

METAS 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 inició en 1945, es el grupo de medios de comunicación líder de la Argentina y uno de los más importantes de habla hispana.

Como compañía de medios asume la responsabilidad de enfocarse en las personas y en los valores a los que la sociedad aspira. Por eso, desde su Programa de Diversidad impulsa diferentes iniciativas para reflejar en sus contenidos la diversidad de su audiencia.

#PalabrasClave: “Igualdad de género”, “Visibilización”, “Empoderamiento de la mujer”, “No discriminación”, “Estereotipos”:



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

#TipoDeIniciativaYLocalización:
• Provincias: **Buenos Aires,
Córdoba, Mendoza**

Descripción

El Grupo decidió crear un Comité Interno de Diversidad conformado por miembros de las distintas unidades de negocios. El mismo se planteó como principales objetivos: promover políticas internas de diversidad e inclusión y trabajar los contenidos desde una perspectiva de género.

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 esta línea, el diario Clarín ha decidido nombrar a Mariana Iglesias como editora de género para garantizar la perspectiva de género de modo transversal en todas las secciones del diario. La decisión está en sintonía con la exigencia de las audiencias que buscan y merecen información e historias adecuadas a los nuevos tiempos. Mariana Iglesias trabaja en profundizar esta perspectiva, acercar nuevas fuentes de información y ser referente interno para consultas y debates.

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. El diario La Voz del Interior de Córdoba estableció metas para sus editoriales, en las que se conjugan voces de distinto género, lugar de nacimiento y rango etario.

A la vez, se crearon contenidos y secciones exclusivas de género y diversidad. Como la sección *Empoderadas* que 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.TN.com.ar lleva adelante la sección *Somos Familia*, que explora todos los nuevos modelos de familia y ya cuenta con más de 50

historias diferentes. Por otro lado, el diario Los Andes creó la sección Género, que fue [declarada de interés legislativo](#).

Para continuar creando contenido con perspectiva de género, Grupo Clarín consideró necesario brindar herramientas para sus periodistas. Así, en 2018, se realizaron capacitaciones para más de 100 periodistas de todo el Grupo junto a ONU Mujeres sobre cómo informar violencia de género a cargo de la periodista Jineth Bedoya Lima, subeditora del diario EL TIEMPO de Colombia.

En el 2019, se inauguró un Ciclo de Conversaciones en Derechos Humanos, que consta de capacitaciones para los periodistas de Diario Clarín de todas las secciones y talleres específicos para los editores. Los temas que se abordaron fueron: perspectiva de género y violencia de género brindado por el Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA); Infancia: abuso sexual infantil y justicia juvenil por UNICEF y ELA y Discapacidad por ELA.

Además, TyC Sports realizó talleres para los equipos periodísticos sobre estereotipos y cobertura periodística con perspectiva de género que fueron dictados por Amanda Alma y Natalia Maderna.

Grupo Clarín también realizó campañas masivas en sus medios sobre temas vinculados a la Violencia de Género. En el marco del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujeres, En 2018, Radio Mitre desarrolló la campaña “Bips contra la violencia de género”. Según el INDEC, en Argentina se registran seis casos de violencia contra las mujeres por hora. Por este motivo, en el aire se intervinieron los seis bips para marcar la hora con el nombre de seis mujeres.

Además, se amplificó en las redes de Radio Mitre con el hashtag #EsHoraDeEscucharlas. Además, se sumaron los periodistas de su programación para que quede marcada en la mente de todos. Esta campaña llegó a más de 1.000.000 de oyentes.

• Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

SOCIO CULTURALES

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

- Se ha decidido nombrar a Mariana Iglesias como editora de género para garantizar la perspectiva de género de modo transversal en todas las secciones del diario.
- Mínimo de 10 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. El diario La Voz del Interior de Córdoba estableció metas para sus editoriales, en las que se conjugan voces de distinto género, lugar de nacimiento y rango etario.
- Se crearon contenidos y secciones exclusivas de género y diversidad. Como la sección *Empoderadas*.
- TN.com.ar lleva adelante la sección *Somos Familia*.
- En 2018, se realizaron capacitaciones para más de 100 periodistas de todo el Grupo junto a ONU Mujeres.
- En el 2019, se inauguró un *Ciclo de Conversaciones en Derechos Humanos*, que consta de capacitaciones para los periodistas de Diario Clarín de todas las secciones y talleres específicos para los editores.

