Recopilación de contenidos multimedia

05 Marzo 2025

Puntos clave

- Tome fotografías y videos cortos para documentar lo que vea. Un pequeño vistazo a su realidad cotidiana puede ayudar a que público de todo el mundo se interese por las personas por las que usted trabaja.
- Si no tiene el tiempo o la capacidad para escribir una historia completa para la Web, recopile una selección de frases impactantes de los testimonios de una o dos personas, junto con información acerca de estas (nombre, edad, país o ciudad de origen, y composición familiar) y detalles descriptivos, como el aspecto o el modo de actuar de las personas, o lo que pueda ver u oír a su alrededor. La Sección de Contenidos Multimedia del Servicio Mundial de Comunicaciones le puede ayudar a redactar la historia.
- Céntrese en una persona o en una familia y comparta su historia. Tenga en cuenta la protección y la seguridad de aquellas personas a las que entreviste o filme. Respete su dignidad y pídales su consentimiento. No revele detalles que puedan ponerlas en peligro. Explique que puede que las imágenes se vean en todo el mundo a través de Internet, televisión, radio, etc. Estudien la posibilidad de cambiar los nombres u otro tipo de detalles para garantizar la protección de esas personas.
- Con arreglo a las directrices para una comunicación ética, no se pueden utilizar imágenes sin consentimiento, en especial si es para captar fondos.
- La Sección de Contenidos Multimedia del Servicio Mundial de Comunicaciones brindará asistencia, orientación y herramientas.
- Piense en su público. Pregúntese: ¿qué puede causar que esta historia genere interés para un lector o un espectador que vive muy lejos? Describa detalles desconocidos y evite el uso de jerga.
- Emplee los medios sociales para compartir contenido actualizado en tiempo real.
- Comparta su contenido con la Sección de Contenidos Multimedia, que le ayudará a editarlo y difundirlo a un público más amplio.

1. Líneas generales

La recopilación de contenidos, tales como videos, fotografías e historias de interés social, es clave para garantizar cobertura mediática y apoyo financiero.

En ese sentido, los términos de referencia de todo el personal de comunicación que se identifique al inicio de una situación de emergencia han de incluir la recopilación de contenidos como parte de sus responsabilidades.

El contenido, que incluye fotos y videos de la población y las zonas en cuestión, así como testimonios de las personas afectadas, debe recopilarse dentro de las primeras 48 horas y enviarse a la Sección de Contenidos Multimedia del Servicio Mundial de Comunicaciones para su difusión a nivel mundial.

El término "contenido" hace referencia a todo el material informativo que mostramos en nuestros sitios web, que publicamos en plataformas de medios sociales o que compartimos con socios externos de medios de comunicación, organismos hermanos y donantes efectivos o potenciales.

Obtener un buen contenido es especialmente importante cuando estallan conflictos graves o tienen lugar desastres naturales. Su impacto en la población civil a menudo queda eclipsado por cuestiones políticas y militares, pero un contenido llamativo y oportuno ayuda al ACNUR a humanizar un conflicto distante y a llamar la atención sobre la grave situación de los civiles que necesitan protección y asistencia vital. El contenido nos permite crear conciencia sobre los derechos y necesidades de las personas para las que trabajamos, abogar por la apertura de las fronteras, el acceso humanitario y otras políticas favorables, además de movilizar el apoyo de los donantes, que tan necesario es.

Los colegas de la Sección de Contenidos Multimedia del Servicio Mundial de Comunicaciones brindarán orientación y apoyo, por ejemplo, facilitando planes de contenidos, guiones para crear material y declaraciones directas a cámara, y ayudando a redactar o editar historias para la Web.

El Servicio Mundial de Comunicaciones a menudo moviliza personal de Contenidos Multimedia para recopilar historias sobre personas y familias desplazadas de sus hogares, pero el personal sobre el terreno hace aportes clave, en especial en las primeras horas y días de una emergencia, que es el momento más difícil y en el que la prensa no se encuentra en el lugar, lo que garantiza que se pongan en marcha medidas de movilización de recursos y que se suscite el interés de los medios de comunicación.

2. Guía principal

Políticas, principios y normas subyacentes

- Lea y respete las directrices para una comunicación ética del ACNUR. Consulte el enlace interno del ACNUR.

- Compartir contenido actualizado en tiempo real ayuda al ACNUR a encauzar el relato al mostrar que nos encontramos sobre el terreno, que estamos bien informados y que estamos preparados para interactuar con periodistas.
- El contenido sobre una emergencia puede ayudar a generar empatía de formas que promuevan los objetivos de apoyo y recaudación de fondos del ACNUR.
- La protección es fundamental. Nunca comparta contenido que ponga a alguien en peligro.

Recomendaciones de buenas prácticas

Céntrese en las personas. Las historias e imágenes que se centran en una persona son casi siempre más atractivas y memorables que las historias o imágenes generales de una multitud. Busque una persona que provoque empatía y que pueda narrar su experiencia. Pregúntele cómo era su vida antes de estar en situación de desplazamiento. Busque la manera de que la persona exhiba resiliencia, y de que las comunidades de acogida muestren generosidad. Procure enfocarse en lo inesperado: detalles o temas que añadan un elemento sorpresa a la historia. Transcriba las citas orales palabra por palabra (grabe los testimonios en su teléfono, de ser posible). No las adorne ni las modifique. Al escribir historias, varíe la longitud de las oraciones, evite el uso de jerga y omita las palabras innecesarias. Parta de un momento dramático para atraer el interés del lector y vaya completando el contexto y la historia de fondo a medida que avance.

