

[View results](#)

Respondent

32

Anonymous

44:02

Time to complete

INFORMACIÓN GENERAL

1

Estado Miembro Postulante:

- Antigua y Barbuda
- Argentina
- Barbados
- Belize
- Bolivia
- Brasil
- Canadá
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Dominica
- República Dominicana
- Ecuador
- El Salvador
- Grenada
- Guatemala
- Guyana
- Haití
- Honduras
- Jamaica
- México
- Nicaragua
- Panamá
- Paraguay
- Perú
- Saint Kitts y Nevis
- Saint Lucia

- Saint Vincent y las Grenadines
- Surinam
- Las Bahamas
- Trinidad y Tobago
- USA
- Uruguay
- Venezuela

2

Institución Pública Postulante:

Radio y Televisión Argentina S.E. (RTA)

3

Nombre de la Experiencia Innovadora:

Programa Nacional de Inclusión, buenas prácticas y ética comunicacional con enfoque de igualdad de género, diversidad y derechos humanos

4

Fecha de inicio de la implementación:

Nota: Se exige 02 años mínimo de implementación. No se considerará el tiempo de diseño y elaboración de la experiencia, así como el tiempo que fue necesario para la búsqueda de recursos si es aplicable.

14 de diciembre de 2020 (2 años y 8 meses)

5

Categoría a la que postula:

- Innovación en el Gobierno Abierto
- Innovación en el Uso de Evidencias desde las Ciencias del Comportamiento
- Innovación en la Inclusión Social
- Innovación en la Promoción del Enfoque de Igualdad de Género, Diversidad y Derechos Humanos
- Innovación en Gobierno Inteligente

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

6

Nombre de la Entidad Postulante:

Radio y Televisión Argentina S.E. (RTA)

7

Dirección:

Avenida Preisdente Figueroa Alcorta 2977 CP 1425 Ciudad Autónoma de Buenos Aires

8

Teléfono:

+54 4808-2500

9

Página Web:

<https://www.radioytelevison.ar/>

10

Correo Electrónico:

tvpcodigoetica@gmail.com

11

Nivel Administrativo de la Entidad:

- Nivel Nacional
- Nivel Estadual - Regional
- Nivel Local
- Other

12

Naturaleza Administrativa:

- Poder del Estado
- Ministerio, Secretaría
- Órgano Autónomo
- Agencia Especializada
- Empresa Pública
- Other

INFORMACIÓN DE LA EXPERIENCIA INNOVADORA

13

Resumen Ejecutivo: En esta sección se pide exponer brevemente la experiencia innovadora presentada. Por favor, facilite información que corrobore y resalte elementos que estime importantes de la iniciativa (**300 palabras como máximo**):

La política innovadora procura la inclusión de mujeres, personas de identidad de género diversa y grupos vulnerados, con la construcción colectiva por autorregulación del Primer Código de Ética comunicacional de la Televisión Pública <https://d3b5jqy5xuub7g.cloudfront.net/wp-content/uploads/2021/12/C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-versi%C3%B3n-final-1.pdf>, el Primer Código de Ética/Carta Compromiso de Radio Nacional (50 emisoras en todo el país) <https://admin.radionacional.com.ar/wp-content/uploads/2023/06/CODIGO-DE-ETICA-Y-CARTA-COMPROMISO-RADIO-NACIONAL.pdf>, (primeros de Argentina), con capacitaciones y rendición de cuentas con dos Observatorios co-diseñados e integrados con participación activa de trabajadoras y trabajadores, personas expertas y audiencias en la metodología, debates, contenido y cumplimiento sin capacidad sancionatoria. Resulta innovadora la creación de Observatorios integrados por audiencias, trabajadoras y trabajadores y autoridades; que reciben y resuelven reclamos de audiencias, con Capacitaciones permanentes con personas expertas del mundo, audiencias y trabajadoras y trabajadores sobre autorregulación, derechos humanos y buenas prácticas en abordajes comunicacionales sobre/de y con mujeres, diversidades y grupos históricamente vulnerados, como personas con discapacidad, pueblos indígenas, migrantes, afrodescendientes; creación de baúl de herramientas para la promoción de buenas prácticas en derechos de mujeres e infancias y adolescencias, abuso, femicidios, transvesticidios, derechos digitales, derecho a réplica, derechos humanos, derechos del ambiente. Realización de convocatorias públicas <https://www.youtube.com/watch?v=2roHUKxpjY4> difusión en medios y redes, publicación de libro <https://ediciones.unq.edu.ar/642-los-jueves-a-las-10.html> y ploteo de espacios públicos; promoción y participación en debates y conferencias públicas en todo el país (más de 50), como el Foro Mundial de Derechos Humanos; la inclusión de mujeres y personas de identidad de género diversa, con capacitaciones, promoción de nueva legislación como Ley de Equidad en la representación de los géneros en los servicios de comunicación de la República Argentina (27.635), cumplimiento legislación vigente, como Ley Micaela (27.499), con promoción en el funcionamiento y creación de la Dirección de Género, el Área de Discapacidad y el Área de Pueblos Indígenas, con incorporación de mecanismos de cumplimiento y búsqueda de despatriarcalización, desmercantilización e inclusión.

14

Antecedentes: Describa la situación inicial que se pretendió fortalecer y/o mejorar, o el problema que se busco solucionar, existente antes de la implementación de la experiencia innovadora **(300 palabras como máximo):**

En el mundo hay más de 200 Códigos de Ética, ninguno había en la televisión y la radio de la Argentina. En el país hay 45 canales de televisión abierta, ninguno tenía Código de Ética. Por otra parte, sólo el 14.4% de los medios de la Argentina estaban liderados por mujeres, de acuerdo con la asociación civil Foro de Periodistas de Argentina ("Situación del periodismo local en la Argentina"). Además, se multiplican los reclamos de las audiencias por vulneraciones a sus derechos en radio y TV, proliferación de discursos de odio contra las mujeres y diversidades, de acuerdo con el relevamiento de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. En 2019, la Televisión Pública "presentó el porcentaje más alto de participación de varones, el 77,2% en cuanto a presencia de columnistas, con "ausencia de otras identidades de género", según el Monitoreo 2019-2020-2021 de la DPSCA. Entre el 1 y el 3 de marzo 2023, el comité de Expertas del Mecanismo de Seguimiento de la Convención de Belém do Pará, de la Organización de Estados Americanos (OEA), de visita oficial en la Argentina concluyó que la "autocensura, hostigamiento, miedo e impunidad" caracterizan la "violencia contra las mujeres en la vida pública y política", que no se trata de "hechos aislados", sino de una "práctica ampliamente tolerada", con "actos de violencia facilitados y exacerbados por algunos medios de comunicación y el uso de redes sociales". Agregaron que "el discurso de odio contra las mujeres políticas (...) genera un desorden informativo de características violentas que busca mermar la influencia pública (...) impunidad que tiene un enorme impacto en las mujeres y las instituciones democráticas, en tanto la violencia política no sólo agrede a las mujeres, sino que agrede a la democracia" y recomendaron autorregulación, códigos de ética y campañas de concientización.

15

Vinculación de la Experiencia Innovadora con la Categoría Seleccionada: Por favor, exponga la relación existente entre la experiencia innovadora y la categoría seleccionada en forma breve y concisa **(300 palabras como máximo):**

La experiencia es inédita porque: 1- por primera vez en la historia de la televisión y la radio de la Argentina se escribió un Código de Ética colectivo con el fin de incluir; 2- también por primera vez se co-crearon Observatorios en la Televisión y la Radio, primeros dentro de medios del país; 3- por primera vez se realizan capacitaciones sistemáticas dentro de un medio, sobre género, inclusión diversidad, derechos de las audiencias, discapacidad, derechos digitales, derecho a réplica y derechos humanos; 4- se resolvieron reclamos de las audiencias por autorregulación, 5- se promovió la creación de Áreas de discapacidad y pueblos indígenas y se contribuye con la Dirección de Género, primera en un medio del país; 5- se creó una red con universidades, organizaciones sociales, organismos públicos, escuelas y organismos de derechos humanos. La experiencia es innovadora porque: 1- la metodología se co-diseñó con sindicatos, autoridades y personas expertas; 2- se sistematizaron códigos de ética de las televisiones públicas del mundo occidental y se circuló como base de debate, 3- el Código se escribió entre más de 200 personas; 4- se contó con la participación de las audiencias a través de convocatorias públicas; 5- Se realizó un encuentro federal para compartir el contenido y debatirlo; 6- se convocó a mesas de debate a personas expertas de Unesco, OEA y ONU, Brasil, Uruguay, Colombia y México para iluminar áreas de interés e intercambiar experiencias; 7- el Observatorio se integró con tres comisiones: trabajadoras y trabajadores; audiencias y sociedad civil; 8- los reclamos de las audiencias se resuelven con diálogo y consenso, sin sanciones; 9- el Código se difundió a través de un libro, de acceso gratuito, que cuenta el paso a paso, editado en alianza con una Universidad, <https://www.telam.com.ar/notas/202204/590267-un-libro-cuenta-como-se-hizo-el-primer-codigo-de-etica-de-la-tv-publica.html> , y se plotearon los edificios con códigos QR con el Código, mecanismos innovadores de difusión <https://www.facebook.com/TVPublica/videos/junto-a-cynthia-ottaviano-directora-de-rta-presentamos-el-c%C3%B3digo-de-%C3%A9tica-de-la-642722543413662/>.

