



Buenos Aires, agosto de 2008

Sres.
Pacto Global
Organización de las Naciones Unidas

Desde sus orígenes en el Grupo Clarín hemos sido conscientes de nuestra responsabilidad social como empresas y como medios de comunicación argentinos. Y trabajamos para asumir cabalmente ese compromiso a través del ejercicio honesto y riguroso de nuestra tarea central de informar, de una labor empresarial responsable y de un sostenido accionar social y comunitario.

Por medio de la presente, ratificamos nuestro apoyo al Pacto Global de las Naciones Unidas, y presentamos la Comunicación sobre el Progreso, que informa sobre los programas y acciones desarrollados en consonancia con los principios que el Pacto promueve.

José A. Aranda
Vicepresidente
Grupo Clarín S.A.

Grupo Clarín S.A.
Piedras 1743
C1140ABK Buenos Aires
Argentina
Tel. 54 11 4308 7500
www.grupoclarin.com.ar

Nombre de la Compañía: Grupo Clarín S.A.

Título de la presentación: El Grupo Clarín y su Responsabilidad Social

Principio(s) del Pacto Global:

- Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados internacionalmente
- No ser cómplices de abusos de los derechos humanos
- Apoyar los principios de la libertad de asociación sindical y el derecho a la negociación colectiva
- Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio
- Abolir cualquier forma de trabajo infantil
- Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación
- Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales
- Promover mayor responsabilidad medioambiental
- Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente
- Combatir la corrupción, contribuyendo al fortalecimiento de la conciencia cívica de la ciudadanía

¿Qué acciones ha realizado su empresa para implementar el Pacto Global dentro de sus negocios?

El Grupo Clarín es uno de los grupos de comunicación líder en el mundo de habla hispana. Desde sus orígenes, ha sido consciente de su responsabilidad social como empresa y como medio de comunicación, trabajando para asumir cabalmente esa responsabilidad mediante el cumplimiento de las leyes, a través de un activo y sostenido compromiso social y comunitario, y especialmente a partir del ejercicio honesto y riguroso de su tarea de informar.

Su participación en el Pacto Global es un aliciente para profundizar y sistematizar aún más las acciones que encarnan los valores y principios que guían su labor cotidiana.

En el periodo reciente se propuso acompañar el desarrollo de los programas vigentes suscitando en cada caso una evolución superadora, y se impulsaron iniciativas innovadoras con pautas vinculadas a criterios de sustentabilidad, replicabilidad e incidencia.

La comunicación de los progresos se realiza en diferentes planos y con la vista puesta en diferentes públicos. En primer lugar, a través de vías de comunicación interna como la Intranet, las carteleras y el Newsletter interno –Nuestro Medio-. A esto se suman las comunicaciones a los responsables de cada compañía o sector, con el fin de mantener un fluido canal de información sobre las iniciativas tendientes a profundizar la aplicación de los principios y a propiciar nuevas modalidades para su aplicación desde la iniciativa interna.

Externamente, las acciones asociadas con los principios del Pacto global se comunican a través de los medios de comunicación del Grupo de diversas maneras. A través de espacios institucionales, a través de coberturas periodísticas y también a través de la agenda cotidiana que los rescata por su interés periodísticos. Por otro lado, los más destacados programas se destacan en su página Web, así como en publicaciones institucionales del Grupo y sus subsidiarias.

A continuación se desarrollarán los programas y acciones realizadas en relación con el cumplimiento y progreso en la aplicación de los principios del Pacto Global, algunas de las cuales abordan dichos principios de manera simultánea.

Guía para la Acción

Desde su conformación como grupo de comunicaciones, el Grupo Clarín definió orientaciones para un accionar común y coherente entre las distintas unidades de negocios. Así se desarrolló y comenzó a implementar la Guía para la Acción, que incorpora los conceptos incluidos en los diez principios del Pacto Global.

Enuncia la misión, los principios y valores del Grupo Clarín, y principalmente plantea un modelo de gestión, organización y roles, así como también delinea las políticas y procedimientos en materia laboral, medioambiental y de derechos humanos que luego se plasman en cada actividad y subsidiaria.

Capacitación, promoción e igualdad de oportunidades.

Tanto el Grupo Clarín como sus subsidiarias cuentan con un creciente abanico de programas y alternativas que apuntan al desarrollo de las personas y sus capacidades laborales, así como a mejorar los parámetros de igualdad de oportunidades laborales.

Un ejemplo es el programa de promoción de personal técnico, que otorga igualdad de oportunidades para acceder a puestos de supervisión, con una metodología de evaluación que incluye instancias internas, observadores externos y otros mecanismos asociados. Por otro lado, se implementa el Programa de Crecimiento de la Efectividad laboral (CEL) que en este periodo incorporó un sistema online y en 2008 se está implementando en una población de 1500 personas. Adicionalmente se instauró un programa de estimación de potencial y planeamiento del desarrollo laboral que incorporó nuevos criterios de equidad.

Por otro lado, el Grupo Clarín realiza cada dos años una encuesta interna de opinión sin distinción de nivel que busca relevar aspectos a mejorar en materia de clima laboral, relación con superiores jerárquicos, satisfacción con la tarea, nivel de participación, canales de comunicación, capacitación y otros parámetros relevantes.

