 4,4 millones de visualizaciones de video. El discurso pronunciado por el Secretario General en la apertura del debate general dio lugar a alrededor de 1,4 millones de interacciones y 895.800 visualizaciones de video, y sus observaciones sobre el cambio climático y la necesidad de paz generaron respuestas vehementes de los usuarios.

32. El Departamento contribuyó además al segmento de alto nivel del septuagésimo séptimo período de sesiones de la Asamblea General al organizar un Área de Medios virtual sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la que se proyectaron videos

sobre la acción climática, la pérdida de biodiversidad y la tecnología digital para la educación proporcionados por organizaciones miembros del Pacto de Medios en pro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como un video con lo más destacado de 2022. Los medios de diversos países mostraron gran interés por el Área de Medios, en particular en China y el Japón.

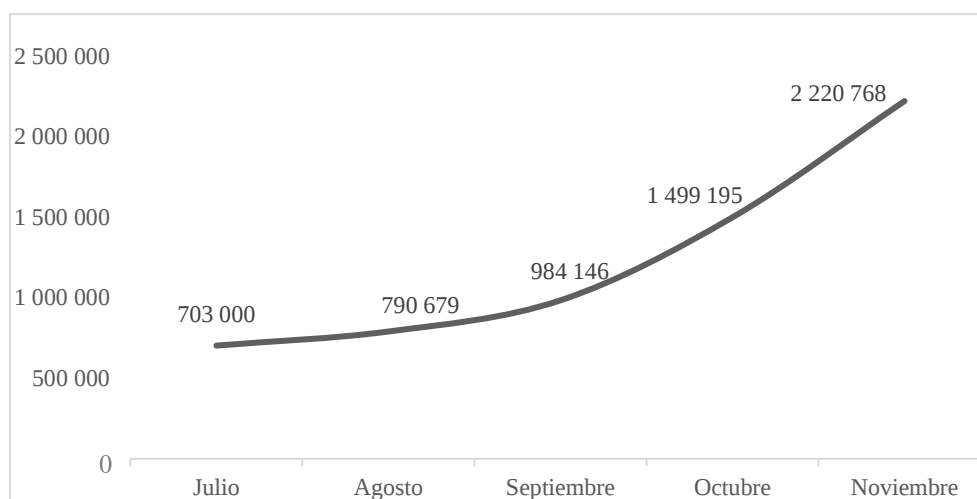
B. Acción climática

33. La acción climática siguió siendo una prioridad de comunicación para el Departamento y continuó suscitando gran interés en los medios de comunicación y en las plataformas digitales. Con el telón de fondo del empeoramiento de los desastres causados por fenómenos meteorológicos en todo el mundo, las declaraciones del Secretario General sobre la necesidad de adoptar medidas relacionadas con el clima tuvieron mucho eco en los medios impresos, audiovisuales y en línea y en los medios sociales, tanto su llamamiento a raíz de las inundaciones en el Pakistán a finales de agosto de 2022 como su propuesta de aplicar un impuesto sobre los beneficios de los combustibles fósiles, que planteó durante el segmento de alto nivel del septuagésimo séptimo período de sesiones de la Asamblea General, en septiembre, y sus observaciones en el 27º período de sesiones de la Conferencia de las Partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, celebrado del 6 al 20 de noviembre en Sharm el-Sheikh (Egipto).

34. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Sharm el-Sheikh contribuyó a un fuerte aumento de las visitas al sitio web sobre la acción climática de las Naciones Unidas que mantiene el Departamento, que acumuló más de 2,2 millones de páginas vistas en noviembre de 2022 (véase la figura I), frente a las 950.000 del mismo mes del año anterior.

Figura I

**Páginas vistas por mes en el sitio web sobre la acción climática
(julio a noviembre de 2022)**



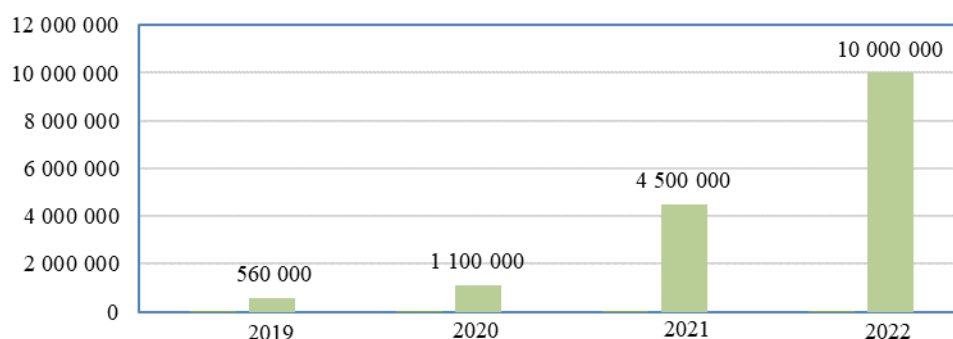
35. En el sitio web sobre la acción climática de las Naciones Unidas, el tráfico más intenso se registró durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Sharm el-Sheikh, con un incremento especialmente acusado entre los usuarios de la versión en árabe. Entre el 5 y el 21 de noviembre de 2022, el sitio web tuvo casi 1,4 millones de páginas vistas (810.000 en inglés, 256.000 en árabe, 236.000 en español, 43.000 en francés, 26.000 en chino y 14.000 en ruso), casi el triple de las 550.000 páginas vistas en el período comparable de 17 días del año anterior, durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Glasgow (Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte).

