



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

La comunicación social en la ONU: el uso del internet y el Centro de Noticias

T E S I S A

Informe de práctica profesional

**QUE PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIA POLITICA Y
ADMINSITRACION PUBLICA (CP)**

P R E S E N T A

CARLA GARCIA VERGARA

ASESOR: MTRO. VALERIANO RAMIREZ MEDINA



MÉXICO, D.F.

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Informe de práctica profesional

La comunicación social en la ONU: el uso del internet y el Centro de Noticias

Planteamiento

Con el propósito de obtener la licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, la postulante presenta este informe referente al creciente acceso e influencia del internet en la opinión pública y al ingreso de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en la supercarretera de la información como herramienta masiva de comunicación social.

La ONU, al igual que todas las entidades públicas de peso político internacional, ha empezado a dedicar más atención y recursos a este medio para reforzar el concepto de la Organización como gran sujeto social de integración.

Objetivos

- Explicar la incursión y evolución de la ONU en el mundo del internet como vehículo de comunicación social.
- Exponer la creación del Centro de Noticias en los seis idiomas oficiales como instrumento “periodístico” de comunicación social y la participación de la postulante en este proceso.

Hipótesis

- La ONU ha debido sumarse a toda prisa al nuevo fenómeno de la comunicación por internet para mantener su presencia en todos los ámbitos del mundo de la información, extender su alcance y reforzar su imagen como actor político y social en el mundo globalizado.
- El Centro de Noticias representa para la ONU una manera más efectiva, rápida y económica de transmitir su mensaje dando, al mismo tiempo, una idea de modernidad que sustituye a los antiguos comunicados de prensa.

Indice

Introducción.....	5
1. Comunicación social en la ONU.....	10
2. Internet.....	12
Centro de Noticias.....	12
3. Alianzas de difusión.....	17
4. Inserción en el esquema mercadotécnico de la comunicación.....	19
5. Internet y medios tradicionales.....	21
6. Reforma de políticas de información pública.....	23
7. Internet y radio.....	26
8. Nuevos retos.....	28
9. Orientación regional.....	30
10. Información imparcial.....	32
11. Una noticia, diversas lecturas.....	34
Petróleo por alimentos.....	35
11.1.a. Fox.....	37
11.1.b.BBC.....	38
11.1.c. The New York Times.....	39
11.1.d. Le Monde.....	40
11.1.e. Centro de Noticias de la ONU.....	40
Conclusión de la Comisión Investigadora.....	43
Conclusión	45
Bibliografía	47

Introducción

Entendemos como comunicación social la variedad de formas en que la información puede ser transmitida, percibida y entendida, y el impacto político y social de este fenómeno en la sociedad.

En sentido estricto, se define como el conjunto de actos de comunicación que intenta modificar representaciones, comportamientos o reforzar simpatías y solidaridades.

En el proceso de la comunicación social se pueden distinguir tres objetivos:

- informar sobre problemas sociales a fin de hacer tomar conciencia
- transmitir valores para reforzar lazos de solidaridad
- modificar las ideas o los comportamientos a riesgo de las personas o de la colectividad.

Este tipo de comunicación va al encuentro de la opinión del destinatario del mensaje, al contrario de la publicidad (comunicación producida), puesto que se le quiere modificar.

Además, la comunicación social necesita, por un lado, tiempo, y por otro, la articulación de una campaña mediática para hacer visible el problema abordado y darle proximidad con las personas interesadas para actuar por medio de la relación y el diálogo.

La comunicación social emana de instituciones públicas, asociaciones y empresas que sirven a la ciudadanía o gestionan servicios públicos. Aspira a crear actitudes y modificar los comportamientos ciudadanos en favor de causas de interés general.

Para alcanzar los objetivos de este ensayo, la postulante tomó como base su experiencia y observaciones como editora-redactora del Centro de Noticias en español desde el desarrollo y lanzamiento del proyecto hasta la actualidad.

La postulante trabaja en la ONU desde el primero de julio de 2003, cuando el Departamento de Información Pública de la Organización tenía la urgencia de lanzar a la brevedad posible la versión en español de su Centro de Noticias, cuyo precursor, en inglés, se encontraba en-línea desde 1999.

De manera informal, los Estados de habla hispana miembros de la ONU habían presionado al Departamento de Información Pública desde la publicación en la web del Centro de Noticias en inglés, para que se siguiera la política de “paridad de idiomas” que enarbola la Organización.

Los idiomas oficiales de la ONU son seis: inglés, francés, español, árabe, ruso y chino. De éstos, los dos primeros se consideran idiomas de trabajo, por lo que el Centro de Noticias en inglés fue seguido un año más tarde por la versión en francés.

Al empezar su trabajo en la ONU, la postulante se integró al equipo encargado de lanzar el Centro de Noticias en español en calidad de editora-redactora.

El equipo –formado por el director de comunicaciones por internet, la directora de la unidad de radio en español, el director de noticias y medios, un diseñador gráfico, un técnico de la web y la postulante— se encargó de definir la imagen y los contenidos del nuevo Centro de Noticias, tomando en cuenta el público a quien se dirigiría.

La experiencia de más de diez años de la postulante como corresponsal en Nueva York de distintos medios electrónicos e impresos de América Latina –en especial

de México— se sumó a la del servicio de la radio en español de la ONU como referencia para delinear los principales intereses informativos de la región a servir.

Estas discusiones se llevaron a cabo, desde luego, dentro del contexto del objetivo de difusión de la labor de la ONU.

Una vez acordados los contenidos editoriales y gráficos, el equipo trabajó con la directora de contenidos en español de la página general de la ONU para establecer los enlaces que tendría el Centro de Noticias con el resto de las páginas en español de la Organización y cuáles de éstas se alimentarían con las noticias relacionadas que se fueran publicando.

Las páginas fijas del portal en español de la ONU —que aumentan continuamente— proveen información general de la Organización y de sus principales órganos, programas y operaciones, además de permitir el acceso a ciertos documentos oficiales, como las resoluciones del Consejo de Seguridad o de la Asamblea General.

Alcanzadas las conclusiones, la postulante elaboró el plan acordado para su presentación en inglés al entonces subsecretario general de la ONU para Información Pública, Shashi Tharoor, quien lo aprobó y ordenó su lanzamiento para agosto de 2003.

Paralelamente a la redacción del plan, la postulante estuvo encargada de elaborar una estrategia de promoción del lanzamiento del Centro de Noticias, para lo cual utilizó la red de contactos de las oficinas regionales de la ONU y redactó un comunicado de prensa que distribuyó a la red de corresponsales de medios de habla hispana en Estados Unidos y a las Misiones de los Estados miembros de la Organización.

Por otra parte, trabajó con el servicio de radio en español en la producción de una serie de anuncios anticipados del lanzamiento del Centro de Noticias en español. Asimismo, colaboró con el Departamento de Información Pública en la emisión de comunicados sobre el evento y con la Oficina del Portavoz de la ONU para destacar el lanzamiento durante la conferencia de prensa que realiza ésta diariamente.