Vinculación con la Experiencia Innovadora con los Criterios de Evaluación

A. SINGULARIDAD. Se refiere a la creación de iniciativas que tengan carácter inédito dentro de la administración pública. A través de este criterio, se busca conocer cómo se ideó la experiencia innovadora, cuáles son los antecedentes que presenta y qué características propias comprende, que la hacen única.

Precise la siguiente información **(300 palabras como máximo para cada respuesta):**

16

¿Quién, cuándo, y cómo se ha originado la experiencia innovadora? Por ejemplo:

- Informe de consultoría
- Propuesta política
- Funcionarios de la misma entidad, etc.

Surgió a partir de varios indicadores. Por un lado, el relevamiento realizado en cuanto a la inexistencia de Códigos de Ética y Carta Compromiso en toda la televisión y la radio del país. Por otro lado, el análisis de los Monitoreos de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, "Qué es Noticia en los noticieros de televisión abierta", donde géneros, niñez y adolescencia, discapacidad, derechos humanos, pueblos indígenas casi no son noticia, sin llegar al 1% en algunos casos, <https://defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/monitoreos/> y la investigación específica solicitada sobre la Televisión Pública, donde en 2019 el tópico policiales "alcanzó el segundo lugar en importancia, por primera vez desde 2013", mientras que niñez y adolescencia era el más bajo de toda la televisión abierta, con alto nivel de desigualdad por género, teniendo en cuenta que "en 2019 la Tv Pública presentó el porcentaje más bajo de noticias con columnistas mujeres (19,7%) y el más alto de participación de varones (77,2%)". Por otro lado, los crecientes reclamos por parte de las audiencias en cuanto a vulneración de derechos de las mujeres y diversidades.

¿Quiénes? Un Directorio presidido por primera vez por una mujer (Rosario Lufrano), integrado a su vez por tres mujeres (de siete personas), una de ellas, la Primera Defensora del Público del país (Cynthia Ottaviano 2012-2016), se diseñó la Experiencia Innovadora con referentes de los cuatro sindicatos SATTSAID-SALCO-SIPREBA-APJ, funcionarias y funcionarios de la misma entidad, en diálogo con personas expertas de Argentina y el mundo. Participaron más de 80 especialistas en diversas materias relacionadas con la comunicación y los grupos históricamente vulnerados, mujeres y diversidades, más de 200 trabajadoras y trabajadores de la misma entidad y audiencias de todo el país.

17

Existencia de experiencias similares a nivel internacional, nacional y/o local que han inspirado, informado y/o contribuido para la experiencia postulante:

La inspiración inicial fueron los Códigos de Ética de todas las televisiones públicas y las radios públicas del mundo occidental, sistematizadas en el documento realizado por la Doctora Cynthia Ottaviano (Directora de RTA) Hacia el primer código de ética de la Televisión Pública <https://d3b5jqy5xuub7g.cloudfront.net/wp-content/uploads/2021/10/Hacia-el-Primer-C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-de-la-TV-P%C3%ABlica.docx.pdf> . Luego se concretaron encuentros para conocer las experiencias de Uruguay, México, Brasil y Colombia en materia de responsabilidad mediática y rendición de cuentas. A su vez fueron inspiradores los conocimientos compartidos por la Unesco y organizaciones de la sociedad civil internacional como la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores (OID) <https://oidaudiencias.org/>. También lo fue la experiencia anterior desarrollada en la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación audiovisual (2012-2016), con la elaboración del libro Ideas y orientaciones para la elaboración de un Código de Ética <https://defensadelpublico.gob.ar/ideas-y-orientaciones-para-la-elaboracion-de-un-codigo-de-etica/> , distribuido en todos los medios, pero sin lograr la elaboración de ningún Código de Ética y la declaración del "Año de Lucha contra la violencia mediática hacia las mujeres y la discriminación de género en los medios audiovisuales" (2014), por parte de la Defensoría del Público mencionada. Se tuvieron en cuenta estas experiencias positivas, por un lado como ésta, y "frustradas" por el otro, como la falta de creación de códigos de ética o mecanismos de autorregulación. Se reflexionó en encuentros plurales y abiertos sobre las experiencias, sobre la inexistencia de Códigos de Ética o Cartas Compromiso, la falta de resultado positivo de la política pública de la Defensoría en cuanto a no lograr la motivación de ningún medio, las de mayor aceptación, como campañas de concientización y realización de guías de tratamiento responsable colectivas, y con esas ideas se construyó una metodología inédita para lograr la política pública innovadora.

18

¿Qué elementos concretos pueden indicar que esta experiencia innovadora tiene carácter inédito? En definitiva, ¿qué elementos la diferencian de experiencias similares en otras latitudes?:

- 1) Diseño metodológico propio realizado por trabajadoras y trabajadores, junto a autoridades, académicas y académicos, referentes de organizaciones de la sociedad civil y funcionarios de organismos públicos especializados.
- 2) Convocatoria al público, las audiencias, para que envíen aportes para la escritura del Código e incorporación pública de los aportes con rendición de cuentas.
- 3) Promoción de la participación ciudadana, a través de encuentro público, para debatir la inclusión de los aportes al Código y rendir cuentas.
- 4) Creación de un Observatorio para velar por el cumplimiento del Código con integración de las audiencias, organizaciones civiles, medios comunitarios, académicas y académicos, organismos públicos, autoridades del medio y trabajadoras y trabajadores del medio.
- 5) Resolución de los reclamos de las audiencias de manera dialógica hasta lograr la búsqueda de consenso, sin ningún tipo de capacidad sancionatoria, con incorporación al Código, en perspectiva pedagógica.
- 6) Capacitaciones permanentes sobre el Código y los temas objetos de reclamo, brindadas por especialistas de organismos internacionales, organismos públicos nacionales, organizaciones de la sociedad civil, trabajadoras y trabajadores y autoridades expertas en la materia.
- 7) Transparencia y memoria de la experiencia, para su replicabilidad, en un libro de acceso gratuito en el que escribieron autoridades, trabajadoras y trabajadores, personas expertas y audiencias.

B. VALOR Y BENEFICIO PÚBLICO. Implica demostrar que la implementación de la experiencia innovadora repercute en un **mayor beneficio a la ciudadanía** (por ejemplo: menores tiempos de espera, información en lenguaje claro, procesos simplificados, etc.).

Precise la siguiente información: **(300 palabras para cada respuesta)**

19

Caracterización de la población-meta & tamaño del grupo de personas beneficiarias:

La población meta puede definirse en tres aspectos: 1) núcleo básico directo: 2.724 trabajadoras y trabajadores de la televisión y la radio pública de todo el país. 2) segunda circunferencia de periodistas, docentes, estudiantes y e investigadores, estimados en más de dos millones y medio https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/sintesis_2018-2019_sistema_universitario_argentino_-_ver_final_1_0.pdf y 3), la audiencia potencial de los medios públicos, únicos medios de alcance gratuito a toda la Argentina, en el último censo, 46.234.830 millones de habitantes. Tanto la programación de las dos televisiones públicas y las 50 emisoras en todas las provincias del país están destinadas a cubrir la totalidad del territorio nacional, convocando a participar de manera activa a la ciudadanía comunicacional en la política pública, con la elaboración de los Códigos de ética y carta compromiso, con representación en el Observatorio y participación de reparaciones y nuevos contenidos mediáticos, con inclusión y representación de las múltiples realidades interculturales, geográficas, etarias, en la búsqueda de la despatriarcalización, inclusión, pluralismo y diversidad. A su vez, el beneficio público de las campañas de concientización realizadas, así como las mesas de debate, foros y encuentros son destinados al público en general, con acceso siempre libre y gratuito, realizados en espacios públicos de todo el país, no sólo en la provincia de Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires, sino también en provincias del territorio nacional como La Rioja, Córdoba, Chubut, San Luis, San Juan, Catamarca, y transmitidos por streaming en redes, web y canal de YouTube.

