GUÍA ACADÉMICA

Third Party Actors

Third Party Actors

Nivel: Superior

Idioma: Español

Carta de Bienvenida:

Estimados delegados,

Para nosotros es un honor recibirlos en esta nueva edición de MMUN y acompañarlos en su proceso en un comité tan extraordinario como Third Party Actors. En los próximos tres días van a asumir roles poco comunes en modelos de Naciones Unidas, que son de vital importancia para el desarrollo de los mismos. Tendrán que hacer uso de distintas herramientas que en un comité normal no serian accesibles, así que aprovechen esta oportunidad. Este comité puede ser retador, pero satisfactorio para todo aquel que lo asuma como parte fundamental del modelo y de la vida real.

Queremos que por este medio reflexionen y aprendan sobre la importancia invisible que organismos ajenos a las Naciones Unidas o a un país, poseen sobre decisiones críticas del mundo moderno. Que el poder y la influencia van más allá de poseer grandes filas militares o una gran influencia económica. Hay otros medios por los cuales se pueden motivar a hacer cambios positivos o incluso radicalizar hasta un punto nocivo para comunidades enteras. La prensa y distintos modos de expresión ciudadana han ido más allá que hacer simples reportes. Pueden representar infinitas cosas y son más que todo un símbolo de resistencia, de expresar información factual y de un compromiso social inmenso.

Esto no es más que un abre bocas para las posibilidades que tendrán en el transcurso del modelo. Como presidentes esperamos ser el apoyo que necesiten para empujar sus límites y realmente dar lo mejor de ustedes mismos. Este comité no se trata de quien habla más o quien tiene la delegación más dominante, se trata de que tan dispuestos están a balancear diferentes situaciones y a intervenir en lo que sea posible. Estaremos aquí acompañándolos en cada paso, tenemos altas expectativas de ustedes.

¡Disfruten este comité y aprendan!
Maria Juliana Duque Alejandro Galindo

Maria Juliana Duque

Colegio Santa Maria

mjduquesandoval@gmail.com

+57 3174007739

Alejandro Galindo

Colegio Tilatá

+57 3153054375

Introducción y Objetivos

Third Party Actors, TPA, es un comité experimental que consiste en asumir un rol diferente en los comités presentes dentro del modelo para influir en los mismos desde otra perspectiva. El delegado tendrá la opción de representar a una Organización No Gubernamental/sin Ánimo de Lucro (ONG) o ser parte del equipo periodístico de distintos medios de comunicación. Siempre desde el fin con aportar otra dimensión a las distintas problemáticas discutidas en los comités y aportar desde maneras más dinámicas, imitando a sus roles equivalentes en la vida real.

De esta forma se busca resaltar el rol de distintos medios de comunicación y ONG 's, al poder dar un aporte distinto al que cualquier ente gubernamental o personalidad política podría contribuir a su comité propiamente. Se espera de los delegados un gran sentido creativo e innovador para hacer provecho de su posición en cada comité, sabiendo de la influencia que poseen.

Los delegados podrán participar de dos maneras importantes, que deberán mantener por igual en la duración del modelo. En primera instancia, podrán participar activamente en los debates y/o procesos resolutivos que se estén dando a cabo en distintas comisiones. Así mismo, podrán expresar sus posiciones por otros medios como comunicados de prensa, artículos, videos, pósteres/afiches, infografías y demás recursos que se le ocurran al delegado, siendo aprobados por la mesa. La creatividad es fundamental en la segunda manera, ya que se trata de llevar lo discutido en distintas comisiones a un plano más atractivo para un lector cualquiera u otra persona de un comité ajeno al suyo.

Es de suma importancia mantener el hilo conductor dependiendo del comité y el medio al que representen. No solo refiriéndose a una participación activa y constante dentro de distintas comisiones, pero también en cuanto a actualización sobre lo que está pasando en las mismas. Debe haber una coherencia por parte de los representantes de TPA y un constante deseo de indagar sobre lo que está sucediendo. Esto es la raíz misma del comité.

Roles dentro del comité

Como se mencionó anteriormente, los delegados se dividirán entre dos grupos: representantes de ONG's y representantes periodísticos, también conocidos como Press Media.

¿Qué es una ONG?

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) una Organización No Gubernamental (ONG) es "cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común". En este sentido, las ONG's realizan servicios humanitarios, sirven como mecanismo de alerta y apoyan la participación política en la comunidad.

