

Guía Académica



This is the place for those who dare to think different

Comité:

Third Party Actors
Experto

MESA DIRECTIVA

Santiago Agudelo
Gimnasio de los Cerros
santiagoar257@gmail.com
+57 314 275 6991

Paula Piñeros
Marymount
paulapineros07@gmail.com
+57 318 256 8115

Carta de Bienvenida

Estimados delegados,

De parte de la Mesa Directiva les queremos dar la bienvenida al comité de TPA (Third Party Actors) en esta edición de MMUN XIV. Estamos emocionados de contar con su participación y compromiso en este comité que tiene como objetivo informar y reportar de manera profesional y realista lo que ocurre en los demás comités.

Su papel como delegados del comité TPA es fundamental para brindar una perspectiva diferente y única sobre los debates y soluciones presentadas en los diferentes comités de esta edición del modelo, permitiendo informar a todos los participantes de MMUN, brindando una comprensión más clara sobre los temas discutidos.

TPA ofrece una oportunidad única para promover la responsabilidad y la ética en la cobertura de situaciones globales, a la vez que fomenta la creatividad a la hora de crear los comunicados y se convierte en un espacio para que puedan aportar sus ideas y conocimientos de una manera diferente. Sus esfuerzos desempeñarán un papel esencial en la creación de un ambiente de diálogo constructivo y enriquecedor.



Una vez más, esperamos que aprovechen esta oportunidad al máximo y que aprendan demasiado, MMUN es un espacio para que puedan socializar y crecer como personas. Estamos muy contentos de acompañarlos en este proceso. Cualquier pregunta que tengan, no duden en contactarnos, estamos aquí para ayudarlos en el proceso.

Atentamente,

Santiago Agudelo y Paula Piñeros

Introducción y objetivos

TPA o Third Party Actors no es un comité propio de las Naciones Unidas. En cambio, es un comité experimental original de MMUN, creado específicamente para modelos y simulaciones, cuya idea se basa en el periodismo académico, y gira en torno a los demás comités del modelo. Los delegados de TPA tendrán el objetivo de reportar los problemas globales que se discuten dentro de otros comités desde la perspectiva de una Organización no gubernamental / sin Ánimo de Lucro (ONG) o del equipo periodístico de un medio de comunicación (press media), simulando sus roles en la vida real, con el fin de aportar un nuevo punto de vista a los debates que se llevan a cabo dentro estos comités.

TPA busca resaltar la importancia que los medios de comunicación y ONGs tienen dentro del marco de las relaciones internacionales. Al brindar una contribución diferente que no depende de los entes gubernamentales o figuras públicas que tradicionalmente protagonizan el desarrollo de los comités, estas entidades generan un impacto único que puede llegar a cambiar la trayectoria del comité.

Para asegurar dicho impacto, los delegados de TPA podrán participar de dos maneras principales. En primer lugar, podrán desarrollar reportajes haciendo uso de la creatividad y la innovación por medio de recursos como infografías, comunicados de prensa, artículos, videos, pósteres y demás recursos que propongan los delegados. Estos reportajes siempre se deben mantener dentro del margen del comité, pero deben conseguir ofrecer una perspectiva

distinta que genere impacto dentro del comité de un modo que no lo harían los delegados tradicionales de los demás comités. De manera similar, los delegados podrán influir en un debate haciendo parte de este, ya sea interviniendo o haciendo preguntas a los demás delegados y ofreciendo sus perspectivas a los mismos, tal como un medio de comunicación u ONG lo haría.

De cualquier manera, es fundamental que los delegados de TPA se adhieran a las ideologías de sus delegaciones, y adopten su estilo periodístico y estético, de modo que los reportajes que hagan, sean coherentes con la ONG o medio de comunicación que le fue asignado.

