

WINN

**WOMEN IN THE
NEWS NETWORK**

powered by Accenture



MUJERES

> PERIODISMO

- **Categoría 4:** Relaciones con la prensa
- **Programa:** Women in the News Network (WINN)
- **Organización:** Accenture / WINN
- **Responsables:** Gabriela Olivan (Directora de Comunicaciones Corporativas para Sudamérica Hispana)

1) INTRODUCCIÓN

En Accenture ayudamos a nuestros clientes a superar los retos más complejos a través de nuestros servicios de estrategia, consultoría, digital, tecnología y operaciones. Colaboramos con más del 75% de empresas del Fortune Global 500, impulsando la innovación para ayudar a mejorar la manera en la que el mundo vive y trabaja.

En el último año, la gestión de Media Relations en Accenture ha estado en constante crecimiento, alcanzando resultados extraordinarios: según nuestros registros, actualmente a nivel regional se publican un promedio de **9 notas de prensa por día**, 64% en los medios más reconocidos, e impactando de esta manera en más de 44.2 millones de personas trimestralmente. **Y aquí reside nuestro desafío.**

Para sostener este alto nivel de exposición que acompaña los objetivos del negocio, pensamos una estrategia de relacionamiento que nos permitiera:

- Ampliar nuestra red de contactos periodísticos y de influencers
- Capacitarlos para cubrir temas vinculados a tecnología y futuro del trabajo
- Fortalecer el vínculo afectivo con la marca
- Agregales valor en el plano profesional y en el personal.

En Accenture afirmamos que la tecnología es "Human Centered", esto quiere decir que está centrada en el ser humano y que, en lugar de restarle posibilidades de desarrollo, por el contrario, lo potencia. De hecho, tecnologías como la inteligencia artificial, emulan al sujeto e imitan su forma de pensar y hacer.

A partir de las necesidades planteadas anteriormente, desde el equipo de Media Relations desarrollamos una gestión que llamamos "**Journalist Centered**", donde nos vinculamos con los periodistas no sólo desde el punto de vista profesional sino también desde el personal. Tratamos de entender sus necesidades y brindarles herramientas que les sirvan en su día a día laboral. Por este motivo una de nuestras prioridades es contribuir con ellos, agregarle valor a su trabajo, capacitarlos y acompañarlos en su crecimiento.

En este sentido, y teniendo en cuenta que según el estudio **Getting to Equal** (Accenture 2017) la colaboración y la fluidez digital son claves para el futuro del trabajo, **nace Women in the News Network (WINN), una red que busca promover el trabajo colaborativo y la inmersión tecnológica entre las mujeres que hacen las noticias a fin de acompañarlas en el desarrollo de competencias claves para el periodismo del futuro. Su visión es integrar a profesionales de toda Latinoamérica hispana a través del intercambio entre pares, la capacitación y la participación en eventos de la industria.**

2) EJECUCIÓN DEL PLAN: PRIMEROS PASOS DE LA RED

Buscando que la propuesta sea personalizada y de valor, **nos reunimos con más de 50 pensadores, académicos, periodistas y editores** de Argentina y el resto de los países de la región para comenzar a darle forma al proyecto. En este intercambio, buscamos identificar la forma de llevar a la realidad la propuesta de valor de esta red a fin de generar un espacio de encuentro distinto, útil y, sobre todo, constructivo para las personas que la conformen.

Durante las primeras reuniones buscamos detectar de manera directa cuál era la situación de las periodistas, sus necesidades, y cómo a través de este proyecto podíamos colaborar con su trabajo diario.

De este puntapié inicial surgieron ideas y situaciones en donde WINN podía contribuir, por lo que teníamos que comenzar con una segunda etapa más ardua: seleccionar cuáles serían los pilares de acción de la red.

A partir de este trabajo decidimos que el foco de WINN iba a estar puesto en generar:

- Cursos de capacitación digital y tecnológica
- Foros para compartir prácticas profesionales
- Capacitación en herramientas de management
- Eventos de la industria internacionales con el objetivo de generar intercambios a nivel regional

Desarrollo de comunidad en Facebook con el fin de generar conversación entre pares y espacios de intercambio en línea.

El rol de Accenture es el de facilitador: identificó la necesidad, convocó a los distintos actores de la industria a participar, generó el espacio organizando las primeras actividades y financiándolas, puso a disposición de su público objetivo sus recursos y contactos para construir un nuevo espacio de colaboración y capacitación.

Además, se definió un Consejo Asesor formado por periodistas en actividad que contribuyen a la ampliación de la red, a estimular la conversación y el intercambio, a enriquecer los contenidos de las diversas capacitaciones y a garantizar la transparencia en el otorgamiento de becas y premios.