36. El Departamento envió a Sharm el-Sheikh un equipo multilingüe de la Sede de las Naciones Unidas y de los centros de información de las Naciones Unidas para llevar a cabo actividades de divulgación para los medios de comunicación y producir a diario videos, noticias y contenido para la web y los medios sociales. Los servicios de noticias y los principales medios de comunicación internacionales informaron ampliamente de las intervenciones del Secretario General en diversos actos de la Conferencia, como su discurso en la sesión de apertura de alto nivel, el 7 de noviembre, y su intervención en la presentación del informe del Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre los Compromisos de Cero Emisiones Netas de las Entidades No Estatales, el 8 de noviembre.

37. Con motivo de la Conferencia se produjeron diversos recursos multilingües en los medios sociales, incluidos videos, reels e historias de Instagram y otros productos en los que se destacaron mensajes prioritarios sobre la necesidad de una acción climática más ambiciosa. En esos contenidos se escucharon las opiniones sobre el clima de jóvenes de todo el mundo y se presentaron soluciones e innovaciones en ese ámbito. Se recurrió a influencers destacados para divulgar los mensajes sobre el clima, en particular para el público más joven, y se difundieron los contenidos de todo el sistema de las Naciones Unidas mediante tuits conjuntos y colaboraciones en Instagram. Más de un centenar de publicaciones sobre la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático obtuvieron buenos resultados en las plataformas de las Naciones Unidas y generaron un total de 300.000 interacciones.

38. Durante el período en cuestión, el Departamento siguió organizando campañas sobre el clima en los medios sociales. Desde junio de 2022, la campaña Actúa Ahora tiene mayor alcance gracias a su presencia en WhatsApp, que le permite enviar a destinatarios de todo el mundo mensajes automáticos con consejos para adoptar un estilo de vida más sostenible. A finales de 2022, la campaña Actúa Ahora había alcanzado el hito de 10 millones de acciones climáticas particulares registradas, frente a 4,5 millones a finales de 2021 (véase la figura II).

Figura II
Número acumulado de acciones climáticas particulares registradas a través de la campaña Actúa Ahora



39. Los centros de información de las Naciones Unidas también contribuyeron a movilizar la acción para el clima mediante campañas e iniciativas. En el Japón, el centro de información de las Naciones Unidas en Tokio colaboró con unos 130 asociados del Pacto de Medios en pro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para promover la campaña sobre el clima Promesa de 1,5 °C, cuyo objetivo es permitir que particulares y organizaciones cambien su comportamiento para mantener vivo el objetivo de limitar a 1,5 °C el aumento de la temperatura media mundial. El centro de información de Tokio también promocionó la campaña Promesa de 1,5 °C in situ en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Sharm el-Sheikh.

40. El centro de información de las Naciones Unidas en El Cairo tomó parte en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Sharm el-Sheikh, donde dirigió las actividades celebradas en el pabellón del equipo de las Naciones Unidas en Egipto y organizó, entre otras cosas, un programa de mesas redondas a lo largo de diez días, en consonancia con las jornadas temáticas de la Conferencia, en el que participaron al menos 16 organismos de las Naciones Unidas. Los actos se retransmitieron en directo a través de la página de Facebook de las Naciones Unidas en Egipto y pueden verse bajo demanda.

41. El centro de información de las Naciones Unidas en Pretoria colaboró con el Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas y el Foro Nacional de Editores de Sudáfrica en la organización, poco antes de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de Sharm el-Sheikh, de una mesa redonda de medios de comunicación dedicada al tema “La cobertura del cambio climático: informar, educar, persuadir e influir”, que se celebró el Día de las Naciones Unidas (24 de octubre).

42. El 2 de julio, el Servicio de Visitantes de la Oficina de las Naciones Unidas en Viena organizó juegos y actividades basadas en adaptaciones al alemán de los Superhéroes por la Acción Climática, una versión infantil de Actúa Ahora, en los que participaron más de 130 niños. El programa se llevó a cabo en colaboración con los juegos para las vacaciones estivales de 2022, un festival familiar organizado por la ciudad de Viena al que asistieron unas 10.000 personas.

43. El Centro Regional de Información de las Naciones Unidas para Europa Occidental en Bruselas y el centro de información de las Naciones Unidas en Río de Janeiro (Brasil) publicaron versiones en alemán y portugués de la página web (en inglés) sobre la acción climática, en las que se facilitaban directrices elaboradas por el Departamento acerca de la comunicación en materia de cambio climático. Las directrices, orientadas al público en general, ofrecían consejos para elaborar contenidos eficaces.