Además de estas tareas, la postulante redactó desde su primer día en la ONU las noticias más destacadas del sistema de las Naciones Unidas con la intención de iniciar un archivo para el servicios de búsqueda histórica del Centro de Noticias.

Una vez en-línea el Centro de Noticias en español, la postulante asumió total responsabilidad de la operación diaria, así como del contenido editorial de las informaciones publicadas.

Por cuestiones de presupuesto, las operaciones iniciaron con la postulante como empleada única de tiempo completo del Centro de Noticias, pero su trabajo ha contado siempre con el apoyo de los productores del servicio de radio, tanto en español como en los otros idiomas oficiales.

Desde entonces, la postulante continúa al frente del Centro de Noticias, asistiendo a las reuniones editoriales diarias y vigilando la cobertura de los eventos más importantes relacionados con la ONU.

En una tarea realizada desde una óptica periodística, sus funciones incluyen la participación en la reuniones editoriales diarias del Departamento de Información Pública, donde se discute la agenda del día y se reciben las directrices de la información más importante para difundir durante la jornada.

Con esta línea editorial en mente, parte de sus funciones consiste en evaluar, discriminar y jerarquizar los temas según la coyuntura mundial y regional, y los intereses de los países y medios hispanohablantes.

Para cubrir la oferta informativa, la postulante acude a ruedas de prensa, realiza entrevistas y toma información de los comunicados de prensa para presentar las noticias con el formato y la oportunidad de una agencia noticiosa.

Desde su lanzamiento, el Centro de Noticias ha obtenido comentarios favorables de los medios de comunicación en español y las informaciones publicadas son reproducidas muy a menudo en medios impresos y electrónicos de América Latina y España.

Actualmente, tras cinco años de dirigir la operación del Centro de Noticias, la postulante coordina y edita el trabajo de tres redactores más y un número flotante de pasantes que acuden para realizar prácticas periodísticas en la ONU.

1. Comunicación social en la ONU

La comunicación social en la Organización de las Naciones Unidas ha estado siempre a cargo del Departamento de Información Pública, creado en febrero de 1946 durante la primera sesión de la Asamblea General.

Para el establecimiento de este Departamento, la Asamblea argumentó que la ONU no podría alcanzar sus objetivos a menos que el mundo los conociera y supiera de los avances para conseguirlos.

A lo largo de sus seis décadas de historia, el Departamento de Información Pública se ha valido de los métodos disponibles en cada momento para difundir su mensaje.

Así, los tradicionales comunicados, al igual que las conferencias de prensa y las declaraciones de los funcionarios, fueron el vehículo de difusión convencional e inmediato tras la formación de la ONU. Pero las necesidades de comunicación de una organización de tal envergadura requerían de una estrategia que abarcara todas las posibilidades existentes.

La radio fue la primera opción de comunicación masiva utilizada por la ONU para llegar a una audiencia que rebasara el ámbito de los especialistas y el medio diplomático. A través de programas en los seis idiomas oficiales –inglés, francés, español, ruso, chino y árabe – que incluían noticias y reportajes sobre la labor de las Naciones Unidas y que se distribuían por teléfono o mediante el envío de cintas a las radiodifusoras locales, la ONU empezó a establecer una presencia en rincones remotos del planeta.

Más tarde vino el uso generalizado de la televisión y la ONU comenzó a producir programas de reportajes sobre sus tareas pacificadoras y humanitarias. Estas producciones se distribuyen a las televisoras interesadas en cada país, pero los

altos costos de realización limitan prácticamente a dos idiomas la divulgación del mensaje: inglés y francés.

La radio y la televisión dieron a la ONU cierta autonomía para sus tareas de comunicación social, sin embargo, conscientes de la carencia de medios propios (televisoras o radiodifusoras) para garantizar la transmisión de su mensaje, los estrategias de difusión continuaron valiéndose también de otros métodos.

De manera paralela a los medios masivos, la ONU siguió siempre produciendo publicaciones periódicas y especiales, cuyo alcance limitado tenía nichos específicos: la comunidad diplomática y los periodistas.

Estos dos grupos representaban los vehículos con mayor alcance potencial en vista de su influencia en la toma de decisiones y en la opinión pública, respectivamente.

Pero en la década de los años 90, la llegada del internet revolucionó la sociedad de la información y puso al alcance de todas las entidades públicas y privadas, así como de los individuos, un nuevo medio para difundir sus mensajes.

2. Internet

El internet ha impulsado la comunicación y extendido su alcance a niveles nunca imaginados, abriendo las puertas del mundo globalizado.

Con el internet, el periodismo y la comunicación social han entrado en una nueva era, la de la mundialización, que plantea a Estados, organismos y ciudadanos problemas de nuevos tipos.

Consciente del surgimiento de esta nueva revolución de las comunicaciones, la ONU ingresó al mundo del internet en junio de 1995, como parte de las celebraciones del 50 aniversario de la Organización.

A doce años de su lanzamiento, el sitio web de la ONU es visitado diariamente más de 1.1 millones de veces por usuarios de 212 países, según el informe del secretario general a la Asamblea General fechado el 21 de febrero de 2007¹.

2.1 Centro de Noticias

Uno de los objetivos centrales del Departamento de Información Pública es llegar a audiencias específicas en todo el mundo mediante intermediarios clave como los medios de comunicación, las organizaciones no gubernamentales y las instituciones educativas. Esto supone garantizar la generación y la mayor distribución posible y oportuna de noticias y productos de información sobre las prioridades y actividades de las Naciones Unidas.

La rápida proliferación de las versiones en-línea de los periódicos y otros medios informativos y el surgimiento del concepto del tiempo real forzó a la ONU a integrarse a la supercarretera de la información por medio de la creación de un

¹ *The United Nations website: progress towards parity among official languages, accessibility and content management*

Report of the Secretary General

United Nations. General Assembly. 21 February, 2007. A/AC.198/2007/3

Centro de Noticias, cuyo piloto se lanzó en 1999, en inglés, con la intención de ampliarlo a los otros cinco idiomas oficiales.

En el 21º periodo de sesiones del Comité de Información de la Asamblea General, celebrado en noviembre de 1999, se estableció que la presencia de las Naciones Unidas en el internet sería un instrumento esencial y estratégico para proyectar y realzar la imagen de la Organización, especialmente mediante la rápida transmisión del Centro de Noticias.

En el informe del secretario general a la Asamblea General “Cuestiones relativas a la información” del 54º periodo de sesiones, del 28 de septiembre de 1999² se explica que como parte de su reorientación en la esfera de la difusión de información, el Departamento de Información Pública ha creado un servicio de noticias en la web con el objetivo de proporcionar a los medios de comunicación de todo el mundo “con la mayor celeridad posible, las noticias generadas por la Organización mediante los últimos avances en la tecnología de las comunicaciones”³.

Agrega que este servicio está estructurado para que se valga de la demanda de noticias para destacar las preocupaciones y actividades de la ONU en la esfera del desarrollo y en los terrenos económico y social, especialmente donde haya menor cobertura periodística.

Del mismo modo, el informe explica que el servicio de noticias por internet podrá producir y divulgar la información más rápida y eficazmente en función de los costos y más atractiva desde el punto de vista visual y de formato, además de que será el portal de entrada a una amplia gama de productos de los diversos medios de comunicación de la ONU.