20

Metas/Indicadores de Cobertura

Radio y Televisión Argentina (RTA) es una empresa estatal que tiene a su cargo la gestión de Televisión Pública, Radio Nacional, Canal 12 TV Pública Regional y el servicio Radiodifusión Argentina al Exterior. Fue creada por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada por amplia mayoría del Congreso Nacional en diciembre de 2009, luego de un debate en el que la comunidad de todo el país participó en numerosas audiencias públicas. La señal de Televisión Pública se distribuye mediante 240 estaciones repetidoras analógicas, 90 estaciones digitales terrestres y se envía por el servicio de Televisión Digital, mediante el satélite Arsat1. Alcanza zonas rurales, de frontera, el territorio insular y la Antártida Argentina. La señal está además incluida en todas las redes de cable operadores. Radio Nacional posee 49 emisoras distribuidas en todo el territorio, desde La Quiaca, en la frontera Noroeste, hasta la Base Esperanza, en la Antártida. Casi la totalidad de los contenidos también son transmitidos por las plataformas digitales, donde además se aportan materiales exclusivos. Es parte del Consejo Federal de Televisión Pública –constituido formalmente en 2008 por iniciativa de Canal 7–. Integra a más de veinticinco emisoras nacionales, provinciales y universitarias de todo el país. Además, la empresa mantiene un diálogo permanente con medios públicos de la región y el mundo y cuenta con diversos mecanismos de cooperación con sus similares de América Latina, Radiotelevisione Italiana y RTVE, entre otros. Ver <https://www.radioytelevision.ar/prensa/que-es-radio-y-television-argentina-s-e/> Último censo del Instituto de Estadísticas y Censo <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Institucional-Indec-PreguntasFrecuentes#:~:text=Y%20la%20estimada%20al%201,secci%C3%B3n%20%E2%80%9CProyecciones%20y%20estimaciones%E2%80%9D>.

21

Metas/Indicadores de Resultados: Aquí brindar datos cuantitativos y cualitativos de la situación anterior a la implementación y los resultados obtenidos al implementar la experiencia innovadora

No había Código de Ética en televisión ni radio de la Argentina. Ahora hay Código de Ética en televisión pública <https://www.tvpublica.com.ar/post/la-television-publica-tiene-su-primer-codigo-de-etica-y-el-Primer-Código-de-Ética-y-Carta-Compromiso-de-toda-la-Radio-Nacional-Pública> <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-presento-el-primer-codigo-de-etica-de-la-radiofonia-argentina>. No existía ningún Observatorio en los medios de comunicación de la Argentina. Ahora existe el Observatorio del Código de Ética de la Televisión Pública <https://www.radioytelevision.ar/codigo-de-etica-tpv/primer-observatorio-en-la-historia-de-los-medios-de-la-argentina/>, desde donde se resuelven los reclamos con diálogo y consenso, por autorregulación, y el de la Radio Pública. Nunca se habían realizado capacitaciones sistemáticas, con otros organismos, organizaciones civiles y académicas, para trabajadoras y trabajadores. Ahora lo hace la Televisión y la Radio Pública, con alcance a 2.724 personas, <https://www.tvpublica.com.ar/post/primer-capacitacion-del-codigo-de-etica-de-la-tv-publica>, sobre el Código y personas adultas mayores, mujeres, niñas y adolescencia, diversidades y lenguaje no sexista, con la Defensora de la Niñez y Adolescencia, el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, la Defensoría del Público y el Ministerio de las Mujeres y Diversidades; derechos humanos y cobertura de juicios por delitos de lesa humanidad, discursos de odio y derechos digitales, afrodescendientes, pueblos indígenas, con participación del Relator sobre Pueblos Indígenas de las Naciones Unidas (ONU) y referentes de UNESCO. Las capacitaciones mejoran las coberturas e impulsan nuevas, como los juicios por delitos de lesa humanidad. La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), en julio de 2022, lo destacó ya que “ha seguido buenas prácticas sobre ética y tratamiento responsable de noticias y ficción sobre grupos históricamente vulnerados, mujeres, colectivo LGTTBIQ+, migrantes, afrodescendientes, personas adultas mayores, niñez y adolescencia”. Valoró “positivamente la aprobación del primer Código, conforme al mandato de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” en el que se destaca el abordaje sobre “temáticas como violencia institucional, genocidios, consumos problemáticos, adicciones y abusos”.

22

Metas/Indicadores de Impacto:

Se realizan Monitoreos por parte de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y de la Defensoría y el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el racismo, en los programas Noticiero TV Pública Noticias 3ra Edición (noche), Mañanas Públicas, tomando como muestra una semana construida por cada día, hasta completar los siete, considerando como unidad de análisis el programa completo, con variables del día de la semana y la fecha, con los siguientes indicadores a relevar: Género presentadores/as, varón, mujer, otras identidades; participación activa/presencia; enfoque de derechos, interseccionalidad: pobreza, discapacidad, orientación sexual, género, edad, afrodescendencia, pueblos indígenas, clase, migrantes; participación de temáticas en las noticias, temáticas, educación, ambiente, salud, genocidios, violencia Institucional, ciencia y Tecnología, religión; característica de las Noticias/Nota, federalismo, pluralismo, fuentes, accesibilidad, lenguaje, sexista, no sexista, pueblos indígenas.

Se realizan de manera constante, desde 2013, Monitoreos en la Defensoría del Público, como organismo independiente, <https://defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/monitoreos/>, que se analizan en conjunto y se co-diseñan estrategias de inclusión, así fue como en 2020 "La TV Pública mostró mayor presencia de mujeres que el promedio general (39,7% frente al 27%), se destacó la reincorporación de la columna de Géneros" y se sumaron "columnistas especializadas en Política, Economía y Derechos de Pueblos indígenas"(Monitoreo 2021- Géneros, de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual).

Se logró la paridad de género en las contrataciones artística de Radio Nacional. Se pasó de un 33,8% en 2019 a un 43,33%, en 2020, y a un 48.61% y 1,74% las personas trans, en 2021. Se logró la primera cobertura del Mundial de Fútbol con equipo 100% integrado por mujeres y se transmitió por primera vez en la historia el Mundial de Fútbol Femenino, con equipo integro de mujeres.

23

Herramientas, metodologías y técnicas que a bien se consideren para medir la cobertura, los resultados y el impacto de la experiencia innovadora en función de sus objetivos y metas inicialmente propuestos Por ejemplo: (a) encuestas de opinión (surveys), (b) experimentos de campo (field experiments), (c) experimentos naturales (natural experiments) y/o RCTs (randomized controled trials), entre otros.

- 1) Se ha realizado diseño metodológico específico por parte de dos organismos externos, Defensoría del Público e Instituto Nacional contra la Discriminación, Xenofobia y racismo.
- 2) Se han realizado mesas de debate internas y públicas, con circulación de resultados y apertura para nuevos aportes. Se han sistematizado los Códigos de Ética de las televisiones y radios públicas del mundo occidental en un documento base para el debate.
- 3) Se han consultado organismos nacionales e internacionales, universidades y organizaciones de la sociedad civil, mediante encuentros y mesas redondas.
- 4) Se han realizado relevamientos propios mediante encuestas internas con formulario cerrados.
- 5) Se ha abierto a la participación interna y externa, a través de mail y los envíos, sistematizados, analizados y puestos en circulación a través de actas y creación de espacios comunes, como Google Drive.

C. REPLICABILIDAD. Se refiere a las **condiciones de transferibilidad y replicabilidad de la práctica innovadora en otros países de las Américas.** Para tal efecto deberían ser valorados la posibilidad de adaptación de los procesos administrativos a otros contextos institucionales, accesibilidad de la financiación, condicionamientos políticos, sociales y culturales de la organización y del entorno, etc.

Precise la siguiente información: **(300 palabras para cada respuesta)**

24

Complejidad operacional para la implementación de la práctica en su país/organización:

Complejidad operacional para la implementación de la práctica baja en la televisión pública, por tratarse de prácticamente un solo espacio físico y media para la radio, por tratarse de 50 emisoras en todo el país. Se generó un espacio virtual pleno para la radio, que permitió enlazar trabajadoras y trabajadores de toda la Argentina, y se trabajó de manera híbrida en la televisión, donde se utilizó un espacio físico existente, con conexión de audio y video al espacio virtual. Se utilizó Google Form para las encuestas, Gmail para la recepción de aportes de audiencias, Zoom para las capacitaciones y redes y la propia radio y televisión para la difusión. El libro se publicó de manera gratuita, gracias a la Universidad Nacional de Quilmes, se distribuyó en encuentros realizados en Universidades, Foros, espacios de cultura, sin costo para RTA, y en auditorios propios; se creó un Código QR para cada Código y se distribuyó en todas las radios y se ploteó en la televisión.

