

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA: LA VOZ DEL INTERIOR SA

TÍTULO CoP: COMUNICACIÓN DE PROGRESO 2016

PERÍODO: ENE-2016/ DIC-2016

DECLARACIÓN DE APOYO CONTINUO:



Desde su fundación, esta empresa periodística realiza acciones vinculadas a la comunidad, acciones que hoy se encuadran dentro de políticas de responsabilidad social empresarial. Como cada año desde 2005, **La Voz del Interior SA**, editora del diario del mismo nombre, de otras publicaciones y de varios sitios en Internet, renueva su compromiso con el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas y adhiere a los principios que este promueve.

La Voz del Interior es un medio de comunicación cuyos productos impresos y digitales conciben a la información como un bien público y asume que una empresa es socialmente sustentable cuando agrega valor a la comunidad o a las comunidades a las cuales llega.

Por estas razones, nuestra empresa continúa adhiriendo al Pacto Global y sigue sumando distintas acciones que, de manera directa o indirecta, abordan los principios que este postula, no sólo para que nuestra intención se traduzca en una buena acción, sino en programas eficientes tanto en el mensaje como en los objetivos planteados.

Osvaldo Salas
Gerente General
La Voz del Interior SA

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN

Gestión responsable

El contenido y las políticas editoriales de La Voz del Interior se basan en el reconocimiento y la defensa de los derechos humanos. Para nuestra organización, la representación de los derechos fundamentales –como la libertad de expresión, los derechos culturales, el derecho a la propiedad intelectual y el derecho a la protección de la privacidad– es esencial para crear y divulgar contenido responsable.

La Voz del Interior posee políticas responsables en materia de recursos humanos. Algunos aspectos para destacar son los procesos abiertos de selección de personal; la remuneración de sueldos de acuerdo al mercado e incluso superiores a los que este regula; la calidad y las condiciones del medio ambiente laboral y las acciones para facilitar la transición de los empleados en el inicio de su etapa pasiva, todo lo cual demuestra, entre otros aspectos, una cultura organizacional responsable.

En el ámbito administrativo y comercial en general, como en la relación con nuestros proveedores en particular, los acuerdos, compras, contrataciones, etc. se establecen en el marco de una gestión responsable.

PRÁCTICAS LABORALES

Quiénes somos

La Voz del interior realiza continuamente una apuesta para crear y generar un buen clima laboral entre sus empleados. Profesionales de los medios y de distintas disciplinas valoran trabajar y formarse en nuestra empresa; su política de formación continua favorece la capacitación y brinda herramientas necesarias para cada tipo de trabajo. A esto refieren los bajos índices de rotación laboral y la existencia de empleados con más de 40 años de antigüedad.

La Gerencia de Recursos Humanos facilita la apertura de canales de comunicación entre las distintas áreas para que la información sea fluida, con la creación de una intranet y la permanente comunicación a través de correos electrónicos internos y de pantallas con mensajes visuales ubicadas en el comedor del personal, que pretende mantener informados a todos los empleados sobre cuestiones que hacen a la marcha de la empresa.

En materia de higiene y seguridad en el trabajo, la compañía se ajusta de manera estricta a la normativa vigente y en muchos casos va más allá, a tal punto que nuestros índices de siniestralidad están muy por debajo de la media de la actividad y no se computan accidentes que impliquen gravedad o riesgo de vida.

Nosotros en números

Total de empleados	2015	2016	Diferencia
	313	304	-2,88%

Distribución de los empleados

de la empresa por categoría	2015	2016	Diferencia
Gerentes	11	8	-27,28%
Mandos medios	61	63	3,27%
Jefes, administración y comercial	67	63	-5,98%

Personal técnico calificado	74	71	-4,06%
Periodistas no jerárquicos y otros	100	99	-1,00%

Empleados por sexo *	2015	2016	Diferencia
Hombres	249	245	-1,61%
Mujeres	64	59	-7,82%

*Esta diferencia se explica por la gran cantidad de personal que trabaja en áreas técnicas, en las que predomina el personal masculino.

Empleados por edades	2015	2016	Diferencia
<30	16	13	-18,75%
31-50	203	193	-4,93%
>51	94	98	4,25%

Durante 2016, la empresa destinó más de 6.000 horas a la capacitación de sus empleados, continuando con el foco en la convergencia. Con la finalidad de desarrollar nuevas habilidades y fortalecer las existentes, los colaboradores participaron de cursos individuales y grupales dentro y fuera de la compañía. A su vez, sosteniendo el objetivo impulsado por la empresa, al igual que años anteriores se trabajó en habilidades para la Gestión de las Personas con un grupo de colaboradores que asumieron nuevas funciones. Estas herramientas facilitan su buen desempeño en el rol.

De gestión/estratégicos: Reinventando el management, Diplomatura en Business intelligence, Diplomatura en Logística, CEL (Gestión del Desempeño), Optimización de costos y competitividad de las PYME desde la gestión logística, Diplomatura en gestión, mediación y resolución de conflictos, Programa de formación de mandos medios (Liderazgo, Herramientas para la comunicación efectiva, La gestión de equipos de trabajo, Herramientas para la gestión de conflictos, Delegación, Feedback), Hacia la reunión de reflexión estratégica, Taller de negociación de Harvard, Taller de planificación gerencial, Adquirir destreza para convencer, etc.

Redacción: Diferencias de género, Escribir más corto, con más impacto, Pensando en tabloide, Ejercitación para el rediseño, Taller rediseño, Social media analytics for journalists, Narrativa digital, Publicador y SEO, Reunión de medio año - Sociedad Interamericana de prensa, Conferencia de Fernando Baptista (Clarín), Corrector internacional de textos en lengua española, entre otros.

Técnicos: Taller de design thinking, Apiladora Quipp 350, Impresión de nuevo producto F.B., Variables de proceso (Tinta+Agua) F.B., Neumática, electroneumática e hidráulica industrial, Instalación de aire acondicionado, HTML5 y CSS3, Uso de cXense (big data), Manejo de Axure, Heurísticas, Seguridad eléctrica, Excel, Adobe Photoshop e Illustrator, Autocad, After Effects, Sketchup, entre otros.

RRHH: Herramientas para diagnosticar, planificar y medir la comunicación interna, Nuevas tendencias en gestión y evaluación del desempeño, Inteligencia emocional y liderazgo coach, webinar Tendencias globales de talento 2016, webinar Medición del clima laboral, entre otros.

Varios: Impuesto a las Ganancias, Atención y experiencia del cliente, La inteligencia emocional en la atención a clientes enojados, Prototipado, Marketing digital para comercial, Taller de actualización de tendencias (Tendencias, Audiencias, Monetización, Móviles, e-Commerce), seminario Indicadores de gestión logística, Hack and hackers, Plan de emergencias, roles y funciones. Pautas de evacuación. Salidas de emergencia. Simulacro de evacuación, Escenarios económicos 2017, Objetivos de desarrollo sustentable, Proyecto JIRA, entre otros.

Idiomas: como desde hace varios años, se continúa con la apuesta de inglés para todos los empleados interesados en cursar.

Número total de horas dedicadas a formación del personal en cada categoría profesional:

Categorías laborales	Horas de capacitación por categoría
Directores, gerentes generales y gerentes	400
Mandos medios	1.600
Analistas y cargos administrativos	1.800
Cargos técnicos	900
Periodistas	1.300

Total de horas destinadas a formación y capacitación durante 2016: 6.000

Gestión de Clima

En el marco de ciertas acciones que realiza el Grupo Clarín y como parte de su estrategia de desarrollo organizacional, La Voz del Interior efectúa desde 2010 una Encuesta Interna de Opinión (EIO). Durante 2016, se realizó una vez.