EVENTO LANZAMIENTO

El evento de lanzamiento de WINN tuvo lugar durante el mes de mayo de este año y contó con la participación de:

- **Montserrat Domínguez**, Directora Editorial del HuffPost, quien compartió su experiencia y su entusiasmo respecto a la creación de WINN.
- **Daniel Hadad** de Infobae, **José del Río** de La Nación, **Ricardo Kirschbaum** de Clarín y **Hernán De Goñi** de El Cronista, quienes participaron de un panel sobre “El periodismo del futuro”
- **María Eugenia Estenssoro**, política, periodista y activista por los derechos de las mujeres; **Ana Gerschenson**, Directora de Radio Nacional; y **Mariel Fitzpatrick**, periodista de investigación y miembro del consejo ejecutivo de FOPEA, facilitaron el encuentro
- **Carolina Stanley**, Ministra de Desarrollo Social de La Nación, estuvo a cargo de las palabras de cierre del encuentro.



La **primera actividad formal** de la red, luego de su lanzamiento, fue una capacitación sobre **Periodismo & Social Media a cargo de Julián Gallo**, que contó con la participación de más de 30 periodistas mujeres.



3) EVALUACIÓN/PRUEBAS: LOS NÚMEROS A DOS MESES DEL LANZAMIENTO



+100

periodistas participaron de los dos eventos



+30

repercusiones en medios (400k impresiones potenciales)



+150

menciones en redes sociales (en el kick-off WINN fue Trending Topic en Buenos Aires durante 2 horas)



+130

periodistas forman parte de la red

WINN ya cuenta con el apoyo de Clarín, El Cronista, Infobae, FOPEA, La Nación y Radio Nacional.



Generamos contacto con periodistas y medios que hasta el momento no cubrían temas de Accenture

A partir de este vínculo se generaron nuevas oportunidades de comunicación



LAS VOCES DE QUIENES FORMAN PARTE DE WINN

Más mujeres, mejor periodismo. Ese es el lema de WINN. Trabajamos para incrementar la presencia y multiplicar las voces de las mujeres en los medios y, como hemos dado cuenta en este documento, ponemos manos a la obra a través de todas las actividades que llevamos a cabo para que las mujeres puedan navegar los diferentes desafíos del futuro en las redacciones multiplataforma de toda la región.

Queremos compartir con uds. algunas de las voces de las mujeres que apoyan y/o forman parte de WINN:

ES REALMENTE IMPORTANTE QUE TRABAJEMOS PARA INCORPORAR LA MIRADA DE LAS MUJERES AL MUNDO DEL PERIODISMO.

MONSERRAT DOMÍNGUEZ

INICIATIVAS COMO WINN SON MUY ESPERANZADORAS Y TIENEN QUE VER CON DINAMIZAR, INSPIRAR Y NATURALIZAR QUE LAS MUJERES TENEMOS QUE ACCEDER A LOS PUESTOS DE DECISIÓN.

ANDREA DEL RÍO

ME PARECE UN GRAN APORTE QUE NO SOLAMENTE ESTEMOS HABLANDO DE GÉNERO, SINO TAMBIÉN DE TECNOLOGÍA. LA POSIBILIDAD DE TENER UNA RED DONDE SE HAGA TRABAJO COLABORATIVO, DONDE SE CAPACITE A LAS MUJERES EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA, PORQUE ESO ES EN DEFINITIVA LO QUE NOS VA A EMPODERAR PARA PODER DESENVOLVERNOS MUCHO MEJOR EN NUESTRO TRABAJO Y ENTABLAR CONEXIONES CON OTRAS COMPAÑERAS EN EL MUNDO.

MURIEL BALBI

EN CUANTO A WINN, ME PARECE QUE ENRIQUECE, SUMA, APORTA, VA A AYUDAR A MUCHAS MUJERES A QUE ESTÉN CONECTADAS, A QUE PUEDAN CAPACITARSE, A QUE TENGAN CONTACTO CON LA TECNOLOGÍA, ASÍ QUE NO PUEDO MÁS QUE CELEBRAR ESTE LANZAMIENTO.

ANA GERSCHENSON

LA INICIATIVA WINN ME PARECE FUNDAMENTAL PORQUE ESTÁ PROMOVRIENDO EL TRABAJO EN RED. EN LA ERA DEL CONOCIMIENTO EN EL SIGLO XXI TODOS TENEMOS QUE APRENDER A TRABAJAR EN RED, APROVECHANDO EL POTENCIAL DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIÓN.

MARÍA EUGENIA ESTENSSORO

ME PARECIÓ INTERESANTE SOBRE TODO PORQUE TE MOVILIZA A PENSAR COSAS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PERIODISMO, LA ARTICULACIÓN QUE SE DA DE LA INFORMACIÓN CON LAS REDES SOCIALES Y ALGUNAS ZONAS DE TENSIÓN SOBRE LA REALIDAD DE LA PROFESIÓN Y LA REALIDAD DE LOS MEDIOS HOY.

GABRIELA SAMELA,
SOBRE LA CAPACITACIÓN DE JULIÁN GALLO DE PERIODISMO & SOCIAL MEDIA.

Estamos muy orgullosas de todo lo que hemos logrado y esperanzadas del camino que todavía queda por recorrer. Además, estamos convencidas de que realmente esta red va a impulsar al periodismo del futuro y será una gran ayuda para las mujeres periodistas.