25

Grado de sensibilidad política o necesidad de obtener apoyo de autoridad política en su país/organización:

Necesidad de sensibilidad política de las autoridades, sindicatos, trabajadoras y trabajadores, sociedad civil, academia y organismos públicos para trabajar en conjunto y con transversalidad en los enfoques de igualdad de género, diversidad y derechos humanos, con bajo nivel de recursos económicos, pero con alto nivel de recursos empáticos, pedagógicos y dialógicos, con el aporte específico que cada quien puede hacer para el éxito colectivo y la permanencia de la política, con necesidad de resistencia a los cambios de administración, políticos e institucionales.

Por ejemplo, las autoridades de RTA promovieron el Código en cumplimiento de la legislación vigente, aprobándolo en el seno del Directorio, posibilitando los encuentros y debates libres, plurales y abiertos, difundiendo cada paso dado, las personas expertas y organizaciones contribuyeron con sus conocimientos y experiencias, las Universidades con espacios para debatir y la Universidad Nacional de Quilmes con los recursos para imprimir el libro, las Casas de las Provincias distribuyeron los ejemplares y facilitaron espacios, como Ferias del Libro para promover el libro y el Código, las audiencias con su participación en cada estadio, para optimizar los recursos.

26

Factores críticos de éxito (FCE) en su país/organización:

Autoregulación con apertura a participación libre, intercultural, plural, federal y diversa para la construcción colectiva de la práctica innovadora; generación de valor público de manera colectiva; convocatoria a participación y construcción colectiva concreta y real de y para quienes trabajan en los medios y para la ciudadanía, enraizamiento de la experiencia por surgir de quienes la deben cumplir y hacer cumplir, difusión de la toma de decisiones, información y transparencia activa a través de comunicados, notas, entrevistas constantes y permanentes; convocatoria a la colaboración para la puesta en común de los problemas, la construcción de soluciones, con involucramiento de las audiencias, la sociedad civil, los organismos públicos, quienes trabajan en los medios y las autoridades; convocatoria específica y fomento de la participación de mujeres y grupos históricamente vulnerados en el diseño de la política, la implementación, la rendición de cuentas y el control.

27

Cambios en el ordenamiento legal que fueron necesarios en su país/organización:

Se dio cumplimiento a legislación vigente en el país (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 26.522, del año 2009, artículo 134, inciso C).

Los Código de Ética colectivos por autorregulación se aprobaron por votación en Directorio de RTA (con integración de representantes del Congreso de la Nación Argentina, las Universidades, medios comunitarios y sindicatos, con mandatos cruzados de Presidenta/e de la República), con mandato cruzado a Presidenta/e de la República y control Parlamentario de la función (Comisión Bicameral permanente de promoción y seguimiento de la comunicación audiovisual, las tecnologías de las telecomunicaciones y la digitalización, Ley 26.522 y sus modificatorias 27.078 Y DNU 267/15) .

Los Observatorios se crearon a partir de resoluciones de Presidencia del Directorio de RTA, con Mandato cruzado de Presidenta/e de la República y rendición de cuentas y control de funcionamiento por la Comisión Bicameral mencionada <https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/info/106>

Algunas de las capacitaciones se enmarcaron en el cumplimiento de la Ley Micaela 27.499, que establece la capacitación obligatoria en género y violencia de género para todas las personas que se desempeñan en la función pública, en los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Nación <https://www.argentina.gob.ar/generos/ley-micaela>.

A su vez, se participó de los debates y se promovió la Ley de Equidad de género en servicios de comunicación (27.635), que busca promover en los servicios de comunicación públicos y privados la igualdad real de derechos, oportunidades y trato de las personas, sin importar su identidad de género, orientación sexual o su expresión <https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/mujeres-generos-diversidad/equidad-de-genero-en-servicios-de#:~:text=La%20ley%20de%20Equidad%20de,orientaci%C3%B3n%20sexual%20o%20su%20expresi%C3%B3n>.

28

Grado de coordinación interinstitucional requerido en su país/organización:

Para lograr esta gestión pública efectiva, innovadora y transformadora, se requirió y se requiere un alto grado de coordinación y cooperación permanente, a nivel local, nacional e internacional, con circulación fluida de aportes, revisión, rendición de cuentas y transparencia para el enriquecimiento mutuo y acciones constantes y permanentes, sostenibles en el tiempo y el espacio.

Se ha logrado con Ministerios nacionales y provinciales, secretarías nacionales y provinciales, consejos nacionales, instituciones académicas nacionales y extranjeras, sindicatos, organismos multilaterales, organizaciones de la sociedad civil nacionales e internacionales y las audiencias, de manera de brindar servicio público a la ciudadanía, fortaleciendo los lazos y logrando inspiración mutua e incorporación de experiencias (en otros ítems se detallan).

29

Recursos humanos y financieros requeridos vs. obtenidos en su país/organización:

Los recursos humanos fueron todas las personas que trabajan en RTA, sumadas a las personas expertas académicas, de organismos, organizaciones y audiencias que participaron Ad Honorem. Los recursos financieros para las actividades con costo en el canal y la radio fueron mínimos y forman parte del presupuesto de RTA. El resto de las actividades fueron costeadas por cada universidad, organismo o sociedad civil.

D. EFICIENCIA. Se refiere a la capacidad de la administración pública para ordenar sus procesos de tal forma que estos optimicen sus recursos (financieros, humanos, logísticos, etc.) y a su vez generen mayores y mejores resultados.

Precise la siguiente información: **(300 palabras para cada respuesta)**

30

Costo total de la experiencia (estimación en USD/año fiscal):

Costo total para Radio y Televisión Argentina: 830 dólares (ochocientos treinta dólares).
 La realización de las mesas de debate virtuales tuvo costo cero.
 Las capacitaciones tuvieron costo cero por realizarse de manera virtual, en espacio propio del canal y con docentes de la propia empresa y de los organismos, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos, universidades, instituciones y audiencias aliadas.
 La realización del programa de televisión fueron 50 mil pesos argentinos, es decir cien dólares, en agua, café, medialunas, ya que los recursos humanos y materiales son parte de la estructura permanente del canal.
 La presentación pública del Código de la radio, con realización de video y catering 50 dólares, es decir 25 mil pesos, ya que el espacio físico pertenece a la empresa y el personal que lo realizó también.
 La edición del libro fue gratuito para RTA, pagado por la Universidad Nacional de Quilmes. La dirección y autoría fue Ad Honorem por trabajadoras y trabajadores del canal, autoridades, audiencias y docentes.
 El traslado de los libros insumió cuarenta dólares (20 mil pesos argentinos).
 El ploteo del canal y las radios con códigos QR con el Código, 600 dólares (seiscientos dólares, 300 mil pesos argentinos).
 La participación en el Foro Mundial fue Ad honorem de panelistas y la invitada especial, la presidenta del Colegio Público de Periodistas de Chile, se le abonaron traslados y comidas, por un total de cuarenta dólares (20 mil pesos argentinos).
 Las presentaciones en universidades, Ferias y auditorios de las provincias fue totalmente costeadado por aliados.

31

Costo-por-persona beneficiada (estimación en USD/año fiscal por beneficiario directos y indirectos):

Teniendo en cuenta que las personas beneficiadas son todas aquellas que vivan en la Argentina, con potencial acceso a la televisión y la radio nacional, es decir, más de 46 millones y el costo no llega a los mil dólares, la división se vuelve de resultado prácticamente cero por persona. En cuanto a los beneficiarios directos se pueden pensar en los en las 2724 personas que trabajan en la radio y la televisión, si fuera así el número sería de tres dólares por persona, es decir 152 pesos argentinos. Pero debe comprenderse que las personas beneficiarias son otros periodistas, estudiantes y docentes escolares y académicos, de grado y posgrado, quienes han solicitado los Códigos para su estudio (Universidad del Salvador, Universidad Nacional de Avellaneda, Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de Quilmes, Universidad de La Rioja, Universidad de Córdoba, entre otras), lo han requerido como base e inspiración para la creación de su propio Código, como la Universidad de San Juan, o han adherido a él como la RedCom, la Red de Carreras de Comunicación de toda la Argentina.