C. Derechos humanos

44. Durante el período que abarca el informe, el Departamento siguió trabajando en la campaña digital de las Naciones Unidas #NoAlOdio con el propósito de sensibilizar sobre el fenómeno mundial del discurso de odio y alentar al público a pronunciarse contra ese tipo de retórica. El sitio web multilingüe de las Naciones Unidas sobre el discurso de odio se mejoró en octubre de 2022 mediante la incorporación de nuevo material sobre los grupos vulnerables a ser blanco del odio y el discurso de odio. Se elaboraron mensajes prioritarios específicos en relación con acontecimientos como el Día Internacional para la Conmemoración y Dignificación de las Víctimas del Crimen de Genocidio y para la Prevención de ese Crimen (9 de diciembre) y el Día de los Derechos Humanos (10 de diciembre). Las cuentas mundiales de las Naciones Unidas en los medios sociales ofrecieron con regularidad contenidos en nueve idiomas —los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas más el hindi, el portugués y el suajili—, en particular en torno a momentos clave del calendario de las Naciones Unidas y cuando lo justificaron acontecimientos políticos o sociales. El contenido de la campaña #NoAlOdio publicado en las cuentas mundiales de las Naciones Unidas generó más de 420.000 interacciones y 485.000 visualizaciones de video en más de 320 publicaciones en distintas plataformas. La campaña se adaptó a las circunstancias de alrededor de 40 centros de información de las Naciones Unidas y entornos sobre el terreno.

D. Paz y seguridad

45. El Departamento aprovechó su gran presencia en los medios sociales, incluidas las cuentas institucionales de las Naciones Unidas, que tienen alrededor de 61 millones de seguidores en nueve idiomas, para informar en tiempo real a los usuarios de esos medios sobre la respuesta de las Naciones Unidas, tanto en la Sede como sobre el terreno, al conflicto armado en Ucrania. Las publicaciones de las Naciones Unidas relacionadas con el conflicto siguieron situándose entre las de más repercusión en los medios sociales en 2022, y los usuarios reaccionaron a los llamamientos en favor de la paz, la protección de los civiles y la necesidad de evitar una catástrofe nuclear.

46. El contenido relativo a la puesta en marcha en julio de la Iniciativa sobre el Transporte Seguro de Cereales y Productos Alimenticios desde los Puertos Ucranianos (Iniciativa sobre la Exportación de Cereales por el Mar Negro) tuvo una repercusión superior a la media en las plataformas de medios sociales de las Naciones Unidas, y las publicaciones al respecto se situaron entre las diez con más interacciones entre el 22 de julio y el 31 de agosto. El Departamento elaboró contenido en los medios sociales para explicar la Iniciativa y su impacto, entre otras cosas señalando a qué países se había enviado cereal. El Departamento seguirá destacando los buenos resultados de la iniciativa ante los usuarios de los medios sociales en nueve idiomas y en todas las plataformas de las Naciones Unidas.

47. La nota número 3 del Grupo de Respuesta Mundial a la Crisis de la Alimentación, la Energía y las Finanzas, dedicada al impacto mundial de la guerra en Ucrania y la crisis energética (“Global impact of war in Ukraine: energy crisis”) y presentada por el Secretario General el 3 de agosto, tuvo una amplia cobertura mediática, entre otros en medios destacados como *The New York Times*, la British Broadcasting Corporation (BBC), The Associated Press y *The Independent*. La nota se centraba en las perturbaciones del mercado mundial de la energía en el contexto del conflicto armado en Ucrania y pedía un impuesto sobre los beneficios extraordinarios de la industria de los combustibles fósiles, cuyas ganancias alcanzaron máximos históricos en 2021.

48. El 12 de octubre de 2022 se reanudó la cuarta fase de la campaña Servicio y Sacrificio, en la que se agradece a los países que aportan contingentes o fuerzas de policía su servicio en las operaciones de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz. En ella se incluyó a los siguientes países: Armenia, Gambia, Grecia, Liberia, Perú, Sierra Leona, Sudáfrica, Türkiye y Zimbabwe. El Departamento colaboró con los Estados Miembros y los medios de comunicación para promover la campaña, que tuvo un amplio seguimiento en los medios sociales, impresos y audiovisuales de todo el mundo, en particular en los países homenajeados. En las cuentas institucionales de las Naciones Unidas en los medios sociales, la campaña generó 144.000 interacciones entre el 12 de octubre y el 13 de diciembre. Desde que comenzó la campaña en 2018, se ha incluido en ella a 63 países. El Departamento también siguió colaborando con los centros de información de las Naciones Unidas y las oficinas del sistema de coordinadores residentes, en cooperación con las operaciones de mantenimiento de la paz, para poner de relieve la labor del personal de los distintos países que aportan contingentes y fuerzas de policía.

49. En noviembre, el Departamento celebró la octava edición del curso para personal de categoría superior de los organismos, fondos, programas y operaciones de mantenimiento de la paz de las Naciones Unidas sobre las comunicaciones en materia de explotación y abusos sexuales. Desde la primera edición, han participado en el curso unos 130 miembros del personal que han adquirido destrezas para comunicar sobre la explotación y los abusos sexuales de forma sensible y transparente, de acuerdo con el enfoque de las Naciones Unidas, centrado en la víctima.

50. Los días 3 y 4 de noviembre, el Departamento organizó el Seminario Internacional para los Medios de Comunicación sobre la Paz en Oriente Medio, de carácter anual, en el que se trataron los tres temas siguientes: honrar el legado de Shireen Abu Akleh: proteger a los periodistas que cubren el conflicto; historias olvidadas en el conflicto israelo-palestino: como las noticias políticas eclipsan la cobertura de los desafíos económicos; y jóvenes periodistas: oportunidades y desafíos.

51. El 31 de mayo, el Departamento anunció que su programa anual de capacitación de periodistas palestinos de radio, televisión y prensa escrita había pasado a llamarse Programa Shireen Abu Akleh de Formación de Periodistas Palestinos de Radio, Televisión y Prensa, en honor a la periodista palestinoestadounidense de Al-Jazeera que resultó muerta en el Territorio Palestino Ocupado el 11 de mayo. El programa de capacitación, que se celebró del 8 de noviembre al 9 de diciembre de 2022, proporcionó a seis periodistas palestinos de la Ribera Occidental, Gaza y la diáspora formación práctica en temas relacionados con los medios de comunicación y les brindó la oportunidad de conocer a fondo la labor de las Naciones Unidas.

E. África

52. A través de la revista digital *Africa Renewal*, su boletín mensual y sus plataformas de medios sociales en francés e inglés, así como de una selección de artículos publicados en el sitio web de la revista en chino y suajili, el Departamento continuó prestando apoyo en el ámbito de la comunicación al desarrollo social y económico y la paz y la seguridad en África, con contenidos que promocionaban la labor de la Unión Africana, la Oficina de la Asesora Especial sobre África, la Agencia de Desarrollo de la Unión Africana-Nueva Alianza para el Desarrollo de África y la Comisión Económica para África (CEPA).

53. Durante el período sobre el que se informa se trataron, entre otros temas, la acción contra la crisis climática, la promoción del comercio y el empoderamiento de

las mujeres y los jóvenes. En el marco de su labor previa a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de Sharm el-Sheikh, *Africa Renewal* presentó los conocimientos de mujeres africanas expertas en el clima a través de una serie de artículos de opinión sobre cuestiones como la justicia climática para las personas con discapacidad, el modo en que la acción climática en las ciudades africanas puede ayudar a resolver desigualdades históricas y el papel de las mujeres en favor de la seguridad hídrica y alimentaria para todos. Entre los expertos africanos entrevistados se encontraban el Presidente del Grupo del Banco Africano de Desarrollo, la Directora para África y Asesora Especial de los campeones de alto nivel para la acción climática y la Enviada Especial de la Unión Africana para la Juventud. La revista también publicó contribuciones de la Asesora Especial del Secretario General sobre África y del Director de la División de Tecnología, Cambio Climático y Gestión de los Recursos Naturales de la CEPA. La cobertura de la Conferencia incluyó entrevistas centradas en el clima con los coordinadores residentes de las Naciones Unidas en Egipto, el Gabón, Gambia, Madagascar y Rwanda.

54. Durante el período en cuestión, *Africa Renewal* concluyó su serie sobre la labor de las Representantes Permanentes africanas ante las Naciones Unidas con una entrevista a la Representante Permanente de Malawi.

55. La revista continuó haciendo un seguimiento de la aplicación del acuerdo sobre la Zona de Libre Comercio Continental Africana, incluida la presentación, en octubre de 2022, de la Iniciativa de Comercio Guiado, una iniciativa piloto en la que participan ocho países africanos —Camerún, Egipto, Ghana, Kenya, Mauricio, la República Unida de Tanzania, Rwanda y Túnez— con el propósito de poner a prueba la eficacia de las operaciones y políticas comerciales preferenciales acordadas. *Africa Renewal* también cubrió el segundo aniversario del inicio del libre comercio, el 1 de enero de 2023, y publicó un artículo sobre los beneficios ambientales de la Zona de Libre Comercio Continental Africana, que escribió el Jefe del Grupo Temático sobre la Integración Regional y la Zona de Libre Comercio Continental Africana de la Oficina Subregional para África Oriental de la CEPA.

56. En el marco de su cobertura de la Cumbre sobre la Transformación de la Educación, *Africa Renewal* entrevistó al Ministro de Educación de Sierra Leona y publicó los perfiles de tres docentes galardonados en Ghana.

57. Durante el período que abarca el informe, el servicio de agencia de noticias de *Africa Renewal* siguió ampliándose. Más de 130 medios de comunicación de 15 países (Côte d'Ivoire, Eritrea, Estados Unidos de América, Francia, Gabón, Ghana, Kenya, Lesotho, Namibia, Nigeria, Reino Unido, República Unida de Tanzania, Sierra Leona, Sudáfrica y Zimbabwe) volvieron a publicar unas 500 veces un total de 110 artículos de la revista, en francés, inglés y suajili.

