

THIRD PARTY ACTORS



Directora Central de Prensa

Estimados Delegados,
¡Bienvenidos al comité de Third Party Actors del PUCP-MUN 2019!

Mi nombre es Diana Pizarro Silva, y en esta oportunidad me encuentro complacida en poder ser parte de esta grata experiencia como su Directora Central de Prensa. Es un honor poder guiarlos y compartir la labor de evaluarlos junto a personas capacitadas e idóneas como lo son Juan Takehara, Luis Tarabay, Diego Du Pont y Gonzalo Borda.

A fin de que puedan conocerme un poco, les cuento que soy estudiante de la Facultad de Derecho de la Universidad de San Martín de Porres y acabo de culminar el 10mo ciclo de la especialidad de Derecho Corporativo, es decir, en 1 año culmino la carrera; y respecto a ello, solo puedo confesar que tengo una relación amor-odio con el Derecho porque se sufre, pero me encanta aprender. Actualmente realizo mis prácticas preprofesionales en el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – OSCE, lugar en el que se aprende y se trabaja mucho. ¡Es lindo servir al país!

Aunado a ello, soy miembro del Centro de Estudios de Derecho Internacional Público (CEDIP) de la Universidad de San Martín de Porres y mi experiencia en Modelos de Naciones Unidas comenzó cuando ingresé a la Delegación USMP MUN. Mi primera participación en un MUN fue como delegada en el comité de Prensa universitaria en el PUCP MUN 2017. Asimismo, he tenido la oportunidad de ser Directora Adjunta del comité de Prensa en el III USMP MUN y en el PUCP MUN 2018. Además, he formado parte del equipo organizador en el IV USMP MUN como Jefa del Área de Prensa y Marketing.

Ustedes se preguntarán por qué elegí participar en prensa siendo estudiante de derecho, y la respuesta es sencilla: porque me gusta. Considero que los medios de prensa cumplen un rol fundamental y gracias a la globalización, han permitido que las noticias puedan difundirse a cualquier parte del mundo, en cuestión de segundos. Los medios de prensa tienen el poder de informar los acontecimientos que se manifiestan alrededor del mundo como atentados terroristas, desastres naturales, efectos del cambio climático y cuando se presentan tensiones internacionales entre los Estados Miembros de la ONU.

En ese sentido, los delegados de nuestro comité deberán adoptar la postura ideológica y el estilo informativo del medio de prensa o de la organización no gubernamental que representan, cumpliendo los principios y valores, y considerándolos al momento de realizar sus recursos informativos como notas de prensa, updates, videos, entre otros. Ustedes deberán tener conocimiento de todos los temas a debatir en los distintos comités, y estar atentos a aquellos acontecimientos o acciones que puedan ser trascendentes para el rumbo del comité. Ser corresponsal de un medio de prensa requiere responsabilidad, capacidad de análisis y muchísima dedicación.

Lo que esperamos de ustedes, es que puedan disfrutar de esta experiencia, siendo creativos y sintiendo la pasión por el periodismo, como lo hacía el recordado y querido Daniel Peredo. ¡Un gol más va a haber!

¡Éxitos para todos! Si requieren información o tengan alguna consulta, no duden en escribirme a mi correo personal dianapizarrosilva@gmail.com.

¡Nos vemos en el PUCP-MUN 2019! ☺

Director Adjunto de Prensa Universitarios

Bienvenidos:

Mi nombre es Luis Fernando Tarabay y en esta ocasión, junto a Juan Takehara y Diana Pizarro, seré el director adjunto de Prensa para el PUCP MUN 2019. Como algunos de ustedes, yo empecé en prensa el 2016 en este MUN, y también bajo la supervisión de Takehara. En mi experiencia como delegado y como miembro de mesa directiva, aprendí que no solo estamos para calificar su desempeño, sino también para ayudarles a aprender todo el mundo de este comité.

Con respecto a lo que espero de ustedes y lo que evaluaré, quisiera que ustedes, junto a nosotros, mantengamos un ambiente diplomático y de confianza entre todos. Así mismo, deseo que cumplan las reglas a cabalidad, sobre todo en la puntualidad de la entrega de los productos y en no cometer plagio. Basado en mis años como delegado, sugiero que estén abiertos a trabajar en equipo y demostrar así sus habilidades en negociación y liderazgo. Por último, una de las cosas que más me fascinan del comité de prensa es que es el comité perfecto para demostrar la creatividad de los delegados, así que apreciaré todos los productos innovadores que hagan.

Sin más que añadir, espero su pronta llegada a nuestro comité.

Director Adjunto de Prensa Escolares

¡Hola a todos! Bienvenidos a PUCP MUN 2019. Mi nombre es Diego Du Pont y en esta oportunidad seré su director adjunto en prensa.

Quisiera que se sientan un poco familiarizados conmigo y con la vocación que tengo por este comité. He trabajado en periodismo deportivo desde los 15 años y desde ese entonces he pasado por diversas mesas de redacción en revistas virtuales. Además de ello tuve la oportunidad de realizar periodismo radial desde los 14. En la actualidad tengo un programa en la radio de la universidad y he realizado podcasts sobre fútbol americano, que es uno de mis deportes favoritos junto al fútbol europeo.

Hoy en día curso el quinto ciclo de periodismo en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Mi interés por el MUN inició desde que era un alumno escolar como ustedes, pero el participar no se concretó hasta el 2017, cuando por primera vez participé en esta conferencia. Si bien mi primer acercamiento no se dió en un comité de prensa, este siempre fue mi prioridad, pues es la carrera que estudio. Esto se cumplió cuando conseguí un Diplomacy Award en el comité de prensa en la conferencia llevada a cabo el año pasado, representando a *El Universal de Venezuela*. Además de ello, he sido delegado en otros comités como Crisis, HGA y Security Council; sin embargo, el comité de prensa es el que ha captado toda mi atención y en el que he logrado especializarme. Por ello, espero que este comité muestre el mismo esfuerzo e interés para que esta dinámica sea enriquecedora tanto para ustedes, como para mí como director.