Roles dentro del comité

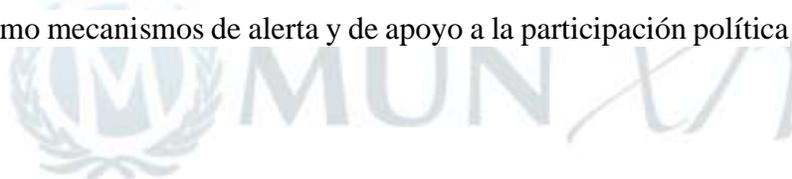
Como se mencionó anteriormente, los delegados de TPA se dividirán en dos grupos: representantes de ONGs y representantes periodísticos, también conocidos como Press Media.

¿Qué es una ONG?

De acuerdo con la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), la cual es de por sí una ONG, las Organizaciones No Gubernamentales

“son organizaciones independientes y sin ánimo de lucro que surgen a raíz de iniciativas civiles y populares y que por lo general están vinculadas a proyectos sociales, culturales, de desarrollo u otros que generen cambios estructurales en determinados espacios, comunidades, regiones o países” (ACNUR, 2017).

De este modo, las ONGs son entidades **autónomas**, cuyos objetivos se basan en el **beneficio social** y en el trabajo voluntario. Se caracterizan por llevar a cabo labores humanitarias que al mismo tiempo funcionan como mecanismos de alerta y de apoyo a la participación política de las distintas comunidades.



Los delegados que representen ONGs, deberán redactar comunicados de prensa y artículos de opinión con alto contenido crítico y con objetivos sociales que aporten consciencia a la comunidad, siempre reflejando la visión que la ONG tiene respecto al tema.

¿Qué es un press media?

Por otro lado, los medios de comunicación califican más bien como herramientas utilizadas con más relevancia en la sociedad del mundo actual, a través de las cuales se establece el intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor (Muniz, 2016). Estos medios de comunicación pueden actuar de manera masiva, de modo que el mensaje emitido sea recibido por una gran cantidad de personas. Es aquí donde se genera la importancia de estas herramientas, puesto que al actuar de manera masiva, influyen en el pensamiento de un gran número de personas, formando así la opinión pública. Por esta razón, los press media son esenciales dentro de la sociedad, dado que contribuyen al intercambio de conocimiento y debates en torno a problemas y situaciones actuales.

Los delegados que representen un press media, deberán seguir el objetivo de estos mismos, el cual se basa en 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), siempre adaptándose al estilo de su medio de comunicación en ámbitos tanto escritos como audiovisuales. Adicionalmente 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. En otras palabras, los delegados que representan a un press media actuarán como intermediarios entre la fuente de información (que en este caso serán los sucesos que tomen lugar en los demás comités) y el público, a través de material capaz de reflejar las ideologías del periódico que les corresponda.

Procedimiento

El comité de TPA, adoptará el Handbook oficial de la decimocuarta edición de MMUN, de modo que las mociones y puntos que en este están expuestos, aplican también para el comité. Sin embargo, se tendrá en cuenta una moción extraordinaria denominada *trabajo de campo*. Esta moción la podrán proponer los delegados cuando deseen 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 acordarán previamente con la mesa.

Es fundamental mantener el orden en los comités externos a TPA, por lo que los delegados deberán obedecer estrictamente las siguientes reglas para el trabajo de campo:

- Los delegados tienen permitido participar en los debates que se lleven a cabo en los demás comités, única y exclusivamente cuando los presidentes de dichos comités lo permitan. En estos debates, los delegados podrán exponer los puntos de vista y perspectivas de sus respectivos medios de comunicación, así como podrán realizar rondas de preguntas a los demás delegados del comité para reportar sus opiniones, siempre manteniendo el respeto hacia los demás delegados del comité.
- Cuando los delegados deseen leer o exponer un artículo que se ha escrito sobre un comité dentro de dicho comité, tendrán la oportunidad de hacerlo siempre y cuando lo autoricen tanto los presidentes de TPA como los presidentes del respectivo comité. Al finalizar de leer o exponer el artículo, el delegado podrá abrirse a puntos de información, si así lo autorizan los presidentes.
- En caso de que los delegados requieran de la presencia del miembro de algún comité, por fuera del comité (ya sea para grabar una entrevista o para hacerle preguntas), lo podrán hacer, pidiendo autorización previa a los presidentes. En estas situaciones es importante que los delegados de TPA tengan preparadas las preguntas o lo que sea que

deseen hacer con el delegado, pues así se tomará el menor tiempo posible con el delegado por fuera del comité.