58. El sitio web de *Africa Renewal* recibió una media de 158.855 visitas al mes, distribuidas casi por igual entre hombres y mujeres. El mayor número de visitantes (47,4 %) se dio en África, seguida de América del Norte (21,9 %) y Europa (15,8 %). Las personas de 18 a 24 años (30,5 %) fueron las que más visitaron el sitio web.

VI. Centros y servicios de información de las Naciones Unidas

A. Prestación de apoyo a las comunicaciones estratégicas y de crisis del sistema de las Naciones Unidas sobre el terreno

59. Los centros de información de las Naciones Unidas contribuyeron de manera fundamental a los esfuerzos del Departamento de Comunicación Global en pro de la adopción de un enfoque estratégico a nivel nacional que abordara de forma coordinada las prioridades de comunicación tanto locales como globales. Los centros de información aplicaron la estrategia de comunicación global dirigiendo los grupos de comunicaciones de las Naciones Unidas o participando en ellos en apoyo del Marco de Cooperación de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible, así como de otras campañas y cuestiones específicas. Por ejemplo, el centro de información en la Ciudad de México promovió una campaña que destacaba la labor de las Naciones Unidas en México. En respuesta a la crisis humanitaria provocada por las inundaciones en la provincia de Kwazulu-Natal (Sudáfrica), el centro de información en Pretoria elaboró y ejecutó un plan de comunicación de crisis para sensibilizar a la opinión pública sobre la difícil situación de las comunidades afectadas. A escala regional, el centro de información en Cambera organizó un retiro de planificación y formación de una semana para el Grupo de Comunicaciones de las Naciones Unidas en el Pacífico, en el que se crearon capacidades en los ámbitos de los medios sociales, la información errónea, la comunicación de crisis y las alianzas y se celebraron sesiones sobre la elaboración de un plan de trabajo bienal de prioridades comunes y mensajes clave para 2023-2024. También prestaron apoyo a las células de crisis creadas por el Departamento, por ejemplo, la oficina de las Naciones Unidas en Kyiv y los centros de información en Moscú y Ankara, que proporcionaron informes diarios a los medios de comunicación.

60. El Departamento y la Oficina de Coordinación del Desarrollo siguieron colaborando para reforzar la coordinación y planificación de las comunicaciones. Uno de los objetivos era garantizar la optimización de los procedimientos administrativos relacionados con la integración de 44 de los 59 centros de información para apoyar las comunicaciones de las oficinas sobre el terreno. Con ese propósito se comenzó a elaborar un marco de flujos de trabajo, funciones, responsabilidades y sistemas de tecnología de la información para los procesos administrativos entre los centros de información y la Oficina. En septiembre se celebró un retiro regional para 57 oficiales de comunicaciones de las Naciones Unidas de toda África y de la Oficina, en el que se trató la aplicación de la estrategia de comunicación global. El retiro tuvo lugar después de sendas sesiones regionales para América Latina y el Caribe y Europa y Asia Central.

B. Fortalecimiento de la capacidad de los centros de información de las Naciones Unidas

61. En mayo, el Departamento organizó en Ginebra un taller para los directores de sus 25 mayores centros de información; en noviembre, celebró otro en Viena para los directores de sus 34 centros de información más pequeños. El objetivo de los talleres era crear una red de comunicación global coherente e integrada que optimizara las estructuras y capacidades del Departamento sobre el terreno, ajustándolas a las necesidades de su estrategia de comunicación global. En los talleres se impartió formación interactiva sobre las dificultades de la comunicación y se celebraron sesiones de intercambio de ideas sobre la aplicación de la estrategia de comunicación global y las prioridades de comunicación a nivel local. Las sesiones también brindaron la oportunidad de evaluar el estado de la integración con las oficinas de los

coordinadores residentes y estudiar formas de mejorar la eficacia de las oficinas sobre el terreno. Los directores de los centros de información acordaron prestar apoyo directo a los funcionarios nacionales que dirigen los centros más pequeños, función de la que antes se ocupaba el Departamento, para contribuir a una mayor integración de las comunicaciones a escala nacional en una red mundial coherente y adaptada a las necesidades de comunicación estratégica y de crisis. Esa medida también debería ayudar a posicionar mejor a los directores de los centros de información para que proporcionen apoyo de alto nivel en materia de comunicación estratégica y de crisis a las oficinas de los coordinadores residentes en su región.

62. El Departamento, en colaboración con la Oficina de Coordinación del Desarrollo, también organizó seminarios web periódicos para los oficiales de comunicaciones de los centros de información, las oficinas de coordinadores residentes y los equipos en los países de todo el mundo. En 2022 se celebraron 21 seminarios web que contaron con una media de 136 participantes. En ellos se facilitó orientación estratégica sobre las prioridades de comunicación anuales y mensuales y sobre las campañas de comunicación global y se crearon capacidades en ámbitos como los medios sociales, la comunicación de crisis, la narración y el periodismo de soluciones. El Departamento dedicó otros 13 seminarios web a la creación de capacidades administrativas y programáticas para todo el personal de sus oficinas sobre el terreno.