Por tal motivo, se desarrollaron distintos talleres a los fines de facilitar la implementación. Entre los talleres podemos mencionar un destinado a jefes y una charla abierta con el personal, previo a la encuesta. Esta fue una etapa de formación sobre el instrumento y la toma de la encuesta. Se desarrolló también un taller de facilitadores, para que contribuyan y participen activamente en el proceso de implementación. Por último, se realizó un taller de capacitación sobre la lectura, el análisis, la devolución de resultados a equipos de trabajo y el establecimiento de planes de acción, para gerentes y jefes.

El desarrollo de todo el proceso de Gestión de Clima estuvo sustentado en una fuerte campaña de comunicación.

Durante noviembre y diciembre, los jefes realizaron la devolución de resultados a sus equipos, con el apoyo y la presencia de representantes del área de Recursos Humanos. Luego de la presentación, se definieron planes de acción que se implementarán durante 2017 y la misma área hará el seguimiento y dará apoyo para que estos sean llevados a cabo de manera exitosa.

Búsquedas internas

Se continuó implementando la política de búsquedas internas, con resultados de coberturas de vacantes muy favorables, junto con el impacto positivo que esta política produjo en los empleados. Las búsquedas internas surgen como respuesta a las demandas de los colaboradores durante ediciones anteriores de la encuesta.

Gestión de desempeño

Durante 2015, se implementó un sistema de Gestión del Desempeño denominado CEL (Crecimiento de la Efectividad Laboral), que abarcó a gran parte de la organización. En su momento, fue una respuesta a demandas detectadas en la EIO y una herramienta que contribuiría a enfrentar los nuevos desafíos de nuestra industria.

2016 fue el segundo año de implementación y ha tenido un impacto muy positivo en los colaboradores y jefes, como ha sido plasmado en los resultados de la edición 2016 de la Encuesta Interna de Opinión. Este año, la participación fue del 90% de la compañía. Continuamos convencidos de que esta herramienta facilita el proceso de transformación organizacional que se está dando en la empresa y contribuye con la sistematización y formalización de las conversaciones jefe-colaborador para hablar sobre *performance*, objetivos, oportunidades de mejora, etc.

MEDIO AMBIENTE

Programa Tratamiento de Residuos Peligrosos

Nuestra empresa posee una política de gestión responsable que intenta reducir al mínimo el impacto que pudiesen generar los residuos derivados del proceso productivo.

Desde 2004, realizamos un relevamiento de tipos y cantidades de residuos que nuestra empresa genera. En 2005, comenzamos con la fase que corresponde al procesamiento de baterías y acumuladores industriales, trapos contaminados y cartuchos de tóner de impresoras láser. A partir de 2006, como parte de la gestión ambiental, se llevan a cabo controles periódicos (análisis físico-químicos y bacteriológicos) de los líquidos de la planta de tratamiento de efluentes cloacales, tanto al ingreso como durante el proceso y también al egreso del efluente tratado.

Durante 2009, se construyó un playón para depositar las tarimas con residuos a incinerar y reciclar. Respecto de los residuos peligrosos, se armó un rack en altura que puede contener unas 25 tarimas y en su parte inferior se construyó una pileta recolectora o de contención de posibles derrames. Este rack es techado y cerrado en los laterales y parte posterior con chapas galvanizadas, con el fin de que esté al resguardo de lluvias, para evitar la acumulación de agua, la proliferación de mosquitos y otras emanaciones contaminantes.

Durante 2016, se enviaron a destrucción total los siguientes residuos peligrosos:

1.	Trapos contaminados (básicamente con tinta)	1.060 kg
2.	Tóner de las impresoras láser	50 kg
3.	Tinta (residuos de tinta sacados de la rotativa)	1.420 kg
4.	Aceites de lubricación (equipos mecánicos)	80 kg
5.	Baterías y pilas	1.570 kg
6.	Tarjetas de cartón	Sin generación de residuo
7.	Bidones de plásticos	Sin generación de residuo
8.	Lámparas de vapor de sodio y mercurio	30 Kg
Total		4.210 kg

DERECHOS HUMANOS

Monitor vial

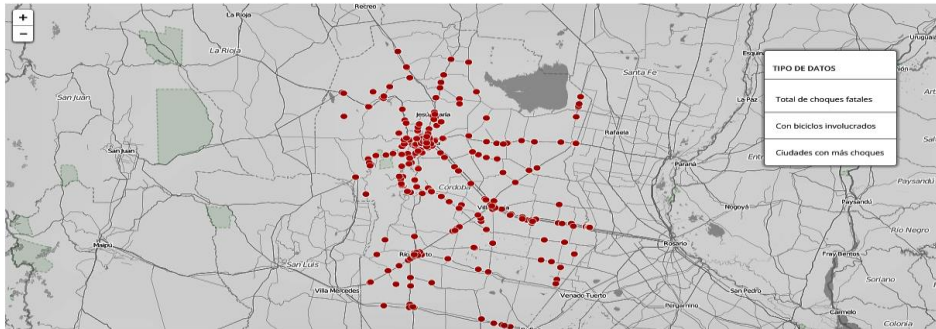
[Monitor vial](#) es una plataforma interactiva que permite navegar por el mapa más completo de los siniestros de tránsito de la provincia de Córdoba y saber con exactitud dónde, cómo y cuándo se producen. Esta herramienta también ayuda a establecer posibles patrones y, a partir de ellos, políticas de prevención.

El proyecto fue desarrollado por un equipo interdisciplinario integrado por periodistas, infografistas, diseñadores e ingenieros, con la asistencia de una especialista en periodismo de datos.

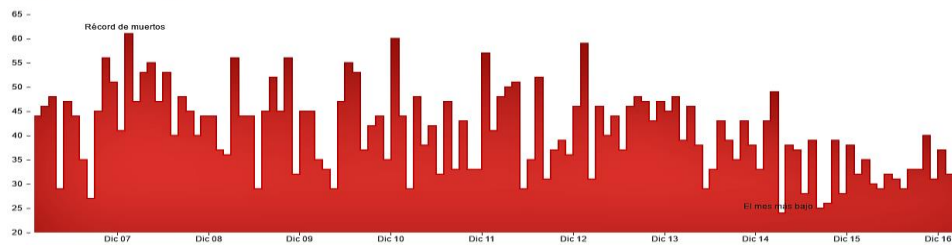
Por choques, en 10 años se perdió una vida cada 18 horas

LO QUE VA DEL AÑO [TODOS LOS CHOQUES 2016](#) ZONAS CRÍTICAS POR RUTA

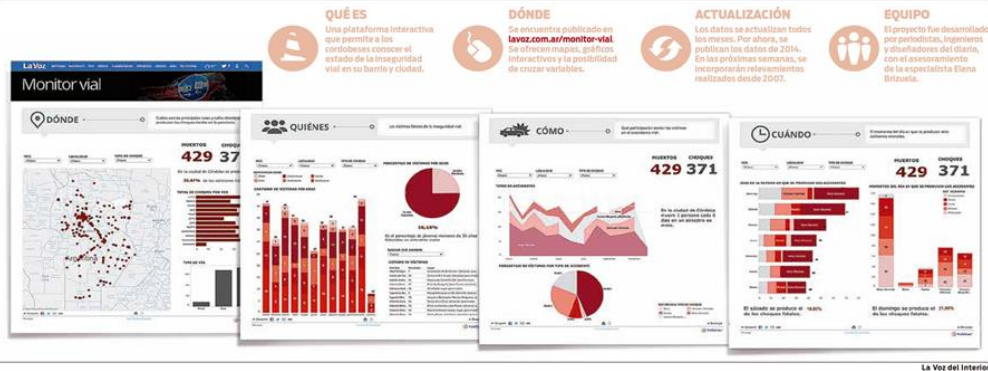
Estadísticas de cada choque fatal en 2016



Los fallecidos, en los últimos 10 años



Visualización de la información



Pensar Córdoba

El espacio [Pensar Córdoba](#) nació bajo la premisa de mostrar experiencias sustentables en urbes alrededor del mundo, para disparar un debate sobre la posibilidad de su implementación en la ciudad de Córdoba.