Programa de capacitación corporativa

Este programa abarca a todos los empleados profesionales y de nivel medio y pone a disposición de este grupo humano un conjunto de herramientas y conocimientos que apuntan a mejorar habilidades de gestión. A diferencia de otros programas de capacitación exceden la provisión de habilidades para el proceso de negocio y apunta a calificar a la personas multidimensionalmente, mejorar su empleabilidad, etc. En 2006 y 2007, pasaron por la capacitación corporativa 2768 participantes.

Programa de formación y actualización continúa en Recursos Humanos

Conscientes de la importancia del conocimiento acerca de las mejores prácticas en materia de recursos humanos, y con el fin de continuar el camino de implementación de los principios del Pacto Global, el Grupo Clarín ha implementado un programa vinculado con el Corporate Leadership Council. Esta entidad provee capacitación y acompañamiento continuos para la mejora sobre temas de actualidad en este área y provee de investigaciones ad hoc para temas de gestión en que se deba ampliar la base de conocimiento existente en la empresa.

Metodología de trabajo y mejora de procesos

Ejemplo de los avances en las aplicaciones de estos lineamientos, es la adopción de una metodología denominada 6 Sigma que se orienta a la mejora de los procesos de producción. Este modelo de trabajo, que comenzó a ser aplicado desde 2006 en ciertos procesos del área gráfica de la Compañía, busca minimizar la “variabilidad natural” de los procesos y se resume en varias etapas: selección del proceso o sistema a mejorar; medición de las variables críticas; identificación y análisis de aquellas variables que causan ineficiencias en la producción; determinación e implementación de los cambios necesarios y control de sustentabilidad de los cambios realizados. Además, al abarcar procesos de alto impacto en el negocio, la metodología aplicada compromete diversas áreas de la empresa y propicia mejoras internas que tienen efectos visibles en las relaciones laborales y el trabajo en equipo. Su acción tampoco se limita a procesos industriales ni a clientes externos a la empresa, sino que recae sobre procesos administrativos y tiene como otra meta la satisfacción de los clientes internos.

Seguridad, Gestión y Riesgo de Incendio

Durante 2007 y 2008 se continuó el proceso de implementación de las mejoras en que se definieron en función del relevamiento, a cargo de expertos independientes, sobre la gestión y estructura/operación de las condiciones de seguridad e higiene en las empresas del Grupo. Los progresos en los programas específicos son evaluados periódicamente para solucionar desvíos respecto a las mejores prácticas de la materia. En cuanto a la gestión, se continúa monitoreando cuestiones vinculadas a las políticas, el compromiso, la capacitación, los procedimientos, los programas, presupuestos, informes, planes y controles generales. Es decir, el marco para la seguridad de las estructuras físicas y de las operaciones. Y con respecto a la estructura/operación, se monitorean las condiciones de seguridad de las locaciones físicas (oficinas, plantas, bases comerciales y depósitos) y el modo de operación (en planta y en vía pública). Adicionalmente, se abordó de manera particular la mitigación de riesgo potencial de incendio

Gestión medioambiental

Con el fin de optimizar la gestión medioambiental de las empresas del Grupo Clarín, recientemente se avanzó en medidas concretas de medición, planificación y mejora de los procesos de producción y utilización de insumos.

En las plantas de impresión gráfica se avanzó en el perfeccionamiento de la implementación de pautas para garantizar la provisión de materiales con niveles de calidad compatibles con parámetros internacionales en cuanto a los nuevos desarrollos aplicados a tintas e insumos especiales. Esta acción se planificó y desarrolló en una acción concertada con los proveedores de insumos estratégicos y materias primas.

En cuanto a los insumos de papel, es de destacar que el tipo de producto utilizado en la impresión de diarios no requiere tratamientos de blanqueado con cloro, reduciendo el impacto de este tipo de producto en el medioambiente.

Proyecto de Reducción del Consumo de Tinta y Papel

Como ejemplo de estos procesos de mejoras constantes, se destaca el Proyecto de Reducción del Consumo de Tintas, implementado en Artes Gráficas Rioplatense, la planta impresora del Grupo Clarín especializada en producciones color de alta calidad. Mediante el mencionado sistema 6 sigma, se analizó cada una de las variables que afectan el consumo de tinta, realizando los cambios necesarios para lograr una producción confiable, estable y predecible, con alta calidad constante a

través del tiempo. Se concluyó que era posible reducir el consumo de tintas reemplazando el sistema de impresión con trama convencional por un sistema con trama estocástica. Este tipo de trama imprime utilizando puntos más pequeños con menor carga de tinta final y además otorga estabilidad y definición, brindando al cliente un producto de mayor calidad. Para llegar a esta innovación previamente se fue optimizando el proceso de impresión a través del mejoramiento de las tintas utilizadas, la calibración de las pruebas de color y la puesta a punto de las rotativas. Asimismo, se realizaron las pruebas correspondientes al estándar internacional SWOP (Specifications Web Offset Publications), entre otras mejoras.

Por otro lado, durante 2008, se comenzó a implementar un sistema similar para la evaluación y mejora de la utilización de papel, con el fin de que el proceso incremente su eficiencia reduciendo el consumo.