32

Indicador cuantitativo/cualitativo de costo-beneficio (nota: indicar evolución por año fiscal y comparar con experiencias similares o prácticas alternativas siposible):

La experiencia innovadora no tiene ningún nivel de impacto en el presupuesto anual o en la evolución por año fiscal, ya que se trata de una serie de políticas que se realizan en conjunto con otros organismos, instituciones y organizaciones con el fin de optimizar los recursos y que su desarrollo e implementación no dependa de la variable económica, muchas veces sujeta a las modificaciones políticas y/o administrativas.

E. SUSTENTABILIDAD. Implica el nivel de resiliencia y enraizamiento de la experiencia que la haga capaz de mantenerse en el tiempo, resistir a los cambios políticos de la administración, cambios institucionales y organizativos, financiamiento, grado de compromiso de las autoridades y personal gubernamental, etc.

Precise la siguiente información: **(300 palabras para cada respuesta)**

33

Tiempo de vigencia legal:

Los Códigos de Ética y Carta Compromiso no tienen un tiempo límite de vigencia, sino de revisión y, por unanimidad, y modificación una vez por año (por ejemplo, se incorporan los reclamos y resoluciones adoptadas).
Los mandatos Ad Honorem en el Observatorio que vela por el cumplimiento del Código son de dos años, renovables por dos años más. La representación de cada Comisión (autoridades, audiencias y trabajadoras y trabajadores) es rotativa una vez por año entre quienes integran cada Comisión.
Las capacitaciones son permanentes, suelen ser de un mes de duración, con un módulo por semana y los contenidos van siendo determinados por encuestas internas y por las resoluciones a los reclamos presentados por las audiencias.

34

Nivel del reconocimiento legal de la práctica:

(Por ejemplo: ley ordinaria, documento de política, portaría, reglamento, protocolo internacional).

La práctica innovadora se basa en el cumplimiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522), inciso C, artículo 134, de Las Obligaciones del Directorio de RTA: "promover la aprobación de un Código de Ética y establecer mecanismos de control a efectos de verificar transgresiones a sus disposiciones" y del artículo 3, inciso h: "se establece para los servicios de comunicación audiovisual y los contenidos de sus emisiones, los siguientes objetivos: (inc. h) la actuación de los medios de comunicación en base a principios éticos". A su vez, la reglamentación del inciso señala: "importa por parte de los servicios de comunicación audiovisual, la autorregulación y la observancia de principios éticos en materia informativa y la adopción de buenas prácticas en el ejercicio de la actividad comunicacional". Si bien la Ley fue sancionada el 10 de octubre de 2009, nunca se había cumplido.
Esta práctica innovadora lo hizo con la metodología detallada, de manera colectiva, luego debatida en sesión de Directorio, aprobada mediante Acta de Directorio. Luego por Resolución de presidencia se dio cumplimiento al artículo 22 del Código de Ética de la Televisión, que otorga 180 días para la creación del Observatorio. El propio Observatorio da cuenta de su labor a través de actas y resoluciones públicas y establece su forma de trabajo con el dictado de un Procedimiento.
En síntesis, se dio cumplimiento a la legislación vigente en materia de comunicación audiovisual, luego por Acta de Directorio de la empresa del Estado y luego por Resolución de Presidencia y el propio Observatorio, que vela por el cumplimiento, desarrolla su labor a partir del procedimiento dictado por sí mismo y utiliza el mecanismo administrativo de actas y resoluciones para desarrollar su labor pública, dándola a conocer en la web, redes sociales e informes trimestrales de RTA. A su vez se dio cumplimiento a las leyes ya mencionadas, Micaela y de Equidad en los medios.

35

Resiliencia de la práctica innovadora a cambios en la autoridad política (nota: indicar número de ciclos electorales y/o años superados):

Una de las motivaciones de la práctica innovadora fue crear políticas públicas vigorosas y generar instrumentos con alta capacidad de resiliencia a los cambios de autoridades administrativas, teniendo en cuenta el alto riesgo de gubernamentalización de los medios públicos. Desde el comienzo de la práctica innovadora hasta el presente hubo múltiples cambios de autoridades políticas y administrativas que no generaron ningún tipo de modificación en ningún aspecto.
Por un lado, hubo tres cambios de Secretarios de Comunicación (único accionista de la empresa, RTA), dos cambios en la composición del Directorio, ante la renovación del Congreso Nacional, luego del Ciclo Legislativo de medio término, y dos cambios de Dirección en la Televisión Pública.
La práctica innovadora comenzó en diciembre de 2020, con un Director de la Tv Pública, diferente al actual, un Directorio con composición diferente al actual, un Secretario de Medios y un Jefe de gabinetes, ya modificado dos veces y, sin embargo, al sostenerse en trabajadoras y trabajadores y audiencias, con coordinación y participación de autoridades, sigue adelante.
Sólo por dar un ejemplo, en la presentación pública del Primer Código de Ética participó una Secretaria de Comunicación diferente a quien comenzó con la labor y, a su vez, diferente al actual Secretario, Jefe de Gabinete y Ministro de Hacienda (Economía).

36

Resiliencia de la práctica innovadora a cambios en la autoridad administrativa (nota: indicar número de ciclos administrativos y/o años superados):

A los cambios administrativos mencionados, se suman dos cambios de Jefatura de Gabinete de Presidencia de la República, quien puede promover o no asignaciones presupuestarias, suplementarias a las asignaciones específicas establecidas por LSCA 26.522; en el plano interno hubo cuatro cambios de Dirección de Administración y Finanzas.

37

Resiliencia de la práctica innovadora a cambios ocurridos en las fuentes de financiación y presupuesto (nota: indicar cambios en fuentes de financiación, en caso pueda estar disponible):

Una de las estrategias desarrolladas en la política pública es la innovación en la gestión de recursos, sostenida por la cooperación interinstitucional e inter organismos, a partir del aporte de la labor realizada desde diferentes organismos, organizaciones, instituciones y audiencias, tratándose de muy pocos recursos propios los aportados para desarrollar la práctica innovadora.

Por otra parte, RTA, la Radio y Televisión Pública de la Argentina es una empresa del Estado, creada por ley, con asignación de fondos específicos, devenidos de gravámenes. Se trata de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522). En el capítulo IV, del Financiamiento, artículo 136 sobre los "Recursos": Las actividades de radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado se financiarán con: a) el veinte por ciento del gravamen creado por la presente ley, en las condiciones de distribución establecidas por la misma; b) asignaciones presupuestarias atribuidas en la Ley de Presupuesto Nacional; c) venta de publicidad; d) comercialización de su producción de contenidos audiovisuales; e) auspicios y patrocinios; f) legados, donaciones y cualquier otra fuente de financiamiento que resulte de actos celebrados conforme los objetivos de RTA y su capacidad jurídica. El Banco Nación transferirá en forma diaria y automática a RTA el monto recaudado en concepto de gravamen que le corresponda. Los fondos recaudados serán intangibles, salvo en relación a créditos laborales reconocidos por sentencia firme con autoridad de cosa juzgada.

38

Porcentaje total de las fuentes de financiación provenientes de la cooperación internacional (estimación en USD/año fiscal, caso disponible):

Cero. El aporte se realiza con intercambio de conocimiento, participación en mesas de debate, lectura y aporte de documentos sistematizados sobre autorregulación, buenas prácticas, Códigos de Ética, y docencia en las capacitaciones.

39

Número de donantes/cooperantes (en últimos 2-3 años fiscales):

Ocho universidades nacionales y provinciales, dos secretarías de derechos humanos (Nación y provincia de La Rioja), dos organizaciones de la sociedad civil (que a su vez reúnen a múltiples organizaciones y asociaciones de la sociedad civil), una Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, una Defensoría del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires, una Defensoría de la Niñez y la Adolescencia de la Nación, Un Consejo de niñez y adolescencia en materia audiovisual (Conacai), un Ministerio de Mujeres y Diversidades, una Secretaría de Políticas Integrales sobre droga de la Nación, una secretaria de Discapacidad, Naciones Unidas, Unesco, OEA. Entre las Universidades, Universidad Nacional de Quilmes (edición, impresión y distribución del libro. Espacio aúlico de presentación). Universidad Nacional de Avellaneda (espacio auditorio de presentación y actividad de difusión). Universidad Nacional de La Plata (espacio aúlico de difusión y distribución del libro y Código de Ética, capacitación). Universidad Nacional de Lomas de Zamora (espacio auditorio para la presentación del libro y el Código y capacitación). Universidad de San Juan (espacio auditorio para presentación del libro y difusión, espacio de encuentro para debatir el Código y capacitación). Universidad de La Rioja (espacio en Feria del Libro para difundir). Universidad Nacional de Córdoba (espacio auditorio para difundir y debatir el libro y el Código). Universidad del Comahue (espacio aúlico para presentación del libro y difusión).