Esa primera experiencia evolucionó hacia un desafío mucho más local: mostrar cómo los jóvenes imaginan y proponen soluciones para los problemas que se viven a diario en la ciudad, siempre bajo las consignas de sustentabilidad y puesta en valor del espacio público. De esta manera, trabajos de investigación, desarrollos de tesis y proyectos se muestran en el Pensar Córdoba.

Con esta evolución, el espacio se convirtió en una exposición permanente de alternativas sustentables para mejorar la vida en la ciudad.

PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN

Manual de Principios, Valores y Estilos

El Manual de Principios, Valores y Estilos de La Voz del Interior, reeditado a fines de 2006, fue pensado y realizado en busca de mayor transparencia, pluralismo y equilibrio informativo. Es una herramienta donde se establecen principios para desarrollar la calidad editorial y es un camino para facilitar el debate comunitario; además, es un aporte para quienes ejercen el periodismo y para quienes estudian comunicación.

Este manual contiene una declaración de principios y un capítulo dedicado a las normas de ética y de conducta profesional, del cual transcribimos a continuación algunos de los principios generales:

LA VOZ DEL INTERIOR adopta como bases de su accionar periodístico:

- 1) La defensa de los valores y principios democráticos que inspiran a nuestro sistema constitucional.
- 2) La promoción de la convivencia pacífica, ordenada y justa entre todas las personas.
- 3) El reconocimiento y la defensa de los derechos fundamentales.
- 4) La defensa de las libertades. En el terreno político, bregando por sistemas que aseguren la más amplia participación ciudadana en el manejo de la cosa pública; en el campo económico, en combinación con los principios de justicia y solidaridad, y en el ámbito confesional, defendiendo el principio de la libertad de cultos garantizada por la Constitución. Se otorgará particular relevancia a la libertad de expresión y al derecho que a todos asiste a poseer y recibir una información veraz. En consecuencia, se considera que el ejercicio de la crítica social y política es consustancial con la libertad de expresión, sin otras limitaciones que las impuestas por la veracidad de los hechos, el debido respeto a las instituciones, el cumplimiento de las leyes y la protección de la integridad moral de las personas.
- 5) El rechazo expreso a todo tipo de alineamiento con partidos políticos, corporaciones o grupos de presión. El pluralismo informativo será uno de los pilares fundamentales de la línea editorial, por lo que el diario dará cabida a opiniones de todo el espectro político, con la única excepción de aquellas que atenten contra el sistema democrático o contra la integridad nacional.
- 6) El enfoque de los problemas nacionales desde una óptica federalista, que resguarde los derechos de las provincias como organizaciones preexistentes a la constitución del Estado argentino.
- 7) La información y el análisis de las cuestiones internacionales con objetividad, neutralidad e independencia. Esto no impedirá, en ningún caso, la defensa de los derechos humanos como patrimonio

irrenunciable de todos los pueblos de la Tierra y la postulación y promoción de las iniciativas que preconicen la causa de la paz en el mundo.

8) La difusión y la promoción de las actividades científicas, culturales y educativas que contribuyan al desarrollo material y espiritual de los argentinos.

9) La información equilibrada y desinteresada. En el desempeño de su labor, los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR no aceptarán, ni mucho menos buscarán, ventajas personales ni servirán otros intereses que los estrictamente informativos. Por eso, rechazarán las recomendaciones o presiones de grupos políticos, confesionales, económicos o sociales que pretendan orientar, influir o alterar las informaciones. También rehusarán cualquier atención o regalo cuyo valor supere las habituales normas de cortesía. Es obligación del periodista de LA VOZ DEL INTERIOR contrastar todas las fuentes implicadas en cualquier información y dejarlo expresado con claridad en la noticia que se publique.

10) La capacitación permanente. Los miembros de la Redacción del diario tendrán el deber inexcusable de adquirir los conocimientos precisos para informar con exactitud y competencia. Se considerarán faltas profesionales gravísimas el plagio, la difamación, la calumnia o la acusación sin pruebas.

Normas éticas y de conducta profesional

I.1. Principios generales

I.1.1. En su actividad periodística, LA VOZ DEL INTERIOR es independiente de todo grupo de poder político o económico. Independencia significa tomar distancia de los poderes, públicos o privados, para criticar “todo acto contrario a la ley o la moral” y aplaudir los que “signifiquen progreso, respeto por la ley o amor por la justicia”. La información generada por medios oficiales es tomada como una fuente más, pero no de carácter excluyente ni preponderante.

I.1.2. Ninguna institución o persona será censurada porque el periodista o el diario en su conjunto haya enfrentado dificultades para cubrir una noticia. El derecho a la información es ante todo del lector, no del medio.

I.1.3. Aun cuando enfrenten restricciones, presiones o amenazas que limiten la búsqueda de información, los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR no abandonarán las buenas maneras para reclamar por sus derechos. Los modos prepotentes son inadecuados en el desempeño profesional.

I.1.4. Es norma de conducta de los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR que la sociedad tiene derecho a saber la verdad completa, comprobable, en forma oportuna, sin intereses ni prejuicios personales. Por ende, los hechos deben ser descriptos con exactitud, sin falsear, omitir ni distorsionar la información.

I.1.5. El periodista debe utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes. Será considerado falta grave recurrir a procedimientos ilícitos, como ser grabaciones secretas o pagar a una fuente para que ésta suministre una información.

I.1.6. El uso de métodos no convencionales para lograr datos o testimonios en algún caso extremo requiere una fundamentada justificación que debe ser suministrada al público.

I.1.7. El periodista debe identificarse como tal. Es conveniente que las personas entrevistadas sepan que el fin de las preguntas que se les formulan es periodístico.

I.1.8. Ninguna primicia justifica poner en riesgo una vida ni entorpecer la labor de la Justicia.

I.1.9. Los sobornos son una falta gravísima. Ningún periodista debe aceptar pagos, dádivas ni privilegios de ningún tipo de poder, sean o no ofrecidos con intenciones explícitas de incidir sobre un manejo informativo particular.

I.1.10. Sólo son admisibles los regalos de cortesía de poco valor.

I.1.11. Los periodistas de LA VOZ DEL INTERIOR no aceptarán a título personal invitaciones para realizar viajes. En caso de que la empresa acepte una invitación paga, esta situación debe ser explicitada obligatoriamente en la cobertura, para que el lector esté en conocimiento de ese dato y pueda evaluar la imparcialidad del periodista.

I.1.12. Copiar fragmentos de trabajos existentes sin mencionarlos en carácter de citas constituye plagio y también representa una falta grave. Las primicias ajenas deben ser atribuidas a quien corresponda.

