

META QUE ABORDA LA INICIATIVA: 5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.

Resumen Ejecutivo

El Grupo Clarín, cuya historia se inicia en 1945, es el grupo de medios de comunicación líder de la Argentina y uno de los más importantes de habla hispana. Como empresa de medios, la compañía asume la responsabilidad de difundir los valores a los que la sociedad aspira, de hacer un periodismo de servicio, de transparentar su gestión, promoviendo la libertad de expresión y el respeto por los derechos humano y la diversidad.

En este marco, el Grupo decidió crear un Comité Interno de Diversidad conformado por miembros de las distintas unidades de negocios que se reúne periódicamente para definir los lineamientos estratégicos y transversales. El mismo se planteó como principales objetivos: promover políticas internas de diversidad e inclusión; trabajar los contenidos desde una perspectiva de género y aumentar la participación de las mujeres en la creación de contenidos.

#PalabrasClave: "Participación de las mujeres", "Comité interno de diversidad", "Libertad de expresión", "Derechos humanos".



Objetivo:
LOGRAR LA IGUALDAD DE GÉNERO Y
EMPODERAR A TODAS LAS MUJERES
Y LAS NIÑAS.

Descripción

Comité de Diversidad - Programa de Diversidad Grupo Clarín



El programa apunta principalmente al público interno. Pero, a través de nuestros contenidos, también buscamos llegar a nuestros lectores, oyentes y televidentes.

A través de nuestros contenidos tenemos la posibilidad de promover un mundo más inclusivo. Por este motivo, el Grupo Clarín fue el primer grupo de medios en firmar el *Pacto de Medios, demos un paso por la igualdad* de ONU Mujeres. Así Clarín, El Trece y el diario La Voz del Interior de Córdoba comprometieron su adhesión a producir notas con perspectiva de género, invocar a mujeres como fuentes de información y entrevistarlas, entre otras cosas.

En este contexto, Clarín estableció metas concretas para su sección Opinión, un espacio claramente identificado en el diario. Para el primer semestre de 2018 se propuso incluir un mínimo de diez notas mensuales firmadas por mujeres y notas con perspectivas de género, además de dar mayor cabida a los debates y cuestiones relacionadas



con la diversidad cultural en sus diferentes aspectos: género, ideología, etaria y discapacidad, entre otros.

A la vez, se crearon espacios específicos de diversidad e inclusión como la sección *Empoderas* del diario Clarín, sobre mujeres en el ámbito profesional. TN.com.ar lleva adelante la sección *Somos Familia*, que explora todos los nuevos modelos de familia. Cada familia es un mundo, con sus propias reglas. Esta sección de TN llegó para celebrarlos.

Para el Día de la Mujer de este año se realizó una campaña de difusión en Clarín con avisos sobre los compromisos asumidos a nivel Grupo. Además, el diario publicó una serie de investigaciones sobre los asuntos que les preocupan a las mujeres, los proyectos legislativos sobre género y la violencia de género. Adicionalmente, en la página principal de Clarin.com hubo una sección especial de Mujeres. Por otro lado, Olé, el único diario deportivo impreso del país, realizó una serie de entrevistas a mujeres que triunfaron en



de entrevistas a mujeres que triunfaron en distintas disciplinas deportivas. También se utilizó la fuerte presencia del Grupo en redes sociales para la difusión de las iniciativas, secciones especiales y fechas relevantes, como el día del orgullo LGBTIQ y el Día contra la homofobia, transfobia y bifobia.

Grupo Clarín tiene la intención de entusiasmar a otros medios del sector y a sus socios en la cadena de valor a que lo sigan en este camino. Por un lado, se expuso en la asamblea de la Asociación Internacional de Radiodifusión sobre la cobertura audiovisual con perspectiva de género que el Grupo lleva adelante desde Canal Trece. Por otro lado, el Premio Clarín Creatividad incorporó la Categoría Diversidad para premiar a las publicidades que proponen nuevos modelos femeninos y masculinos y evitan los estereotipos. De esta manera, se buscó que los anunciantes asuman el mismo compromiso que el Grupo Clarín.



Internamente, el primer paso de la compañía para trabajar sobre la diversidad e inclusión fue conformar un comité interno con miembros de distintos sectores de las principales empresas del Grupo. La primera dificultad fue acordar las líneas de trabajo del programa. Para sortear los distintos puntos de vistas, se procedió a armar una priorización de temas relevantes y de allí se definieron cuatro ejes de trabajo del Programa de Diversidad y se decidió abordar en una primera etapa la diversidad etaria, la de género, las personas con capacidades diferentes y, por la naturaleza del negocio, la diversidad ideológica.



Y ocho dimensiones desde donde trabajar estos ejes: Comunicación e Imagen de Equidad y Sensibilización; Equidad Salarial; Selección e ingreso; Capacitación para el Liderazgo; Promoción y Desarrollo Profesional; Conciliación Laboral Personal/Familiar; Violencia y Acoso Laboral y Sexual; y Condiciones de Trabajo.