Por esta razón, sus objetivos generalmente apuntan hacia el beneficio social, cuentan con trabajo de voluntarios y reinvierten sus excedentes en su razón social. Además son organismos autónomos, sin ningún tipo de injerencia estatal. (Federación Antioqueña de ONG, s.f)

Deberán escribir comunicados de prensa y artículos de opinión con alto contenido crítico, que dé cuenta de su visión del tema.

¿Qué es un Press Media?

Los medios de comunicación o press media son instrumentos que se usan en la sociedad contemporánea para informar y comunicar acontecimientos o mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Pueden utilizarse para comunicar información de forma masiva como lo son la televisión y los diarios digitales, y también a un grupo pequeño de personas, a través de periódicos locales, por ejemplo.

Estos medio tienen por objetivo presentar información que "describe, explica y analiza datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global" (Banco de la República de Colombia, 2015). Más aún, estos son esenciales dentro de la sociedad dado que contribuyen al establecimiento de procesos de interacción humana, intercambio de conocimiento y debates en torno a problemas y situaciones actuales.

Por su estructura física se dividen en: medios audiovisuales, televisión, cine, medios radiofónicos, medios impresos y medios digitales. Por su carácter se dividen: informativos, de entretenimiento, de análisis, de opinión, especializados.

Deberán escribir artículos de opinión en los que se evidencie, además de los puntos clave a nivel informativo, la capacidad de transformar la realidad por medio de los editoriales del medio al que representan.

Procedimiento

Mociones

Todas las mociones y puntos expuestos en la sección del Handbook oficial de MMUN regirán dentro del comité.
Estas son las mociones extraordinarias que se tendrán en cuenta:

- *Abrir Agenda:* Tanto ONGs como Medios de Comunicación, están en la libertad para determinar el tema del debate que se realizará dentro de la sala. El objetivo es saber qué papel han desempeñado dentro de los otros comités, sus posturas y las acciones tomadas. Es importante recordar que en los comités diferentes a este, ustedes tienen voz, pero no voto.

- *Debate Informal*: Al igual que la moción anterior, esta se hará sobre el tema que consideren más relevante tratar, con base en los comités externos a TPA en que debatan. Se realizará en la parte final de cada sesión y, se concibe como un espacio para el debate y expresión de opiniones por parte de los delegados alrededor de lo ocurrido ese día del modelo en los distintos comités. Tendrá una duración corta y, con este, se finalizará el trabajo en comité cada sesión.

- *Trabajo de campo:* Este será el momento para ir a los comités asignados y hacer los reportajes pertinentes. Los delegados de TPA podrán disponer libremente de este tiempo; no obstante, deben hacer mínimo dos entregas diarias sobre lo acontecido en el Modelo. Estas entregas pueden ser en distintos formatos que se acordaran previamente con la mesa.

Comunicados

Los delegados deben hacer mínimo dos entregas en las que den cuenta del trabajo realizado cada día; estas serán recibidas por la Mesa Directiva hasta una hora antes de finalizar cada jornada. Es importante tener en cuenta el idioma oficial de cada comité, puesto a que en ese mismo se deben escribir los comunicados.

Estos comunicados no tendrán un formato específico, en vista de que se busca potenciar la creatividad de los delegados; el único requisito para facilitar la identificación del comunicado es un encabezado que incluya lo siguiente:

1) Nombre del delegado y la ONG/ Press Media que representa
2) Third Party Actors
3) El comité donde se realizó la investigación.
4) Tipo de reportaje: Puede ser columna de opinión, artículo informativo, infografía, etc. 5) Fecha de redacción (dd-mm-aa).

Tipos de Comunicados

Los siguientes son los distintos tipos de comunicados que los delegados pueden presentar en el comité, de acuerdo a los eventos que ocurran y la información que obtengan en las comisiones externas visitadas:

- Informativos: como su nombre lo indica, su propósito es informar cualquier acontecimiento que haya sucedido o esté sucediendo, y sea de interés general. Generalmente, se incluye una descripción de lo ocurrido y los principales actores involucrados.
- De análisis: contienen una parte informativa, pero van más allá y examinan, investigan, y explican lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia. Su fin es que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia, por medio de un análisis profundo.
- De opinión: es un texto periodístico que expone el parecer, juicio o postura de una determinada persona o medio de comunicación acerca de un asunto que despierta el interés de la comunidad.

Ejemplo

Este es un ejemplo de comunicado con un formato particular y creativo; sin embargo, no es necesario un diseño elaborado. Los delegados pueden entregar un texto en word con los requisitos establecidos.