Tratamiento de residuos industriales

Una porción de los insumos de papel es previamente reciclada, y los residuos y sobrantes se envían a las plantas procesadoras para su reciclado y reutilización. En este sentido se ha puesto en operación una moderna planta que permite reciclar diarios y revistas. La pasta producida de esta forma, reemplaza a la pasta quimimecánica, lo cual significa un 10% de ahorro en consumo de madera y a su vez otro modo de cooperar con la protección ambiental.

Posteriormente, en una planta propia se procede al tratamiento y medición de los efluentes líquidos que resultan de los procesos de revelado, previamente a su deposición.

Adicionalmente, los residuos con tintas, los detergentes y paños utilizados en la limpieza de las máquinas, y cualquier otro residuo vinculado a las tintas, se traslada a una empresa especializada y habilitada para su tratamiento, destrucción y deposición final.

Programa de reciclado de la Fundación Garrahan

El Grupo Clarín colabora con el programa de reciclado de papel de la Fundación Garrahan, que se implementa en las oficinas de Radio Mitre, Canal Trece, Unidad Internet, Multicanal, TyC Sports, Gestión Compartida, Ferias y Exposiciones S.A. y las Áreas Corporativas. Los aportes de papel realizados en 2006 y 2007 ascienden a 24730 y 85959 kilos de papel respectivamente, incrementando sensiblemente la participación en base anual. Su producto fue destinado a obras como la compra de instrumental y equipo asistencial para distintas áreas del Hospital Garrahan, asistencia en concepto de servicio social para pacientes internados y ambulatorios, financiación de programas de capacitación y especialización, y necesidades de restauración edilicia.

Conservación de Espacios Verdes

A través de la Fundación Noble, también se patrocina proyectos vinculados al cuidado y protección de los espacios verdes. En este sentido, se apadrina y contribuye directamente a la conservación de la Plazoleta Dr. Roberto Noble –la cual lleva el nombre del fundador del diario Clarín y que se encuentra emplazada en la ciudad de Buenos Aires– y el Parque de la Ribera, una extenso predio en la costa de Martínez, partido de San Isidro, que fue creado en 1999 como iniciativa de la propia Fundación. Mediante las tareas de preservación de ambos espacios, también procura promover el cuidado responsable de los ámbitos públicos por parte de la comunidad y realizar un aporte constructivo a la defensa del medio ambiente.

Gestión de Proveedores

Entre sus políticas, el Grupo establece un sistema que le garantice la utilización de las mejores prácticas en materia de compras y contrataciones, dentro de un marco de control y transparencia. Esto incluye la contratación de proveedores, que debe realizarse a través de un proceso licitatorio competitivo y contemplando el cumplimiento de una serie de requisitos, sobre los cuales se exigen antecedentes.

Se evalúan criterios como: confiabilidad; imagen en la comunidad de negocios y ante la opinión pública; calidad, productividad y mejora continua; respeto por determinados parámetros y pautas medioambientales; cumplimiento de obligaciones legales y previsionales.

Otro componente crucial es la sistemática evaluación del desempeño de los proveedores que abastecen de bienes y servicios a cada unidad de negocios del Grupo. En la evaluación se contempla el cumplimiento de todos los compromisos contraídos por el proveedor así como de los requisitos previamente mencionados.

Responsabilidad Periodística

Los medios del Grupo Clarín entienden como principal responsabilidad social el cumplimiento de su misión de informar con seriedad y rigor. Por eso, trabajan día a día para satisfacer y consolidar el derecho a la información de la ciudadanía y para ayudar a entender la realidad, convirtiéndose así en un instrumento útil para la vida cotidiana de la gente.

Todos y cada uno de los medios del Grupo elaboran cuidadosamente sus contenidos periodísticos, buscando difundir la información de manera honesta e independiente. Asimismo, trabajan para asegurar niveles de precisión y claridad que cumplan con sus estándares profesionales. Sus periodistas se dedican a construir un espacio plural para la exposición y el debate de los temas que conciernen al conjunto de la sociedad. Por eso, defienden la democracia y sus libertades, y promueven el fortalecimiento de las instituciones. Los criterios profesionales, son una guía que orienta el objetivo de informar, entretener, educar y comunicar a todos los argentinos.

En este sentido, se trabaja a partir de parámetros que sintetizan el modo en que los periodistas entienden y asumen el rol de informar. El Manual de Estilo de Clarín, el Manual de Estilo de Radio Mitre, y la Guía para la cobertura de crisis con rehenes, son algunos ejemplos de los rigurosos criterios éticos y profesionales que guían su labor cotidiana. Estos esquemas se enriquecen progresivamente mediante la capacitación de los equipos periodísticos, y actualización permanente y la inclusión de los últimos consensos a nivel mundial en materia periodística.

Por otro lado, la inquietud del Grupo Clarín por brindar contenidos de alto valor para la sociedad condujo a la creación de los dos únicos grupos permanentes de periodistas del país especialmente avocados a la tarea de la investigación en profundidad. Desde 1994, Telenoche Investiga (Canal 13) y, desde 1999, el Equipo de Investigación de Clarín trabajan diariamente con el objetivo de poner a conocimiento del público casos de corrupción pública y privada, violación a los derechos humanos y desastres ecológicos, entre otros. Asimismo, muchas de las investigaciones apuntan a temas relacionados con la vida cotidiana de los ciudadanos, tales como los vinculados al consumo, la salud pública o la educación. Gracias a la labor seria, rigurosa y documentada de ambos equipos, una gran parte de estos trabajos periodísticos desencadenaron intervenciones judiciales, procesamientos y condenas a los culpables.

Participación Ciudadana

En la búsqueda y promoción de la transparencia, desde los medios del Grupo Clarín se brinda amplio apoyo a variadas iniciativas que promuevan la participación de la ciudadanía en la vida democrática y el contralor cívico responsable sobre los actos y decisiones de los representantes. En 2007 y 2008, se realizó en alianza con CIPPEC la Campaña Nacional “¿Vos sabés!” por el derecho de acceso a la información. El objetivo de esta campaña, y de *la Guía práctica para el acceso a la información pública* que publicó Clarín, fue la difusión y concientización masiva acerca de los desafíos que se plantean en el acceso y respeto por este derecho central para la vida cívica.

Por otro lado, con el fin de aprovechar las nuevas tecnologías como vehículo para difundir iniciativas que contribuyan de manera concreta a la creación de ciudadanía, se desarrollaron diversas secciones y blogs en Clarín.com. Lanzado en 2007 para las elecciones presidenciales se desarrolló el Monitor electoral, una sección especial que incluyó información detallada acerca de los candidatos, plataformas, cronograma electoral, información útil y preguntas frecuentes sobre los trámites y datos útiles vinculados con los comicios. Asimismo, compendió coberturas e informes especiales que sumados a lo antes mencionado contribuyeron a promover el voto responsable. Este espacio también reflejó aportes de organizaciones de la sociedad civil abocadas a la misma labor.

Por otro lado, en materia de blogs, en octubre de 2006 se lanzó Plaza Pública, espacio participativo que se constituyó como referente de iniciativas ciudadanas y se ubicó entre los más visitados. Esta iniciativa se desarrolló en conjunto con Avina Argentina. Con una mirada especial, también se creó ¿Estás?, un blog coordinado por Juan Carr, fundador de la organización Red Solidaria, que propone un acercamiento diferente y solidario a la agenda cotidiana de los medios. Otra de las iniciativas que se inscriben en esta área es ‘Espacio Positivo’, blog destinado a informar sobre VIH, promover la inclusión y crear comunidad para ayudar a quienes lo necesitan.

Asimismo se concretaron alianzas con la Asociación por los Derechos Civiles, entre otras, para el monitoreo de políticas públicas y el debate y discusión de soluciones y estrategias para abordar las problemáticas de largo plazo del país.

Maestría en Periodismo

Con el fin de reforzar el compromiso con la excelencia periodística se continuó y profundizó la labor de la Maestría en Periodismo, un posgrado internacional del más alto nivel académico, organizado por el Grupo Clarín y la Universidad de San Andrés, con la colaboración de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia y la Universidad de Bologna, dictado por prestigiosos periodistas y académicos del ámbito nacional e internacional. Este espacio incorporó nuevas disciplinas pedagógicas y seminarios especiales y profundizó su rol como usina permanente para debatir y desarrollar los estándares profesionales del periodismo.

Compromiso con la educación y la comunidad

De modo complementario, la Fundación Noble encarna la misión y los valores del Grupo Clarín. Entre sus fines están: promover los medios de comunicación como canales de educación y de cultura, difundir los ideales de la participación, la libre discusión de ideas y el debate abierto como componentes esenciales de la vida democrática, propiciar el acceso de todos los ciudadanos a las innovaciones tecnológicas en el campo de las comunicaciones, incentivar el desarrollo de valores artísticos e intelectuales nacionales y su reconocimiento en otras sociedades.

El Grupo Clarín y la educación

Asimismo, el Grupo Clarín, a través de sus iniciativas de apoyo a la educación, pretende aprovechar su posicionamiento transversal y su capacidad de comunicación en la sociedad, para favorecer la toma de conciencia sobre la importancia de la educación como derecho y como elemento crucial en la construcción del futuro del país.

En ese sentido, sus objetivos intentan, por un lado, promover la igualdad de oportunidades educativas, a través de la generación de material didáctico actualizado, accesible y de calidad para alumnos, docentes y escuelas de todo el país, y por el otro, insertarse en proyectos de alto consenso público y privado a los que puedan sumar valor agregado. Con particular empeño en cooperar con la capacitación y el perfeccionamiento de quienes ha elegido como meta profesional el campo de los medios, la Fundación también lleva adelante actividades que ayudan a consolidar la formación y excelencia de actuales y futuros comunicadores.

Escuelas Roberto Noble y donaciones de material bibliográfico

Desde sus comienzos, la Fundación Noble asumió el patrocinio de diversas escuelas públicas, brindándoles apoyo y contención para la mejora de sus condiciones de estudio y de la calidad educativa que reciben sus alumnos. Asimismo, realiza cuantiosas donaciones de material bibliográfico a escuelas e instituciones que lo requieren.