I.1.13. El periodista tiene derecho a no firmar notas que hubieran sido modificadas por encima de lo que considere aceptable en el marco de una tarea de edición. El editor está obligado a hacer conocer al redactor los cambios de fondo que introduzca y las razones por las cuales adopta esa decisión.

I.1.14. El periodista debe respetar la privacidad de las personas. La vida privada de las personas públicas pasa a ser de interés público cuando ellas mismas la exponen o cuando elementos privados salen a la luz mientras ellas ejercen sus deberes públicos.

En todo caso, el tratamiento periodístico de elementos privados de la vida de las personas públicas deberá estar justificado con razones más específicas que la mera atribución del interés a la curiosidad colectiva.

I.1.15. La redacción de noticias debe atender a tres principios básicos: imparcialidad, exactitud y claridad.

De las dos primeras, surgen otras más explícitas:

a. Los hechos sobre los que se basa una información deben ser siempre comprobables. Quien redacta una crónica debe abstenerse de exponer sus opiniones personales.

b. Debe actuarse con cautela en la utilización de adjetivos calificativos. Estos deben ser evitados en las crónicas, sobre todo en las que describen hechos policiales. Muchas veces el adjetivo puede tomar la forma de una opinión. Ej.: llamar “desalmada” a una mujer que abandonó a su bebé está de más (no se conocen cuáles fueron las circunstancias de su vida que la llevaron a eso, no se sabe si actuó por amenazas, necesidad, etcétera). En las informaciones también deben evitarse expresiones de elogio al trabajo policial, tales como “puntillosa investigación” o “esforzada labor”.

c. Siempre debe reflejarse la posición de todas las partes en litigio. Si no fuere posible obtener la versión de un sector, esta circunstancia debe hacerse constar con toda claridad en la información.

d. Está prohibido el uso de expresiones peyorativas hacia razas, credos o minorías, tales como “trabaja como un negro” o “le hizo una gitaneada”.

e. También se prohíben expresiones con carga peyorativa al aludir a la edad de una persona, como “sexagenario” o “anciano”. Esto último sólo podrá emplearse de manera muy excepcional, más como exponente de decrepitud física que para aludir a una etapa de la vida de un hombre. La norma es la siguiente: menos de 1 año, bebé; de 1 a 12 años, niña o niño; de 13 a 21 años, joven y adolescente; más de 21 años, hombre o mujer (cuando se trata de la cónyuge, no escriba “la mujer de Pedro”, sino “la esposa de Pedro” o “la pareja de Pedro”).

f. No está permitido manipular fotografías con fines informativos, como se consigna en el capítulo VIII.

I.1.16. Cualquier nota o comunicado que llegue a la Redacción debe ser verificado. En las comunicaciones verbales, el interlocutor habrá de identificar su personalidad, sin margen para dudas. Y así deberá constar en la información publicada.

I.1.17. El diario debe ser el primero en subsanar sus errores. Los editores deben revisar la edición del día y ver si hay que rectificar un dato. En este caso, el error se reconocerá llanamente, sin recursos retóricos y sin aludir a “deficiencias técnicas” o “errores de imprenta”.

El primer capítulo, también establece una serie de pautas respecto del comportamiento editorial en relación con las fuentes de información, un tema clave para el ejercicio profesional y la protección de los derechos humanos.

Guía para el Uso de Redes Sociales en La Voz del Interior

En función de la aparición de los nuevos medios de comunicación y con el auge de las redes sociales, durante 2013 y tras un largo debate interno, La Voz del Interior estableció una Guía para el Uso de Redes Sociales, por entonces única en los medios de comunicación de nuestro país.

Estas normas complementan y actualizan el Manual de Principios, Valores y Estilos editado en 2006 y obtuvieron el consentimiento por parte del personal de todas las áreas de La Voz del Interior.

Estas prácticas y recomendaciones se enmarcan en los principios de respeto, responsabilidad profesional y personal, libertad de expresión y demás derechos fundamentales reconocidos por nuestra Constitución Nacional y los tratados internacionales a ella incorporados.

**Guía para el uso de redes sociales
en LA VOZ DEL INTERIOR S.A.**

Las siguientes normas complementan y actualizan nuestro **Manual de principios, valores y estilos** (2006) y apuntan a impulsar el uso activo de las redes sociales por parte del personal de todas las áreas de **La Voz del Interior SA**, con precisiones en los casos que involucren sólo a los periodistas.

Estas prácticas y recomendaciones en ningún caso deberán ser interpretadas como invasivas de la esfera personal de cada uno de los que integramos esta empresa; antes bien, se enmarcan en los principios de respeto, responsabilidad profesional y personal, libertad de expresión y demás derechos fundamentales reconocidos por nuestra Constitución Nacional y los tratados internacionales a ella incorporados.

1. Cuando utilicemos redes sociales, tengamos presente que todo lo que decimos o mostramos es público y visible. Estamos siempre sujetos a la valoración de nuestros lectores, clientes y usuarios, y de la comunidad en general, que esperan del personal de **La Voz** una actuación profesional en todos los ámbitos.
2. Aunque nuestros perfiles en las redes sociales no indiquen expresamente que somos integrantes de **La Voz del Interior**, ello no nos exime de actuar con responsabilidad profesional.
3. Las reglas éticas de nuestra actividad son de plena aplicación en las redes sociales. Las normas establecidas en nuestro **Manual de principios, valores y estilos** (Normas éticas y de conducta profesional, página 31) rigen tanto en el entorno *online* como en el *offline*.
4. Como integrantes de **La Voz del Interior**, estamos obligados a mantener una línea de conducta que no afecte nuestra reputación y la de nuestros compañeros de trabajo, así como al diario y a la empresa.
5. Debemos preservar la confidencialidad sobre deliberaciones internas o resoluciones en torno de planes de trabajo o proyectos.
6. Con el fin de preservar nuestra credibilidad, nos abstendremos de publicar en las redes sociales noticias, comentarios, opiniones, fotografías y/o videos que representen una discriminación por razones políticas, raciales, sexuales, religiosas o de cualquier otra índole o que expresen fanatismos que puedan empañar nuestra reputación como profesionales y la de La Voz del Interior.

6.1 Retuitear, compartir o reproducir en otras redes opiniones, denuncias, versiones o imágenes sin verificar puede ser interpretado como una adhesión personal o del medio a publicaciones de terceros, por lo que esa decisión debe ser valorada en profundidad y, en todo caso, el tema deberá ser presentado como noticia.

7. Cuando corresponda, ofrezcamos las aclaraciones o disculpas que sean necesarias, siempre en un tono de respeto y amabilidad. Rectificar es una muestra de respeto y transparencia. Si una publicación requiere rectificación, emitamos un tuit o elaboremos un posteo que comience con la palabra "Corrección".
8. En el caso del personal de Redacción, con el fin de promover un mayor alcance de nuestro periodismo en tiempo real daremos prioridad a la publicación de las informaciones en nuestras plataformas *online* y sólo enviaremos anticipos a las redes sociales cuando la magnitud o urgencia de la información así lo amerite. Incluyamos siempre un enlace a los artículos en nuestros sitios web.
9. El trato con los usuarios debe ser amable, claro y en un tono conversacional. Motivemos la participación de la audiencia y promovamos el debate inteligente de ideas. Si recibimos agravios o cuestionamientos por nuestra actividad profesional, no reaccionemos de modo intempestivo. La difamación no debe ser respondida con ataques personales. En caso de duda, consultemos al responsable a cargo de nuestra sección o área.
10. Actuemos con sentido común y responsabilidad profesional. Nuestros lectores, clientes y usuarios lo agradecerán.