La labor de realizar un update, la importancia de informar sobre los últimos acontecimientos y lo que está pasando en cada uno de los otros comités, junto con el trabajo en equipo, son las principales cosas que se deben rescatar. El comité de prensa es central y me gustaría que cada uno de los delegados sintiera que, como alguna vez me dijo un profesor, *“en lugar de jugar a hacer periodismo, siente que estás haciendo periodismo”*. La esencia de este comité debe ser el compañerismo y la ética, trabajar de manera correcta. Independientemente de la competencia, se trata de crear lazos para que la información llegue adecuadamente a todos y que, al momento de hacerlo sientan que están en una mesa de redacción real. De todo esto, quiero que comprendan, que lo más importante es actuar con verdad.

Espero que en la conferencia y a través del comité encuentren la pasión y empeño de la labor de un periodista, donde cada uno de nosotros daremos todo para lograr mantener y mejorar la dinámica del MUN. Solo de esta forma todos saldremos aprendiendo, no solo aspectos de contenido y práctica en periodismo, sino también, experiencias que guardarán en su memoria y que mejorarán sus habilidades intrapersonales.

¿Están emocionados por comenzar? ¡Los espero en la conferencia y mucha suerte a todos!
Para cualquier mayor información, pueden escribirme a diego.dupontg@pucp.edu.pe

Director para Organizaciones No Gubernamentales

Bienvenido al Modelo de las Naciones Unidas de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Mi nombre es Gonzalo Borda Velásquez y es un placer para mí servir de Director de ONGs en el comité de Third Party Actors del PUCPMUN 2019. Actualmente me encuentro estudiando la carrera de Comunicación para el Desarrollo en esta misma casa de estudios. He estado participando en MUN desde el 2016, teniendo una mención en Prensa Crisis el 2017. No quería esperar más para agradecer su participación en este Modelo, y espero su mejor esfuerzo que genere una dinámica de trabajo constante y divertida.

El comité de Third Party Actors representa una nueva dinámica dentro de los MUNs, ya que introduce a los delegados a un rol diferente dentro de los comités, donde pueden tener un papel activo en más de uno de ellos, asegurándose de que los intereses y valores de las personas están siendo velados en las decisiones que se toman dentro de los distintos comités.

Ustedes, como reporteros, deben combatir el fenómeno de las fake news y deberán actuar como el nexo entre los gobiernos representados en los diferentes comités, y los intereses de la población, además de asegurar la transparencia y equidad dentro del debate. Del mismo modo, como representantes de ONGs buscan generar el mayor apoyo para la población en vulnerabilidad dentro del círculo de debate que la ONU permite. Podrán no tener voto dentro de las asambleas, sin embargo, ustedes representan la **voz** de muchas poblaciones. Dentro de los comités serán los artífices del dinamismo de las mesas que les toque acudir. Esto será fundamental para el proceso de evaluación de su desempeño a lo largo de todo el evento.

Esperamos que para esta edición vengan con las mayores ganas de escribir artículos de calidad, tomar muchas fotografías, videos y generar contenido creativo de calidad.

Quisiera recordarles, además, que en estos días no es solamente de competir, sino también de proponer soluciones a los problemas de hoy y confraternizar con jóvenes que – al igual que tú – tienen el deseo de conseguir un mundo más justo y próspero. ¡Disfruta el debate, la competición y tu estadía en la PUCP!

¡Nos vemos muy pronto!
Gonzalo Borda

Introducción al Comité

La libertad de expresión y la facilidad con la que nos conectamos en la actualidad ha hecho que las noticias lleguen con mayor rapidez y que las personas nos encontremos más conectados con lo que ocurre en diversas partes del mundo. A través de los distintos medios de prensa, esta información pretende ser lo más clara, concisa, verídica e imparcial posible. Por otro lado, las Organizaciones No Gubernamentales se han posicionado como herramientas al servicio de los derechos humanos, haciendo seguimiento a la normas y acciones gubernamentales intentando orientar las mismas al respeto irrestricto de la protección de las personas. A través de reportes o estudios a distancia o in situ, las ONGs buscan proteger o evidenciar vulneraciones a los derechos humanos o excesos durante conflictos armados.

Es por ello por lo que, hoy por hoy, el comité Third Party Actors se ha vuelto una herramienta fundamental para una conducción más dinámica en los debates debido al involucramiento constante que tanto los medios de prensa y ONGs tendrán durante los días de la competencia.

Por un lado, los medios de prensa, a través de notas de prensa, updates y noticias, podrán involucrarse directamente en el debate, dinamizando o cambiando el rumbo de las políticas y negociaciones entre Estados. Asimismo, las ONGs podrán ser parte de la conducción del debate a través de discursos, entrevistas o conversaciones con los Estados con la finalidad de expresar las principales preocupaciones que puedan surgir durante las sesiones.

Dinámica de los Medios de Prensa y ONG's

Respecto a la dinámica de este comité, los delegados que representen a medios de prensa y ONG's, deberán adoptar la ideología, postura política y religiosa correspondiente. Asimismo, el estilo de redacción y el formato que utilice el medio de prensa deberá ser considerado al momento de reproducir sus recursos informativos.

Los delegados podrán ingresar a los comités, siempre que cuenten con la previa autorización de los Directores de cada comité, con el fin de no interrumpir la sesión de debate. Dentro de cada comité, ustedes podrán recolectar información que les servirá para la elaboración de sus notas de prensa, artículos, reportajes, updates, entre otros. Asimismo, está permitido realizar fotografías para los delegados de nuestro comité dentro de los comités de debate, a fin de que puedan hacer actualizaciones en su Página de Facebook.

En cuanto a los updates, éstos son noticias que ustedes inventarán con el fin de generar mayor dinamismo en el comité, romper bloques o incluso, fortalecerlos. Es por ello, que ustedes delegados deberán estar atentos a los acontecimientos a fin de poder crear updates acordes a los temas que se estén desarrollando.

En cuanto a los Organismos No Gubernamentales, éstos han existido en diversas formas por siglos. Sin embargo, tuvieron un prominente crecimiento a inicios del siglo XX. Las ONGs son reconocidas como actores clave en las áreas de Desarrollo, Derechos Humanos, Acción Humanitaria, Medio ambiente, Género, Educación, entre otras.

Son conocidas por dos actividades en ocasiones relacionadas: El apoyo a poblaciones en vulnerabilidad y la promoción de políticas y campañas públicas en la búsqueda del cambio social. Las ONGs son activas en una gran variedad de roles, incluyendo política, comunicación y manejo de conflictos sociales, Derechos laborales, Cultura, Investigación, Activismo ambiental, democracia y participación.

Como delegados, tendrán la oportunidad de debatir con otras ONGs acerca de la participación y el impacto que pueden tener en la sociedad. Tendrás la oportunidad de demostrar tu intento de ayudar a los demás a generar un desarrollo más sostenible.

Recursos Informativos

A. Notas de Prensa y Artículos de Opinión

Los delegados deberán recolectar información que les sea necesaria para la elaboración de sus notas de prensa y artículos de opinión, teniendo en consideración la ideología, postura política o religiosa del medio u ONG que representen, así como la línea informativa.

B. Stand Up o Reportaje del día

Los delegados deberán elaborar un video como resumen de las noticias cubiertas en el día, llamado "Stand Up". Además de aquel video, los delegados tendrán la libertad de realizar videos para noticias individuales, así como para las entrevistas. No es necesario usar programas de edición sofisticados, pero sí será necesario que el producto presentado sea de calidad, dentro de sus habilidades.

C. Updates

Conforme a lo mencionado, los delegados deberán elaborar noticias que puedan involucrar a actores o Estados que tengan un protagonismo en el desarrollo del debate, a fin de lograr un dinamismo en el comité. Es recomendable que se utilicen cifras, nombres de presidentes u estados involucrados, a fin de acercar a la realidad el update.

Para la presentación del update en el comité, éste deberá ser revisado previamente por los Directores de Prensa, así como autorizados por los directores del comité en donde se llevará a cabo el update.

Asimismo, cabe precisar que para los updates se pueden elaborar videos para subirlos a las redes sociales de los medios creados por los delegados; sin embargo, la proyección de estos en los comités a los que deben de llevar el update queda a criterio de dicha mesa directiva.

D. Conferencias de prensa

Los medios de prensa pueden asistir a conferencias de prensa brindadas por delegados de diferentes comités. No obstante, para que una conferencia pueda ser realizada debe haber al menos cuatro medios (o los designados por la mesa) y debe estar debidamente establecido en un horario.

E. Entrevistas

Dependiendo del medio asignado, se pueden realizar las entrevistas escritas y/o en videos. En caso de que sea una entrevista escrita para un diario, se sugiere adjuntar fotos del entrevistado durante las preguntas o durante el debate, en su debido formato. Por el contrario, si el medio adjudicado usa predominantemente videos, la evaluación de las entrevistas también abarcará la fidelidad al formato original.

F. Infografía, historietas o caricaturas

Algunos medios de prensa u ONG's requieren el uso de infografías, por lo cual se espera que cumplan con la fidelidad del medio original en cuestión, así como los demás criterios anteriormente explicados. En caso de que el medio de prensa u ONG no use predominantemente los mencionados recursos informativos, será bienvenido el uso de estos.

Respecto a las historietas o caricaturas, también pueden ser usadas si es que son pertinentes al medio y a la situación en cuestión. En caso de que no sean de producción original, se deberá citar correctamente para evitar cometer plagio.

G. Uso de redes sociales (Facebook y YouTube)

El uso de redes sociales es un buen método para publicitar el material informativo elaborado, además del hecho que pueden seguir el estilo que posee cada medio. Todos los delegados deberán contar con su página de Facebook a fin de publicar fotos, acontecimientos importantes, replicar los videos elaborados en su canal de Youtube, así como compartir el enlace de la página que contiene las notas de prensa o artículos.

Con respecto a YouTube, los videos publicados deben de tener una correcta edición y la más fiel posible al medio original. Como se mencionó en la sección de videos, la calidad de estos y el formato estará en calificación.

Para evitar contratiempos y malentendidos, los títulos de los canales y páginas deben de mencionar el nombre del medio, así como agregar "PUCP MUN 2019".

Todas las redes deben de reportarse a los directores para su evaluación correspondiente.

Recomendaciones Generales

A. Puntualidad

La puntualidad será uno de los puntos importantes a tomar en cuenta en la conferencia. Se pedirá que los delegados se encuentren en el salón de prensa aproximadamente quince minutos como mínimo antes del inicio de la sesión.

Así mismo, la entrega de los productos informativos no tendrá ninguna prórroga, a menos que sea notificado previamente.

B. Acceso al Comité

Los delegados podrán acceder a los comités de debate, con previa autorización de la mesa directiva del comité que deseen cubrir. Es recomendable que elaboren en una tarjeta u hoja pequeña, su solicitud de ingreso al comité conteniendo su nombre y el diario u ONG que representan.

Asimismo, nuestro comité contará con una sala de prensa, en la cual los delegados podrán dejar sus equipos y objetos de trabajo durante la conferencia.

C. Código de Vestimenta

El código de vestimenta es formal, de acuerdo con la organización. Asimismo, en caso requieran personificar a su medio de prensa u ONG, bienvenido sea.

Se recomienda no utilizar zapatos con taco, ello en virtud de agilizar el trayecto entre los salones de debate.

