

Entrevista a Jorge Carlos Rendo Integrante del Directorio del Grupo Clarín

¿Cuál es la estrategia a seguir como grupo de medios?

Grupo Clarín asume día a día la tarea de ofrecer una comunicación que sea principalmente independiente y honesta, ejecutada con responsabilidad profesional. Los contenidos periodísticos son y seguirán siendo el foco de nuestros negocios. Como la empresa de medios más importante de la Argentina, el Grupo está orientado a encontrar en forma permanente nuevas formas de llegar su público. Y en mantener el liderazgo que siempre ha tenido en los sectores en que opera: televisión por cable y acceso a Internet, publicaciones e impresión, televisión, radio y programación, contenidos digitales y otras actividades relacionadas.

El grupo llega a todos los sectores de la sociedad, mediante una amplia oferta de información, opinión, entretenimiento y cultura. Esta experiencia le provee un conocimiento diferencial del público argentino. Y lo compromete a seguir ofreciendo cada vez mejores contenidos.

El Grupo, a su vez, siempre ha seguido de cerca los cambios y las innovaciones del mercado. Tal como se informó cuando el Grupo comenzó a cotizar en las Bolsas de Londres y Buenos Aires, “Clarín planea aprovechar su posicionamiento y acceso a oportunidades de crecimiento en la industria argentina y regional para fortalecer y desarrollar sus negocios actuales, potenciar su servicio de televisión por cable y expandir su servicio de banda ancha”.

¿Cómo se organizan para respetar una coherente lógica en sus corrientes de pensamiento, con los distintos medios, teniendo en cuenta el impacto que tiene Clarín en el público?

Clarín, como todo medio, tiene su visión editorial, que en el caso del diario, viene plasmándose en sus páginas desde el momento mismo de su fundación en 1945. El diario nació para ser una voz de referencia en la sociedad argentina. Y en sus convicciones, siempre estuvo – y lo sigue estando – la apuesta al desarrollo autónomo del país, al crecimiento de todos los sectores productivos de la economía nacional, a la inserción activa e inteligente de la Argentina en el mapa mundial. Clarín nació bajo este prisma y todas las acciones de los medios del grupo están en sintonía con esta visión. La prédica editorial siempre está guiada por grandes principios: la inclusión de todos los sectores, la diversidad de temas y registros, la amplitud de criterio, pluralismo de voces y miradas, etc.

Todos estos grandes conceptos constituyen nuestro prisma. Pero también en las páginas del diario se brinda un espacio importante para el debate de ideas y la búsqueda de consensos. No somos dogmáticos. Tenemos nuestras convicciones, pero reflejamos todos los puntos de vista.

Por ser el medio de referencia del país, la atención y la exigencia están focalizadas en nosotros de manera muy marcada.

Esto nos hace extremar los controles de calidad y reaseguro de la información que brindamos, conscientes de nuestra masividad y el alcance de nuestro trabajo.

¿En el momento de tomar decisiones, priorizan ser una empresa de medios o cuidar sus accionistas dentro de la bolsa? ¿Cómo se puede hacer un balance de esto?

La misión principal de los medios de Grupo Clarín es informar con seriedad y rigor, sirviendo a la sociedad a través de la comunicación.

Nuestros medios representan el espíritu del Grupo. Como dice nuestra Declaración de Propósitos, “hoy somos lo mismo que ayer, gente de comunicación”. El eje principal de nuestra estrategia, es ofrecer cada vez mejores contenidos periodísticos. Todos nuestros proyectos son diseñados para cumplir con estándares de excelencia y todas las iniciativas que hemos encarado, lo hemos hecho de manera cuidadosa y estudiando el funcionamiento del mercado. Más aún, en cada paso que hemos dado, resguardamos el capital más importante que puede tener una empresa de medios: la credibilidad. Ese sentimiento de apoyo, y confianza de la gente, que hemos conquistado en estos años de trabajo y que representa hoy, sin lugar a dudas, nuestro principal activo económico. Nuestro valor en el mercado está determinado fundamentalmente por nuestro nivel de credibilidad y compromiso con la calidad informativa.

Para permitirse desplegar la labor editorial disminuyendo riesgos y condicionamientos de orden externo, Clarín buscó sustentabilidad económica: condición necesaria para poder cumplir con su propósito como grupo de medios.

La solidez empresaria implica hacerse fuerte en su dimensión económica. Y es justamente esta fortaleza empresaria el factor que permite hacerse más fuerte en su rol editorial.

En ese sentido en 1999, se tomaron importantes decisiones como la reestructuración de la deuda financiera alterada por un cambio en la macroeconomía o la incorporación de un socio internacional con un claro perfil inversor, para contrarrestar los efectos de una crisis económica que la Argentina empezaba a transitar; así como o la apertura de capital que transformó a Clarín en la primera empresa argentina en cotizar en la Bolsa de Londres. Todas estas decisiones, tenían y tienen como propósito apuntalar la independencia económica, que es y será la base de toda su construcción como Grupo.