Córdoba, Argentina, 12 Junio de 2013.

ASUNTOS DE CONSUMIDORES

Protección de públicos y toma de decisiones informadas

Algunas de las acciones tomadas para proteger e informar al público respecto del contenido que está por ver son las leyendas para advertir a los usuarios por determinadas imágenes fuertes o que puedan herir su sensibilidad.

La política establecida para nuestros sitios respecto de las fotografías de menores con protección legal es pixelar o no publicar estas imágenes, con el fin de proteger la identidad del menor.

Asimismo, en las normas éticas que se incluyen en el Manual de Principios, Valores y Estilos de La Voz del Interior se mencionan, entre otras, las siguientes pautas:

I.1.14. El periodista debe respetar la privacidad de las personas. La vida privada de las personas públicas pasa a ser de interés público cuando ellas mismas la exponen o cuando elementos privados salen a la luz mientras ellas ejercen sus deberes públicos. En todo caso, el tratamiento periodístico de elementos privados de la vida de las personas públicas deberá estar justificado con razones más específicas que la mera atribución del interés a la curiosidad colectiva.

I.1.15. La redacción de noticias debe atender a tres principios básicos: imparcialidad, exactitud y claridad.

De las dos primeras, surgen otras más explícitas:

b. Debe actuarse con cautela en la utilización de adjetivos calificativos. Estos deben ser evitados en las crónicas, sobre todo en las que describen hechos policiales.

Muchas veces el adjetivo puede tomar la forma de una opinión. Ej.: llamar “desalmada” a una mujer que abandonó a su bebé está de más (no se conocen cuáles fueron las circunstancias de su vida que la llevaron a eso, no se sabe si actuó por amenazas, necesidad, etcétera). En las informaciones también deben evitarse expresiones de elogio al trabajo policial, tales como “puntillosa investigación” o “esforzada labor”.

d. Está prohibido el uso de expresiones peyorativas hacia razas, credos o minorías, tales como “trabaja como un negro” o “le hizo una gitaneada”.

e. También se prohíben expresiones con carga peyorativa al aludir a la edad de una persona, como “sexagenario” o “anciano”. Esto último sólo podrá emplearse de manera muy excepcional, más como exponente de decrepitud física que para aludir a una etapa de la vida de un hombre. La norma es la siguiente: menos de 1 año, bebé; de 1 a 12 años, niña o niño; de 13 a 21 años, joven y adolescente; más de 21 años, hombre o mujer (cuando se trata de la cónyuge, no escriba “la mujer de Pedro”, sino “la esposa de Pedro” o “la pareja de Pedro”).

f. No está permitido manipular fotografías con fines informativos

Edición digital

Durante 2016, los lectores de La Voz del Interior Edición Digital continuaron accediendo a algunas ventajas que permite esta versión, como:

- Los artículos pueden ser leídos en voz alta por el propio sistema, una herramienta muy útil para personas con disminución de sus capacidades visuales.
- Permite diferentes modos de lectura y cambiar tipo y tamaño de letra.

- Navegación fácil e intuitiva.
- Se pueden imprimir páginas y compartir notas por e-mail y redes sociales.
- Búsqueda de artículos de archivo y favoritos.

Además, todos nuestros sitios cumplen con estándares Web W3C y poseen el código HTML semánticamente correcto. Las imágenes publicadas también cuentan con texto alternativo.

Día a Día

El 3 de mayo de 2004, La Voz del Interior comenzó a editar un segundo diario dirigido y pensado para sectores de menores recursos, adecuando el precio de tapa, los temas y el abordaje de la información a medida de este público. El 16 de marzo de 2009, se lanzó el sitio Web de Día a Día para complementar este producto que apunta directamente a públicos de bajos ingresos.

Durante 2016, Día a Día continuó sus acciones estratégicas para satisfacer a este público con productos periodísticos y servicios accesibles a un sector social ubicado en la base de la pirámide de ingresos, el cual no siempre es considerado, ni los productos que lo tienen como target se mantienen a lo largo del tiempo.

PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

Programa de voluntariado corporativo “Vos También”

Desde abril de 2012, La Voz del Interior SA comenzó a desarrollar la implementación del programa de voluntariado corporativo “Vos También”. Tiene por objetivo emprender acciones solidarias entre los colaboradores de las distintas unidades de negocio, que beneficien a la comunidad y promuevan la inclusión y el desarrollo en nuestra sociedad.

Está comprobada la multiplicidad de beneficios en distintos niveles que otorgan los proyectos de desarrollo social a mediano y largo plazo, implementados por las empresas en el marco de los programas de voluntariado corporativo. Además de promover el trabajo solidario, aumenta el grado de satisfacción de los colaboradores e impacta positivamente en el clima laboral.

Fin de año en familia

Programa de Voluntariado Vos También - Fin de año en Familia

En diciembre, colaboradores de LVI y Día a Día participaron de la actividad “Fin de año en familia”.

Al igual que en 2015, y con el objetivo de seguir fortaleciendo el vínculo con la Fundación Manos Abiertas, nuestra acción fue dirigida al grupo Caminar de Nuevo. La misión de este grupo es

acompañar social y afectivamente a mujeres, adolescentes y niños con VIH/sida incentivando a comenzar y mantener el tratamiento para su enfermedad.

La convocatoria fue muy exitosa y, junto con el apoyo de la empresa, 99 colaboradores distribuidos en 10 grupos armaron y decoraron cajas con alimentos y regalos destinados a 41 familias.

La jornada de armado estuvo marcada por la alegría, en un clima distendido, donde el trabajo en equipo, la creatividad y la solidaridad fueron las estrellas.

Las mamás de la Fundación Manos Abiertas recibieron las cajas con mucha emoción, agradeciendo profundamente a quienes, con su granito de arena, colaboraron en esta acción solidaria.

En el marco de esta actividad que fue muy valorada por los empleados, propiciando la integración y el trabajo en equipo y contribuyendo a la generación de un buen clima laboral, la empresa invirtió 7.000 pesos, más los aportes de los 10 equipos que se inscribieron para participar.





Programa El Diario como Apoyo Educativo

El Diario como Apoyo Educativo es el programa de capacitación docente gratuita que realiza La Voz del Interior SA desde 1990, con el objetivo de promover el hábito de lectura en las escuelas

en particular y en la sociedad en general, y desarrollar capacidades de analizar de manera crítica la información que transmiten los medios de comunicación.

Durante 2016, se realizaron ocho talleres sobre dos temas específicos: La información del diario y los valores sociales y El diario como recurso. En ambas convocatorias, se inscribieron 75 personas, de las cuales 50 obtuvieron su certificación.

En el siguiente cuadro, se puede ver el impacto que tuvieron los talleres de capacitación realizados desde 2003 a 2016, respecto de la cantidad de docentes de la provincia de Córdoba.