D. Uso de Laptops/Cámaras

Debido a la movilidad del comité, cada uno de los delegados debe contar con un Smartphone para poder acceder a las cuentas de su medio, como de contacto con el staff. No obstante, el uso del celular dentro de los otros comités se encuentra prohibido, por lo que se sugiere que se use fuera de ellas o en los pasillos. Se recomienda que cada delegado pueda poseer una laptop para el desarrollo de su trabajo; sin embargo, el uso de este se encuentra limitado al salón de prensa. Finalmente, cada delegado debe tener también su cámara digital para cubrir cualquier suceso inesperado durante la conferencia.

E. Conocimiento de Temas

Se espera que cada uno de los delegados pueda conocer también, de manera general, los temas de los otros comités de la conferencia. De esta manera, el delegado puede establecer una mayor actuación dentro de su competencia.

F. Lenguaje

Si bien existen medios con emisiones en inglés o en su idioma original, durante la conferencia, el medio presentará sus reportes en español o inglés (en los comités en el que este idioma sea el preferencial). No obstante, el modelo de presentación debe ser fielmente a la del medio que representan.

G. Dinámica de Trabajo

La asignación de los comités que cubrirán estará a cargo de la mesa directiva; sin embargo, los delegados tendrán la oportunidad de visitar e informar sobre otras. Estas coberturas deben ser subidas al blog respectivo de cada medio.

H. Interacción con los delegados

Los medios podrán entrevistar a los delegados durante caucus no moderados, inicio o final de las sesiones, como también a través de notas parlamentarias durante el debate, procurando no interferir con el debate.

Documento de Postura

El Documento de Postura es una declaración de política en la que los delegados analizan y presentan sus puntos de vista de la organización sobre el tema que se está discutiendo, también se centra en acciones pasadas para proponer soluciones innovadoras pero viables.

Este documento también funciona como un plan para sus objetivos durante sus días como participantes. Su posición debe incluir siempre un encabezado con el título ("Documento de Postura"), su organización (el medio de prensa o la ONG que está representando), su comité (nombre completo), su nombre completo y el nombre de su escuela o delegación a la que pertenece.

El Documento de Postura se divide en tres párrafos:

- El primer párrafo abordará información sobre los antecedentes de su canal de noticias u ONG, incluyendo historia, ideología, audiencia, estilo de redacción, entre otros. También debe explicar cómo ha evolucionado a lo largo de los años y qué dirección planea tomar en el futuro.
- En el segundo párrafo debe incluir un breve resumen de los comités que cubrirá, considerando el medio de prensa u ONG que representa, es decir, teniendo en cuenta la ideología y la línea informativa. Le recomendamos que elija al menos tres comités de su interés, debiendo señalar su relación con el medio de noticias / ONG representada y también la razón de su relevancia.
- El tercer párrafo debe centrarse en su plan de acción, siempre de acuerdo con su política de la organización. Desarrollen su creatividad, proponiendo ideas originales que los ayudarán y a otros delegados para recordar su contribución al debate. Explique cómo su participación puede impactar el flujo de debate.

El formato general de los Documentos de Postura es de una página, a espacio sencillo, con Tamaño 11 fuente Times New Roman. Cabe precisar que debe citarse cada fuente en formato APA que se utilice en su Documento de Postura.

Cada delegado es responsable de enviar su Documento de Postura a los correos que indique el equipo organizador del PUCP MUN 2019 y en el horario que establezca.

Criterios de Evaluación

En cuanto a los criterios de evaluación, los Directores de TPA tendremos en consideración los siguientes:

1. Política – Línea Informativa

Los delegados deberán elaborar sus recursos informativos, rigiéndose bajo los principios y valores del medio de prensa u ONG que representa, considerando la línea informativa y la postura ideológica, política y religiosa.

2. Redacción

Los delegados deberán elaborar notas de prensa y artículos de opinión cumpliendo la estructura correspondiente, guardando coherencia y relación la información que desarrollan, evitando las redundancias y los errores ortográficos y de puntuación.

3. Contenido Informativo

Los delegados deberán demostrar, a través de la elaboración de sus recursos informativos, la calidad y relevancia de información recolectada en las sesiones de debate.

4. Creatividad en la producción de los recursos informativos

Se tomará en cuenta la creatividad de los delegados al momento de realizar sus publicaciones, así como de editar sus videos y realizar recursos informativos originales, que conserven la forma de edición de su medio de prensa u ONG que representan.

5. Personificación del medio de prensa u ONG

Está permitido el uso de distintitos que permitan que los delegados, mesas directivas y miembros de la organización puedan reconocerlos, tales como micrófonos, laptops, tarjetas de presentación, entre otros, con el logo del medio de prensa u ONG que representan.

6. Puntualidad

Se otorgará un plazo para la entrega de sus recursos informativos, el cual deberá ser cumplido de forma oportuna, de lo contrario, no será evaluado por los directores del comité.

Listado de Medios de Prensa Universitarios

1. El nuevo Herald (EE.UU.)

Fundado propiamente en 1987, surgió como un suplemente del *The Miami Herald* en 1986, enfocado en el público cubano exiliado de aquella época. Recién en 1998 comenzó su venta totalmente independiente del diario mencionado. Fue galardonado con distintos premios y reconocimiento como el “Premio de Periodismo Ortega y Gasset al Mejor Periódico de Habla Española en el Mundo” y “El Mejor Diario Hispano” por la Asociación Nacional de Publicaciones Hispánicas. En la actualidad es el segundo diario en español más leído en Estados Unidos detrás de *La Opinión* de Los Ángeles

2. Hildebrandt en sus trece (Perú)

Siendo uno de los semanarios más importantes en el periodismo peruano, *Hildebrandt en sus trece*, dirigido por su fundador César Hildebrandt, se caracteriza por su objetividad, su carácter confrontacional y exhaustiva investigación.

3. The Sun (U.K)

Bajo el lema “Forward with the people”, *The Sun* fue fundado en 1969. Autodenominado como un punto de referencia de la cultura y un medio de entretenimiento, en la cultura popular del Reino Unido se le considera un tabloide de prensa sensacionalista y amarilla. A pesar de todas las críticas, *The Sun* es uno de los diarios más vendidos en el mundo.

