

Informe de Presidencia

Estimados colegas:

Nos reunimos hoy en este nuevo encuentro virtual, añorando aquellos otros encuentros cara a cara que tanto hacen falta en tiempos de pandemia. Hace tan solo un año nos reuníamos en Termas de Río Hondo, en una asamblea tan productiva en términos profesionales como inolvidable en términos humanos. Nada podía siquiera haber presagiado un cambio tan diametral.

La primera asamblea virtual de nuestra querida ADEPA habla de estos tiempos tan singulares en los que nos toca vivir. Pero habla también de la fortaleza de una institución que sabe actualizarse y reinventarse sin perder su esencia, y de los desafíos que enfrentamos en una industria que desde sus orígenes no ha hecho otra cosa que transformarse y evolucionar. Desafíos de siempre, como las tensiones del periodismo y el poder, y desafíos más nuevos, como la construcción de nuestro modelo de negocios en el entorno digital.

Ya en nuestra Junta de Directores de mayo nos encontramos en este inusual formato. Y previamente, en las reuniones del Consejo Ejecutivo, al entender que en un contexto como en el actual, y en especial atención a la grave situación económica del país y de nuestra industria, era menester aportar continuidad a nuestro accionar institucional, mientras el mundo entero busca vías de solución a la pandemia, que anhelamos se materialicen pronto, además de saludar las iniciativas que involucran a nuestro país en ese desafío.

Yendo a la actuación institucional en sí, un año tan difícil para el mundo y el país se tradujo obviamente en un año de enorme criticidad para nuestro sector. Criticidad en varios sentidos: por un lado, en tanto la tarea de los medios y los periodistas se tornó, con la pandemia, aún

58a Asamblea de ADEPA - 24 de septiembre de 2020

más esencial para la sociedad, en tanto la prensa profesional es un reaseguro para la correcta información de la sociedad y para la toma de conciencia de los desafíos sanitarios. Por otro, porque los efectos de la crisis golpearon con particular énfasis en una industria que depende de variables muy afectadas, como el nivel de actividad, el consumo y la inversión publicitaria, y además está inmersa en un delicado proceso de transformación tecnológica y de hábitos dentro de un ecosistema digital asimétrico, que sigue sin compensar adecuadamente el trabajo periodístico aunque se nutre de él cada vez más.

La tercera acepción de esta criticidad tiene que ver con los dilemas y las amenazas que estos tiempos de pandemia pueden implicar contra las libertades, y en particular la de expresión, en muchos casos por los propios sistemas de control y vigilancia, pero también ya que al tener la sociedad puesta la atención en lo sanitario, se pueden facilitar los desvíos de poder.

En todas estas variables buscamos trabajar desde ADEPA durante 2020, siguiendo caminos de acción institucional que marcan una línea de continuidad histórica de nuestra entidad. Así, la agenda de la libertad de prensa y del ejercicio de nuestro trabajo, por un lado, y la agenda de la sustentabilidad y transformación de nuestra industria, por el otro, fueron las centrales. A partir del trabajo de un Consejo Ejecutivo que en su diversidad y riqueza, se articula como un verdadero equipo donde se suman experiencia, juventud, trayectoria e innovación, para jugar un partido que asomó y asoma bien desafiante.

El trabajo de las comisiones de ADEPA ha sido impresionante. Desde las tradicionales como Libertad de Prensa y Asuntos Económicos, que tuvieron demandas intensas en estos meses, hasta las más actuales, como Transformación e Innovación Multimedia, que tuvo el año de la mayor oferta de capacitación que se recuerde; o Propiedad Intelectual, que lleva adelante una de las agendas más estratégicas de la industria

58a Asamblea de ADEPA - 24 de septiembre de 2020

en la región. Pasando por la de Premios, que cosechó un nuevo récord de convocatoria en un año tan difícil; o la de Diversidad, que está dando pasos inéditos y necesarios en la industria a nivel nacional.

Todo bajo la articulación transversal del Comité Estratégico, y con una flamante incorporación, el Observatorio de Libertad de Expresión, que nos permitió por primera vez hacer un seguimiento fluido y permanente de cuestiones que se han ido volviendo críticas en el sector, como la distribución de la publicidad oficial o los caminos para afianzar la sustentabilidad de los medios con una mirada federal y con foco en los más chicos.

Desde el Consejo, tanto los desafíos históricos como los actuales tratamos de abordarlos con mucho trabajo interno y con propuestas concretas e innovadoras, buscando interactuar con los poderes del estado (a nivel nacional, provincial y local) y sumar fuerzas con otros actores institucionales, entre ellos cámaras del sector, organizaciones empresarias, universidades y organizaciones de la sociedad civil. Tratando de revalidar el rol de ADEPA como la entidad de referencia de la industria periodística argentina.