- Mientras el delegado no tenga ningún propósito o razón por la cual estar por fuera o en otro comité, deberá permanecer dentro del comité de TPA, trabajando en sus respectivos reportajes o material audiovisual.
- Bajo ninguna circunstancia el delegado deberá verse involucrado con el centro de crisis de ningún comité. Todo el impacto que el delegado desee generar en un comité, lo deberá hacer mediante su presencia en el comité o mediante su propia producción de material.

Comunicados

Los delegados deberán hacer mínimo dos entregas al día, ya sea en formato audiovisual o escrito, en el que den cuenta del trabajo realizado durante el día. Es fundamental tener en cuenta el idioma oficial de cada comité, ya que en ese mismo idioma se deberá redactar los comunicados. Estos reportajes serán revisados y calificados por la Mesa Directiva, y de ser necesario, se leerán dentro del comité de TPA al finalizar la jornada.

Los reportajes que se entreguen al final del día pueden ser de distintos comités, sin embargo, es importante no perder el hilo conductor de los reportajes que se hacen. Es decir, los delegados deben hacer reportajes donde se concluya lo que se había reportado previamente en anteriores entregas.

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 delegados, teniendo en cuenta la ONG o press media que representan, podrán clasificar sus comunicados en alguna de las tres categorías que se muestran a continuación:

- *Informativos:* Su objetivo principal es informar acerca de los acontecimientos ocurridos o que estén ocurriendo dentro de los demás comités, brindando información específica y datos relevantes que puedan resultar de interés para el público. Generalmente, los artículos informativos contienen dos elementos fundamentales: la descripción de los hechos y los actores involucrados.
- *De análisis:* Además de informar, estos comunicados pretenden investigar y examinar los hechos, para luego explicarlos y brindarle al receptor una mayor perspectiva de lo que está sucediendo. Su fin es que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia, por medio de un análisis profundo. Es importante tener en cuenta que el análisis se debe hacer siguiendo la ideología de la ONG o medio de comunicación que el delegado representa.
- *De opinión:* Adicional a la parte informativa, proporciona o el juicio o postura de la persona que lo redacta alineado al medio de comunicación que representa, acerca de un asunto que despierta el interés de la comunidad, siempre haciendo uso de argumentos sólidos que en ocasiones, pueden generar controversia.

Ejemplo

A continuación, se muestra un ejemplo de un comunicado analítico de una edición anterior de TPA. Téngase en cuenta que este es solo un ejemplo que puede servir de guía para los delegados, sin embargo, cada delegado debe hacer uso de su creatividad para crear material distintivo de él y de su delegación.

AMNESTY INTERNATIONAL  **SANTIAGO AGUDELO**
FEBRUARY 19TH, 2023 - TPA

GOVERNMENTS FROM SOME G20 COUNTRIES MIGHT NOT BE FOCUSING ON ENSURING A SUSTAINABLE ALIMENTATION TO PEOPLE AROUND THE GLOBE

NOTICIA



ANALYSIS REPORT: GROUP OF 20 DEBATING ON HOW TO ENSURE A SUSTAINABLE ALIMENTATION - FEBRUARY 19TH, 2023

During the sessions of yesterday and today's Group of 20 commission, the different delegations, in representation of the governments of these 20 "premier economies", have been discussing in order to find a way of ensuring a sustainable alimentation worldwide. Nevertheless, this committee seems to be taking a wrong direction.

As it was expected, there were no delegations against of finding the perfect plan for a sustainable alimentation, but the problem that Amnesty International finds, relies on what members of the G20 consider to be a "sustainable alimentation". Most of the present delegations, were not having a full picture perspective on the topic - let's remember that G20 is formed by the most developed economies of the world, which means that most of them, might not have primordial alimentation issues. This means, in other words, that they are leaving behind the necessity of the rest of the globe.