F. PERSPECTIVA DE GÉNERO, DIVERSIDAD Y DERECHOS HUMANOS. Consiste en determinar cómo la iniciativa sometida a concurso promueve mejoras en las condiciones de igualdad y equidad entre hombres, mujeres y personas de identidad de género diversa, desde un enfoque interseccional, en las dimensiones de acceso, trato, oportunidades, calidad, diferenciación de prestaciones de los servicios públicos, etc. Asimismo, se toma en consideración la dimensión de género, diversidad y derechos humanos dentro de la institución que implementa la experiencia innovadora.

Precise la siguiente información: **(300 palabras para cada respuesta)**

40

¿Se ha tomado en cuenta los principios de Igualdad y No Discriminación en la iniciativa? ¿Se ha tomado en cuenta la perspectiva de género? ¿En qué etapa/s del proceso (Diseño, implementación, etc)? Especificar cómo:

Se tomaron en cuenta los principios de Igualdad y no Discriminación desde el origen de la política innovadora, estrategias de construcción, desarrollo, implementación, observación de cumplimiento e impacto. Primero se observó el alto nivel de discriminación, estigmatización en la representación y subrepresentación de mujeres, personas con identidad de género diversa y grupos históricamente vulnerados en la producción de contenidos y en la propia estructura de la empresa del estado. Se creó una Dirección de Género, a cargo de una mujer, se elaboró un protocolo de Prevención e Intervención ante situaciones de violencia y acoso laboral y/o en razón de género. Se promovió el ascenso de mujeres a espacios de toma de decisión; la equidad en la participación, desarrollo metodológico, integración de mesas de debate y articulado del Código de Ética y jerarquización (Artículo 1: "nuestra labor deberá ser siempre despatriarcal", art. 2: "como parte integrante de las agendas, enfoques y contenidos se deberá priorizar la participación y el pleno acceso de mujeres y grupos históricamente vulnerados, como personas con discapacidad, adultas mayores, migrantes, colectivo LGTTTBIQ+, pueblos indígenas, afrodescendientes, niños, niñas, niñas y adolescentes, personas privadas de libertad y en situación de pobreza, desigualdad económica, social, educativa, sanitaria, laboral, como portadores de voz y fuentes de información y opinión". También se tuvo en cuenta la perspectiva de género, diversidad y derechos humanos en la integración del Observatorio (equidad en el género y en las temáticas y especializaciones) y en las capacitaciones (por docentes, contenido y material bibliográfico entregado). Artículo 12: el lenguaje deberá ser "incluyente y no sexista". Además incorpora articulado sobre discapacidad, pueblos indígenas, derechos digitales, violencia institucional, genocidio, ambiente, ciencia, humor y deporte, una guía sobre accesibilidad y otra de música para la inclusión de artistas mujeres y personas de identidad de género diversa.

41

¿Se ha mantenido algún tipo de coordinación con el Mecanismo Nacional de la Mujer (Ministerio de la Mujer o equivalente) de su país, en sus esfuerzos para avanzar un enfoque de igualdad de género y de derechos en la iniciativa? ¿Con alguna otra instancia del gobierno responsable de temas de diversidad (personas indígenas, afrodescendientes, con discapacidad, migrantes, LGBTI, etc.)?:

La práctica innovadora fue creada desde el origen con el concepto de red para garantizar el intercambio de experiencias, el aprendizaje común, optimizar el uso de recursos, fortalecer la gobernabilidad, creando protecciones a los cambios gubernamentales, crear compromisos perdurables y brindar servicios públicos a la ciudadanía a lo largo del tiempo. La red creada por y con la práctica innovadora es amplia y diversa, con sostenes en organismos e instituciones públicas, en organizaciones de la sociedad civil, en la academia, en las propias y propios trabajadoras y trabajadores y sus representaciones sindicales y en las audiencias. Específicamente, se trabaja de manera coordinada con el Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidades de la Nación, en alianza estratégica para las capacitaciones y resoluciones de conflictos comunicacionales. Con el Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la provincia de Buenos Aires en la integración del Observatorio del Código de Ética. Con el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI) también en el Observatorio y en el desarrollo de las capacitaciones. El Consejo, a su vez, está integrado por múltiples organizaciones, organismos e instituciones, como la Defensoría de los Derechos de niñas, niños y adolescentes, Ministerio de Educación, Secretaría de la Niñez, asociaciones civiles como la Asamblea Permanente por los derechos humanos, y todas las provincias del país. También se trabaja con el embajador argentino ante la OEA, la Relatoría para la Libertad de Expresión, el Comité de Expertas del Mecanismo de Seguimiento de Belem Do Pará, cuyo comunicado de la visita a la Argentina fue difundido, utilizado como material en las capacitaciones y marco de cumplimiento, la UNESCO, la ONU y la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de Audiencias (OID), de la sociedad civil, en su línea de trabajo de Defensa de los derechos de mujeres y colectivo LGTTTBIQ+.

42

En caso se haya mantenido algún tipo de coordinación con la entidad o su equivalente anteriormente mencionada, ¿en qué consistió esa coordinación y qué resultados o compromisos se obtuvieron?

El resultado de los compromisos es muy positivo. Desde 2020, con el Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad de la Nación, el área de género de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires y organizaciones sociales se capacitó a casi tres mil personas, en el marco de la Ley Micaela (<https://www.argentina.gob.ar/generos/ley-micaela>). Con el Ministerio de Mujeres mencionado, en 2022 se declaró de interés nacional la campaña realizada por RTA "Hacer visible lo Invisible... Hitos, hechos mujeres y diversidades", 71 spots, de 1 minuto <https://www.radiotelevision.ar/generosydiversidades/hacer-visible-lo-invisible/>. En 2023, se produjo la campaña "Decidir es tu derecho", con el objetivo de divulgar la ley 27.610, de Interrupción Voluntaria del Embarazo. Además, se articula para dar cumplimiento de la ley 27.636 de Promoción del acceso al empleo formal para personas Travestis, Transexuales y Transgéneros "Diana Sacayán – Lohana Berkins" para el cubrimiento de vacantes, con el cupo (1%) que indica la ley <https://www.argentina.gob.ar/generos/cupo-laboral-travesti-trans>, enlazado con los Códigos de Ética y los Observatorios para darles cumplimiento donde se ha incorporado articulado específico sobre la inclusión laboral, participación de mujeres y personas con identidad de género diversa y sus representaciones en la televisión y la radio, como el artículo 11 que señala: "Se procurará que la mitad del porcentaje de difusión de música nacional sea interpretada, producida y/o generada por mujeres e integrantes del colectivo LGTTTBIQ+. En el caso de obras que por su contenido fueran en discordancia con las transformaciones sociales y las perspectivas de inclusión (en función del Artículo 4) se hará especial hincapié en contextualizar su creación" <https://admin.radionacional.com.ar/wp-content/uploads/2023/06/CODIGO-DE-ETICA-Y-CARTA-COMPROMISO-RADIO-NACIONAL.pdf>. En los casos en que se activa el protocolo de prevención e intervención ante situaciones de violencia laboral por razón de género en el ámbito de RTA S.E. también se cuenta con el asesoramiento y participación de los organismos mencionados <https://www.radiotelevision.ar/generosydiversidades/protocolo-de-prevencion-e-intervencion-ante-situaciones-de-violencia-y-o-acoso-laboral-por-razon-de-genero/>

43

¿Cuenta la experiencia innovadora con estrategias explícitas/institucionalizadas de acción afirmativa o de inclusión de con las personas beneficiarias atendiendo las diferencias basadas en género u otras variables (raza, etnia, personas con discapacidad, nivel socioeconómico, etc.)? Por ejemplo: servicios diferenciados, horarios especiales para madres o padres de familia, poblaciones alejadas, entre otros.