² *Questions relating to information*
Report of the Secretary General
United Nations. General Assembly. 28 September 1999. A/54/415

³ Questions... *Idem* P.2

“Indudablemente, el internet ha aumentado la eficiencia y el carácter oportuno de las actividades de información pública de las Naciones Unidas. Recientemente, la presentación de información sobre la Organización ha cobrado nuevas dimensiones al agregarse elementos audiovisuales al repertorio de la web.”⁴

Así, el propósito del Centro de Noticias fue establecer un vehículo que lo mismo pudieran consultar los usuarios individuales que los medios de comunicación en cualquier parte del mundo para encontrar la información tan pronto como ésta se generara, dando la idea de una agencia de noticias con recursos de multimedia.

Además, presentar la información de manera noticiosa reemplazaría el acartonamiento de los antiguos comunicados de prensa, aunque estos continúen emitiéndose, básicamente para los corresponsales que siguen con detalle las actividades de la ONU y que tienen sus oficinas en la sede de la Organización en Nueva York o Ginebra.

Sin embargo, el advenimiento de la web a la ONU no fue en detrimento de los productos tradicionales de difusión, al contrario, el internet también ha sido un vehículo para entregarlos más rápidamente a un público más amplio. Por ejemplo, los boletines de prensa aparecen en la web antes que en su forma impresa y cualquier usuario puede acceder a ellos.

“En el contexto del internet, los productos tradicionales constituyen la base esencial del contenido de nuestro sitio en la web... el Departamento [de Información Pública] concede gran prioridad a la utilización de nuevas tecnologías de la información para mejorar la producción y difusión de material de información para los medios tradicionales.”⁵

⁴ Anexo del Informe del 21º periodo de sesiones del Comité de Información. 9 de noviembre de 1999. A/54/21/Add 1. P.7

⁵ Anexo... *Idem* P.9

Como vehículo de comunicación social, el principal objetivo del Centro de Noticias en la actualidad quizá sea contrarrestar las interpretaciones de los comunicados de prensa que algunos medios de comunicación hacen y que afectan la imagen de la ONU ante la opinión pública.

Generalmente, estas interpretaciones “negativas” responden a intereses políticos de algunos Estados miembros de la Organización que intentan presionarla en ciertas coyunturas.

En este sentido, el secretario general, Kofi Annan, destacó en su informe al Comité de Información de la Asamblea General del 21 de marzo de 2000⁶, que el uso del internet como instrumento destacado de comunicación hacía posible contemplar un futuro en el que la Organización podría dirigirse a una audiencia mundial directamente, sin depender exclusivamente de los redistribuidores tradicionales.

“La nueva tecnología está transformando las actividades, la información pública y las comunicaciones de las Naciones Unidas. Al mejorar la capacidad de enviar mensajes unificados en el momento oportuno, la nueva tecnología está acortando la distancia entre la Organización y los pueblos a los que está destinada a servir”.⁷

En dicho informe, el secretario general se refirió al servicio de noticias de la ONU como un componente clave de la estrategia de comunicación y pugnó por desarrollar el Centro de Noticias de manera que llegara a abarcar todos los medios de comunicación y les proporcionara en todo el mundo un conjunto diario de noticias orientado hacia las regiones.

⁶ *Reorientación de las actividades de las Naciones Unidas en la esfera de la información pública y las comunicaciones*

Informe del Secretario General

Naciones Unidas. Asamblea General. 21 de marzo de 2000. A/AC.198/2000/2

⁷ Reorientación... *Idem* P.10

La tarea del Centro de Noticias es profundizar y ampliar los vínculos directos con los medios informativos de todo el mundo, así como con otros formadores claves de opinión pública. Para esto, la estrategia es la difusión rápida mediante la web, en un estilo accesible de noticiero, de la cobertura de las actividades de todo el sistema de la ONU.

A partir del año 2000, e inicialmente en inglés y francés, las decisiones adoptadas por órganos intergubernamentales, los discursos y otras noticias pudieron difundirse casi instantáneamente y apoyarse en un sistema de alertas para los usuarios.

Actualmente, el Centro de Noticias de la ONU —disponible en todos los idiomas oficiales desde septiembre de 2003— sigue creciendo en alcance mundial. La tendencia fue evidente desde el principio, cuando las visitas a la página en inglés, por ejemplo, aumentaron de 705,945 en diciembre de 2002, a más de 4.4 millones en diciembre de 2003, lo que excedió la meta de 1.4 millones para el fin del bienio 2002-2003.

3. Alianzas de difusión

En el mundo globalizado de hoy, además de los canales tradicionales y los medios propios, son necesarias las alianzas para aumentar el alcance y llegar a nichos o sectores específicos de la sociedad. Por este motivo, el enfoque de divulgación de la ONU ha integrado en muchas actividades a la sociedad civil.

Según el citado informe del secretario general¹, en vista de que la sociedad civil está revitalizando y dando un nuevo sentido al concepto de comunidad internacional, el Departamento de Información Pública establece formas innovadoras de trabajar con unas 1,600 organizaciones no gubernamentales que lo apoyan.

Asimismo, se han tendido nuevos lazos hacia instituciones educativas, consideradas aliadas fundamentales e indispensables en la tarea informativa de las Naciones Unidas. En este ámbito educativo, el Departamento organiza seminarios, conferencias y otros eventos. Además, con el avance de su sitio de internet, extiende sus relaciones con organizaciones educativas que incorporan información de la ONU en el material de enseñanza y los recursos didácticos.

El sector privado se ha convertido en otro de los blancos de alianza, con numerosas actividades de información, sobre todo en temas de desarrollo. Un ejemplo de estas alianzas con la esfera empresarial es la promoción en los medios de comunicación de proyectos conjuntos de las Naciones Unidas y el mundo corporativo. El caso más relevante de este esquema es el “Pacto Mundial”, una iniciativa internacional lanzada en julio del año 2000 en la que un creciente número de compañías privadas y varios organismos del sistema de la ONU

¹ Reorientación... *Idem.*

apoyan y promueven principios ambientalistas y sociales, así como de derechos de los trabajadores.

4. Inserción en el esquema mercadotécnico de la comunicación

Luego del lanzamiento del Centro de Noticias y la buena respuesta suscitada entre el público y los medios de información, que empezaron a reproducir algunas de las noticias como si se tratara de una agencia, la estrategia de comunicación social de la ONU fue definiéndose con inclinaciones cada vez más claras hacia el estilo “moderno” de difusión, basado en la mercadotecnia.

Ya para mediados de 2001, el Comité de Información destacaba como objetivo central crear bases de apoyo mundiales para la ONU por medio de la proyección de una institución transparente, capaz de cumplir con los principios sentados en la Carta de su fundación.

En el documento base del debate de la reunión del Comité celebrada del 30 de abril al 11 de mayo de 2001¹, se establece que para ayudar a definir la voz de la Organización, el Departamento de Información Pública centrará sus recursos en divulgar las actividades de la ONU rápida y eficazmente a todas las regiones del mundo y destacará las tareas que desempeña para ayudar a hacer una diferencia real en las zonas más deprimidas.