El siguiente paso fue la definición de un logo para el Programa, con una paleta de colores amplia, que refleja la diversidad de empresas y su interconexión.



Para dar a conocer el programa, se publicó la revista interna como nota principal *La diversidad como motor de crecimiento*, que responde a las preguntas: por qué se trabaja en esto, cómo es el programa y cuáles son los primeros pasos que realizará la compañía.

Se realizó un primer taller de sensibilización sobre diversidad, con el objetivo de que los líderes de la organización, es decir, aquellas personas con gente a cargo, pudieran realizar ejercicios prácticos sobre sesgos inconscientes e inclusión.

Además, Grupo Clarín firmó un compromiso con Pacto Global Argentina para promover dentro de la organización los Principios del Empoderamiento de la Mujer, que se basan en el desarrollo profesional e igualdad de oportunidades.





El presidente del Grupo Clarín, Jorge Rendo, firmó el compromiso con Pacto Global.

• Contribución de la iniciativa al ODS y su proyección en tiempo

Para ello se utilizarán como indicadores los siguientes datos:

- Firmas femeninas mensuales en la sección Opinión del diario
- Secciones/publicaciones exclusivas de género y diversidad
- Talleres de sensibilización sobre sesgos inconscientes y diversidad

- El compromiso asumido tras la adhesión al Pacto de Medios de la ONU derivó en que Clarín incorporara al menos 10 firmas femeninas al mes en su sección de Opinión; La Voz del Interior estableció metas para sus editoriales, en las que se conjugan voces de distinto género, lugar de nacimiento y rango etario.
- A su vez, se crearon contenidos y secciones exclusivas de género y diversidad, como la sección *Somos familia*, de Tn.com.ar, que en cinco meses transmitió más de 30 historias. La sección *Empoderadas* se publica semanalmente desde el 25 de octubre de 2016 en diario Clarín, en la sección Spot, y de forma digital en Clarin.com y en el portal [Entremujeres](#).
- La campaña del Día de la Mujer del Grupo incluyó: un aviso institucional en Clarín, con una tirada aproximada de más de 180.000 ejemplares; la sección especial "Día de la Mujer" en Clarin.com que fue visitado por más de 1.000.000 de usuarios ese día (fuente: Google Analytics).

El diario deportivo Olé, por su parte, con una tirada promedio de 24.000 ejemplares, publicó en la contratapa una entrevista a una mujer con un encabezado destacando dicha fecha especial.



16 | EL PAÍS

EL CASO DE LA MINA DE SANTA CRUZ POR LA QUE ESTÁ PRESO DEVIDO

Río Turbio: tras el arresto de Lascurain, imputaron a otros 17 empresarios

El fiscal pidió la indagatoria de los ejecutivos, acusados de sobrepagos y defraudación al Fisco.

Lucía Salinas
lusalinas@clarin.com

La mina de carbón de Río Turbio se convirtió durante la gestión kirchnerista en destaparada de un millonario presupuesto: \$ 26.000 millones. El objetivo era la puesta en marcha de Yacimientos Carboníferos Río Turbio (YCRT) para la generación de energía. Eso no ocurrió y la partida presupuestaria derivó en una mega causa por defraudación.

En el marco de dicha investigación, el fiscal Carlos Stornelli imputó hace una semana, por defraudación a otros 17 empresarios y solicitó que sean indagados. Julio De Vito está preso por esta investigación, y en una

causa vinculada a la misma, esta semana el juez Luis Rodríguez, dictó al intendente de la localidad santacrucesa Atanasio Pizarri Osuna y al titular de la UJA Juan Carlos Lascurain por una obra que no se comenzó y acusados por defraudación al Estado.

Para Stornelli, que imputó a 17 empresarios y gravísimas irregularidades no habrían podido prosperar, entendiéndose en el tiempo y dar virtualidad a este ilícito sistema de contrataciones, sin el consentimiento y aportes de los empresarios que terminaron contratando con la Fundación de la Facultad Regional de Santa Cruz (FRSC) en condiciones de manifiesta ilegalidad.

Entre otros, los proyectos postulados son:
• "Tren Histórico" contó con un sobrepago según la Sindicatura General de la Nación (SIGEN), en las obras adjudicadas por la Fundación FRSC al proveedor EDIMAT SA. La diferencia que se calculó fue de \$ 538.188.100

un sobrepago del 29%. Dentro de estos porcentajes está comprendido el 10% que percibe la FRSC, intervenida por el juez Rodríguez. "Las obras fueron adjudicadas de manera directa a la empresa EDIMAT SA, y no se terminaron", señala el dictamen.

La SIGEN determinó que se pagaron anticipos financieros no contemplados a EDIMAT SA por \$ 13.061.000 en el marco del Convenio Específico Riqueza Ferroviaria Río Turbio, que "no tuvieron precepto de ejecución" y estos fondos "no consta que hayan sido transferidos a otros proyectos y habrían desaparecido de la contabilidad", según la SIGEN.