D.A.E. DOCENTES CAPACITADOS ENTRE 2003 Y 2016											
	AÑO	LOCALIZACIÓN	CAPACITADOS en CAPITAL	EXISTENTES en CAPITAL	PORCENTAJE DE CAPACITADOS	CAPACITADOS en INTERIOR	EXISTENTES en INTERIOR	% DE CAPACITADOS en INTERIOR	EXISTENTES TOTALES (CAPITAL e INTERIOR)	CAPACITADOS TOTALES (Capital e interior)	% DE CAPACITADOS TOTALES CAPITAL E INTERIOR
Todos los niveles pero mayoritariamente provinciales	2003	CAPITAL	285	27.227	1%				68.892	640	0,9%
		INTERIOR				355	41.667	1%			
	2004	CAPITAL	400	27.917	1%				70.158	720	1,0%
		INTERIOR				320	42.241	1%			
	2005	CAPITAL	430	28.530	2%				72.224	630	0,9%
		INTERIOR				200	43.694	0%			
	2006	CAPITAL	791	29.657	3%				76.983	886	1,2%
		INTERIOR				95	47.326	0%			
	2007	CAPITAL	410	30.474	1%				77.820	667	0,9%
		INTERIOR				257	47.346	1%			
Mayoritariamente municipales	2008	CAPITAL	538	32.050	2%						
	2009	CAPITAL	480	31.705	2%						
	2010	CAPITAL	430	20.179	2%						
	2011	CAPITAL	300	850	35%						
	2012	CAPITAL	276	850	32%						
	2013	CAPITAL	320	865	37%						
	2014	CAPITAL	220	902	24%						
	2015	CAPITAL	71	902	8%						
	2016	CAPITAL	50	902	6%						

El cuadro representa en cifras la cobertura del programa de capacitación para docentes de niveles inicial, primario y secundario de toda la provincia de Córdoba entre 2003 y 2016.

Se relacionan frecuencias de docentes asistentes a los cursos-taller con cifras de docentes existentes en la provincia, según los datos publicados por el área de Estadística del Ministerio de Educación de la provincia de Córdoba.

Desde 2000 y hasta 2008, quienes realizaban los talleres de capacitación y aprobaban obtenían puntaje docente a través de la resolución ministerial N° 767. Esta resolución tuvo vigencia hasta marzo de 2008, fecha en que, tras distintas modificaciones reglamentarias en la oferta oficial, se dejó sin efecto la mencionada resolución, entre otras. Desde 2008 en adelante, sólo los docentes municipales obtienen puntaje docente.

A partir de 2008, las capacitaciones se desarrollan en Córdoba capital, aunque en menor medida también asisten docentes del interior.

Los datos de 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016 reflejan el porcentaje de asistentes que pertenecen mayoritariamente al ámbito municipal de la ciudad de Córdoba. Este grupo de docentes atiende a la población estudiantil de niveles inicial y primario con características de marginalidad y con factores de riesgo social.

Los datos numéricos reflejan la demanda a pesar de que el reconocimiento de puntajes para su carrera docente, según las normativas municipales, es muy bajo.

Actividades de cooperación social

Avisos solidarios

La Voz del Interior publica de forma totalmente gratuita avisos de fundaciones, asociaciones y ONG. Durante 2016, publicamos el equivalente a 1.600.000 pesos y la cantidad de páginas supera las 32. Esta acción tiene por objetivo darle visibilidad y comunicación a instituciones que buscan beneficiar a la comunidad, promoviendo la inclusión y el desarrollo en nuestra sociedad. Los ámbitos donde las mismas se desarrollan son: salud, pobreza, educación e integración infantil y para adultos mayores, derechos humanos, derechos del niño y la familia.

Durante 2016, colaboramos con:

Fundación Relevando Peligros, Manos Abiertas, Cáritas, Centro de Asistencia al Suicida, 102-Maltrato Infantil, Querubines, Cepram, Abuelas de Plaza de Mayo, Apradoc, Pro Salud, Fundación Corazoncito, Comité Interreligioso por la Paz, Fundación Cordobesitos, Fundación Ictus y Hombre Nuevo (“Pato Solidario”), Médicos Sin Fronteras, entre otras. A través de estos avisos, se difundieron la labor, los datos de contacto y se dieron a conocer a distintas ONG con el objetivo de acercar a futuros beneficiarios, donantes y posibles voluntarios.

La Maratón del Papel

Por octavo año consecutivo, la [Maratón del Papel](#) fue organizada por Radio Mitre Córdoba y la Asociación del Hospital Infantil Municipal de la capital provincial. La Voz del Interior realizó una contribución de 10 toneladas de papel y dio a conocer los detalles de esta actividad a todos los cordobeses antes, durante y al término de la colecta. En la campaña 2016, se juntaron más de 178 mil kilos en un día.

Esos miles de kilos de papel y algunas donaciones empresariales se transformaron en medicamentos, leches especiales, movilidad para pacientes, sostenimiento de talleres de capacitación para adolescentes y la creación de ludotecas en las salas de espera.

VISITAS GUIADAS

Se trata de una actividad que permite conocer el interior del lugar en donde cada día se elabora el diario. Al llegar, los visitantes recorren la Redacción y los diferentes departamentos de la planta central y la planta impresora, tomando conocimiento directo de todas las etapas del proceso productivo del diario y dónde se encuentra el personal que trabaja normalmente.

En 2016, esta experiencia reveladora para muchos chicos y grandes alcanzó aproximadamente a 3.000 personas a las cuales recibimos en más de 120 grupos procedentes de 30 colegios y organizaciones.

PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD

Diálogos con las audiencias - Interactividad - Comunidad informativa

La Voz del Interior trabaja cada día por una cultura participativa, transparente y de compromiso con la sociedad y sus lectores. La web 2.0, con sus infinitas posibilidades y avances, ofrece hoy el acceso de las audiencias a nuevos espacios para el debate inteligente de ideas y la posibilidad de que los ciudadanos intervengan en el proceso de producción de la información, creen sus propias noticias y se abra un nuevo espacio de periodismo ciudadano.

Redes sociales

Durante 2016, se siguieron llevando adelante numerosas iniciativas de participación ciudadana a través de plataformas sociales como Facebook y Twitter, con el objetivo de conocer las necesidades de los usuarios y demandas insatisfechas en servicios públicos (alumbrado, transporte, infraestructura urbana) que luego recibieron tratamiento periodístico en las ediciones impresas del diario, con el propósito de establecer un canal de comunicación entre los ciudadanos y el sistema político.

Sección Opinión - Cartas de lectores - Tribuna Pública

El contenido de esta sección es fruto de los aportes, acerca de diversas temáticas, de miembros de nuestra Redacción, voces calificadas del ámbito local, nacional e internacional y las cartas de nuestros lectores.

Con esta pluralidad de discursos, se convierte en una tribuna pública donde se reflejan opiniones sobre temas relevantes o de actualidad, por parte de distintos sectores y actores sociales. En la Sección Opinión, se publicaron aproximadamente 700 notas a lo largo de 2016 y, estimamos, 150 cartas de lectores.

Empoderar al lector y calidad en la creación de contenido

Programa encuentros con suscriptores

En 2014 se inició una serie de encuentros entre socios/suscriptores de Club La Voz* y periodistas para conocer inquietudes y establecer una relación con los lectores. La intención con la que se crearon estos encuentros es para que cada suscriptor tenga protagonismo en la definición del producto editorial y expresen sus inquietudes.

El programa prevé invitar periódicamente a un grupo de socios para que puedan hablar con nuestros periodistas y editores y estos escuchen sus propuestas para mejorar el contenido editorial.

Durante 2016, más de 40 socios se anotaron para participar de los encuentros junto a sus familias en las instalaciones del diario. Los encuentros consistieron en un recorrido guiado por el área de redacción con el flamante estudio televisivo, la planta impresora, conocer datos de nuestra historia como empresa y disfrutar de una merienda con integrantes de distintas áreas del diario para narrar e intercambiar sus experiencias como lectores.