C. Promover el multilingüismo

63. Durante el período en cuestión, se mantuvo informado al público de todo el mundo sobre aspectos clave de la labor de las Naciones Unidas por medio de los esfuerzos de base de los centros de información de las Naciones Unidas —que cada vez producen, traducen y adaptan más material informativo y celebran más sesiones informativas en línea y presenciales—, de las conferencias del Modelo de las Naciones Unidas y de las campañas en los medios sociales en los idiomas locales. Los centros de información elaboraron o tradujeron materiales en 134 idiomas, un aumento de más del 100 % en comparación con los 66 idiomas en los que se trabajó en 2017. Alrededor del 90 % de esos idiomas eran lenguas indígenas de África, Asia y América, lo que demuestra que los centros han hecho esfuerzos concertados para llegar a las poblaciones de algunos de los grupos más diversos y vulnerables.

64. La interpretación simultánea y en lengua de señas también se han convertido en herramientas cada vez más eficaces para llegar a públicos más amplios. El centro de información de Katmandú, por ejemplo, ofreció interpretación en la lengua de señas nepalesa durante las celebraciones del Día Internacional de la Juventud (12 de agosto).

65. Para alcanzar el objetivo del multilingüismo, los centros de información de las Naciones Unidas cooperan a menudo con asociados externos. Por ejemplo, el Centro Regional de Información de las Naciones Unidas para Europa Occidental, con sede en Bruselas, administró sitios web en 13 idiomas con el apoyo de universidades locales y actores de la sociedad civil, que ayudaron con las traducciones. El centro de información de Beirut siguió colaborando con Radio Liban en un programa semanal de entrevistas en directo en árabe, “Hawa El Shabeb”, dirigido al público joven. El centro también se asoció con deportistas profesionales del Líbano y de la región para su serie de podcasts #TheUrbanAthletePodcast, que incluyó un episodio especial sobre la Copa del Mundo en el que se habló de la iniciativa de las Naciones Unidas Football for the Goals. El deporte también fue protagonista en una campaña piloto en árabe en los medios sociales que el centro de información en Rabat puso en marcha en noviembre para hacer frente al discurso de odio. El centro de información en Dacca colaboró con la Bangladesh NGOs Network for Radio and Communication para

difundir información de las Naciones Unidas en bengalí, incluida una traducción a ese idioma del mensaje del Secretario General con motivo del Día Internacional del Aire Limpio por un cielo azul (7 de septiembre), que se distribuyó a 18 emisoras de radio comunitarias.

D. Innovar para llegar a públicos amplios y diversos y movilizarlos

66. Durante el período que abarca el informe, los centros de información de las Naciones Unidas colaboraron de manera estrecha e innovadora con los equipos de las Naciones Unidas en los países, las oficinas de los coordinadores residentes y los organismos especializados, así como con Gobiernos y otros asociados de la sociedad civil, para dar a conocer la labor y las prioridades de comunicación de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

67. En el Día de las Naciones Unidas (24 de octubre), el centro de información en la Ciudad de México colaboró con el Coordinador Residente en México y con representantes de varios organismos de las Naciones Unidas para producir contenidos sobre los Objetivos que emitieron las 1.600 emisoras de radio de *La Hora Nacional*, un programa radiofónico nacional de servicio público que se emite en emisoras públicas y privadas. Al mismo tiempo, el centro de información facilitó la publicación de un artículo de opinión del Coordinador Residente en el periódico *El Universal*, que tiene más de 40 millones de lectores. El artículo, titulado “Una agenda común para rescatar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y forjar un nuevo pacto mundial”, también se publicó en los medios sociales de *El Universal*, donde dio lugar a 2.000 interacciones. Del mismo modo, para dar a conocer los Objetivos en el Camerún, el centro de información de Yaundé y el equipo en el país, en colaboración con el consejo municipal de Buea, capital de la región de Sudoeste, y la asociación Jeunes en Action pour le Développement Durable, organizó una serie de actividades sobre la Semana Mundial de Acción por los ODS de 2022 (#Act4SDGs). Entre las actividades cabe destacar el *plogging* (que combina la carrera a pie con la recogida de basura), la capacitación impartida a autoridades municipales y jóvenes voluntarios sobre cómo adaptar los Objetivos a la realidad local, la organización de competiciones interuniversitarias y la formación en proyectos sostenibles destinada a reclusos para la vida fuera de la cárcel. Además, en septiembre, el centro de información organizó una jornada de puertas abiertas sobre desarrollo sostenible en la que participaron unas 15 asociaciones juveniles que trabajaban en proyectos de desarrollo.

68. En octubre, la oficina de las Naciones Unidas en Taskent, con la colaboración de la Universidad Internacional Westminster de la capital, la organización no gubernamental Yuksalish, la Academia de Arte de Uzbekistán y las entidades del sistema de las Naciones Unidas presentes en el país, organizó una exposición de más de 90 obras de arte creadas por estudiantes de 16 universidades. A la exposición, que incluía pinturas, instalaciones visuales y fotografías que promocionaban los Objetivos, asistieron altos funcionarios del Gobierno, senadores, parlamentarios y representantes de la comunidad internacional y la sociedad civil. La Academia de Arte tiene previsto organizar otras exposiciones relacionadas con los Objetivos en 2023.