Otra de las contrataciones cuestionadas fue la detallada como "campaña comunicacional y promoción del proyecto Ramal Ferro Industrial Iba Petai", cuyas obras "no fueron finalizadas y costaron \$ 7,8 millones". Las empresas contratadas fueron D&A Comunicaciones SA y Infogeo Sur SA.

Por otro lado, se imputó la partida de \$ 8.436.178,61 por la construc-

EL SINDICALISTA DEL BOEME
Aceptó extraditar a Balcedo una jueza de Uruguay

La Justicia uruguayaya concedió ayer la extradición del ex jefe del Sindicato de Empleados de Mensajería y Ediciones (Seme) Marcelo Balcedo, y de su esposa, Paola Pigo, pero sus papeles no entrego a Argentina "hasta la conclusión de la causa que se le sigue" a ambos en ese país. La decisión fue tomada por la jueza en el Penal Espectacularizado en Crimen Organizado María Helena Mutinelli, al denegar el pedido de la defensora de Balcedo para que rechazara su extradición con el argumento de que el juez federal Ernesto Krupalik tenía "antipatía" contra el sindicalista.

CLARÍN
JUEVES 8 DE MARZO DE 2018

ción de un Museo Ferroviario que "no se llevó a cabo y no tuvo, siquiera, avance de obra. El arquitecto Jorge de La Torre cobró un monto de \$ 8.436.178,95 por esas obras que no tuvieron grado de avance", remarcó Stornelli.

Finalmente, el dictamen del fiscal señala las obras encomendadas a la empresa G&G Metalmeccánica. "La diferencia entre el precio pactado por FRSC con G&G y el pactado por FRSC con YCRT es del 60% y del 68% en los diferentes convenios. La suma sobrefacturada a YCRT es de \$ 10.692.568,17".

También se denunció a las empresas involucradas en los proyectos Ca-brera y Centras, adjudicadas por intermedio de la Fundación de manera directa a la empresa KRAK Latinamericana SA. "La SIGEN observó diferencias presupuestarias del orden de los \$ 24,8 millones".

La empresa recibió \$ 32.900.000,00 en "concepto de anticipos financieros no contemplados por obras que no tuvieron ejecución". Como finales, según el informe de la SIGEN, fueron transferidos a otros proyectos y se dispuso la baja de los convenios sin ejecución de obra.

Otra obra es el proyecto cañería de agua. La SIGEN observó diferencias presupuestarias del orden de los \$ 24 millones. "Dichas obras fueron adjudicadas de manera directa a la empresa Kaiser Comprosa de Argentina SRL, la que sólo entregó equipamiento por un valor de US\$ 1.871.637, finalizó el fiscal."



Queremos que la desigualdad de género deje de ser noticia

Estamos dando pasos para promover la diversidad como empresas y como generadores de contenidos

- Clarín, eitrece y La Voz del Interior son los primeros medios de la Argentina en adherir al "Pacto de Medios, demos un paso por la igualdad" de Naciones Unidas.
- Firmamos el compromiso con los Principios para el Empoderamiento de la Mujer de ONU Mujeres.
- Estamos trabajando para multiplicar el contenido con perspectiva de género, buscando eliminar estereotipos negativos e incorporar nuevos modelos femeninos y masculinos.
- Conformamos un Comité de Diversidad para vivir en nuestras empresas los valores que proponemos en nuestros contenidos.
- Creamos la categoría Diversidad en el Premio Clarín Creatividad para premiar a las publicidades responsables.
- Contamos con secciones especiales que valorizan la diversidad como Somos Familia, de TN.com.ar y Empoderadas de Clarín.
- Tenemos el primer lactario de una empresa de medios periodísticos.



· La cuenta institucional del Grupo Clarín cuenta con una gran comunidad digital: +400.000 fans en Facebook, +50.000 seguidores en Twitter y 27.000 en Instagram. Desde allí, se difundieron los contenidos de diversidad y de las fechas especiales relacionadas



· Exposición en la asamblea de la Asociación Internacional de Radiodifusión, ante sus miembros.



• Se incorporó la categoría Diversidad en los Premio Clarín Creatividad con el apoyo del Consejo Publicitario Argentino y de la RED de Empresas por la Diversidad de la Universidad Torcuato Di Tella. Un jurado decidió reconocer a la empresa Arredo, por su campaña Crear Hogares, que rompe con los estereotipos familiares. Posteriormente al evento, se publicó la nota [Campañas a favor de la diversidad y la inclusión](#) en Clarín.



• Identidad del Programa

• La nota principal “La diversidad como motor de crecimiento” salió publicada en la revista interna Nuestro Medio, que se distribuyó en las 17 empresas que conformaban el Grupo a más de 17.000 empleados.



- Se realizó el primer taller interno de sensibilización sobre sesgos inconscientes y diversidad, del cual participaron los líderes de Clarín, eltrece, las áreas corporativas, TyC Sports, y Radio Mitre.



- Adhesión, acompañamiento y [difusión](#) de iniciativas ligadas a la diversidad para las empresas y los medios.



El presidente del diario Clarín, Ricardo Kirschbaum, participó del lanzamiento de Women in the News Network.