IS THE APPROACH GIVEN BY G20 MEMBERS THE APPROPRIATE?

During the debate, diverse delegations such as the delegation of the United States and the delegation of Mexico, emphasized the necessity of tagging and taxing all those products that might not be the healthiest products in the market, such as products with large quantities of sugar and fats. Amnesty International recognizes this type of proposals as positive and good intentioned, but also believes that in the current world, there are more worrying problems than those presented by these delegations, and one of the most important ones worldwide, is hunger.

Amnesty International took the decision of getting involved in the debate, with the purpose of finding out how interested were G20 members on solving global hunger. At first, certain delegations, such as the Delegation of the United States and Indonesia, countered Amnesty International saying that efforts were already being made, and that they were keeping track of global hunger and solutions to treat it. But somehow, global hunger continues to be a major problematic in undeveloped countries, and some G20 member keep on talking about applying taxes to food. The question is, who would those taxes benefit?

Considering that those proposed taxes are supposed to be applied in the territories of the countries that propose them, they would benefit their governments, and although they told Amnesty International that those taxes, there is nothing that ensures the real purpose of those countries to built up global monetary fund to fight global hunger. Various other minor proposals were made, and Amnesty remembered the G20 the disposition of its budget to ensure human rights globally.

IS THE G20 FULFILLING ITS PURPOSE? OR IS IT JUST PROPOSING ADVANTAGEOUS RESOLUTIONS FOR ITS OWN BUBBLE?

One thing must not be forgotten when discussing affairs related to the Group of 20: its purpose, is international cooperation. And although its approaches might be more related to economical affairs, Amnesty International strongly believes that International Cooperation should be primarily based on ensuring the good will of the people of every country in the world, given that without offering a good quality life to a country's population, that country will not progress, and when a country finds trouble to achieve this by itself, international forums formed by powerful nations - as it is the case of G20 - should resort to help.

But on its previous meetings, G20 has failed on this particular purpose of assisting the most affected countries by hunger issues. Delegates from the G20 have showed more interests on their own economies, and have vowed to develop plans that might not generate a positive impact in an international panorama. Delegates representing governments of countries such as Mexico, have even showed a bigger concern on the economies of different companies that might be affected by the warring tags that were previously mentioned, showing how some members of the G20 are even more interested on the economic growth, than in the healthy alimentation of their own people.



Image taken from the Daily Sabah

WILL THE G20 TAKE ACTION ON GLOBAL HUNGER?

According to United Nations agencies estimations, it would cost around \$267 million dollars per year to end hunger globally, as approximately 800 million people continue to struggle finding a meal every day. And who better to provide financial help to achieve this, than perhaps the most economically powerful alliance in the world: the Group of 20.

Countries with a low gross domestic product, happen to be as well countries that struggle with hunger, as it is the case of countries such as Somalia, where according to the United Nations, over 63% of the population lives under a hunger condition, or South Sudan, where around two thirds of the populations are at risk of falling under this condition. Instead, most of the countries belonging to the G20, don't really seem to show any kind of difficulties regarding hunger (around 2.5% of people living in hunger for the US, France, Canada and Italy, for example).

Now, Amnesty international does not necessarily believes that world hunger is a responsibility of the member countries of the G20, but it does affirms that if a group of economically powerful countries gather to discuss about sustainable alimentation worldwide, countries suffering from hunger should definitely be in their agenda, because at the end of the day, it is in the hands of these people to do or not something to mitigate global hunger. So, will the Group of 20 members ever follow an ethic purpose? Or will they just keep on finding ways to benefit their own economies? Will someone with the power to do something ever look out for the right to food of people all around the world?

Amnesty International hopes that this article, along with its brief intervention on the commission, makes the G20 member reflect on their objectives. And of course, it continues to look out for the rights of every human.

Los comunicados pueden ser presentados en los diferentes formatos mencionados anteriormente y es importante aclarar que se valora la creatividad, el estilo, la redacción y el valor del documento.

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. En la mañana del segundo y tercer día, se presentará dentro del comité de TPA un artículo realizado por cada delegado el día anterior. El delegado tendrá libertad de escoger qué reportaje desea presentar, y si desea leerlo él o la mesa. Esto se hace con el fin de dar a conocer a los demás delegados de TPA el trabajo que cada uno realiza, dado que este es un comité, en su mayoría, de trabajo autónomo.

Herramientas y tips para el comité:

En TPA, la creatividad es un valor importante para tener en cuenta tanto a la hora de producción de material por parte de los delegados como a la hora de calificación por parte de los presidentes. Por esto, queremos recomendarles ciertas herramientas y tips que pueden tener en cuenta para su preparación y participación en el modelo.

Comenzando por lo básico, les recomendamos a todos traer al modelo:

- Un computador o dispositivo de escritura.
- Dispositivo de grabación (Un celular con cámara, micrófono y capacidad de almacenamiento suficiente).
- Cargadores para todos sus dispositivos.

Como Mesa Directiva, estamos al tanto de la posibilidad de que haya delegados que no cuenten con herramientas de este tipo para traer al modelo. De ser este el caso, los invitamos a que nos escriban con antelación para ayudarlos a solucionar su situación y proveerles los instrumentos necesarios.



Tips para material escrito y visual:

Para la redacción de artículos y producción de material visual, existe una serie de herramientas que puede facilitar el proceso de producción de estos trabajos, y que a la vez, pueden mejorar su calidad. Dentro de estas herramientas se encuentran los siguientes programas:

- Google Docs
- Word
- Notas del celular
- Power Point
- Photoshop
- Canva

Si algún delegado en el transcurso del modelo desea hacer uso de alguna de estas herramientas y requiere ayuda para aprender a utilizarlas, nosotros estaremos disponibles para colaborar con esto.

Recomendaciones:

- Les recomendamos venir al modelo con todos los programas que vayan a utilizar instalados y listos para usar.
- Recuerden estar guardando sus trabajos constantemente para evitar perderlos. Subir sus documentos a un drive puede ser una buena idea.
- No olviden citar bien sus fuentes y hacer uso apropiado de las normas APA.
- Tengan muy en cuenta las reglas gramaticales y de ortografía. Les recomendamos siempre revisar la redacción antes de hacer cualquier entrega a la Mesa.
- Sean ordenados con sus trabajos. Esto involucra tanto orden al redactar, como balance entre imágenes y texto.
- Recuerden adaptar sus artículos o material visual al estilo estético y literario de su ONG o medio de comunicación. Esto incluye utilizar los logos y formatos que sus

delegaciones utilizan en la vida real, pero también seguir la línea ideológica de sus delegaciones a la hora de escribir.

- No olviden seguir el formato de identificación previamente mencionado para distinguir su trabajo del de los demás.

Tips para material audiovisual:

De la misma manera, existen ciertas herramientas que les facilitarán la grabación y edición de videos a lo largo del modelo. Dentro de estas herramientas se encuentran las siguientes:

- Tik Tok
- InShot
- iMovie
- Vimeo
- Adobe Premiere Pro

Es **extremadamente importante** pedir el consentimiento de la persona que vayan a grabar antes de hacerlo. Esto incluye pedirle el permiso y hacerle saber en qué espacios se utilizará dicho material.

Recomendaciones:

- Guarden sus videos en espacios a los cuales sea fácil acceder, por ejemplo, YouTube.
- Intenten grabar sus videos en espacios limpios, amplios y con buena iluminación para tener un buen encuadre y así obtener un excelente resultado. Eviten grabar en zonas ruidosas.
- Preparen las preguntas que desean realizar a los delegados antes de iniciar la entrevista, o en caso de ser un diálogo, tengan en mente los puntos clave a los cuales quieren llegar a través de la conversación.
- Eviten a toda costa hacer uso de un lenguaje inapropiado que involucre burlas o palabras irrespetuosas hacia una o varias personas del modelo. Recuerden que esta es una actividad académica.

- Escojan sitios para grabar en los que no interrumpan el desarrollo de ningún comité.
- Asegúrense de grabar con la mayor calidad de audio y video posible. Una buena calidad audiovisual es indispensable para apreciar el material de manera correcta.

IMPORTANTE: Para el comité de Third Party Actors, los delegados estarán autorizados a utilizar herramientas de inteligencia artificial, como lo es por ejemplo ChatGPT, única y exclusivamente para investigar y ordenar ideas, más no para redactar secciones de artículos o artículos completos. La mesa estará haciendo un control riguroso del uso de inteligencias artificiales, y cualquier delegado que haga uso de estas para fines no adecuados, recibirá una amonestación.

Calificación:

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

- *Producción de material:* se tendrá en cuenta la creatividad y calidad de los trabajos que los delegados presenten. Esto incluye aspectos como la redacción, la estética, la coherencia con el medio de comunicación y la exploración de herramientas a la hora de reportar.
- *Participación en TPA:* Incluye la representación de una postura correspondiente al medio/ONG, y la redacción, el buen manejo del tiempo 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). Lo que más se valorará en este criterio, es el impacto que la participación de un delegado de TPA, ya sea por medio de participación en un debate o por medio de preguntas a los delegados, pueda generar en cierto comité. También se tendrá en cuenta la interacción con los delegados del comité. Esta evaluación es realizada por la mesa directiva de los comités visitados.

Recomendaciones de investigación:

Es recomendable que los delegados realicen una amplia investigación de su papel como ONG o press media. Esto incluye tener muy en cuenta su ideología y posición respecto a los temas que se vaya a tratar en los demás comités y el estilo periodístico que se utiliza a la hora de reportar, ya sea informativo, analítico o de opinión.

Con el ánimo de ayudarlos a tener muy en cuenta cuáles son esos puntos clave que caracterizan a sus delegaciones, y que puedan adentrarse en el rol de su ONG o press media, les recomendamos investigar y responder estas preguntas guía:

- ¿Mi medio de comunicación es o hace parte de una ONG?
- ¿Qué tipo de enfoque se le da a los artículos que ha publicado mi medio de comunicación? Puede ser ambiental, político, social, económico, entre otros.
- ¿A qué tipo de público están direccionados los artículos de este medio?
- ¿Cuál es la misión y la visión de mi medio de comunicación?
- ¿Cuáles son los tipos de contenido que hace mi medio de comunicación?
- ¿Cuáles son los propósitos de los artículos publicados?
- ¿Qué tipo de formato utiliza mi medio en sus redes sociales?
- ¿Cómo son sus medios audiovisuales?
- ¿Existen canales de televisión de mi medio de comunicación?
- ¿Cuál es la historia detrás de la creación de mi medio de comunicación?
- ¿Cuál es el país en donde se originó mi delegación?
- ¿Tiene algún tipo de patrocinador?

Recuerden que estas preguntas son tan solo una guía para que inicien la adaptación del perfil de su medio, y que es importante saber con certeza lo que caracteriza a su delegación. Para esto, les recomendamos buscar las páginas oficiales de sus delegaciones y leer algunos artículos de estas ONGs o press medias, que les permitan tener una visión clara y verídica de la posición de su delegación.



Bibliografía

ACNUR. (2017, Enero 26). *¿Qué es una ONG y cuál es su función social?* | eAcnur. ACNUR.

Recuperado de: https://eacnur.org/es/blog/una-ong-funcion-social-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst

Banco de la República de Colombia. (2015). *¿Qué son los medios de comunicación?*

BanRep. Recuperado de:

http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion.htm

Duque, M. J., & Galindo, A. (s.f.). Guía TPA - MMUN XIII. Recuperado de:

<https://marymountbogota.edu.co/actividades/modelo-de-naciones-unidas-mmun/mmun-xiii/>

Muniz, L. (2016, Julio 6). *Conoce los principales medios de comunicación y las características de cada uno.* rockcontent.

Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>