Señale cifras por favor:

Sí. Diversas y vinculadas. Mejoras en las condiciones de igualdad y equidad entre hombres, mujeres y personas de identidad de género diversa, desde un enfoque interseccional, en las dimensiones de acceso y participación a la radio y la televisión, en los Códigos de Ética al "garantizar el reconocimiento de las diversidades, la interculturalidad"; realizar una "labor siempre despatriarcal"; "considerar como portadoras de información y opinión mujeres, colectivo LGTTTBIQ+"; "el lenguaje deberá ser incluyente y no sexista", "se evitará alentar o replicar discursos de odio", "se otorgará amplia cobertura al genocidio (...) luchas históricas y presentes de Pueblos Indígenas", "a las mujeres ex combatientes de Malvinas se las nombrará con el uso del adjetivo femenino como veteranas y heroínas de Malvinas y se las reconocerá en igualdad de condiciones como portadoras de opinión e información". Se promueve la incorporación y promoción del trabajo con equidad, al requerir que "la mitad del porcentaje de música nacional sea interpretada, producida y/o generada por mujeres e integrantes del colectivo LGTTTBIQ+ y/o artistas emergentes de todo el país"; "se considerará el humor sin discriminaciones, sexismo, racismo y/o trato cruel".

A su vez, RTA promovió e integró los debates hacia la ley 27.635 de Equidad de Género en los medios de comunicación audiovisual

<https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/mujeres-generos-diversidad/equidad-de-genero-en-servicios-de> (de junio de 2021).

Entre RTA y el Ministerio de Trabajo de la Nación, las Universidades y organizaciones de la sociedad civil, se realizan foros federales para promover la ley, el primero en la provincia de Córdoba el pasado 3 de agosto, el segundo el 10 de agosto en la Universidad de Buenos Aires, y el 17 de agosto se realizará en la provincia de Tucumán. <https://www.radiotelevision.ar/generosydiversidades/>.

Se creó el programa Relatoras (búsqueda de mujeres relatoras de fútbol) <https://www.tvpublica.com.ar/programa/relatoras-argentinas/> cuya ganadora se sumó a la planta de trabajadoras, se capacitó a todo el equipo, en la actualidad en convocatoria para la segunda edición <https://www.youtube.com/watch?v=Pe8tTQJth7A>

44

¿Cuenta la institución postulante una política de igualdad de género/igualdad de oportunidades? ¿Una unidad o punto focal de género? ¿El personal de la institución ha recibido alguna capacitación en la integración de un enfoque de género, diversidad y derechos humanos?. De ser el caso, ¿cuál ha sido la relación con la experiencia presentada?

A través de la Dirección de Género y las áreas de género en televisión y radio (creadas en 2020) y áreas de discapacidad y de pueblos indígenas, que promueven enfoque de género y derechos humanos. Se concretaron capacitaciones en género y violencia de género <https://www.argentina.gob.ar/generos/ley-micaela>, con módulos sobre el Código de Ética y el lenguaje no sexista e inclusivo, en el marco de capacitaciones obligatorias por Ley Micaela (se capacitó a 2.468 personas en tres años). Se sumó un artículo a las contrataciones artísticas de todo el canal, sobre el Código de Ética, su conocimiento y cumplimiento; se concretaron concursos de personal con enfoque de género; se impulsó la incorporación de mujeres en espacios de toma de decisiones y lugares donde nunca antes habían desarrollado su tarea profesional, como operación técnica, carpintería, cubriéndose el Mundial de Fútbol con equipo enteramente femenino. En 2020 "La TV Pública mostró mayor presencia de mujeres que el promedio general (39,7% frente al 27%)", se destacó la reincorporación de la columna de Géneros" y se sumaron "columnistas especializadas en Política, Economía y Derechos de Pueblos indígenas", según el Monitoreo 2021- Géneros, de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Se concretó la paridad de género en las contrataciones artística de Radio Nacional. Se pasó de un 33,8% en 2019 a un 43,33%, en 2020, y a un 48,61% y 1,74% las personas trans, en 2021. Se trabaja con la Secretaría de políticas de inclusión del Ministerio de Trabajo sobre el artículo 179 de la Ley de Contrato de trabajo para crear espacios de cuidado para infancias de entre 45 días y 3 años, además del jardín de infantes de RTA, con salita de hasta 4 años. Ahora se incluye personal que preste servicios aunque no dependan RTA y se están sumando lactarios https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2020/07/lct_art179_mmgyd.pdf.

G. INCIDENCIA CIUDADANA. Se refiere en demostrar y especificar el tipo, mecanismos y frecuencia de **involucramiento de la ciudadanía** en las diferentes etapas de la experiencia innovadora (sea a través de su diseño, planificación, implementación, evaluación y/o monitoreo), con el propósito de que ésta cumpla con los objetivos institucionales trazados y, al mismo tiempo, estén en concordancia con las prioridades ciudadanas.

De ser el caso, explique como la experiencia presentada toma en cuenta los siguientes elementos: **(300 palabras para cada respuesta)**

45

Información: la información pública es brindada a la ciudadanía por mecanismos de difusión (por ejemplo: informes, reportes, comunicados, portales de transparencia y similares):

La política innovadora se constituye de mecanismos de difusión y rendición de cuentas, con transparencia desde los medios propios, redes sociales, informes trimestrales y sitios web, hasta un libro, ponencias en congresos nacionales e internacionales y las paredes internas de los edificios. En los medios propios de todo el país, de acceso libre y gratuito, se difunden las convocatorias públicas para escuchar a las audiencias <https://www.youtube.com/watch?v=2roHUKxpjY4>, se rinde cuenta paso a paso del proceso de realización y participación <https://www.tvpublica.com.ar/post/la-television-publica-tiene-su-primer-codigo-de-etica>, también de la puesta en común de los aportes realizados, la presentación y resolución de los reclamos presentados por las audiencias <https://youtu.be/iQBx5C-9Uul> y las capacitaciones <https://www.tvpublica.com.ar/post/la-tv-publica-impulsa-capacitaciones-sobre-el-codigo-de-etica>. Se publicó un libro, cuyo contenido transparentó todo el proceso y en el que escribieron las audiencias, trabajadoras y trabajadores, personas expertas y autoridades <https://www.radioytelevisión.ar/wp-content/uploads/2022/05/OTTAVIANO-Los-jueves-a-las-10-l-con-portada.pdf>, <https://www.youtube.com/watch?v=9J8yIZ1npFs>. El libro se distribuyó en Universidades, Bibliotecas, actividades públicas y se donó al Museo de la Televisión Pública. Además, como mecanismo de difusión e información se realizan foros y encuentros públicos, con transmisión en vivo, de acceso libre y gratuito <https://www.youtube.com/watch?v=eWgkWrEvMjY>. También se creó un área específica en la apertura y barra inicial de tres web: RTA www.radioytelevisión.ar, Televisión Pública www.tvpublica.com.ar y Radio Pública www.radionacional.com.ar, <https://admin.radionacional.com.ar/wp-content/uploads/2023/06/CODIGO-DE-ETICA-Y-CARTA-COMPROMISO-RADIO-NACIONAL.pdf>. Se difunde por redes, como Instagram <https://www.instagram.com/rta.se/?hl=es>; se realizan reportes trimestrales, publicados en el área de Transparencia en la web, redes y medios <https://www.radioytelevisión.ar/wp-content/uploads/2022/10/4aINFORME-TRIMESTRAL-RTA-2020.pdf>. Además, se colocó cartelera fija en las paredes de todo el canal de televisión y en todas las radios del país, con artículos de los Códigos de Ética y códigos QR con los Códigos completos. También difunden y rinden cuentas quienes integran la red creada para la realización de los Códigos de Ética e integran el Observatorio <https://defensoraderechosnnya.gov.ar/la-defensora-participo-en-primer-encuentro-hacia-el-primer-codigo-de-etica-de-radio-y-television-argentina/> y los medios públicos, como la agencia oficial Télam <https://www.telam.com.ar/notas/202306/630736-desde-la-unesco-ponderaron-el-observatorio-del-codigo-de-etica-de-la-tv-publica.html> y el sitio www.argentina.gob.ar, ver <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-presento-el-primer-codigo-de-etica-de-la-radiofonía-argentina>.