Programa Los medios de comunicación y la educación

La Fundación ha desarrollado este programa, que apunta a que educadores y alumnos trabajen en la interacción de los contenidos curriculares con la realidad que describen los medios, mediante talleres y cuadernillos de ejercicios concebidos para su utilización en las aulas. Abarca los tres niveles de la educación con un total de 17 temáticas. Cada una cuenta con su correspondiente material didáctico, con fundamentación teórica y actividades, que es entregado a cada participante. Esto se complementa con las Jornadas Educativas, que anualmente atraen a una multitudinaria concurrencia de docentes de todo el país. Los Talleres para Alumnos buscan fomentar una aproximación crítica a los medios y a subrayar principios de alto valor democrático, como la libertad de prensa. En esa misma línea, en el Museo de los Niños se desarrollan talleres para chicos con el fin de fomentar el juego y el aprendizaje con los medios de comunicación en actividades compartidas con padres y familiares.

Campañas Digamos Presente

El objetivo es colaborar con escuelas rurales de todo el país y promover la igualdad de oportunidades educativas mediante programas que eviten la deserción escolar y mejoren la calidad de la educación que reciben los chicos que provienen de familias de menores recursos. Se realiza anualmente con una campaña de difusión masiva, en conjunto con la Asociación de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales (APAER), la Fundación Cimientos y la Red Solidaria. El programa incluye becas educativas con acompañamiento pedagógico, apoyo de la gestión escolar y mejora de la calidad educativa en localidades con altos niveles de necesidades básicas insatisfechas y altos índices de deserción escolar, y también alianzas a nivel provincial para replicar el modelo de colaboración y garantizar su sustentabilidad.

Concurso de Narraciones “Yo te cuento que una vez”

Programa apoyo a proyectos de promoción de lecto-escritura en áreas rurales, en conjunto con la Fundación Arcor y APAER, que va por su segunda edición e invita a chicos de escuelas rurales de todo el país a participar con sus relatos.

Campaña de promoción de la lectura

En sus múltiples etapas, combina la difusión del valor de la lectura con la distribución gratuita y masiva de libros, en espacios no tradicionales. En 2007 se distribuyeron 100.000 ejemplares gratuitos en canchas de fútbol de cuentos de un reconocido escritor y dibujante argentino.

Premio a la Educación Técnica y Programa Vinculación Empresa-Escuela

Conscientes de la problemática vinculada con la escasez de técnicos necesarios para contribuir al crecimiento y desarrollo de la Argentina, se decidió lanzar un premio a la educación en conjunto con Zurich. El proyecto de alcance nacional, distingue en su primera edición a proyectos de educación técnica que apunten a elevar la calidad de los aprendizajes y a lograr la igualdad de oportunidades educativas de los chicos y jóvenes.

Editorial Tinta Fresca

Teniendo en mente los bajos índices de lectura de nuestro país, y con una amplia trayectoria en la producción de material de apoyo educativo accesible, se emprendió la tarea de editar textos escolares actualizados, poniendo especial énfasis en que tuvieran alta accesibilidad y un costo razonable. Elaborada por un equipo interdisciplinario de especialistas, la colección de Tinta Fresca consiste en volúmenes para los distintos ciclos de EGB y Polimodal, los cuales proponen materiales de lectura variados, que se complementan con fichas para docentes. Complementariamente, se desarrolla un programa de talleres de capacitación para docentes en el uso de textos y herramientas educativas de Tinta Fresca.

Escuelas del Bicentenario

Otra de las acciones destacadas en materia de inversión social en educación es el apoyo brindado por el Grupo Clarín al proyecto Escuelas del Bicentenario. Se trata de un proyecto que, por un lado, se propone contribuir con la mejora de escuelas públicas que atienden a población en contextos de pobreza; y por otro sistematizar estas experiencias en un modelo de mejora escolar que pueda colaborar con el diseño de políticas públicas a mayor escala. Escuelas del Bicentenario trabaja en cinco jurisdicciones: Buenos Aires, Chaco, Corrientes, Santa Cruz y Tucumán. Atiende actualmente a 40 escuelas públicas, abarcando una población de alrededor de 20.000 niños, y trabaja en 3 Institutos Superiores de Formación Docente, con llegada a más de 600 futuros docentes. Se aspira a trabajar con 80 escuelas, multiplicando el alcance del proyecto y reuniendo experiencias para la construcción de un modelo aplicable a mayor escala. El Proyecto se realiza gracias a la articulación de especialistas y representantes del sector público y privado, con especial apoyo de IPPE, Unesco.

Revista Genios y Jardín de Genios

Proyecto editorial desarrollado especialmente para chicos de etapa de preescolar, de nivel inicial y de EGB que al mismo tiempo está dirigido padres, docentes y otros adultos relacionados con niños de esas edades

Mitos argentinos, protagonistas de la historia

Continuando el proyecto iniciado por el ciclo "El Diario de la Historia", se editó una serie de diez entregas gratuitas con la edición de diario Clarín que, con lenguaje claro y una mirada atenta a los hechos del pasado, recorre la vida, obra e ideas de 10 personajes de la historia argentina de gran influencia en el presente del país. Escritas por un reconocido historiador –Felipe Pigna- intenta brindar un aporte a los estudiantes y al gran público interesado en los debates de nuestro tiempo.

Crónicas de la historia

Persiguiendo los mismos objetivos, pero desde la perspectiva audiovisual, la señal Todo Noticias cuenta con un programa especialmente dedicado a rescatar el valor de la historia de la Argentina.

Talleres de capacitación docente

Con el objetivo de brindar herramientas a los docentes, la Editorial Tinta Fresca realizó una evaluación de los talleres gratuitos con orientaciones didácticas para la enseñanza brindados en el periodo previo. Los resultados superaron los objetivos planteados y plantearon la gran cantidad de demanda existente de este tipo de experiencias, por lo que se decidió ampliar la cantidad de talleres y localidades con el fin de multiplicar el impacto sobre la comunidad docente.

También amplió la cantidad de talleres de capacitación a distancia, especialmente diseñados para poner a disposición de los docentes y profesores de todas las áreas y niveles educativos. Los mismos ofrecen materiales didácticos, foros, calendario académico, agenda con eventos de interés y conferencias. Estos talleres permiten establecer un contacto directo con especialistas y entre docentes, sobre todo, promover la participación de todos y cada uno desde su lugar de residencia, y brindarles capacitación permanente a una comunidad profesional.

Visitas Guiadas al Diario

Para que alumnos y docentes de todos los niveles de enseñanza conozcan en qué consisten los procesos de redacción, producción y circulación, se organizan visitas a la redacción y a la planta de impresión de diario. A comienzos del 2007 se inició el proyecto de remodelación del Sector de Visitas Guiadas, comenzando con la actualización del Programa "Periodistas por un día", software educativo en el que los alumnos pueden acceder a distintas secciones y suplementos del diario completando noticias, seleccionando fotos, etc. Anualmente realizan la visita cerca de 14.000 alumnos.

Olimpíadas Federales

Auspicio de las Olimpíadas Federales "Vivencias estudiantiles", organizadas por la Asociación de Entidades Educativas Privadas (A.D.E.E.P.R.A.) y la Confederación Argentina de Instituciones Educativas Privadas (C.A.I.E.P). Más de 3.200 alumnos de todos los ciclos de escuelas públicas y privadas de todo el país, participan en certámenes de distintas disciplinas (literaria, científica, informática, deportiva, plástica, etc.)

Programa "Los medios en familia"

Conscientes de la creciente importancia que adoptan los medios de comunicación en la vida de las familias y los niños, en conjunto con el Programa "Escuela y Medios" del Ministerio de educación se instrumentó un programa denominado "Los medios en familia". Consiste en la publicación de distribución masiva, que ya va por su tercera edición. Las primeras dos publicaciones "*La Tele en Familia, ¿Cómo orientar a los más chicos cuando ven televisión?*" y "*La Tele en familia 2, actividades para hacer con los más chicos cuando ven programas de televisión*". Las dos ediciones reunieron los interrogantes más frecuentes que se plantean los padres respecto de la relación que tienen los chicos con la televisión: cantidad de horas que ven, con quién comparten ese momento, programas que eligen, cómo ver un programa juntos, cómo saber qué prefieren, qué decirles de las escenas violentas, etc. Cada interrogante tiene su correspondiente respuesta e incluye sugerencias y nuevas preguntas para hablar de cada tema con los propios chicos. La tercera edición, "*Internet en familia*" busca favorecer una mejor utilización de la Web por parte de los chicos. Al igual que en el caso de la televisión, el cuadernillo presentó una serie de preguntas e inquietudes con sus respectivas respuestas, ideas, sugerencias para hablar de cada tema con los niños y recomendaciones

puntuales para los adultos. El cuadernillo incluyó recomendaciones específicas para que los chicos eviten los sitios de riesgo (pedofilia, pornografía); cómo armar un código familiar de buen uso de Internet; de qué manera evitar que los chicos copien y peguen para hacer una tarea escolar y sugerencias sobre dónde ubicar la computadora en el hogar. Las ediciones fueron acompañadas por micros audiovisuales pedagógicos que profundizaron el tratamiento de las temáticas y promovieron la instalación de la temática y concientización acerca de su importancia.

Ciclo “Periodistas por un día”

En el marco del certamen impulsado por el ministerio de Educación de la Nación para las escuelas medias públicas de todo el país, el noticiero de Canal Trece – Telenoche- incorpora notas de investigación conducidas por los alumnos de secundario, que investigaron temas de preocupación adolescente. Este programa tiene el objetivo de fomentar valores de participación cívica y un acercamiento crítico a los medios de comunicación entre los más jóvenes.

Expo Argentina Educativa

Muestra pensada para estudiantes de la escuela media, institutos terciarios y universitarios, con el objetivo de brindarles información sobre instituciones de enseñanza pública y privada en nuestro país, y en el exterior, y talleres de orientación vocacional abiertos y gratuitos, coordinados por especialistas de la Asociación de Psicólogos de Buenos Aires.

Difusión de los Núcleos de Atención Prioritaria (NAP)

Publicación para las familias que incluye una versión sintetizada de los núcleos de aprendizajes prioritarios y orientaciones para acompañar a los chicos en edad escolar.

Programa “Un libro hace grande a un chico”

El objetivo central del Programa es el de proporcionar bibliotecas Escolares y Textos a escuelas de todo el país, ubicando al libro en un lugar central en el proceso de enseñanza y aprendizaje, dándole a los chicos una herramienta más para acceder a una educación de calidad y cada vez más equitativa

El Grupo Clarín y la Comunidad

Complementando la labor de la Fundación, las empresas del Grupo asumen a través de distintos programas de inversión social y contribuciones un compromiso social activo con la comunidad a la que pertenecen. Aprovechando su potencial como medios de comunicación, también actúan como vehículos de difusión de necesidades y demandas de los diversos sectores de la sociedad, promoviendo acciones que les den respuesta. Campañas masivas, inversión social estratégica, aportes específicos, difusión y apoyo a ONGs, programas de concientización y colectas de bien público son algunos ejemplos de este compromiso compartido.