En esta sesión, el Comité también empieza a utilizar una terminología propia de la publicidad y la mercadotecnia al hablar de “desarrollar más la ‘orientación al cliente’, poniendo al alcance de todos los usuarios del mundo el sistema de las Naciones Unidas”².

El mismo documento señala que el servicio de noticias de la ONU debe ampliarse para satisfacer la demanda mundial de información, con ciclos de 24 horas, sobre

¹ *Focusing on DPI role in furthering Millennium declaration goals.* Committee on Information. 27/04/2001. PI/1336

² *Focusing... Idem P.1*

todo para que los medios de comunicación de los países subdesarrollados que no cuenten con los recursos necesarios para comprar los servicios de una agencia, puedan tener acceso a la información gratuita de las Naciones Unidas.

En esa reunión del Comité de Información se reafirmó la importancia de desarrollar una infraestructura capaz de transmitir instantáneamente textos, imágenes y voz para llegar a crear un sistema multimedia que pudiera competir con otros medios.

“Las Naciones Unidas han venido usando el internet como una herramienta importante de comunicación y ahora se encuentran en una posición en la que pueden dirigirse a una audiencia mundial sin depender exclusivamente de los diseminadores tradicionales de información”, señaló el Comité³.

No obstante, reconoció las dificultades que implicaba la operación, mantenimiento y actualización del sitio web en general y el Centro de Noticias en particular. En este sentido, pugnó por una modificación de las partidas presupuestales que asignara más recursos a la división de internet, sin por ello descuidar los medios tradicionales de difusión.

Para reforzar esta petición, el Comité subrayó que a escasos dos años de su lanzamiento, el Centro de Noticias era ya uno de los elementos más populares del sitio web de la ONU y sostuvo que se había convertido en la puerta al mundo de las noticias de la Organización.

³ Focusing... *Idem* P.2

5. Internet y medios tradicionales

La entusiasta reunión de 2001 del Comité también anunció el lanzamiento de un servicio de alertas de noticias vía correo electrónico dirigido directamente a las redacciones de los medios de comunicación en todo el mundo. El proyecto fue lanzado dos meses después.

Según los estrategas de la ONU, la capacidad de la Organización de comunicar su mensaje depende en gran parte de su relación con los medios de comunicación y de cómo les proyecte a éstos su operación y actividades.

Aunque la Oficina del Portavoz sigue siendo el medio directo de intercambio entre los periodistas y la ONU, como se observa en la rueda de prensa diaria a la que asisten corresponsales de todo el mundo, el Centro de Noticias va cobrando mayor importancia e influencia cada día y los propios corresponsales lo toman muchas veces como base para plantear sus preguntas y elaborar sus reportes.

Pero el Centro de Noticias está todavía lejos de abarcar toda la información generada por el sistema de la ONU y reproducirla en su sitio de internet. Por ejemplo, aún carece de reporteros en el campo, por lo que depende de los comunicados de prensa de sus oficinas en diversas partes del mundo, especialmente en los países donde existen misiones de paz, para informar sobre las actividades de la Organización.

Esta falta de recursos, no obstante, se compensa de alguna manera con la eficiencia del Centro para reportar lo que ocurre en la sede del Secretariado en Nueva York, donde la información es de primera mano.

El Centro de Noticias nutre a los centros regionales de información de la ONU, que difunden estos reportes a los medios de comunicación locales en su propio idioma.

En los países más pobres y con menos recursos tecnológicos, estos centros regionales de información cuentan con computadoras para el uso de los reporteros de los medios locales que necesiten acceder al internet para obtener información directamente del Centro de Noticias o de alguna otra página del sitio de la ONU.

El secretario general destacó en un informe de marzo de 2001¹ las oportunidades abiertas por la revolución del internet para diseminar los mensajes de la ONU a una gran cantidad de público sin depender de intermediarios y confió en que a medida que se incrementara el uso del internet el alcance sería mayor y más económico.

Sin embargo, estas afirmaciones no disminuyeron la atención que la comunicación social de la ONU daba y continúa dando a los medios de información como vehículos de formación de opinión pública.

En ese entonces, el sitio de la ONU registraba diariamente más de tres millones de visitantes de más de 159 países y se consultaba un promedio de 370,000 documentos al día a través del internet².

¹ *Continued multilingual development, maintenance and enrichment of the United Nations web site*. Report of the Secretary General. 1 March 2001. A/AC.198/2001/8

² Continued... *Idem* P.2

6. Reforma de políticas de información pública

Luego de un objetivo relativamente estático desde que fue creado en 1946 — promover e informar sobre el trabajo y los propósitos de la ONU—, el Departamento de Información Pública anunció en 2002 una revisión de sus políticas para responder mejor al momento histórico, que entró en vigor en noviembre de ese año.

Según el secretario general, la reforma constituía la mejor manera de asegurar mecanismos de comunicación más efectivos para los desafíos de la actualidad. “Es claro que las Naciones Unidas no pueden alcanzar sus metas si no son capaces de comunicar de forma eficiente su trabajo al mundo.”¹

Así, el nuevo mandato del Departamento se definió como “ayudar a cumplir los propósitos sustantivos de las Naciones Unidas por medio de la comunicación estratégica de las actividades y preocupaciones de la Organización para alcanzar el mayor impacto público posible”.²

En el marco de esta reforma, el Departamento de Información Pública se organizó en tres divisiones: la de Estrategia de Comunicaciones, que crea los mensajes y sienta las prioridades de difusión informativa; la de Difusión, que sirve de nexo con las delegaciones y la sociedad civil y organiza actividades dirigidas al público en general; y la de Noticias y Medios de Comunicación, encargada de divulgar rápidamente a los medios informativos y al público los acontecimientos más importantes en el sistema de la ONU.

¹ *Ongoing Reform of Information Department to Be Main Focus Discussion*. Committee on Information. 24/04/2003. PI/1473

² Continued... *Idem* P.1

En el informe del secretario general al Comité de Información de la Asamblea General de marzo de 2003³, se estableció como objetivo principal de la División de Noticias y Medios de Información suministrar noticias e información “puntual, fidedigna, objetiva y equilibrada” a los medios de comunicación y al público en general.

Además, se planteaba, a través de esta misma División, mejorar la capacidad de respuesta del Departamento de Información Pública ante circunstancias impredecibles y en rápida evolución producidos en cualquier parte del mundo para dar un servicio informativo tanto a los medios de comunicación como a los Estados miembros, las organizaciones no gubernamentales y el público en general sobre las actividades de la ONU en coyunturas críticas.

Lo anterior se aplica, sobre todo, a situaciones de desastre por fenómenos naturales en las que la ONU acude a asistir en las tareas humanitarias y, en algunas ocasiones, a escenarios de conflictos armados en momentos de crisis.

El servicio de internet en general y el Centro de Noticias en particular dependen de la División de Noticias y Medios y siguen sus directrices.