El ciclo de encuentros con los suscriptores sigue firme y desde marzo de 2017 volverán para recibir a muchos más lectores que desean conocer la empresa. Durante 2016, se realizaron una serie de encuentros en los que participaron más de 450 suscriptores.



*Club La Voz, es el club de beneficios del diario La Voz del interior, en el que más de 43.471 socios disfrutaban beneficios diferenciales en más 800 comercios todos los días. Los suscriptores al diario tienen su tarjeta Club La Voz y ahorran hasta un 50% en las mejores marcas de Córdoba en rubros como Gastronomía, Entretenimientos, Indumentaria, Supermercados, Turismo y los mejores shoppings. Además, los socios tienen accesos exclusivos a obras de teatro, avant premieres, concursos, entradas a eventos deportivos y culturales, y muchos otros eventos diferenciales.

Calidad en la creación de contenido

La Voz del interior posee canales institucionales para recibir la participación más activa por parte de los usuarios, como también para las exigencias de audiencias informadas que enriquecen y generan información.

Autocrítica de la edición

Uno de los métodos de autoevaluación y monitoreo interno utilizado para mejorar la calidad en la creación de contenido periodístico es la autocrítica de la edición. Con el objetivo de identificar aciertos, falencias o errores generales, editores jefes y editores asistentes realizan una evaluación interna de calidad editorial y periodística. La autocrítica de la edición se publica en un transparente

ubicado en el centro de la redacción y en algunos casos se envía por email. Este método de auto-evaluación posibilita la reducción de errores, resalta los aciertos periodísticos y mejora la calidad periodística.

Directo al editor

Es un canal de comunicación directa, a través de una dirección de correo electrónico creada para que los lectores y usuarios de La Voz del Interior planteen sugerencias, dudas, consultas, comentarios, etc. dirigidos al editor. Representa una puerta abierta que permite interactuar, identificar errores, corregirlos, pero sobre todo conocer y dar respuesta a nuestros lectores. Nuestros lectores pueden utilizar esta vía de comunicación a través de una dirección de correo electrónico, a toda hora y desde cualquier lugar del mundo.

Call center

Nuestro call center es uno de los canales de comunicación más utilizados por los lectores. Es también uno de los métodos más eficaces para recolectar respuestas y brindar retroalimentación en relación con la valoración del contenido producido y otras cuestiones relacionadas con los diarios La Voz del Interior y Día a Día y con los sitios lavo.com.ar, vos.com.ar, mundod.com.ar y diaa-dia.com.ar.

Los temas que se recogen están clasificados de la siguiente forma:

Reclamo / Queja	
Denuncias	
Comentario referencial	
Demanda de información	
Participación	
Venta de ejemplares	
Visitas guiadas	
Consulta juegos	

Reclamo / Queja:

Estos mensajes en general corresponden a insatisfacciones referentes a cualquier aspecto relacionado con las publicaciones impresas o digitales. Ejemplos: mala calidad de la impresión; errores de redacción u ortografía; publicación errónea de un aviso; problemas para acceder a una página, etc.

Denuncia:

A diferencia del reclamo o queja, en general este tipo de llamadas alude a terceros, como por ejemplo: servicios públicos, organismos gubernamentales, empresas privadas, etc.

Comentario referencial:

Mensajes cuyo contenido responde a temas tratados en las ediciones. Por ejemplo: felicitaciones por notas que tratan temas científicos, por las coberturas online, por la calidad del papel de un coleccionable, etc.

Consultas/Demanda de información:

En general, se trata de interpelaciones dirigidas al diario referidas a cualquier aspecto de interés público o privado de carácter general.

Participación:

Mensajes de usuarios o lectores cuyo contenido se refiere a realizar un aporte complementario de datos, opiniones o valoraciones de temas tratados o no por el diario. Ejemplos: convalidar una denuncia, manifestar acuerdos o desacuerdos, elogiar un desempeño deportivo, etc.

Venta de ejemplares:

Estos llamados corresponden a solicitudes de ejemplares o a la asignación de un vendedor a un barrio determinado.

Visitas guiadas:

También a través de nuestro call center se toman reservas para realizar visitas guiadas al diario y se coordinan fechas y horarios.

Consulta sobre entretenimientos en vigencia:

Estos llamados son, en general, para aclarar dudas relacionadas con entretenimientos organizados por nuestra empresa o sobre los posibles ganadores.

Call center

El promedio de contactos que recibe nuestro *call center* es de 7835 llamadas mensuales, aproximadamente. Las llamadas se registran y clasifican en el momento en que se producen; luego se derivan al área correspondiente para proceder según cada caso y dar respuesta a las mismas.

El siguiente cuadro corresponde a la cantidad de llamadas recibidas durante 2016.

SUB MOTIVO 1	Área de Interés	Apertura 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total general
Marketing	Marketing	Detalle	1087	1086	1296	1636	1882	1660	1445	1840	1967	1900	3136	2293	21228
	Concursos y Sorteos	Billelazo	1074	1075	1093	1418	1649	1485	1356	1791	1946	1204			14091
		Domingué										656	1662	1680	3998
		Varias Concursos	5	1	10	17	3	4	2	2	2	1			47
	Consultas Vs.	Información Gener	3	2	9	15	16	5	6	3	5	4	3	4	75
		Referidas a LVI	5	7	178	159	195	151	69	35	9	9	12	10	839
		Consultas Varias			2	1		1			1	22	41	18	86
	Visitas Guiadas	Colegio Privado			1	4	5			2		1		1	14
		Colegio Público			2	6	6	3	2	2	1	1			23
		Otras Instituciones			1	8	8	7	6	3	3	1			37
		Varias Visitas		1		4		3	3	2		1	3		17
	Eventos	Charla Bullying				1			1						2
		Chica del Verano						1							1
		Empresario Destacado											1412		1412
		Premios Estímulo												580	580
		Cordobés Destacado											3		3
		Varias Eventos				3									3
	Club La Voz	Detalle	6132	4836	5488	5023	7419	7194	5945	5613	5043	6542	6283	6890	72408
	Total Marketing	Detalle	15	24	35	30	11	22	17	39	32	23	28	26	302
Redacción	Redacción	Contacto con Periodistas	5	6	5	3	1	7	5	9	2	4	6	8	61
		Denuncias													
		Empresas Privadas		1								1	1	1	4
		Gobierno Municipal	2	6	10	2		6	3	4	3	3	9	2	50
		Gobierno Provincial		1			3		2	1		1		1	9
		Gobierno Nacional												1	1
		Otros			3	7		1			4	1		3	19
		Particulares	2	2	2								1		7
	Edición Impresa	Anabólicos				1			1			1		1	4
		Clasificados	1	3	4	2	4	1	2	3	8	2	3	1	34
		Mundo D		2	2			1		2			1	1	9
		Opcionales			3	5			1	1		1		1	12
		Sección A	2	1	2	3	1	2	2	3	8	1	2		27
		Suplementos				2	1		1	6		2	1	2	15
		Temas Sugeridos	1		3	5	1			5	3	4	3	1	26
		VOS		2	1					3					6
		Varias	1							1	2				4
	Sitio Web		1					4		1	2		1	3	14
	Total Redacción	Detalle	0	0	0	0	0	52	9	10	6	5	7	0	89
Rediseño	Rediseño	Conforme						1							1
		Estética						9		1					10
		Suplementos						1							1
		Otros						1							1
		Sugerencia						1				1	1		3
		Redacción						3	1	1		1			6
		Suplementos						6	2	3	1				12
		Otros						1							1
		Disconforme						8	1	2	2	1	1		15
		Redacción						9	2	2	1	2	1		17
		Suplementos						11	3	1	2		4		21
		Otros						1							1
	Total general	Total Mensual	7234	5946	6819	6689	9312	8928	7416	7502	7048	8470	9454	9209	94027

Moderación de los comentarios y política de participación

Con el objetivo de mantener nuestros sitios y espacios de participación, el diario publica y revisa con frecuencia las normas de uso de los espacios donde los usuarios pueden discutir sobre los contenidos o, más ampliamente, debatir sobre temas de interés general.