Creo que todos nosotros, y lo intuyo porque con muchos lo hemos hablado, sentimos ese orgullo tan particular de pertenecer a esta institución y de trabajar en ella. Sabemos que nos trasciende porque defiende cosas en las que creemos, como la libertad, la tolerancia, el debate plural y el periodismo, y no sólo porque somos parte de esta industria. Y además hemos conjugado esa trascendencia con un espíritu de hermandad que hace que, pese a nuestras diferencias y matices, nos sintamos tan cómodos aquí.

Este año ha vuelto a demostrar que es posible trabajar con los poderes públicos en buscar aproximaciones y respuestas de Estado a los desafíos de la emergencia pandémica y también a aquellos más

58a Asamblea de ADEPA - 24 de septiembre de 2020

profundos, que tienen que ver con la sustentabilidad del periodismo profesional en el largo plazo. Resguardando la autonomía editorial, sin acuerdos transaccionales ni esquemas de premios y castigos. Y sin dejar de marcar los desvíos del poder o las situaciones que pueden ensombrecer la libertad de prensa. El diálogo y el trabajo que llevamos adelante con la Secretaría de Medios de la Nación son datos positivos en este contexto y deben ser puestos de manifiesto.

Quiero enfatizar que ha sido casi una obsesión de este Consejo Ejecutivo y de todo el equipo de ADEPA que el trabajo institucional ante los poderes públicos esté orientado a los medios de toda escala, y en especial a aquellos medios regionales y locales a los que las sucesivas crisis golpean con más fuerza, ya que este año han padecido como nunca la caída de la publicidad privada, la migración de los presupuestos de marketing y comunicación a las plataformas, y el achicamiento de las pautas oficiales merced a la inflación.

Voy a mencionar algunos hechos puntuales, ya que la mayor parte de la tarea institucional que nos toca informar fue reseñada en la Memoria 2019-2020, que se puso a disposición de los socios.

Con relación a la agenda de sustentabilidad, hemos apuntado a avanzar en cuestiones como el pago de deudas por publicidad oficial de años anteriores, la distribución federal y la reducción de los tiempos pagos de la comunicación llevada adelante este año, el impulso a concentrar la comunicación oficial en los primeros meses del año en consonancia con la pandemia y la caída de la pauta privada, la inclusión de los medios, pese a ser actividades esenciales, en el Programa de Reversión Productiva, la agilización de créditos a empresas periodísticas, etc.

58a Asamblea de ADEPA - 24 de septiembre de 2020

Luego de contar en nuestra cena de fin de año con la presencia de altos funcionarios nacionales y con el mensaje del Presidente de la Nación, arrancamos 2020 con una estrategia de defensa de la sustentabilidad de la industria ante los distintos poderes del Estado.

En las reuniones de trabajo, abordamos cuestiones como el fomento a los medios pymes, la promoción de la publicidad privada, los regímenes fiscales y laborales para la producción de contenidos multiplataforma, la propiedad intelectual y la distribución de beneficios en el ecosistema digital. También mantuvimos reuniones por esos temas con los distintos bloques en el Congreso de la Nación.

No cabe duda que la pandemia y las medidas tomadas para contenerla tuvieron un fuerte impacto en nuestra industria. Todos nuestros medios incrementaron sus audiencias de manera notable. La contracara fue que el derrumbe económico impactó de lleno en nuestras economías ya complicadas, debido al comportamiento procíclico de nuestro principal ingreso, la publicidad y a las restricciones que también afectaron la circulación.

Tras lograr que los medios podamos seguir funcionando al ser esenciales para los ciudadanos, ADEPA se enfocó en medidas de emergencia, lo que fue plasmado en cartas enviadas al Jefe de Gabinete, al Ministro de Desarrollo Productivo, a los secretarios de Medios y de Comunicación Pública y a la titular de la AFIP.

En estos meses se fueron dando pasos trabajosos y difíciles. Pasos que nos exigieron y nos exigen una actitud de diálogo pero a la vez de firmeza y persistencia, ya que convivimos con demandas casi infinitas de distintos sectores de la economía y al mismo tiempo encarnamos una actividad estratégica. Es un camino en el que sin dudas tenemos mucha tarea por delante. La cuestión de la publicidad oficial y de las deudas del estado y de sus diferentes organismos, se ha transformado en un eje

58a Asamblea de ADEPA - 24 de septiembre de 2020

central de estos últimos meses, y seguirá siéndolo. El Observatorio de la Publicidad Oficial y de la Libertad de Expresión, que retoma un proyecto de nuestro vicepresidente Diego Fuentes, está coordinado por Guillermo Ignacio e integrado por representantes de medios de diversas geografías, tamaños y soportes. Está haciendo un seguimiento meticuloso y constante de la conducta estatal en estos rubros y constituye un insumo que nos ha permitido dialogar con los funcionarios con información precisa, para corregir omisiones y desigualdades.