69. En octubre, en colaboración con el grupo de comunicaciones de las Naciones Unidas en el Líbano, el centro de información en Beirut llevó a cabo un experimento social con vistas a informar a la ciudadanía sobre el hambre y la inseguridad alimentaria extremas que sufría aproximadamente el 25 % de la población libanesa. En el experimento, un camión de reparto de alimentos especial ofrecía un descuento del 75 %. Cuando se les entregó solo una ínfima parte de su pedido, en un primer momento muchos clientes se indignaron y exigieron que les devolvieran el dinero; tras tomar conciencia de la situación a la que se enfrentan numerosos libaneses,

muchos se arrepintieron y avergonzaron de su reacción inicial. El video de la actividad se publicó en las cuentas de las Naciones Unidas en los medios sociales y dio lugar a casi 40.000 interacciones.

70. En Namibia, el centro de información en Windhoek promovió la educación de calidad y la igualdad de género por medio de la iniciativa Connected African Girls Coding Camp. Se trata de un campamento de capacitación híbrido en el que participaron presencialmente 100 mujeres y niñas namibias de entre 12 y 25 años, a las que se sumaron virtualmente centenares más procedentes de todo el continente africano. El objetivo era dotar a las participantes de destrezas básicas, especialmente en esferas tecnológicas. El centro de información, que colaboró con la CEPA en asociación con el Gobierno de Namibia, la Oficina del Coordinador Residente, la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU-Mujeres), la Unión Internacional de Telecomunicaciones y Telecom Namibia, contribuyó al evento programando entrevistas con los medios de comunicación, prestando apoyo en materia de imagen de marca y comunicaciones *in situ* y elaborando contenidos para los medios sociales.

71. En el Brasil, el 7 de agosto, el centro de información en Río de Janeiro inició una nueva fase de la campaña ParaCadaUma (“para cada una”) de la iniciativa Verificado, con la que se proponía concienciar sobre el Objetivo 5 (lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas) y los devastadores efectos de la violencia contra las mujeres y las niñas tras la pandemia de COVID-19. El centro de información, en colaboración con personalidades locales, proyectó los nombres de mujeres afectadas por la violencia sobre la emblemática estatua del Cristo Redentor que domina la ciudad. El acto se retransmitió en directo a través de los medios sociales, y el centro de información produjo un video para Instagram que generó 125.796 visualizaciones y al que reaccionaron 12.849 usuarios. El centro de información también colaboró con las autoridades locales de transporte público para colocar elementos gráficos de la campaña en las puertas de los trenes y el metro y emitir videos de la campaña en los monitores de los medios de transporte. Se calcula que el material promocional llegó diariamente a 1,8 millones de usuarios.

72. Además, para hacer hincapié en la necesidad de poner fin a la violencia contra las mujeres, el centro de información colaboró con el Museo de Arte de Río, el Museo del Mañana y el Teatro Amazonas, cuyos edificios iluminó en el marco de la campaña nacional denominada Agosto Lila. Las instituciones también difundieron la etiqueta #ParaCadaUma de la iniciativa Verificado en sus plataformas de medios sociales. Asimismo, se distribuyó material promocional conexo en el metro ligero de Río de Janeiro, en un carril bici de São Paulo y a través de los monitores de Eletromidia ubicados en edificios comerciales y residenciales. El centro de información colaboró con otros organismos de las Naciones Unidas y con diez figuras brasileñas influyentes del ámbito digital, defensores de los derechos de la mujer en particular, para promover la campaña Agosto Lila en sus diversas plataformas de medios sociales, donde varias publicaciones tuvieron más de 100.000 vistas.

73. Los centros de información de las Naciones Unidas se esforzaron por concienciar sobre la degradación ambiental. El Centro Regional de Información de las Naciones Unidas para Europa Occidental colaboró con Junk Kouture, el mayor concurso de moda sostenible del mundo, en una competición mundial en la que se retó a los participantes de entre 13 y 18 años a que crearan prendas utilizando únicamente materiales reciclados. En el marco de esa colaboración, cuatro estudiantes adolescentes que vestían prendas confeccionadas con “basura” hicieron una presentación ante una audiencia formada por directores generales de empresas del sector durante la cumbre Brand Licensing Europe 2022, celebrada en Londres en septiembre. En noviembre, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio

Climático celebrada en Sharm el-Sheikh, el Centro Regional de Información facilitó un debate sobre la campaña #YouthLead Climate Takeover entre la Enviada del Secretario General para la Juventud y el director general de Junk Kouture. Al debate asistieron 1.400 estudiantes, educadores y representantes de empresas.

74. En septiembre, el Servicio de Información de las Naciones Unidas en Viena colaboró con la Plataforma Juvenil Austríaca para el Medio Ambiente (Jugend-Umwelt-Plattform JUMP) en la organización de dos talleres al aire libre para niños de primaria en Bratislava y Viena, como seguimiento de la Conferencia de las Naciones Unidas para Apoyar la Implementación del Objetivo de Desarrollo Sostenible 14: “Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible”. En los talleres, los niños tuvieron ocasión de comprender la importancia de proteger los ríos y los ecosistemas acuáticos recogiendo materiales naturales y basura de las riberas que luego se utilizaron para crear obras de arte. El Servicio de Información produjo un video y un reportaje sobre los talleres y los promocionó en sus plataformas de medios sociales.

75. La promoción de los días internacionales de las Naciones Unidas brindó a los centros de información la oportunidad de colaborar con múltiples interesados para tratar preocupaciones específicas de los Estados Miembros. En Madagascar, el centro de información en Antananarivo colaboró con el Coordinador Residente para promover el Día Internacional para la Reducción del Riesgo de Desastres (13 de octubre) en Mananjary, una zona gravemente afectada por el cambio climático. El equipo organizó actividades educativas sobre la mitigación de los efectos del cambio climático, entre ellas conferencias en escuelas y un debate público, como parte de la campaña Actúa Ahora, e instaló puestos de información por toda la ciudad que atendieron a cerca de 10.000 visitantes en un solo día. Veintitrés medios de comunicación —10 emisoras de radio, 8 cadenas de televisión y 5 periódicos— cubrieron el Día Internacional. El equipo también visitó la ciudad de Fianarantsoa, donde organizó una actividad de divulgación en una escuela local para concienciar sobre el Objetivo 3 (garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades) y el Objetivo 6 (garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos). Asistieron al acto más de 5.000 personas, entre ellas altos funcionarios y representantes de la sociedad civil.

76. En Nepal, con motivo del Día Internacional de las Montañas (11 de diciembre), el centro de información de Katmandú apoyó la Iniciativa Transfronteriza sobre el Tercer Polo organizada por cinco oficinas de las Naciones Unidas en los países en colaboración con el Centro Internacional para el Aprovechamiento Integrado de las Montañas. El propósito de la iniciativa era establecer una alianza entre las oficinas de las Naciones Unidas en Bangladesh, Bhután, la India, Nepal y el Pakistán y armonizar el trabajo de las Naciones Unidas en materia de acción climática, respuesta a los desastres y preparación para emergencias. Además, el grupo colaboró en labores de promoción centradas en el Objetivo 2 (hambre cero), el Objetivo 11 (lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles) y el Objetivo 13 (adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos). Las actividades, que se promocionaron en los medios sociales, incluyeron una cumbre juvenil virtual, un concurso de arte y una mesa redonda virtual.

77. Con motivo del Día de los Derechos Humanos (10 de diciembre) y del inicio del 75º aniversario de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que se conmemorará en 2023, los centros de información en Buyumbura (Burundi), Dar es-Salam (República Unida de Tanzania), Katmandú, Lagos (Nigeria), Río de Janeiro (Brasil), Viena y Rangún (Myanmar) organizaron junto a diversos asociados actos que abarcaron desde sesiones

informativas con estudiantes y medios de comunicación hasta mesas redondas y concursos de arte.

VII. Conclusión

78. El Departamento de Comunicación Global continuará dirigiendo y apoyando las respuestas en materia de comunicaciones de crisis a nivel nacional y mundial. Además, su red de centros de información de las Naciones Unidas y oficinas de coordinadores residentes se integrará aún más en la coordinación de las comunicaciones de crisis. En el marco de esa labor se impartirá capacitación y orientación actualizada sobre cuestiones de reputación, entre otros temas, para ayudar a mitigar el riesgo y mejorar la capacidad general del Departamento para responder a las crisis.

79. Mientras continúa adaptando su trabajo a la estrategia de comunicación global de las Naciones Unidas y armonizándolo con ella, el Departamento también ampliará sus actividades encaminadas a combatir la propagación de la información errónea y la desinformación. La iniciativa Verificado seguirá proporcionando información vital a escala nacional y comunitaria a las personas afectadas por la pandemia de COVID-19, con vistas a desmentir los mitos habituales sobre la enfermedad y animar a la población, especialmente a los adultos mayores, a que se vacune. La iniciativa Verificado también está ampliando su alcance para hacer frente a la información errónea y la desinformación sobre asuntos como la emergencia climática y el discurso de odio.

80. El Departamento seguirá impulsando campañas multilingües de comunicación estratégica, en particular sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la acción climática y la lucha contra el discurso de odio, a fin de fomentar la implicación del público mundial en las prioridades de las Naciones Unidas y animar a los interesados a que formen parte de las soluciones. La estrecha coordinación entre la Sede de las Naciones Unidas y la red de centros de información de las Naciones Unidas será fundamental para concebir y ejecutar campañas por medio de mensajes específicos y contenidos adaptados a los contextos nacionales y facilitados en formatos multilingües.

81. Los centros de información de las Naciones Unidas seguirán desempeñando un papel fundamental en la aplicación de las estrategias de comunicación, papel que se ha visto reforzado por su integración en el sistema de coordinadores residentes. Mediante el trabajo coordinado de sus centros de información y una colaboración más estrecha entre la Sede y las oficinas sobre el terreno, el Departamento seguirá atrayendo al público local y mundial e informándolo sobre las prioridades de las Naciones Unidas.