46

Consulta: la información pública objetiva y balanceada así como la toma de decisiones adoptadas, han tomado en consideración aportes y análisis brindados desde la ciudadanía, organizaciones de la sociedad civil y agentes sociales por medio de mecanismos de escucha (por ejemplo: encuestas, audiencias públicas, redes sociales, chatbots y similares):

La política innovadora implica la construcción colectiva, a través del consenso, de cada decisión tomada, con información interdisciplinaria recogida con mecanismos de escucha activa, investigación, sistematización, rendición de cuentas y nueva consulta. El complejo entramado o red excede a las autoridades de Radio y Televisión Argentina y se basa en la interrelación de trabajadoras y trabajadores, organizaciones de la sociedad civil nacional, regional y mundial; organismos e instituciones públicas, academia y audiencias. La información objetiva y balanceada para la toma de decisiones surge de la academia, trabajadoras y trabajadores, autoridades, organizaciones de la sociedad civil, organismos públicos, personas expertas y las propias audiencias. A través de múltiples mecanismos: 1) investigaciones y sistematizaciones de trabajos existentes, 2) monitores y aportes de organizaciones de la sociedad civil, como <https://www.sagai.org/descargas/espacios-publicacion.pdf>, 3) protocolos y guías de tratamiento responsable de organismos públicos como <https://www.argentina.gob.ar/jefatura/sedronar/prevencion-y-cuidado/protocolo-para-medios-de-comunicacion-publicos>; 4) de organizaciones de la sociedad civil internacional, como <https://oidaudiencias.org/declaratorias>, 5) de investigaciones académicas y libros como Televisión pública y convergencia digital, de Adrián Maglieri; 6) de aportes realizados en audiencias públicas <https://defensadelpublico.gov.ar/audiencia-publica/>, 7) de monitoreos específicos realizados a requerimiento específico a organismos externo, 8) de consultas públicas directas realizadas por la TV Pública y la radio, 9) de 20 mesas de debate realizadas en la Televisión Pública, nueve con 36 especialistas de la Argentina y el mundo; 10) mesas de debate en la radio pública de todo el país y 12 conversatorios con 40 personas expertas, grabadas y compartidas en un drive de acceso libre y gratuito, base del documento Síntesis conceptual de los aportes realizados a partir de las mesas de debates virtuales, de la Directora Dra. Cynthia Ottaviano, publicado en el libro Los jueves a las 10 y 10) puesta en común de todo el material, la mirada crítica y la elaboración de diagnósticos con acciones concretas.

47

Co-diseño: los problemas y soluciones adoptadas denotan un involucramiento constante y directo con la ciudadanía en general, organizaciones de la sociedad civil y agentes sociales por medio de mecanismos de diseño colaborativo (por ejemplo: pruebas de concepto, prototipaje, ensayos de validación, laboratorios de innovación y similares):

Los problemas y soluciones adoptadas son el resultado del involucramiento directo y permanente de las audiencias, trabajadoras y trabajadores, autoridades y personas expertas de organismos públicos, organizaciones de la sociedad civil, academia, instituciones y organismos internacionales como Unesco y Unicef. Por ejemplo, ante la presentación de las audiencias de un reclamo por incumplimiento del Código de Ética, se pregunta cómo considera que se puede reparar la vulneración del derecho, sin ningún tipo de sanción o marco punitivo, sino con diálogo y reparaciones simbólicas como pedidos de disculpas, nuevas informaciones, etc. Se toma en cuenta esa opinión para la resolución del reclamo que consensúan las tres comisiones que integran el Observatorio: audiencias, personas expertas y referentes en el campo de la comunicación y los derechos humanos, trabajadoras y trabajadores y autoridades. A su vez, esa voz es amplificada y constitutiva del Código de Ética colectivo y las capacitaciones. La política pública se co-diseñó desde el origen con sindicatos, trabajadoras y trabajadores, personas expertas, académicas y funcionarios. La redacción del Código de Ética incluyó a todos esos sectores más las audiencias, cuyas propuestas integraron el co-diseño del Código de Ética, del libro y de las actividades públicas de difusión, los programas de televisión, la creación e implementación del Observatorio y las capacitaciones. El diseño metodológico y pedagógico se realizó de manera co-diseñada con el Observatorio y el Conacai "Encuentros de capacitación en perspectiva de infancias y adolescencias y comunicación audiovisual", en la que participaron de Unesco, UNICEF, la Agencia Nacional de Discapacidad, Defensoría de los derechos de NNyA, la Secretaría Nacional de Adolescencia e Infancia, la Defensoría del Público, el Ministerio de Educación, organizaciones de la sociedad civil como la Agencia de Noticias Anita, incluso audiencias adolescentes nucleados en el Consejo de Adolescentes de la SENAF <https://www.telam.com.ar/notas/202306/630736-desde-la-unesco-ponderaron-el-observatorio-del-codigo-de-etica-de-la-tv-publica.html>.

48

Colaboración: la identificación de los problemas y la entrega de soluciones han sido realizados a través de una colaboración permanente y estrecha con miembros de organizaciones de la sociedad civil y agentes sociales por medio de mecanismos de implementación colaborativa (por ejemplo: participación de líderes de la comunidad de personas beneficiarias en la entrega "al final de la línea" ("last mile delivery") de la práctica innovadora:

La práctica innovadora es fruto de la colaboración permanente con organizaciones sociales, líderes de la comunidad, académicos y académicas, audiencias en la entrega al final de la línea y es lo que garantiza la efectividad en la práctica innovadora: en todo el proceso, origen y creación, desarrollo, puesta en práctica y transformación quienes la realizan son parte integrante en diferentes etapas, del diagnóstico y búsqueda de solución, del co-diseño, de la puesta en práctica y de la capacitación o nueva formación en buenas prácticas para el Código de Ética y Carta Compromiso, de la Tv Pública y de Radio Nacional, así como para el Observatorio y su cumplimiento. Más de 50 mesas de debate y cientos de aportes al Código de Ética, así como el Observatorio y sus resoluciones se realizaron con contenido interdisciplinario brindado por referentes de organizaciones sociales como La retaguardia https://m.facebook.com/la.retanguardia.5/posts/4258845187516888/?locale=cs_CZ y la Multisectorial por el Trabajo y la Ficción <https://www.radioytelevisión.ar/codigo-de-etica-tvp/primer-codigo-de-etica-de-la-tv-argentina/> y por líderes de la comunidad, como Madres y Abuelas de Plaza de Mayo, funcionarias y funcionarios y docentes secundarios y universitarios de grado y posgrado. Los debates públicos se realizan en alianza con referentes y organismos de la sociedad civil, como el encuentro realizado en el Foro Mundial de Derechos Humanos para debatir sobre discapacidad, accesibilidad, mujeres y personas de identidades diversas, organizado por el Consejo Consultivo de Discapacidad y el Colectivo por el Derecho Humano a la comunicación, con participación de RTA <https://fmdh23.org/programa/actividad/discapacidad-y-el-derecho-humano-a-la-comunicacion/>. Así también se realizó el libro Los jueves a las 10 y el programa "Televisión con códigos" para transparentar la práctica innovadora, con participación de diversas organizaciones como la Federación Argentina de Instituciones de Ciegos y Ambliopes (FAICA) y la REDI, la Red por los Derechos de las Personas con Discapacidad.

ANEXOS (OPCIONAL)

49

Anexo I. Agregar link del documento:

<https://www.radioytelevisión.ar/codigo-de-etica-tvp/>

50

Anexo II. Agregar link del documento:

<https://admin.radionacional.com.ar/wp-content/uploads/2023/06/CODIGO-DE-ETICA-Y-CARTA-COMPROMISO-RADIO-NACIONAL.pdf>

51

Anexo III. Agregar link del documento:

<https://ediciones.unq.edu.ar/642-los-jueves-a-las-10.html>

DECLARACIÓN DE PARTICIPANTES





La Institución Postulante, a través de quien suscribe, declara que:

1. Conoce las Bases de la actividad "Premio Interamericano a la Innovación para la Gestión Pública Efectiva" y acepta todos sus alcances.
2. Toda la información expuesta en el formulario de postulación es veraz y verificable y de entera responsabilidad del postulante.
3. Está dispuesta a proporcionar al Departamento para la Gestión Pública Efectiva de la OEA toda la información complementaria que le sea solicitada durante el proceso de evaluación.
4. No tiene, o no ha tenido en los últimos cinco años, ningún tipo de vinculación (exceptúese la nacionalidad) con alguno de los Jurados o miembro del Departamento para la Gestión Pública Efectiva.
5. El Departamento para la Gestión Pública Efectiva de la OEA está autorizado a realizar la difusión de la experiencia innovadora en postulación, así como de los resultados del proceso de reconocimiento.

52

Nombre de la/del Representante Legal:

Dra. Cynthia Ottaviano

53

Cargo:

Directora Radio y Televisión Argentina (RTA)

54

Teléfono:

+5491136807156

55

Correo Electrónico:

correottaviano@gmail.com

56

Nombre de la persona de contacto:

Dra. Cynthia Ottaviano

57

Cargo:

Directora Radio y Televisión Argentina (RTA)

58

Correo electrónico:

correottaviano@gmail.com

59

He leído y acepto los términos y condiciones descritos anteriormente en relación al Premio Interamericano a la Innovación para la Gestión Pública Efectiva - Edición 2023:

Sí

NO