El objetivo es favorecer un debate amplio, fortalecerlo con argumentos constructivos y evitar mensajes o contenidos que puedan resultar ofensivos o amenazantes hacia la comunidad y el resto de los usuarios.

De esa manera, los moderadores retiran del sitio mensajes racistas, sexistas, homófobos o que contengan cualquier otra forma de discriminación, mensajes difamatorios, materiales que violen los derechos de autor, la intimidad o la privacidad y todo aquel contenido que infrinja las leyes.

Se apunta a crear un sentido de responsabilidad colectiva para mantener un entorno apropiado y constructivo, en el entendimiento de que el debate mejorará en beneficio de todos.

Moderación de comentarios

Los comentarios moderados durante 2016 en forma manual y automática se categorizaron en los siguientes temas: agresivos, contenido repetido, contenido sexual, contra el cliente, crítica a la moderación, datos personales, discriminación, mensajes duplicados, fuera de contexto, imagen del cliente, incomprensible, minoridad, responder al lector y spam.

En el caso de los mensajes clasificados como “responder al lector”, son enviados por los moderadores a las distintas áreas de la empresa, según corresponda, para que se les dé una respuesta o tratamiento al comentario en cuestión.

Durante 2016, la Red de sitios La Voz recibió 301.400 comentarios, de los cuales fueron aprobados 218.424 y rechazados 82.976.

En los siguientes cuadros detallamos el total de contenido recibido y moderado y sus decisiones de moderación desde enero a diciembre de 2016.

Agresivo	RedLaVozComentario	30451
	MundoDFB	22836
	VozVosFB	5954
	MundoD	1437
	RedLaVozFB	69
	VozVosComentario	35
Total		60782
Contenido Repetido	RedLaVozComentario	7204
	MundoDFB	669
	VozVosFB	246
	MundoD	96
	RedLaVozFB	15
	VozVosComentario	6
Total		8236
Contenido Sexual	MundoDFB	5405
	RedLaVozComentario	2538
	VozVosFB	1141

	MundoD	179
	RedLaVozFB	8
	VozVosComentario	6
Total		9277
Contra el Cliente	RedLaVozComentario	1114
	MundoDFB	164
	VozVosFB	73
	MundoD	11
	RedLaVozFB	3
	VozVosComentario	2
Total		1367
Crítica a la Moderación	RedLaVozComentario	858
	MundoDFB	121
	VozVosFB	31
	MundoD	11
	VozVosComentario	1
Total		1022
Datos Personales	RedLaVozComentario	1732
	MundoDFB	407
	VozVosFB	372
	MundoD	18
	RedLaVozFB	2
	VozVosComentario	2
Total		2533
Discriminación	MundoDFB	903
	RedLaVozComentario	317
	VozVosFB	42
	MundoD	14
	RedLaVozFB	1
	VozVosComentario	1
Total		1278
Fuera de Contexto	RedLaVozComentario	89
	MundoDFB	29
	VozVosFB	20
	MundoD	1

Total		139
Idioma incorrecto	RedLaVozComentario	1680
	MundoDFB	1210
	VozVosFB	505
	MundoD	79
	RedLaVozFB	2
Total		3476
Imagen del Cliente	RedLaVozComentario	1129
	MundoDFB	646
	VozVosFB	153
	MundoD	48
	RedLaVozFB	4
	VozVosComentario	4
Total		1984
Incomprensible	RedLaVozComentario	1
	MundoDFB	1
Total		2
Minoridad	MundoDFB	118
	MundoD	14
	RedLaVozComentario	10
	VozVosFB	3
Total		145
Responder al Lector	RedLaVozComentario	4
Total		4
Spam	RedLaVozComentario	1
	VozVosFB	1
Total		2

Total de contenido recibido desde enero a diciembre de 2016

	RedLaVoz						RedLaVoz Total
2016	RedLaVozComentario	RedLaVozMundoDComentario	RedLaVozVosComentario	RedLaVozMundoDFB	RedLaVozVosFB	RedLaVozComentarioFB	
Enero	7610	650	43	7471	2598	0	18372
Febrero	2906	178	77	11442	5028	0	19631
Marzo	3115	0	64	15328	5113	0	23620
Abril	135	0	55	12180	5159	0	17529
Mayo	37453	2623	0	11696	3588	0	55360
Junio	42923	542	0	13088	2205	0	58758
Julio	16883	479	0	12735	2538	0	32635
Agosto	17032	328	0	5108	623	0	23091
Septiembre	15504	571	0	4420	381	0	20876
Octubre	13898	323	0	3349	1187	0	18757
Noviembre	10470	212	0	1	181	0	10864
Diciembre	0	0	0	961	627	319	1907
Grand Total	167929	5906	239	97779	29228	319	301400

Productos y servicios orientados a la comunidad, la educación y la cultura

Contenido con aporte social

[VOS](#), [Ciudad Equis](#) y [Número Cero](#). Son productos donde se cubrieron no sólo los grandes eventos sino también aquellos de importancia para la actividad cultural cordobesa: festivales de teatro, de música, gratuitos, cobertura de teatro independiente, ferias de arte, etcétera.

Retratos: cada semana realizamos un retrato/perfil de un artista cordobés de trayectoria. Especiales: para los 40 años del golpe de Estado de 1976 se realizó el especial "40 años, 40 historias", con relatos de referentes de la cultura cordobesa.

Ciudad Equis: enfocado en la cultura, abordó desde su nacimiento toda la actividad de la literatura, el arte, el teatro, el cine, la música, con el eje en Córdoba, aunque no de modo excluyente.

Número Cero: al unificarse dos suplementos en uno (Temas y Ciudad X), se potenció el contenido editorial para trabajar temas educativos, culturales y artísticos.

Archivo: permanentemente se realizan trabajos para rescatar el archivo gráfico de más de 110 años de historia. Allí está la memoria de los cordobeses. En 2016 se avanzó en la digitalización de todo el acervo histórico, tarea que insumirá al menos dos años más.

Número Cero

El suplemento dominical Número Cero nació con el rediseño de La Voz del Interior, en junio de 2016. El suplemento, sus notas web y sus redes sociales aportan contenidos destacados de cultura, ideas y debates. Las notas, informes y crónicas tienen una mirada amplia del concepto de cultura. No toman de manera aislada expresiones literarias o artísticas, sino que las atraviesan en el análisis con temas como derechos humanos, género, economía, sociedad y tecnología. En cuanto a los debates, aborda temas polémicos con varias miradas: desde conceptos de arte, hasta la despenalización del aborto o el voto electrónico.

Enlaces URL del Informe Anual 2016

www.lavoz.com.ar

Responsable del Programa de Responsabilidad Social Empresarial

Carlos Jornet

Director periodístico

Información de contacto

Laura M. Ayala

layala@lavozdelinterior.com.ar