Puede inspirarse en los siguientes ejemplos de historias del ACNUR:

https://www.acnur.org/noticias/stories/una-familia-ucraniana-se-enfrenta-una-nueva-vida-como-refugiados

https://www.acnur.org/noticias/stories/la-poblacion-de-sudan-del-sur-lucha-contra-inundaciones-sin-precedentes-en-medio

Fotografías. Al tomar fotos, intente hacer contacto visual con la persona. Consiga descripciones detalladas con nombre, edad y testimonios directos. De ser posible, tome las fotografías a primera hora de la mañana o en las últimas horas de la tarde, que es a menudo cuando la luz es mejor. Tome numerosas fotos y seleccione las mejores después. Tome algunas en formato de retrato (vertical), que se adaptan bien a las portadas de los informes y a las redes sociales, pero haga la mayoría en formato de paisaje (horizontal), ya que encajan mejor en la mayoría de las otras plataformas de Internet que utilizamos. En vez de colocar a la persona en el centro del encuadre, considere la regla de los tercios (vea la segunda foto a continuación).

A veces, sin embargo, las imágenes de una multitud pueden captar de manera intensa una situación de interés periodístico, como esta fotografía emblemática de refugiados sirios cruzando hacia el Iraq (tercera foto a continuación). Cuando grabe videos con un teléfono inteligente:

- Sostenga el teléfono paralelo al paisaje (piense en una pantalla de cine) para que podamos enviar sus grabaciones a las cadenas de televisión. De ser posible, también grabe videos cortos en vertical para los medios sociales.
- Mantenga el teléfono quieto (trate de apoyarse en un objeto fijo, como un árbol o un

vehículo).
- Intente captar una secuencia, tres videos relacionados que den continuidad o compriman el tiempo. Puede tratarse de un plano general, un plano medio y un primer plano de la misma persona, o bien del comienzo, la parte central y el final de una acción (poner una tetera a hervir, verter agua caliente sobre hojas de té, servir una taza a un visitante).
- Grabe tomas de unos diez segundos.
- No haga un paneo hacia los costados ni hacia arriba y hacia abajo, ni utilice la función de acercamiento.
- Deje que la acción se mueva dentro del encuadre, en lugar de seguirla usted con su cámara.
- Si hay alguien hablando, acérquese tanto como le sea posible y trate de minimizar el ruido del viento. Si es posible, utilice un micrófono de solapa.

Vea algunos ejemplos más abajo.
Comparta fotos, videos y testimonios o historias por escrito al Servicio Mundial de Comunicaciones. Puede subir archivos pesados de video con selecciones en http://www.wetransfer.com, o cargar las fotografías directamente en Refugees Media, la plataforma en línea de distribución del ACNUR con opción de búsqueda, en http://media.unhcr.org.

A medida que el agua llenaba la lancha, Thamer y Thayer, dos hermanos sirios, se sentaron y oraron, pidiendo en sus plegarias ser rescatados. Sabían que si la ayuda no llegaba pronto se verían sumergidos en las profundidades del mar Mediterráneo.

Aquel viaje sin regreso les había costado 2.000 dólares de los Estados Unidos a cada uno. Más de 200 personas más habían pagado la misma cantidad y habían abordado un vehículo en el que apenas cabían. Nadie les había garantizado que llegarían a Europa con vida.

Cuando estaban cerca de la costa de Lampedusa, la isla italiana, el viaje se volvió una pesadilla: era el segundo naufragio de octubre del año pasado por el que cientos de personas se habían ahogado a poca distancia de la costa.

En Siria, antes de que llegaran la violencia y el derramamiento de sangre, los hermanos vivían en una comunidad pequeña y unida, que describen como “serena”. La vida era simple, y las calles seguras y limpias. Luego estalló la guerra, que desarraigó a civiles inocentes de sus hogares.

[image: rule-of-two-thirds.png]

[image: iraq-bridge-gubaeva.jpg]

Consideraciones para la aplicación práctica

- Capte el momento en que la persona se dio cuenta de que tenía que huir. ¿Qué se le pasó por la cabeza?
- Describa su desplazamiento hacia una zona segura, su situación y necesidades actuales, y sus planes y esperanzas.
- Pregunte cómo era la vida de la persona antes de su desplazamiento.
- Grabe las entrevistas. Cite directamente a la persona entrevistada. Deje que el lector reciba sus palabras exactas.
- A la hora de escribir, comience en el punto más dramático de la historia y añada el contexto y la historia de fondo a medida que avance.

Recursos y asociaciones

- El personal clave, incluidos los comunicadores que se encuentren trabajando en operaciones de emergencia, debe recibir un teléfono inteligente con el que crear contenido y compartirlo rápidamente en las redes sociales y con el Servicio Mundial de Comunicaciones.

3. Aprendizajes y prácticas de campo

Contenido filmado con cámara

Contenido filmado con iPhone

4. Enlaces

Refugees Media Sitio oficial del ACNUR El ACNUR en Youtube El ACNUR en X El ACNUR en Facebook El ACNUR en Instagram El ACNUR en Threads El ACNUR en LinkedIn El ACNUR en TikTok

5. Contactos principales

La Sección de Redes Sociales del Servicio Mundial de Comunicaciones de la sede: socialmedia@unhcr.org