4. KCNA (Corea del norte)

La Agencia Telegráfica Central de Corea (KCNA por sus siglas en inglés) es la agencia de noticias estatal de la República Popular Democrática de Corea. Actualmente se publican noticias en inglés y coreano en su página web en dos servidores: el japonés y el coreano. Esta diferencia es importante, debido a que las noticias en el servidor coreano están editadas y hasta censurados en cierta ocasión hasta el año 2013, mientras que el servidor japonés tiene acceso impoluto de información hasta del año 1997.

5. La Razón (Bolivia)

Editado en La Paz, *La Razón* es el diario más influyente de Bolivia y el segundo con mayor tiraje en el país. Fundado en 1990 por los periodistas Jorge Canelas y Mario Frías, es el único medio boliviano que mantiene relación con el diario *The New York Times*, teniendo la exclusividad de distribuir el suplemento sabatino en el país altiplánico.

6. The Jordan Times (Jordania)

Es un diario fundado en 1975 por la Jordan Press Foundation, e incluso considerado en el 2014 como el diario online más activo de Jordania.

7. Hindustan Times (India)

Fundado en 1924 por Sunder Singh Lyallpuri como uno de los diarios nacionalistas más grandes de la India Británica. Con aproximadamente 3.7 millones de lectores, es considerado como el diario de habla inglesa más leído en la India.

8. Komsomólskaya Pravda (Rusia)

Es el tabloide más vendido en el territorio ruso. Fundado en 1925, sus orígenes fueron de un periódico de la juventud soviética, y hoy en día se enfoca en usar la nostalgia de aquella época para empatizar con sus lectores. Si bien respalda totalmente al estado ruso, también tiene cierto enfoque en la farándula nacional e internacional.

9. The New York Times (EE.UU.)

Es un diario estadounidense fundado en 1851. Tiene bastante influencia en la sociedad: crea opinión y es muchas veces tomado como referencia. La frase con la que este diario se identifica es "Truth. It has no alternative". En cuanto a la ideología por la que se inclinan, el NYT se caracteriza por adoptar una posición neutral, evita mostrar favoritismo por cualquier partido político.

10. Deutsche Welle (Alemania)

Es la agencia de noticias más antigua en el mundo y una de las mayores junto con Reuters, Associated Press y EFE. AFP tiene sede en París, con centros regionales en Washington DC, Hong Kong, Nicosia y Montevideo, y oficinas en 110 países. Transmite noticias en francés, inglés, español, árabe, alemán, portugués y ruso. Su misión es entonces la de "investigar tanto en Francia como en el extranjero los elementos de información completa y objetiva" y de "ponerla a la disposición del usuario". El Consejo de Estado Francés la calificó como órgano de derecho privado en una opinión de asamblea del 10 de junio de 2004 relativa al estatuto jurídico del asiento de la Agencia.

11. BuzzFeed (EE.UU.)

Buzzfeed es una empresa de medios de comunicación fundada en 2006 por Jonah Peretti y John S. Johnson. Se destaca por la mirada fresca y juvenil de las noticias, así como darle un enfoque de entretenimiento. Cuenta con distintas plataformas, como BuzzFeed Originals, que crea artículos, listas y *quizzes* característicos de la empresa; BuzzFeed Studios, que produce contenido audiovisual original; y BuzzFeed News, encargada del reportaje y periodismo de investigación.

12. Vice (Canadá)

Establecido en Québec en 1994, Vice se ha enfocado en un público juvenil, dando notas de izquierda liberal bajo los estándares actuales de lo políticamente correcto y tocando temas tabúes que lo llevaron a ser censurados en algunos campus universitarios alrededor del mundo. En la actualidad, tiene cerca de 36 oficinas en diversos países del planeta, como Alemania, Brasil, China, Colombia, Portugal, Polonia y España, entre otros. Además de ello, cuenta con una plataforma virtual en donde se pueden encontrar también videos inéditos de información y entretenimiento.

13. USA Today (EE.UU.)

Rompiendo los esquemas del periodismo desde el 15 de setiembre de 1982, USA Today se vale de infografías y fotografías para destacar de los simples periódicos de textos y monocromos de Estados Unidos. Además de los recursos visuales, este diario también suele usar frases cortas e impactantes para los titulares, sin rozar lo amarillista. Estas características lo convirtieron en el periódico más vendido de Estados Unidos, pasando los dos millones de copias entre semana al día.

14. Aftonbladet (Suecia)

Aftonbladet (La Hoja de la Tarde en sueco) es un periódico diario sueco en formato tabloide. Fue fundado en 1830 por Lars Johan Hierta, y cuenta con aproximadamente 1.400.000 lectores diarios, siendo el periódico más vendido del país y de los de mayor circulación en los países nórdicos. Pertenece a la empresa noruega Schibsted. Las principales quejas sobre Aftonbladet están relacionadas con el tratamiento informativo a temas que podrían calificarse de sensacionalistas, tales como la especial atención a deportes, famosos y televisión.

En 2006 el periodista Peter Kadhammar criticó que, en plena Guerra de Irak, el diario priorizó el romance de una famosa de televisión por encima del estallido del conflicto.

15. Berliner Zeitung (Alemania)

El Berliner Zeitung (BLZ), es un diario alemán con sede en Berlín. Fue fundado en 1945 en la Alemania oriental, aunque ha continuado publicando tras la desaparición de la República Democrática Alemana (RDA) y la reunificación alemana. El periódico, de línea editorial de centro-izquierda, está editado por Berliner Verlag y tiene su sede en la Haus des Berliner Verlages.