En el mismo documento⁴ se estipuló que el mensaje básico del Departamento de Información Pública debería centrarse en la divulgación de los temas y los avances hacia los Objetivos de Desarrollo del Milenio, dados a conocer en el año 2000. Es decir, en adelante, se publicaría más información de cuestiones relacionadas con la erradicación de la pobreza y el hambre, la prevención de conflictos, el desarrollo sostenible, los derechos humanos, el SIDA, la lucha contra el terrorismo y las necesidades de África.

³ Aspectos programáticos del proyecto de presupuesto por programas para el bienio 2004-2005 del Departamento de Información Pública. Informe del Secretario General. Naciones Unidas. Asamblea General. 24 de marzo de 2003. A/AC.198/2003/3

⁴ Aspectos... *Idem*.

También se mencionaba entre las metas de comunicación de la ONU producir material que fuera útil para las necesidades específicas de los medios de información destinatarios. En este contexto, se crearon estrategias para fomentar el interés de las organizaciones y los medios de comunicación en las noticias y actividades de las Naciones Unidas, y para simplificar el acceso a esta información.

Por otra parte, el Departamento de Información Pública tendría que elaborar iniciativas para llegar directamente a los periodistas y medios de comunicación y entablar asociaciones con ellos para conseguir la divulgación de noticias de la ONU en el mayor número posible de medios de todos los países.

7. Internet y radio

Pese a la proliferación y fuerza del internet, la radio de la ONU, también inserta en la División de Noticias y Medios de Información, se sigue considerando el medio de difusión más eficaz para alcanzar al público, aunque dependa de las estaciones locales que usen este servicio.

Después de más de cincuenta años de transmitir sus noticias y reportajes por teléfono, por el envío de cassettes o mediante transmisión de onda corta, la radio también empezó a aprovechar las ventajas del internet para hacer llegar sus programas a las radiodifusoras locales.

El material radiofónico producido en los estudios de la ONU en Nueva York en los seis idiomas oficiales, además del portugués y el swahili, es utilizado a discreción por las estaciones interesadas en cualquier país del mundo.

La transmisión de estos programas diarios de quince minutos, o parte de ellos, es gratuita y no impone ninguna restricción. Tampoco existe un contrato que regule el uso de este material.

Para aprovechar las ventajas de la tecnología moderna, a partir del año 2000, la radio de la ONU desarrolló una página de internet dentro del sitio de la Organización que facilita la distribución del material informativo que produce. En esta página, las radiodifusoras pueden acceder a las noticias y reportajes y descargar los sonidos para transmitirlos dentro de su programación.

Aunque es muy difícil saber con precisión cuántas estaciones usan los programas producidos por la radio de la ONU y el aumento de las cadenas “clientes” debido al uso del internet, un sondeo realizado de septiembre a noviembre de 2002¹ reveló

¹ Continued... *Idem*.

que más de 133 millones de personas escucharon parte del material radiofónico de la Organización al menos una vez a la semana.

Al valerse del internet, la radio abarató su costo de distribución toda vez que el envío de cassettes y la transmisión por teléfono fue disminuyendo gradualmente. Según el Comité de Información, la radio de la ONU realizó sus tareas del bienio 2002-2003 con un presupuesto de 2.4 millones de dólares.

Para el 2003, cuando cada idioma oficial tuvo funcionando su Centro de Noticias, se creó una sinergia entre éste y la radio en la lengua correspondiente que se ha ido enriqueciendo con los años y que actualmente ofrece a los usuarios un incipiente sistema multimedia, puesto que se ha incorporado también la transmisión en video de ciertos eventos en el Secretariado de Nueva York.

La página del Centro de Noticias tiene una liga a la página de la radio y viceversa, lo que permite al lector, por ejemplo, escuchar audios de entrevistas o reportajes relacionados con la noticia en cuestión.

La operación de ambos servicios —radio y Centro de Noticias— está interrelacionado y generalmente se desempeña en unidades por idioma en los que el personal de los dos interactúa constantemente.

8. Nuevos retos

Con la invasión a Irak liderada por Estados Unidos y el ataque de agosto de 2003 a las instalaciones de la ONU en Bagdad, el Departamento de Información Pública se topó con un desafío doble: por un lado, debía explicar el papel de la Organización en la futura dirección de Irak y, por otro, tenía que convencer al mundo de que existían otras áreas críticas que necesitaban igual o mayor atención.

El Comité de Información de la Asamblea General señaló en su reunión de abril de 2004¹ que prácticamente todas sus divisiones estaban dedicadas a garantizar una cobertura amplia y oportuna de los múltiples temas y actividades de la Organización relativos a Irak.

En el documento base de dicha reunión, el Comité aceptó que la invasión a Irak tuvo “un profundo impacto, adverso en gran parte, en la imagen de la Organización en todo el mundo”.²

Ante esta situación, el trabajo informativo de la ONU se centró en el desarrollo y diseminación de la idea de un sistema de Naciones Unidas coherente, coordinado y oportuno que pudiera responder a la situación según evolucionara.

Un grupo de trabajo interagencial para Irak presidido por el secretario general adjunto para Comunicaciones de la ONU diseñó una estrategia común de información sobre ese país.

El sitio de internet y el Centro de Noticias de la ONU fueron una de las partes medulares de esta estrategia, toda vez que divulgaron material de las distintas

¹ *Benefits of Continuing reorientation of UN Information Department focus.* 22/04/2004. PI/1572

² *Benefits... Idem P.3*

agencias del sistema, así como del trabajo que el Secretariado estaba desempeñado en Irak.

A la fecha, Irak sigue siendo uno de los focos de atención de las comunicaciones de la ONU, que despliegan continuamente y sin dilación las tareas de asistencia de la Organización en las esferas política y humanitaria con resultados positivos en general, puesto que los medios de comunicación que buscan un enfoque amplio de este tema recurren al sitio y es frecuente encontrar los reportes del Centro de Noticias reproducidos en publicaciones o páginas web informativas en los seis idiomas que maneja la ONU.

Así, los acontecimientos en Irak aumentaron significativamente el número de visitas al Centro de Noticias, alcanzando 2,100 millones en el 2003 —ya con los seis idiomas en línea— cuando se produjeron la invasión y el ataque a la ONU.

Una vez afianzada la estrategia de comunicación sobre Irak, la ONU encaró el otro gran reto: llamar la atención hacia otras crisis o áreas de conflicto, a menudo ignoradas por los medios informativos.

En mayo de 2005, el Departamento de Información Pública anunció que publicaría una lista de “diez historias que el público debería conocer mejor”³ y lanzó una campaña de divulgación de estos temas cuyo principal vehículo fue el Centro de Noticias y el sitio de internet.

La lista incluía, además de la inestabilidad y necesidades humanitarias en Somalia, Sierra Leona y Camerún, problemas universales como los atropellos a los derechos humanos, la falta de acceso a la salud y la falta de desarrollo, entre otros.

³ UN to release new list of “Ten Stories the World should Hear more about”. 02/05/2005. Note No. 5934

9. Orientación regional

Para captar mayor atención de los medios y la opinión pública, las comunicaciones de la ONU, y especialmente el Centro de Noticias, divulgan tópicos de interés regional según el idioma en que entreguen la información.