-TyC Sports realizó talleres para los equipos periodísticos sobre estereotipos y cobertura periodística con perspectiva de género.

- Grupo Clarín también realizó campañas masivas en sus medios sobre temas vinculados a la Violencia de Género.

• Alianzas

ORGANISMOS INTERNACIONALES

ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

En relación a la marcha Ni una Menos del 3 de junio de 2019, Grupo Clarín, junto con ONU Mujeres y el Equipo Latinoamericano de Justicia y Género [lanzaron una campaña](#) llamada #HablemosDeViolencia. La misma informa sobre las principales estadísticas sobre femicidios de la Argentina y la importancia de la labor periodística para visibilizar, denunciar y analizar esta realidad para lograr un cambio cultural. Se emitió un spot televisivo durante un mes en los canales del Grupo y se realizaron PNT para Radio Mitre y la 100. Y se publicaron durante 15 días avisos gráficos derivados de la misma. Además, se lanzó la campaña desde una nota en “Nuestra Palabra”, el Newsletter del Grupo, que llega a más de 22 mil líderes de opinión.

• Cadena de valor

Incluimos en las órdenes de compra, una Carta Compromiso con la Sustentabilidad, a la que nuestros proveedores deben adherirse al momento de iniciar la contratación. La Carta incluye aspectos relacionados con la legislación, Derechos Humanos, Igualdad de oportunidades, trabajo, ambiente, manejo de la información y ética.

Meta de Prioridad Nacional. Informe Voluntario Nacional 2017.



- Anexo

- Creación del cargo de Editora de género para el Diario Clarín



- Capacitaciones periodísticas sobre derechos humanos con perspectiva de género
 - https://www.clarin.com/sociedad/medios-comunicacion-deuda-historica-mujeres_0_2IY3t7P3O.html
 - https://www.clarin.com/sociedad/igualdad-genero-vez-presente-medios_0_JMWn4qQMZ.html

https://www.clarin.com/sociedad/herramientas-debates-comunicacion-perspectiva-genero-derechos_0_IHUxr-TaA.html

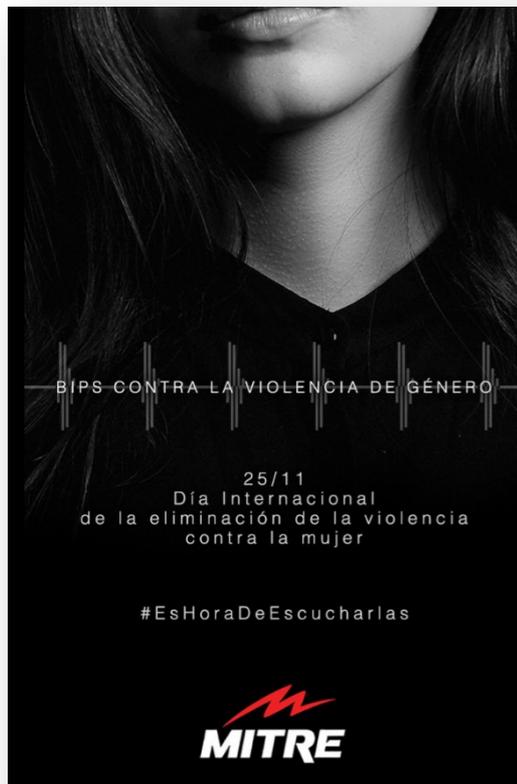


• Anexo

- Campaña de TV, radio y gráfica sobre los femicidios y el rol de los medios de comunicación



- Campaña radial contra la violencia de género en el Día Internacional de la violencia contra las mujeres.



• Anexo

• Asimismo, en el marco del compromiso del Grupo Clarín con la promoción de la diversidad e igualdad de género, se invitó a mujeres referentes de sus medios a reflexionar sobre las dimensiones de su gestión sustentable y se plasmaron en las aperturas de los capítulos del Reporte de sustentabilidad que se publicó en 2018.



Adhesión, acompañamiento y difusión de iniciativas ligadas a la diversidad

- https://www.clarin.com/sociedad/mujeres-mundo-algoritmos-advienten-alta-desigualdad-genero-economia-digital_0_-uq-F5j4i.html
- https://www.clarin.com/sociedad/presentaron-winn-primera-red-latinoamericana-periodistas-mujeres_0_BkeGlqIAM.html
- https://media.ejes.com/v/201907/03/V84755602_01_H264.mp4