16. Corriere della Sera (Italia)

El Corriere della Sera (en español "Mensajero de la tarde") es un diario italiano que se edita en Milán por la empresa RCS Media Group. Es el periódico con mayor difusión en Italia seguido de La Repubblica y La Stampa. Fue fundado en 1876 por el periodista Eugenio Torelli Viollier y llamado así porque originalmente salía a la venta a partir de las 21:00 horas. El 5 de marzo de 1876 lanzó su primer número con tres mil ejemplares, suma bastante elevada para la época. La pretensión de su fundador era crear un periódico dirigido a la burguesía industrial milanesa en gran formato y con edición de alta calidad.

17. Diário de notícias (Portugal)

Diário de Notícias (también conocido por sus siglas DN) es un periódico portugués fundado en Lisboa el 29 de diciembre de 1864 por Tomás Quintino Antunes y Eduardo Coelho. Es uno de los periódicos más veteranos y conocidos de Portugal, y su tirada diaria aproximada de 45.500 ejemplares lo sitúan en el 5º lugar entre los periódicos generalistas portugueses. Actualmente el Diário de Notícias, junto con el Jornal de Notícias, es propiedad del grupo de medios de comunicación Controlinveste. Fundado en 1864 por Eduardo Coelho y Tomás Quintino Antunes, el Diário de Notícias contó con colaboraciones de personalidades destacadas del mundo de la literatura y la cultura. Eça de Queirós trabajó para el diario en sus primeros años, y publicó en él sus Cartas desde Londres, posteriormente publicadas en formato libro. También Joaquim de Seabra Pessoa, padre de Fernando Pessoa, fue crítico musical para el periódico. José António Saraiva fue redactor, y José Saramago, Premio Nobel de Literatura, director adjunto en 1975.

18. El Mercurio (Chile)

El Mercurio es un periódico tradicional chileno, políticamente de derecha (inicialmente liberal) fundado por Agustín Edwards Mac-Clure con varias ediciones a lo largo del país. Su edición más importante es la de Santiago, donde se publicó por primera vez el 1 de junio de 1900 y es distribuido nacionalmente con circulación diaria. Forma parte del GDA (Grupo de Diarios de América) junto con otros periódicos importantes en Hispanoamérica —como La Nación(Argentina), El Comercio (Ecuador), O Globo(Brasil), El Tiempo (Colombia), El Universal(México), El Comercio (Perú), El País (Uruguay) y El Nacional (Venezuela).

19. The Shanghai Gazette (China)

Diario chino en circulación entre 1918 y 1999 y basado en la ciudad que lleva su nombre, fue uno de los diarios que cubrió la guerra civil china hasta su finalización, en 1949.

20. Sudan Tribune (Sudán/Sudán del Sur)

Basado en París desde el 2003, el *Sudan Tribune* es un medio online de información hecha por periodistas sudaneses y del resto del mundo. Se le considera opositora al gobierno actual, acentuando este conflicto con la acusación de dicho al gobierno de Sudán del Sur de bloquear su página web.

21. The Athenian Mercury (U.K.)

The Athenian Mercury es un diario londinense publicado entre los años 1690 y 1697 por The Athenian Society. Es considerada como el primer periódico diseñado específica y exclusivamente para mujeres. Entre las noticas destacas que publicaron fue de los juicios de Salem en Estados Unidos, siendo la portada de esta edición como una rareza de colección en la prensa con un valor estimado entre 1200 y 1800 dólares.

Listado de Medios de Prensa Escolares

1. **AJ+ (Catar):** Es un medio de redes sociales producido por Al-Jazeera dirigido a un público juvenil. Enfocado principalmente en política internacional, estilos de vida y cultura.
2. **El Comercio (Perú):** Publicado desde 1839, es uno de los diarios más antiguos e importantes del Perú. Controlado por la familia Miro Quesada, el diario ha pasado de tendencias liberales y conservadoras.
3. **Trome (Perú):** Es un diario peruano de tendencia sensacionalista y conservadora creada en el 2001. Propiedad del grupo El Comercio, es uno de los diarios más vendidos de América Latina.
4. **La Repubblica (Italia):** Es uno de los diarios más importantes de Italia, con más de 600 000 ejemplares diarios. Referentes en noticias nacionales, políticas e internacionales.
5. **Bild (Alemania):** Fundado en 1952, es uno de los medios con mayor tiraje de Europa, y el de mayor influencia en Alemania. De influencia sensacionalista y conservadora.
6. **El Mundo (España):** Diario español fundado en Madrid en 1989, de corte liberal y de editorial conservadora, alineada a la derecha. Conocido principalmente por su forma interpretativa de enunciar las noticias.
7. **El País (España):** Es uno de los diarios más importantes de habla hispana. Ganador del premio Príncipe de Asturias, escribe para diferentes idiomas y América Latina. Conocido también por tener un estilo periodístico diferente.
8. **NTN 24 (Colombia):** Es un canal colombiano enfocado en noticias internacionales. Es propiedad del grupo RCN, transmitiendo para Latinoamérica.
9. **Le Figaro (Francia):** Es el diario más antiguo de Francia que aún tiene tiraje en la actualidad. Fundado en 1826, y de tiraje nacional, está orientado en la centroderecha.
10. **C News (Francia):** Es una cadena de televisión Francesa, especializado en informaciones continuas. De propiedad del conglomerado de medios de Canal+ , es el segundo canal informativo más visto en los países de habla francófona.
11. **Sky News (Reino Unido):** Es el primer canal de informativos del Reino Unido y de Europa. Creado en 1989, se enfoca en política británica e internacional. Reconocido por su información inmediata.
12. **The Sun (Reino Unido):** Es el diario más leído en habla inglesa, con alrededor de 8 millones de lectores en Reino Unido e Irlanda. Propiedad de Rupert Murdoch, es conocido por sus polémicos titulares y su enfoque de política cambiante.