Además de los grandes temas de la ONU, el Centro de Noticias en cada idioma presta atención especial al acontecer en el o las áreas donde se hable la lengua en cuestión y dedica a estos temas mayor despliegue.

Así, por ejemplo, aunque el Centro de Noticias en español publique información sobre Irak o Darfur, está siempre pendiente de lo que ocurre en América Latina que tenga relación con la ONU. En este caso, el Centro reporta constantemente sobre la violencia, el desplazamiento de población y la crisis humanitaria de Colombia.

El Centro en francés, en cambio, se ocupa con más detalle de los sucesos en África, especialmente de los países que fueron colonias francesas y que mantienen esta lengua oficial.

Refiriéndose a la “regionalización” de la información, el secretario general recordó en una evaluación de abril de 2006¹ a la reforma del Departamento de Información Pública que las noticias de la ONU son globales, pero cada noticia global tiene resonancia en el contexto local.

En este sentido, la estrategia de comunicaciones de la ONU alentó la “autonomía” de cada idioma del Centro de Noticias para captar más “clientes” según las inquietudes informativas de cada región.

¹ *Three-year evaluation of UN information activities*. General Assembly. 21 April 2006. PI/1708

Para dar una noticia de manera atractiva y alcanzar al máximo de público posible, el Departamento de Información Pública incluyó en sus planes para el Centro de Noticias la identificación y definición precisas de las audiencias locales por idioma.²

² Three... *Idem.*

10. Información imparcial

La idea de los Estados miembros de que la ONU debe producir información “imparcial” se reforzó tras la invasión de Estados Unidos (y sus aliados) a Irak en marzo de 2003, que no logró consenso en el Consejo de Seguridad y fue calificada por los opositores a esta ocupación como una acción unilateral.

Al no obtener el visto bueno de la ONU, Estados Unidos orquestó una campaña mediática masiva para justificar este acto bélico y para cuestionar el papel de la ONU en el escenario político mundial.

Durante la sesión de finales de abril del Comité de Información, los delegados de los Estados miembros debatieron esta situación y destacaron la importancia de que la ONU reforzara su estrategia de comunicación social para hacer contrapeso a este tipo de campañas.

“Los recientes acontecimientos internacionales han revelado una vez más la necesidad de una fuente de información precisa, imparcial y completa. En esta ocasión, más que nunca, el mundo percibe a las Naciones Unidas como la única fuente confiable”¹, afirmó durante la discusión el representante de Irán, Mehdi Molla Hosseini.

En este contexto, el delegado iraní subrayó la urgencia de intensificar la promoción de los principios y propósitos de la ONU y del concepto de multilateralismo.

Por su parte, el representante de Jamaica, Stafford Neil, en nombre de la Comunidad de Estados del Caribe (CARICOM), consideró que los eventos recientes habían mostrado el impacto y alcance de la globalización en los medios

¹ *World looking to United Nations as source of reliable, impartial information.* Committee on Information. 29/04/2003. PI/1475. P.4

de comunicación y el dominio de ciertas cadenas informativas en la presentación de las noticias y la información en general.

Agregó que estos hechos alertaron al mundo sobre la necesidad de reportes periodísticos imparciales y equilibrados y afirmó la ONU era la instancia adecuada para proveer este tipo de información. “Mientras que las perspectivas nacionales de cada país influyen inevitablemente en los reportes de las noticias, las Naciones Unidas, con su perspectiva y alcance mundial, debe convertirse en modelo de la promoción de precisión y equilibrio en el orden de la información global.”²

Durante este debate, el representante Arye Mekel, de Israel, aliado tradicional de Estados Unidos, salió a la defensa de este último diciendo que el Secretariado de la Organización debía proveer a los medios de comunicación información objetiva y no usar sus recursos para promover los intereses de una parte en conflicto ni usar sus foros para señalar a ciertos Estados miembros con retórica politizada y tendenciosa³.

En las discusiones, el delegado de Ucrania, Oleksiy Shovkoplias, dijo que en el marco de los acontecimientos del momento, el Centro de Noticias de la ONU había servido como una fuente valiosa de información y como una puerta a los recursos relacionados con las noticias del día dentro del sistema de las Naciones Unidas.

² World... *Idem* P. 5

³ World... *Idem*.

11. Una noticia, diversas lecturas

En vista de la variedad de intereses que rodean a los medios de comunicación, las noticias de la ONU tienen lecturas muy diversas y el Centro de Noticias de las Naciones Unidas intenta equilibrar la oferta informativa, ofreciendo la versión de la casa, basada en información oficial, pero con ciertos elementos periodísticos que le dan un tinte de objetividad.

Como ejemplo, citamos el caso del escándalo de corrupción que rodeó al programa humanitario para Irak “Petróleo por alimentos”. Tras una explicación breve y simplificada del funcionamiento del programa, veremos la interpretación de las acusaciones de corrupción contra la iniciativa humanitaria en medios representativos de Estados Unidos, Inglaterra y Francia, además del Centro de Noticias durante el primer año después de que se produjeran dichas imputaciones.

11.1 Petr6leo por alimentos

Tras la invasi6n de las fuerzas iraqu6es a Kuwait en agosto de 1990, el Consejo de Seguridad de la ONU impuso a Irak un embargo comercial con la intenci6n de frenar la carrera armamentista de ese pa6s¹. Asimismo, aprob6 sanciones financieras al gobierno; no obstante, 6stas tuvieron su mayor efecto en la poblaci6n iraqu6, que se vio sometida a una crisis humanitaria.

Ante esta situaci6n, el Consejo de Seguridad estableci6 en abril de 1995 un esquema que permitir6a a Irak exportar petr6leo y utilizar los ingresos generados para comprar alimentos, medicinas y otros productos de primera necesidad para la poblaci6n². Este programa, impulsado por Estados Unidos, estipulaba la existencia de una cuenta de garant6a que administrar6a la ONU, supervisada por auditores independientes, para garantizar que los fondos se destinaran efectivamente a aliviar las necesidades de los iraqu6es.

¹ Resoluci6n 660 del Consejo de Seguridad. S/RES/660 (1990) 2 de agosto de 1990.

² Resoluci6n 986 del Consejo de Seguridad. S/RES/986 (1995) 14 de abril de 1995.

Inicialmente, Irak rechazó el programa, conocido como “Petróleo por alimentos”, pero lo aceptó en mayo de 1996 y permitió su implementación en diciembre del mismo año, cuando comenzó oficialmente la extracción de petróleo iraquí para exportación.

El programa operó hasta 2003, año de la invasión a Irak liderada por Estados Unidos, que marcó también el fin del embargo por parte del Consejo de Seguridad³. El monto total de recursos administrados por la ONU durante los siete años de existencia de “Petróleo por alimentos” —que terminó oficialmente el 21 de noviembre de 2003 — ascendió a 65,000 millones de dólares.