THE DAILY COLMUN

www.dailycolmun.com THE WORLD'S FAVORITE NEWSPAPER -Since 2016

Columna de Opinión

Daniela Echeverri – La Silla Vacía

Third Party Actors

Comité foco: Comisión Asesora de Relaciones Exteriores

El desasosiego mundial y Colombia

Daniela Echeverri | 17/04/2017

Mientras miles de personas expresan sus condolencias a las víctimas y familiares de los recientes ataques en París a través de las redes sociales, otras miles se enfocan en reprochar el eurocentrismo y exponer la falta de información sobre las tragedias en el Líbano, Japón y México; y por supuesto, siguiendo esta línea, también hay muchos que aprovechan el momento para plantear que en nuestro país nunca se ha desatado tal boom mediático con las distintas masacres, injusticias y atentados que han ocurrido.

"Por eso es tan confuso e incierto hablar del Estado aquí, porque todo depende de dónde viva, en qué trabaja y cuánto gana; porque vivimos bajo un Estado que tiene dos caras."

Y con toda razón; pues mientras miles de personas mueren en el mundo, es sólo cuando algo grave ocurre en las potencias que se disparan los noticieros, periódicos y las redes sociales. Mientras millones de usuarios en Facebook pintan su foto de perfil con la bandera francesa, en apoyo a los afectados, nadie parece tener la bandera del Líbano presente. Pareciera que muchos ignoran o desean ignorar que dos días después de lo ocurrido en París, dos bombas suicidas del Estado Islámico explotaron en la capital libanesa.

Sin embargo, en medio de todo este desasosiego internacional, hoy pienso en Colombia. Pienso en las múltiples ocasiones en que he reprochado la selectividad de la información presentada por los medios, pues de millones de casos de injusticias, sólo muy pocos se convierten en noticia. Pienso que en nuestro país esa selectividad trasciende los noticieros y periódicos y se traslada a la relación del Estado mismo con los ciudadanos.

Los anteriores pueden ser presentados en distintos formatos como infografías, videos y demás. Recalcamos el valor de la creatividad en esta comisión, se aprecia tanto la calidad como el esfuerzo que se le pone al trabajo a entregar.

Si el representante de una ONG o un Medio de Comunicación considera que el comunicado debe ser leído en el comité asignado, primero será revisado y aprobado por los presidentes correspondientes, de lo contrario, únicamente llegará a la Mesa Directiva de TPA. El objetivo de éstos es generar debate e impacto, siendo el criterio más importante a evaluar. Si el equipo académico requiere una crisis, puede hacer uso de estos documentos.

Una vez se hayan realizado las entregas correspondientes, la Mesa pasará a revisarlos y posteriormente se calificarán conforme a la matriz que se explicará más adelante. Parte de la primera sesión de la mañana será destinada a la lectura de los comunicados previamente seleccionados, con el fin de dar a conocer su trabajo dentro del Modelo.

Calificación

La calificación de los delegados de TPA es el resultado de dos criterios fundamentales:

- Participación en TPA: Incluye la participación en los debates dentro de TPA, el papel de posición, la representación de una postura correspondiente al medio/ONG, y la redacción y contenido de los documentos en comité (comunicados de prensa, artículos de opinión). Esta evaluación es realizada por la mesa directiva de TPA.

- Participación en otros comités: Incluye la participación en los comités asignados (debates, proyectos de resolución y lobby). Esta evaluación es realizada por la mesa directiva de los comités visitados.

Recomendaciones de investigación

Se recomienda a los delegados hacer una ardua investigación sobre su papel como ONG o Medio de Comunicación dentro de los comités previamente asignados; no solo contar con un entendimiento de
los temas que se van a tratar en los distintos comités, pero también sobre la posición específica y demás aspectos identificatorios de su ONG o Press Media.
Es importante recurrir a las páginas oficiales de cada Medio/ONG, junto a la del país correspondiente, con el objetivo de tener información verídica que pueda ser empleada como argumento de discusión dentro del debate. Vale recalcar que tendrán a su entera disposición las guías de cada comité y, en caso de ser necesario, podrán acercarse a las Mesas Directivas de los demás comités en el modelo.

Bibliografía

Federación Antioqueña de ONG. ¿Qué es una ONG?. Recuperado de http://www.faong.org/que-es-una-ong/

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). ¿Qué son los medios de comunicación?. Recuperado de: http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_com unicacion.htm

C. Bejarano, D. Echeverri, & V. Parada (2017) THIRD PARTY ACTORS. PDF.