13. **Russian Insider (Rusia):** Medio virtual creado en el 2014, conocido por dar “un punto de vista distinto” a las noticias provenientes de Rusia y del mundo. Criticado por su ferviente “anti-semitismo” y su aproximación a la política de gobierno ruso.
14. **Aftonbladet (Suecia):** Es uno de los diarios más vendidos de Suecia y Escandinavia, con alrededor de más de un millón de diarios comprados. De línea crítica, fue varias veces censurada.
15. **Yomiuri Shimbun (Japón):** Es uno de los diarios más importantes de Japón. Fundado en 1874, y enfocado en información general, ha sido uno de los medios más influyentes en la sociedad nipona.
16. **Buzzfeed (USA):** Es una página digital creada en 2006, busca informar “las noticias de última hora” de manera “original”.
17. **FOX News (USA):** Es un canal de noticias internacional por cable, de propiedad de FOX Corporation. Identificada con partido republicano, ha sido blanco de polémicas por su editorial.
18. **MSNBC (USA):** Es un medio norteamericano de noticias por cable, fundada por NBC y Microsoft. Es el primer canal de noticias de EEUU y el más visto de la ciudad.
19. **La Gazette Française (Francia - 1789 - Crisis):** Fue un diario creado en 1631, conocido por su tendencia realista durante la Revolución Francesa.
20. **Le Versailles (Francia - 1789 - Crisis):** Fue un diario creado en 1778, conocido por su tendencia revolucionaria.

Listado de Organizaciones No Gubernamentales

1. **Médicos Sin Fronteras (Suiza)**

Es una organización médica y humanitaria internacional que aporta su ayuda a las víctimas de desastres naturales o humanos y de conflictos armados, sin ninguna discriminación de raza, sexo, religión, filosofía o política.

2. **Cruz Roja Internacional, Media Luna Roja (Suiza)**

La acción del CICR se funda en los Convenios de Ginebra de 1949 y sus Protocolos adicionales, así como en los Estatutos de la Institución –y los del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja– y las resoluciones de la Conferencia Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. Es una organización independiente y neutral que brinda protección y asistencia humanitarias a las víctimas de conflictos armados y otras situaciones de violencia, y promueve el respeto del DIH.

3. **Instituto de Defensa Legal (Perú)**

Es una institución de la sociedad civil que tiene como fin la promoción y defensa de los derechos humanos, la democracia y la paz en el Perú y en América Latina. Hacemos el seguimiento de determinadas políticas públicas que consideramos fundamentales para el éxito y sostenibilidad de la democracia en el Perú, desde la perspectiva de derechos humanos, género, inclusión social, interculturalidad, transparencia en la gestión pública, gobernabilidad y buen gobierno.

4. **Brac (Bangladesh)**

Establecida por Fazle Hasan Abed en 1972 después de la independencia Bangladesh. Su misión es empoderar a las personas y comunidades en situaciones de pobreza, analfabetismo, enfermedades e injusticias sociales. Nuestras intervenciones apuntan a lograr cambios positivos a gran escala a través de programas económicos y sociales que permitan a hombres y mujeres realizar su potencial.

5. **Amnistía Internacional (Inglaterra)**

Es una ONG con múltiples sedes a nivel mundial cuya principal labor es actuar en búsqueda de justicia para todos los habitantes. Busca garantizar que todos los derechos humanos sean respetados.

6. **Save The Children (Inglaterra)**

Es una ONG que busca promover la participación de los niños y jóvenes como agentes de cambio. Buscan implementar acciones con un enfoque de Derechos del Niño, donde el Estado es el garante de los derechos, y otras organizaciones privadas son co-responsables. Su marco toma como fuente principal la Convención sobre los Derechos del Niño, y otros acuerdos internacionales, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como las normas nacionales.

7. **Transparency International (Alemania)**

Es una ONG que busca desde 1993 generar un cambio a través de la reducción de la corrupción en los distintos niveles a nivel mundial. Esto se logra a partir del apoyo en la creación de tratados Internacionales los cuales generen acuerdos en cuanto a la lucha contra la corrupción.

8. **Care International (Suiza)**

Es una importante agencia humanitaria internacional que brinda ayuda de emergencia y proyectos de desarrollo internacional a largo plazo. Fundada en 1945, CARE es no sectaria, imparcial y no gubernamental. Es una de las organizaciones de ayuda humanitaria más grandes y antiguas centradas en la lucha contra la pobreza mundial.

9. Plan Internacional (Inglaterra)

Plan International es una organización que trabaja por un mundo justo que promueva los derechos de la infancia y la igualdad de las niñas. Colaboramos activamente con los niños y niñas, sus comunidades y otras personas y organizaciones con este compromiso para conseguir cambios positivos y duraderos en la vida de la infancia y los jóvenes. El objetivo principal de Plan, como se conoce, es apoyar al desarrollo de las niñas, niños y las comunidades en las que viven.

10. Human Rights Watch (USA)

Es una organización no gubernamental (ONG) dedicada a la investigación, defensa y promoción de los derechos humanos. Su sede se encuentra en Nueva York (Estados Unidos), investiga y reporta abusos ocurridos en todo el mundo. Su trabajo es enfocado juntamente con los gobiernos, empresas y grupos humanos con el propósito de hacer cumplir y mejorar sus leyes, políticas y prácticas.

11. Iniciativa Suramericana (USA)

Iniciativa Suramericana es una organización sin fines de lucro que está laborando para mejorar la calidad de vida de las personas en Suramérica. Trabajan para proveer suministros médicos a las personas que necesitan atención médica básica, entre otras acciones.

12. GreenPeace (Canadá)

El objetivo de la organización es proteger y defender el medio ambiente, interviniendo en diferentes puntos del planeta cuando se cometen atentados contra la Naturaleza. Greenpeace lleva a cabo campañas para detener el cambio climático, proteger la biodiversidad, la alimentación saludable para la no utilización de transgénicos, disminuir la contaminación, acabar con el uso de la energía nuclear y las armas y proteger bosques y parajes naturales, especialmente el territorio ártico.

13. Relief International (UK)

Es una ONG que brinda ayuda de emergencia, rehabilitación económica, asistencia para el desarrollo y servicios de programas a comunidades vulnerables en todo el mundo. Su trabajo está dirigido a aquellos países o comunidades frágiles que sufren crisis recurrentes provocadas por el hombre o naturales que impiden el desarrollo humano ya que también brinda atención médica, educación, logística, energía, desarrollo de capacidades, desarrollo económico, saneamiento y muchas otras formas de asistencia a estas comunidades altamente vulnerables.

14. Oxfam Internacional (UK)

Es una ONG con agencia en muchos países y que utiliza un enfoque basado en derechos que combina programas de desarrollo sostenible, sensibilización, campañas, incidencia política y ayuda humanitaria en situaciones de desastre y conflicto.

15. World Vision Internacional (UK)

Es una ONG internacional. Su sede internacional se encuentra en Londres, Reino Unido y su presidente actual es Kevin Jenkins. Las principales áreas de acción de la organización se centran en al menos cinco áreas: Emergencia, Educación, Salud, Desarrollo Económico y Promoción de los Derechos Humanos.

Bibliografía

- El nuevo Herald (EE.UU.): <https://www.elnuevoherald.com/servicios/quienes-somos/>
- Hildebrandt en sus trece (Perú): <https://bit.ly/2LIZzPX>
- The Sun (U.K): <https://www.thesun.co.uk/about-us/>
- KCNA (Corea del norte): <https://kcnawatch.org/about-the-kcna-databases/>
- La Razón (Bolivia): <https://www.facebook.com/pg/LaRazonBolivia/about/>
- The Jordan Times (Jordania): <https://www.jordantimes.com/static/about-us>
- Hindustan Times (India): <https://bit.ly/31XOquw>
- Komsomólskaya Pravda (Rusia): <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4315129.stm>
- The New York Times (EE.UU.): <https://www.nytimes.com/company/history/>
- Deutsche Welle (Alemania): <https://bit.ly/2ZShzW8>
- BuzzFeed (EE.UU.): <https://www.buzzfeed.com/about>
- USA Today (EE.UU.): <https://marketing.usatoday.com/about>
- Aftonbladet (Suecia); <https://www.aftonbladet.se/a/LOIQ4/om-aftonbladet>
- Berliner Zeitung (Alemania): <https://bit.ly/2IR6jDM>
- Corriere della Sera (Italia): https://www.corriere.it/trust/codice_etico.shtml
- Diário de notícias (Portugal): <https://www.dn.pt/estatuto-editorial.html>
- El Mercurio (Chile): <https://bit.ly/31WPFdr>
- The Shanghai Gazette (China): <https://lccn.loc.gov/sn89049318>
- Sudan Tribune (Sudán/Sudán del Sur): <http://www.sudantribune.com/spip.php?page=about>
- The Athenian Mercury (U.K.): : <https://www.christies.com/lotfinder/Lot/salem-witch-trials-the-athenian-mercury-6082748-details.aspx>
- Aftonbladet (n.d.) Retrieved from <https://www.aftonbladet.se/a/LOIQ4/om-aftonbladet>
- BuzzFeed (n.d.) Retrieved from <https://www.buzzfeed.com/about>
- Bild (n.d.) Retrieved from <https://www.bild.de/corporate-site/ueber-bild-de/bild-de/artikel-ueber-bild-de-17520982.bild.html>
- C News (n.d.) Retrieved from <https://www.cnews.fr/>
- El Comercio (n.d) Retrieved from <https://elcomercio.pe/180-anos-diario-el-comercio-2019>
- El Mundo (n.d) Retrieved from <https://www.elmundo.es/hacemosesto/hacemosesto-elmundo.html>
- El País (n.d.). Retrieved from <https://www.prisa.com/en/info/el-pais-1>
- La Repubblica (n.d.) Retrieved from <https://voxeurop.eu/es/content/source-profile/761-la-repubblica>
- Le Figaro (n.d.) Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/Le-Figaro>
- Fox News (n.d.). Retrieved from <http://www.foxnews.com/about/company/>
- MSNBC (n.d.) Retrieved from <https://www.adweek.com/tvnewser/a-brief-history-of-msnbc-com-and-nbcnews-com/138671/>
- NTN24 (n.d.) Retrieved from <https://www.ntn24.com/>
- Outspoken (2019) ¿Por qué el Trome es el periódico más vendido en Iberoamérica?. Retrieved from <https://outspokenpost.com/2018/09/27/por-que-el-trome-es-el-periodico-mas-vendido-en-iberoamerica/>
- Roettgers, J. (2019). Al Jazeera is staffing up for the launch of its AJ+ online video news network – Gigaom. Retrieved from: <https://gigaom.com/2014/02/28/al-jazeera-is-staffing-up-for-the-launch-of-its-aj-online-video-news-network/>
- Russia Insider (n.d.) Retrieved from <https://russia-insider.com/en/about>
- Sky News (n.d.) Retrieved from <https://successstory.com/companies/sky-news>
- The Sun. (n.d.) Retrieved from <https://www.thesun.co.uk/about-us/>

- Yomiuri Shimbun (n.d.) Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/Yomiuri-shimbun>

ONGs en Español

- Médicos sin Fronteras <https://www.msf.es/>
- Cruz Roja Internacional <https://www.icrc.org/es>
- Instituto de Defensa Legal <https://idl.org.pe/>
- Amnistía Internacional <https://www.amnesty.org/es/>
- Plan Internacional. <https://plan-international.es/>
- Iniciativa Suramericana <https://sai.ngo/es/>
- Oxfam Internacional <https://www.oxfam.org/es/>

NGOs en inglés

- Brac <http://www.brac.net/>
- Save The Children <https://www.savethechildren.net/>
- Transparency International <https://www.transparency.org/>
- Care International <https://www.care-international.org/>
- Humans Right Watch. <https://www.hrw.org/>
- Greenpeace <https://www.greenpeace.org/international/>
- Relief International. <https://www.ri.org/>
- World Vision International <https://www.wvi.org/>