Campañas de promoción social

Anualmente se brinda apoyo a Cáritas Nacional para dar visibilidad a su colecta anual y otras actividades de promoción social. Esto se realiza a través de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación con el objetivo de generar oportunidades para reflexionar sobre la realidad de personas que viven en situación de pobreza y postergación, y favorecer el fortalecimiento de los vínculos sociales.

Asimismo en conjunto con Help Argentina realiza en cada fecha patria una campaña para la recaudación de fondos destinados a organizaciones sociales del país que trabajan en distintas temáticas. Las acciones están especialmente dirigidas a

concientizar a argentinos que residen en el exterior a través de los medios del Grupo que ya son conocidos espacios de referencia para dichas comunidades.

Adicionalmente en este periodo se renovó el auspicio de las Jornadas del Sector Social, un encuentro anual de capacitación para ONGs, organizadas por la Fundación Compromiso.

Además, también se difundió la Colecta Más por Menos, organizada por la Conferencia Episcopal Argentina, así como diversos seminarios de responsabilidad social empresaria y eventos de recaudación de fondos de organizaciones del tercer sector.

Concurso “Segundos para Todos”

Uno de los ejes de la estrategia de inversión social de la compañía se vincula con la gestión de los espacios de difusión, y su utilización para la promoción e instalación de temáticas sociales, vinculadas con las principales líneas de acción contenidas en la misión y valores de la compañía y su fundación. En ese sentido, dentro del ámbito de gestión de Cablevisión y Fibertel, se decidió instrumentar el Concurso “Segundos para todos”. El certamen buscó sistematizar la difusión y establecer un objetivo de mejora de la calidad de los mensajes transmitidos. En alianza con organizaciones especializadas el concurso convocó las organizaciones de la sociedad civil a presentar sus piezas institucionales y de concientización para premiar a las destacadas con segundos de publicidad en pantalla.

Promoción del Comercio Justo y la Economía Solidaria

Con el fin de instalar una temática que no ha tenido visibilidad, se decidió desarrollar una serie de acciones de promoción del comercio justo y la economía solidaria. Para eso, se trabajó en la identificación de las organizaciones que trabajan en la temática y se realizó una alianza estratégica con un grupo de ellas, a fin de colaborar con sus objetivos. En primera instancia se colaboró mediante la difusión, y luego se implementaron medidas de mayor sustentabilidad, al desarrollar un espacio específico en la plataforma de comercio electrónico Más Oportunidades. Esta alternativa provee un lugar de alta visibilidad, herramientas de gestión y alternativas de financiación de las que no disponían, a organizaciones que promueven el comercio justo y la economía solidaria. Se trata de un espacio asociado a clarin.com en donde dichas organizaciones pueden comercializar sus productos como forma alternativa de financiamiento. Además se destinaron espacios en la Feria Caminos y Sabores para fomentar esta alternativa económica que representa una vía diferente y prometedora para los sectores más postergados de la sociedad.

Ciclos de Conferencias y programas de incidencia

Con el objetivo de difundir los ideales de la participación y la libre discusión de las ideas la Fundación Noble trabaja en conjunto con CIPPEC en la organización de numerosas conferencias que apuntan a contribuir al debate público con propuestas innovadoras para mejorar el accionar del Estado y el bienestar de la sociedad.

- *Los Desafíos de la Justicia* es un espacio de capacitación y debate para magistrados del Poder Judicial
- Ciclo de Conferencias *La infancia en agenda, realizada también en alianza con fundación Arcor*. Busca abordar la temática de la primera infancia desde un enfoque integral.
- *Índice de Páginas Web Municipales* que busca avanzar en el desarrollo del gobierno electrónico a nivel municipal.

Asimismo en el año 2006 convocó a destacados académicos, funcionarios, especialistas y protagonistas del ámbito educativo, que enriquecieron con sus aportes la discusión del proyecto de ley de educación

Campaña difusión de chicos perdidos

Aprovechando la capacidad de difusión y los particulares hábitos de lectura vinculados con el diario gratuito La Razón, que lo ubica en ámbitos de alto tránsito de personas -medios de transporte masivos, por ejemplo-, se realizó una alianza con la organización Missing Children y la Red Solidaria para difundir imágenes de niños perdidos y promover la concientización acerca del rol de la comunidad en el abordaje de esta problemática.

Un sol para los chicos

Desde 1992, la Fundación Noble participa del programa "Un sol para los chicos", en conjunto con Unicef con el objetivo de recaudar fondos para poder llevar a cabo los proyectos en los cuales UNICEF en la Argentina trabaja todo el año para hacer que todos los derechos de todos los niños, niñas y adolescentes argentinos se conozcan, se respeten y se cumplan. El programa cuenta con la participación de personalidades del espectáculo, la cultura y el deporte y año a año, se plantea objetivos más ambiciosos para contribuir con la promoción de la inversión social estratégica en infancia.

Calendario del Compromiso con la Comunidad

Con la intención de complementar el espacio que tiene la solidaridad, la participación y la incidencia ciudadana en la agenda cotidiana de los medios, desde enero de 2006 la revista VIVA de Clarín publica cada domingo el Calendario del Compromiso con la Comunidad. El mismo ofrece un lugar identificable y sistemático para aquellas instituciones y personas de todo el país que trabajan por los demás. Durante 2007, se reevaluó los objetivos del Calendario y junto con un amplio rediseño también se definió conformar un equipo de trabajo periodístico con el fin de profundizar el tratamiento de las temáticas relegadas.

¿Cuál fue el resultado de las acciones descriptas?

La atención a los procesos de mejora en los estándares profesionales, la calidad y rigurosidad del trabajo periodístico y el compromiso de los medios del Grupo Clarín en la construcción de un espacio plural para el debate, como garante de la democracia y sus libertades, marcan la búsqueda del mayor reconocimiento al que pueden aspirar: ser confiables. Sus medios encabezan los índices de credibilidad del periodismo argentino. A esto se suma el voto de confianza de los más de un millón y medio de argentinos que se informan con Clarín cada mañana, cifra que se duplica los domingos y se multiplica si se considera la cantidad de visitas que registra a diario la versión digital del periódico.

Por otro lado, la calidad, profundidad y credibilidad de las investigaciones y coberturas periodísticas de los distintos medios del Grupo Clarín han merecido numerosas distinciones nacionales e internacionales. Entre las más recientes se destaca el Premio Rey de España, la máxima distinción otorgada al periodismo de habla hispana, que fue concedido en 6 ocasiones a periodistas del Diario Clarín. También ha recibido 203 distinciones y medallas de la Society of Newspaper Design; 4 premios de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano a los mejores trabajos publicados por periodistas de América Latina en Internet, Radio y Televisión; el Premio del Club Internacional de Prensa; el Premio "José Manuel Porquet", y 5 Premios María Moors Cabot, de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. 52 premios Malofiej por sus infografías. 15 premios Konex 2007 a la comunicación y el periodismo.

Los programas educativos y sociales llevados adelante por la Fundación Noble y las empresas del Grupo, han ido incrementándose y profundizándose para acompañar las demandas de la sociedad. Los resultados de su aplicación pueden medirse por su impacto directo en las comunidades a las que benefician y también conllevan beneficios intangibles relacionados con la comunicación y posicionamiento de una temática. Los resultados detallados de los principales programas se explicitan en las diversas comunicaciones internas y externas de la compañía y a través de sus medios.

Campaña Digamos Presente 2007

Así, es ilustrativo el impacto de la Campaña Digamos Presente, que anualmente devuelve al centro de la agenda la problemática de las escuelas rurales, la capacitación docente y la desigualdad en el acceso a las oportunidades educativas. En números, se trata de una iniciativa que anualmente compromete ayuda permanente para cerca de 700 escuelas rurales, otorga becas a más de cientos de alumnos para evitar la deserción escolar, replica los programas de ayuda de manera sustentable en otras provincias e invierte en programas de mejora de la calidad educativa de escuelas situadas en zonas carenciadas.

Programa Los Medios de Comunicación en la Educación

El Programa Los Medios de Comunicación en la Educación, apunta a que educadores y alumnos trabajen en la interacción de los contenidos curriculares con la realidad que describen los medios, desarrollen habilidades para abordar reflexivamente la información y realicen experiencias grupales de producción periodística. En el último periodo y en el marco de los talleres gratuitos, se realizaron 184 Talleres de Perfeccionamiento Docente a los que concurrieron 7900 participantes. El Programa de Talleres para Alumnos que venía desarrollándose en zona norte de Cap. Fed. y Gran Buenos Aires, se amplió a toda la Cap. Fed. y el Gran Bs. As. En cuanto a éstos talleres se dictaron, en el periodo de referencia, un total de 298, a los que asistieron 7567 alumnos.

Concurso “Segundos para Todos”.

El concurso establece entre sus objetivos no sólo la contribución de espacios de difusión a temáticas de gravitación social, sino que se plantea el ambicioso objetivo de mejorar progresivamente la calidad y efectividad de los mensajes transmitidos. Para eso, en eventos especiales en distintas regiones del país, brinda instancias de capacitación en comunicación para todas las organizaciones participantes y pone a su disposición herramientas como la guía para la planificación efectiva de una comunicación con fines sociales. Como resultado ya obtenido, en las ediciones mencionadas previamente, han participado de este certamen más de 150 ONG´S de todo el país y se han donado más de 80.000 segundos. Y este año se ha multiplicado el aporte con ediciones de Segundos para Todos en las provincias de Córdoba y Santa Fe. En una segunda etapa se plantea el objetivo de ampliar su impacto sobre actores de la cadena de valor como agencias de publicidad, productoras de cine y televisión, etc.

País (es) donde el cambio interno de la empresa tuvo lugar (global es solo una opción): Argentina

5 Palabras de búsqueda o palabras claves que describen la presentación/exposición:

Compromiso periodístico – Independencia – Defensa de los derechos y libertades – Transparencia – Compromiso social y educativo.

Información del contacto representativo de la empresa:

Nombre: María Julia Díaz Ardaya
Email: mjdardaya@grupoclarin.com

**URL links para la “Comunicación sobre el Progreso”, por ej. Reporte anual/
reporte RSE, Paginas web, etc.:** www.grupoclarin.com