El 25 de enero de 2004, el periódico iraquí Al Mada publicó una lista de 270 nombres de individuos y organizaciones que supuestamente habían recibido contratos de venta de petróleo por medio del programa administrado por la ONU. La lista se obtuvo de los documentos que se encontraron en las instalaciones de la petrolera estatal iraquí, de relación cercana con el Ministerio de Petróleo de Irak. La lista también incluía los nombres de los funcionarios de la ONU responsables de “Petróleo por alimentos”, a quienes se acusaba de haber favorecido a ciertas empresas, y los nombres de políticos iraquíes presuntamente beneficiados por el programa. Saddam Hussein, el depuesto gobernante era uno de los nombres que encabezaban la lista, acusado de haber desviado 5,000 millones de dólares. La lista de empresas incluía corporaciones rusas, inglesas y estadounidenses, entre otras.

Ante el escándalo, el secretario general de la ONU ordenó primero una auditoría y luego estableció una comisión investigadora independiente liderada por el ex presidente de la Reserva Federal de Estados Unidos, Paul Volcker. La auditoría comenzó en febrero del mismo año.

³ Resolución 1483 del Consejo de Seguridad S/RES/1483 (2003) 22 de mayo de 2003.

Después de que el escándalo estalló, los ataques de la prensa no se hicieron esperar, especialmente los provenientes de los medios de comunicación estadounidenses de línea conservadora, que mantuvieron una campaña de desacreditación de la ONU, que no había apoyado la invasión de Estados Unidos a Irak.

11.1.a. FOX

A raíz del escándalo, la cadena estadounidense de televisión FOX News divulgó una encuesta el 20 de septiembre de 2004, en la que aseguraba que el 54% de los estadounidenses creía que la ONU no reflejaba los valores del ciudadano promedio de ese país, que el 64% no consideraba a las Naciones Unidas un aliado efectivo contra el terrorismo, y que sólo el 29% tenía una opinión favorable de la Organización.

Asimismo, afirmaba que las evidencias apuntaban a que parte de los fondos desviados del programa humanitario habían acabado en manos de terroristas potenciales, enemigos de Estados Unidos.

Argumentaba que las raíces del escándalo databan de 1991, cuando una coalición encabezada por Estados Unidos y respaldada por la ONU expulsó a Saddam Hussein de Kuwait, pero le permitió seguir en el poder en Irak.

Señalaba que trece años más tarde, una segunda coalición, también liderada por Estados Unidos, finalmente había expulsado a Hussein y subrayaba que lo había hecho sin la ayuda de las Naciones Unidas, cuyo Consejo de Seguridad no había logrado aprobar una resolución que apoyara el “esfuerzo” estadounidense.

Con Estados Unidos ocupando el territorio iraquí, para la fecha de ese reporte — 20 de septiembre de 2004— las bajas del ejército estadounidense se calculaban en 1,000 soldados y se decía que muchos iraquíes morían diariamente a causa de

los ataques insurgentes. Luego, FOX lanzaba la pregunta: ¿Puede la ONU ayudar ahora?

Por último, explicaba que Rusia y China habían objetado la nueva coalición porque estaban haciendo miles de millones de dólares con el programa “Petróleo por alimentos”.

11.1.b. BBC

En noviembre de 2004, la cadena de radio y televisión británica BBC reportó que tras una investigación periodística de seis meses, podía afirmar que Saddam Hussein había desviado miles de millones de dólares del programa “Petróleo por alimentos” y que esos abusos siempre habían sido conocidos. Más aún, el informe de la BBC indicaba que existía evidencia de que el ex presidente iraquí exigía sobornos de las compañías interesadas en hacer negocios con Irak bajo el esquema del programa humanitario y que los funcionarios de la ONU a cargo lo sabían. Agregaba que muchas de sus fuentes —anónimas— eran participantes directos en el programa y que se referían a él como una gran estafa.

Según la BBC, estas acusaciones dejaban en entredicho la reputación de la ONU. Sin embargo, la cadena británica también daba voz a los funcionarios de la Organización que consideraban que Estados Unidos estaba tratando de desviar la atención de los medios de comunicación hacia el programa “Petróleo por alimentos” como una manera de castigar a la ONU por no haberle dado su respaldo en la invasión a Irak, y de distraer a la opinión pública de la guerra misma, que para entonces ya pasaba del año y medio.

11.1.c. The New York Times

El diario The New York Times, uno de los de mayor influencia en la opinión pública estadounidense, publicó el 5 de diciembre de 2004⁴ un editorial en el que advertía la escalada del escándalo de corrupción y se refería a la investigación del Senado estadounidense como un estimado de los miles de millones de dólares que Saddam Hussein había podido amasar “frente a las narices” de los monitores de la ONU.

El editorial también mencionaba el llamado de los congresistas conservadores que pedían la renuncia del secretario general Kofi Annan.

“Annan, quien suscitó la ira del Washington republicano por oponerse a la guerra en Irak del presidente Bush, tendrá que encarar el juicio de los miembros de las Naciones Unidas sobre cuánta responsabilidad carga”, apuntó el rotativo.⁵

No obstante, agregaba que antes de que el clamor por la cabeza de Annan ganara más fuerza política, era importante desentrañar el enredo de acusaciones que se le imputaban y aceptaba que la burocracia de la ONU no era la principal responsable de permitir a Saddam Hussein enriquecerse con una cantidad que podía llegar hasta los 21,000 millones de dólares.

11.1.d. Le Monde

El diario francés Le Monde publicó el 21 de marzo de 2004⁶ una escueta noticia sobre la investigación del programa “Petróleo por alimentos” anunciada por Kofi Annan. En la nota, el rotativo explicaba que la indagación debería reportar sobre los intermediarios que hubieran participado en la compra de petróleo, así como sobre las empresas que hubieran abastecido los bienes de primera necesidad y

⁴ *The U.N. Oil Scandal*. The New York Times. Editorial. 5 December 2004.

⁵ The U.N. Oil... *Idem*.

⁶ *L'ONU enquête sur des malversations*. Le Monde. 21 mars 2004.

sobre el banco francés BNP Paribas, que gestionaba la cuenta fiduciaria de la ONU.

Más tarde, el 9 de diciembre del mismo año⁷, Le Monde publicó un artículo en el que aseguraba que la larga ovación que recibiera el día anterior el secretario general en la Asamblea General mostraba el respaldo inequívoco de la comunidad mundial frente a las críticas agobiantes de la derecha estadounidense.

11.1.e. Centro de Noticias de la ONU

Pese a haber estallado dos meses antes y haber ocupado grandes espacios en los medios de comunicación, el escándalo sobre el programa humanitario para Irak se presentó hasta el 23 de marzo de 2004 en el Centro de Noticias de la ONU, cuando se anunció que el entonces secretario general, Kofi Annan, hacía arreglos para que se abriera una investigación dentro de la Organización ante las alegaciones de que se habían desviado 10,000 millones de dólares del programa de “Petróleo por alimentos”.

En la noticia se explicaba que Annan ya había ordenado en febrero una auditoría interna, después de que algunas informaciones obtenidas en Irak indicaban que el administrador del programa, Benon Sevan, tenía relaciones con una compañía que recibía contratos del antiguo gobierno de Saddam Hussein.

Añadía que el secretario general buscaba el apoyo del Consejo de Seguridad para establecer una comisión independiente que revisara el trabajo realizado por el personal de las Naciones Unidas, además de esclarecer otras alegaciones de corrupción.

⁷ A l'ONU, Kofi Annan reçoit une ovation réconfortante. Le Monde. 9 décembre 2004

“Espero formar un equipo que lo haga. Es un asunto muy complejo y espero que una vez que [los integrantes del equipo] hayan podido hacer su trabajo quede claro quiénes son los responsables de esto y dónde reside la culpabilidad”, así citaba a Annan en aquella ocasión el Centro de Noticias.

Agregaba que el secretario general reconocía que se habían cometido algunos errores, pero consideraba injustas todas las acusaciones que se le imputaban.

La información continuaba diciendo que Annan había escrito una carta a los 15 miembros del Consejo de Seguridad para pedirles su apoyo en la clarificación del escándalo, que salpicaba tanto a funcionarios de las Naciones Unidas como a compañías chinas, francesas y rusas.

Más adelante, el 20 de mayo, el Centro de Noticias informó que Paul Volcker, designado por Annan presidente de la comisión investigadora de las alegaciones de corrupción en el programa humanitario había anunciado que un equipo de expertos viajaría a Irak para recopilar información de alto nivel.

“En vista de la necesidad urgente de establecer contacto a los niveles adecuados en el gobierno iraquí y en la Autoridad Provisional de la Coalición, un grupo de gran experiencia y conocimiento se ha ofrecido para visitar Bagdad”, apuntó Volcker.

Tras listar a los integrantes de la comisión, el Centro de Noticias destacaba que esta misión sería clave para la elaboración de un informe preliminar en un plazo de tres meses y adelantaba que la preparación de los resultados finales requeriría al menos un año.

Agregaba que la comisión había empezado a reunir un grupo de trabajo formado por abogados, contadores e investigadores, que en los próximos meses llegaría a

contar con unos 30 elementos supervisados por Stephen Zimmermann, ex fiscal federal de Estados Unidos.

Esa noticia citaba a Volcker afirmando que la ONU se había comprometido a otorgar recursos financieros razonables a la comisión independiente para llevar a cabo las pesquisas. Asimismo, precisaba que hasta ese momento, ya se habían asignado fondos por cuatro millones de dólares para el inicio de la investigación.

Luego, a lo largo del año, el Centro de Noticias publicó varios despachos escuetos con declaraciones del secretario general cuando éste era interrogado sobre el tema en las conferencias de prensa.

Para el 2005, fue notable el cambio de vocabulario al informar sobre los avances de las investigaciones. Las acusaciones de corrupción se convirtieron en mala administración y prácticamente todas las noticias se basaban en los informes de la comisión investigadora.

11.2 Conclusión de la Comisión Investigadora

La Comisión Investigadora Independiente entregó cuatro informes preliminares y uno final, entre el 3 de febrero y el 27 de octubre de 2005. Estos informes revelaron evidencias de comportamiento ilícito, poco ético y corrupto de parte de algunos administradores del programa y pasaron parte de la responsabilidad de mala administración al secretario general Kofi Annan. Sin embargo, la única acusación comprobable fue que el director del programa “Petróleo por alimentos”, el chipriota Benon Sevan, funcionario de la ONU desde 1965, había aceptado sobornos por 150,000 dólares.

Al perder su inmunidad como funcionario internacional de la ONU, Sevan fue acusado formalmente de corrupción el 16 de enero de 2007 por un fiscal general de Manhattan y la Procuraduría de Nueva York emitió una orden de arresto en su contra a través de la Interpol, en vista de que había huído de Estados Unidos para volver a Chipre. Sin embargo, el tratado de extradición entre Estados Unidos y Chipre no obliga al gobierno chipriota a enviar a Sevan a Estados Unidos.

Además de las acusaciones contra Sevan, el informe final indicó que unas 2,000 empresas de más de 60 países estaban implicadas en cohecho y cargos excesivos al gobierno iraquí por 1,800 millones de dólares.

Tras la divulgación de los resultados de la investigación, cuyo despliegue no correspondió a las expectativas que habían alimentado, los medios de comunicación en general se olvidaron del tema o confinaron la breve información relacionada con él a páginas interiores o tiempos muy breves, sin sugerir una investigación de las compañías implicadas.

Los medios tampoco le dieron seguimiento al anuncio que siguió al informe final en el sentido de que la ONU mantendría abiertos los archivos de la investigación para los Estados o compañías interesados en continuar indagaciones específicas basándose en los hallazgos de la comisión.

Conclusión

Como actor de primera línea en la escena política mundial, la ONU continuará adaptando sus estrategias de información a las necesidades que la realidad del mundo contemporáneo le vaya presentando.

Tras los escándalos que han minado su prestigio, las Naciones Unidas afrontan el desafío de restaurar la confianza internacional y de recuperar la credibilidad de su postura imparcial frente a los conflictos de intereses.

Ante tan difícil tarea, la comunicación social de la ONU ha empezado a centrar sus esfuerzos en la proyección de una imagen de transparencia, particularmente en la divulgación de temas administrativos que incluyen declaraciones de bienes de los altos funcionarios, gestión de fondos de los proyectos a cargo de la Organización y publicación de las investigaciones a empleados con presuntas conductas corruptas.

Esta estrategia busca que la imagen de transparencia administrativa genere, por extensión, una percepción positiva del quehacer político de las Naciones Unidas.

Para mantener su presencia en la opinión pública, la ONU deberá mantener el paso de la revolución de las comunicaciones y adoptar rápidamente los avances tecnológicos de manera que sus vehículos de difusión no queden obsoletos.

En este renglón, el Comité de Información destacó en su periodo de sesiones de mayo de 2007 la importancia de la tecnología de la información para la difusión eficaz, en función de costos y rapidez, de las tareas de la ONU.¹

Entre los medios de difusión de la Organización, el internet representa en estos momentos la gama más amplia de posibilidades y el mayor alcance potencial, por

¹ *Proyecto de informe*. Comité de Información. Asamblea General. A/AC.198/2007/L.3 9 de mayo de 2007.

lo que el Comité solicitó la ampliación de recursos e hizo hincapié en la necesidad de continuar expandiendo los proyectos del sitio web de las Naciones Unidas.

En este contexto, el Centro de Noticias de la ONU deberá mantenerse a la vanguardia con su funcionamiento de agencia y tendrá que ir aumentando su oferta informativa en términos cuantitativos y cualitativos. Por ello, ha empezado a moverse hacia la meta de un servicio de noticias multimedia que termine por englobar en un mismo sitio la radio, la televisión y las publicaciones de la ONU.

Por otra parte, en lo que concierne a los contenidos, la comunicación social de la ONU tendrá que consolidarse como una opción informativa precisa, imparcial y oportuna.

La información pública y las comunicaciones deben ocupar un lugar central en la gestión estratégica de las Naciones Unidas a fin de fortalecer el apoyo internacional a las actividades de la ONU.

Bibliografía

McLuhan, Marshall y Powers, B.R., *“La aldea global”*, Barcelona, Gedisa Editorial, 2005.

Touraine, Alain, *“¿Podremos vivir juntos?”*, México, Fondo de Cultura Económica, 1997.

Informes, resoluciones y minutas del Secretario General y la Asamblea General de la ONU.