En las últimas semanas nos hemos enfocado en especial en las partidas previstas para la comunicación pública en la Ley de Presupuesto 2021. Hemos mantenido reuniones con el Secretario de Medios y el Ministerio de Economía, para exponer las consecuencias negativas que ha traído el congelamiento del presupuesto en ese rubro este año, sumado al impacto inflacionario y la situación crítica de la pandemia.

En paralelo, estamos trabajando con las cámaras de la industria de la publicidad en impulsar un proyecto, como se dio en Italia, para beneficiar impositivamente la inversión publicitaria privada, como un incentivo para revitalizar el mercado publicitario y, en definitiva, el consumo privado en la salida de la cuarentena.

Y finalmente, seguimos trabajando, con la iniciativa de la Comisión de Propiedad Intelectual, creada el año pasado, en los caminos más efectivos para proteger los derechos de autor en el entorno digital, a tono con lo que sucede en Europa, y siguiendo muy de cerca los avances en otras regiones del mundo, como Australia y Estados Unidos. Ya el presidente de esa Comisión ampliará estos ejes.

También este año innovamos en nuestra comunicación, a partir de una serie de campañas publicitarias, para enfocar el rol de los medios y los periodistas en el contexto pandémico.

58a Asamblea de ADEPA - 24 de septiembre de 2020

Con el impulso de ADEPA, ocho agencias de comunicación colaboraron en la creación de mensajes de concientización que se difundieron durante la cuarentena en los diarios y portales de noticias, canales y programas informativos, y en radios de todo el país. A través de ellos, las empresas periodísticas, lideradas por ADEPA, logramos unir nuestras voces para transmitir sus valores como servicio para la comunidad, como productores de noticias seguras y de calidad, y como garantes del derecho a informarse.

En otro orden, como dijimos, este año nuestra agenda de capacitación en temas de transformación e innovación fue un verdadero suceso, y no simplemente por la virtualidad derivada de la pandemia, sino principalmente por una programación de alta calidad y valor agregado, en la que se conjugaron enfoques novedosos, especialistas de renombre, abordajes rigurosos, mejores prácticas y herramientas innovadoras. Ya la Comisión que preside Carlos Jornet informará en detalle los hitos en esa materia.

También quiero destacar el avance significativo que tuvo este año en ADEPA el tema diversidad, de la mano de una comisión creada hace un año y que realmente ha estado a la altura del desafío. Ya conoceremos los objetivos y pasos dados en esa materia. Pero no quiero dejar de expresar el orgullo por que sigamos expandiendo este eje de trabajo, reflejo a su vez de una demanda social cada vez más presente.

Por último quiero recordar que a fin del año pasado tuvimos la segunda edición de “Marcas de Verdad”, otro proyecto de ADEPA que queremos convertir en clásico y que esperamos continuar este año en formato virtual. Esta área de actividad, que desde Termas tiene una comisión ad hoc, ha demostrado ser muy prolífica en la puesta en valor de los medios periodísticos como canales efectivos de comunicación publicitaria.

58a Asamblea de ADEPA - 24 de septiembre de 2020

También en el cierre de 2019 se entregaron los premios Adepa al Periodismo, en su trigésima edición. Otro motivo de orgullo es el reconocimiento que tienen en la comunidad periodística, que año tras año vuelve a legitimarlos con convocatorias récord, como esta en medio de la pandemia, gracias al impulso Claudio Escribano, un maestro de periodistas que en un momento nos contará detalles.

En definitiva, queridos socios de Adepa, quiero agradecer y abrazar virtualmente a todos ustedes, y a todos y cada uno de los miembros del Consejo Ejecutivo. Hemos llevado adelante una tarea necesaria y relevante en un contexto complejo como pocos. Pero lejos de alcanzar a un punto de llegada, sabemos que nuestros dos objetivos centrales, la defensa de la libertad de expresión y la defensa de la vigencia de los medios profesionales, nos siguen convocando todos los días frente a viejas y nuevas urgencias, amenazas y desafíos.

Allí estaremos, con el orgullo de siempre de ser todos parte de ADEPA. Que esa vocación luchadora y emprendedora que nos representa nos siga encontrando unidos.

Muchas Gracias.

Martín Etchevers, presidente de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas