



## “LAS EMPRESAS PERIODÍSTICAS CONTRIBUYEN AL DIÁLOGO DEMOCRÁTICO”

**JUNTA DE DIRECTORES EN BUENOS AIRES**



Los estrategias de  
sustentabilidad de los  
medios argentinos

La inteligencia artificial,  
uno de los ejes del  
encuentro

# MARTÍN ETCHEVERS: “LAS EMPRESAS PERIODÍSTICAS SON ORGANIZACIONES CONCEBIDAS PARA CONTRIBUIR A LA AUDITORÍA CIUDADANA Y EL DIÁLOGO DEMOCRÁTICO”

“Desde el sector público y la política, la prensa y los medios que la vehiculizamos, somos una herramienta de la democracia moderna. Desde la propia concepción filosófica de la división de poderes, el periodismo fue llamado a cumplir un rol clave dentro del sistema de frenos y contrapesos, como representante de las distintas voces de la sociedad, como perro guardián de los

desvíos y abusos del poder, como instrumento para la auditoría ciudadana y el diálogo democrático entre la población y sus gobernantes”, dijo Martín Etchevers, presidente de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), en su discurso durante la comida de camaradería de la 184a Junta de Directores de la entidad, que sesionó los días 19 y 20 de marzo, en Buenos Aires.

“En ADEPA creemos que, aún con nuestros errores y debilidades, las empresas periodísticas son las organizaciones de la sociedad naturalmente concebidas para ejercer ese rol. Porque invertimos en periodismo profesional y lo entendemos mayoritariamente no como un medio para otra cosa sino como un fin en sí mismo”, agregó Etchevers ante directivos de medios de todo el país reunidos en el Círculo Italiano, junto a invitados especiales del arco político y empresarial. Entre ellos, estuvieron presentes, entre otros, el vocero presidencial, Manuel Adorni; el subsecretario de Prensa de la Presidencia, Javier Lanari; el diputado nacional Cristian Ritondo; el presidente de AEA, Javier Campos; la presidenta de Dircoms, Alejandra Martínez; y el presidente del Consejo Profesional de Relaciones Públicas, Diego Campal.



**De izq. a der.:** Pablo Deluca, secretario general; Martín Etchevers, presidente de ADEPA; y Daniel Dessein, titular de la Comisión de Libertad de Prensa.



En su mensaje, el presidente de ADEPA enfatizó el rol que el periodismo sigue desarrollando en el sistema democrático. “Nunca está de más –remarcó – poner de relieve el aporte cívico del periodismo a la democracia. Aquel que busca desentrañar realidades que estaban disimuladas. Aquel que apuesta a la opinión, tan válido como el primero. Aquel que favorece una discusión basada en datos, en argumentos técnicos, en posiciones contrastadas con la realidad. Aquel que no tiene reparos en mostrar hechos o permitirse análisis que pueden incluso hasta desafiar a su audiencia. Aquel que no necesita adherir sin beneficio de inventario, que puede permitirse dudar, cuestionar y disentir sin por eso convertirse en un enemigo y ni siquiera sentirse en la vereda de enfrente de aquello que pone bajo la lupa”.

Más temprano, en la apertura de la Junta de Directores, Etchevers dio su informe de gestión del Consejo Ejecutivo de la entidad, ante los representantes de los medios asociados a ADEPA, en el que enumeró y explicó las acciones institucionales realizadas en el último semestre, entre las cuales se destacó la búsqueda de soluciones a los desafíos de la sustentabilidad de la industria periodística, que incluye un trabajo con los tres poderes del estado. La 184a Junta de Directores de ADEPA deliberó en el auditorio de la Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI). Como parte de la agenda de trabajo de la Junta, se dio a conocer el informe semestral de libertad de prensa y se realizaron actividades de capacitación

y formación profesional (Ver aparte).

## El nuevo ciclo político y el rol de los medios

En otro pasaje de su discurso, Etchevers hizo alusión al nuevo contexto político inaugurado en diciembre del año pasado, con la asunción de Javier Milei como presidente de la nación. “La Argentina arrastra un período de decadencia económica y social demasiado largo. El desafío que tiene por delante, no sólo esta administración sino toda la clase dirigente y el país en su conjunto, es realmente enorme”, señaló el presidente de ADEPA.

“Con la diversidad de nuestra masa societaria –aseveró Etchevers–, con nuestras diferentes miradas editoriales, hemos expresado reiteradamente la gravedad de la situación que viene atravesando el país. La hemos vivido y la vivimos en primera persona, como la inmensa mayoría de los argentinos. Y estamos haciendo un gran esfuerzo por mantener vivas nuestras voces, ya que esta crisis local se da en medio de la tormenta que atraviesan los medios en todo el mundo”.

Etchevers reivindicó el rol “institucionalista” de ADEPA, en un momento donde esta palabra está algo devaluada. “Creemos en las libertades, derechos y garantías de la Constitución, en la división de poderes, en el estado de derecho, en la seguridad jurídica. Muchos de estos conceptos los ha planteado desde su inicio esta administración. La libre

expresión, la tolerancia y también el disenso son parte constitutiva de esa arquitectura institucional”, aseveró el presidente de ADEPA.

En tal sentido, el directivo apeló a la construcción de consensos con el gobierno nacional: “Estamos seguros de que, sin resignar sus banderas ni su plan de gobierno, hay espacio para encontrar, en este ciclo político, un camino de convivencia entre gobernantes, medios y periodistas. Un camino que puede ser intenso y aún áspero en algún caso, pero que no necesariamente esté marcado por el descrédito personal ante cada matiz, cada crítica o cada desavenencia. Sería interesante para todos tratar de no caer ni en la endogamia profesional ni en la generalización de asociar al periodismo con intereses espurios”, puntualizó Etchevers.

## Los desafíos de la industria

Otro de los tópicos desarrollados por Etchevers en su discurso fue la necesidad que existe en las democracias occidentales de asegurar la presencia y sustentabilidad de un sistema de medios diversos e independientes. En esa línea, Etchevers mencionó un reciente documento de la OCDE que aludió a este punto en torno a la necesidad de combatir el auge de la desinformación en Internet. “Esto debe hacerse a través de políticas universales y transparentes, que no impliquen premios y castigos”, puntualizó Etchevers, y agregó que desde ADEPA se han difundido recientemente [10 principios respecto de la comunicación de](#)

Martín Etchevers dando su discurso en la Comida de Camaradería en el marco de la 184ª Junta de Directores.

los actos de gobierno, criterios derivados de la Constitución nacional y del Pacto de San José de Costa Rica, que trascienden en mucho la mal llamada pauta oficial.

“Estamos embarcados en profundizar esta agenda desde la región. Queremos pelear contra la vulnerabilidad económica estructural, contra los fenómenos parasitarios que se alimentan de nuestros contenidos pero no los pagan, aunque sí los editan, los fragmentan y los distribuyen con criterios poco transparentes o directamente opacos. Queremos pelear contra la desertificación informativa que se abre paso desde el interior más profundo, donde ni siquiera hay influencers ni redes que reivindiquen una supuesta comunicación directa. Queremos medios para que la conversación pública no se convierta en un diálogo de sordos”, amplió Etchevers.

Seguidamente se refirió al concepto de “regulación inteligente”, un concepto que en el mundo viene ganando terreno y que ha sido inclusive destacado por las propias plataformas digitales.

Etchevers destacó que se trata de regulaciones que no entorpezcan la innovación, no generen intervencionismo estatal innecesario, y menos



pongan algún organismo burocrático a determinar qué es noticia, qué es falsedad o cómo se distribuye el valor que generan los contenidos. “Son regulaciones -detalló- que ante todo reconozcan el derecho de propiedad, esencial a nuestra Constitución y el primero de los 10 principios del Pacto de Mayo anunciado por el Presidente. Y dentro de la propiedad, la intelectual es la quintaesencia de este derecho. Regulaciones que privilegien el camino de la negociación privada, que equilibren las asimetrías de poder en esa negociación. Y que eviten los abusos de posiciones dominantes, como los que recientemente vimos en Canadá, donde una empresa decidió eliminar las noticias de sus productos para no cumplir la ley”.

Para el cierre de su mensaje en la comida de camaradería

de la Junta de Directores, Etchevers hizo un llamado general a sostener el periodismo profesional. “Humildemente los convocamos y les pedimos su aporte y compromiso. Compromiso para ayudar a sostener la industria periodística que es, a fin de cuentas, sostener la profesión periodística o, lo que es lo mismo, el periodismo profesional. Estamos seguros de que su vigencia a lo largo y ancho del país, en un ecosistema de medios de distintos tamaños; diverso, federal, innovador y valiente, es un aporte indispensable para la salud de la democracia, para la vigencia de la república, para la defensa de las libertades y los derechos de los ciudadanos. Y en definitiva para la construcción de un país que finalmente salga de la decadencia y sueñe con el desarrollo, en unión y libertad”, finalizó.



## Manuel Adorni: “Los medios nos ayudan a mejorar”

El vocero presidencial Manuel Adorni se refirió al rol que a su entender deberían tener medios y periodistas en su relación con el gobierno. “Esperamos que nos ayuden a mejorar, que nos critiquen, que nos cuestionen, siempre con la verdad, siempre informando y siempre transmitiendo lo que hacemos de cara a la gente, que es lo único que nos importa”.

Adorni agradeció la invitación de ADEPA y destacó el dinamismo que tiene el periodismo argentino. “Estuve un poco más de diez años en el otro lado del camino y es muy dinámico. Ustedes aprendieron a cambiar y la verdad es que nos hace muy bien escucharlos, no solo porque claramente tienen un gran significado para nosotros, sino porque nosotros encontramos una Argentina devastada en un montón de aspectos”.

En ese sentido, Adorni se enfocó sobre la situación económica argentina: “En lo económico, encontramos una Argentina con 50% de pobres, pero además encontramos una Argentina sin chances de que eso cambie, una Argentina abandonada. Pero encontramos no solo en lo económico, encontramos una Argentina devastada en lo social, en lo educativo, la salud, y por sobre todo encontramos destrozada la cultura, encontramos un país absolutamente arrasado culturalmente”.

El verdadero cambio, según mencionó el vocero presidencial, es entender que un país sin mérito no es un país, o al menos no uno que tenga futuro. “Entender el cambio es entender que el mérito tiene valor, y así lo entendemos. Cada uno de ustedes, que representa un pedacito del sector privado, para nosotros son el futuro y son el motor que mueve a la Argentina, que la movió siempre, que la mueve, y que la va a mover cada vez más. Les puedo asegurar que de las casi 25 horas por día que trabajamos, cada una de esas horas está abocada a que a ustedes cada día les vaya mejor”, aseveró.



## Reconocimiento a La Voz del Interior por su 120° aniversario

Durante la comida de ADEPA la entidad entregó un reconocimiento a uno de sus asociados, La Voz del Interior, que el 15 de marzo pasado cumplió 120 años. Los expresidentes de ADEPA, Guillermo Ignacio y José Claudio Escribano, actualmente integrantes del Consejo Ejecutivo de la entidad, fueron los encargados de darle un medallón grabado a Carlos Jornet, director periodístico del medio cordobés fundado en 1904.

ADEPA destacó que el aniversario de La Voz es una excelente

ocasión para remarcar una vez más la importancia histórica que tuvo y sigue teniendo el medio en la comunidad cordobesa desde su fundación. Importancia y relevancia que continúan aún hoy como un faro permanente para los ciudadanos cordobeses, y que ha crecido además como un referente regional del periodismo y como un ejemplo para las publicaciones impresas y digitales en todo el país y la región latinoamericana.

Jornet agradeció la distinción y el permanente apoyo de ADEPA

**De izq. a der.:** José Claudio Escribano, Carlos Jornet y Guillermo Ignacio.

a los medios regionales y locales, que se valora aún más en circunstancias complejas como las que vive la Argentina. Y expresó la coincidencia de valores entre ADEPA y La Voz: “El impulso a la educación, a la justicia, a la institucionalidad, y una mirada federal, al desarrollo del país todo”, enfatizó.





Daniel Dessein leyendo el informe semestral sobre Libertad de Prensa.

## Informe de Libertad de Prensa de ADEPA: “Ante un nuevo ciclo político”

Durante su 184ª Junta de Directores, ADEPA emitió el [Informe semestral de Libertad de Prensa](#) en el que detalló las principales situaciones que afectan el ejercicio periodístico en la Argentina.

Las graves amenazas a medios y periodistas que se vienen reiterando desde hace varios años en la ciudad de Rosario fueron la principal alarma expresada por el informe, que fue leído por el presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información de ADEPA, Daniel Dessein.

El informe de ADEPA detalla la serie de intimidaciones que padecieron los medios y periodistas rosarinos, y que luego también impactaron en medios de alcance nacional.

El 12 de marzo pasado, el periodista Sebastián Domenech del canal TodoNoticias recibió en su celular una amenaza dirigida a su colega Nelson Castro, que se encontraba en ese momento realizando una cobertura en Rosario. “Va a terminar como Cabezas”, decía el mensaje, y agregaba; “Decíle que si llega a Seguí y Oroño lo sacamos a tiro(s)”.

El mismo día, en Rosario, también fue amenazado “en vivo” Alejandro Pueblas, de América 24, mientras hacía un móvil en Rosario.

“El homicidio de José Luis Cabezas, el 25 de enero de 1997, trazó un límite que nunca más fue cruzado. Esa línea fue trazada, primero, por un periodismo unido detrás de esa causa, y remarcada luego por toda la sociedad. Desde entonces, no hubo que lamentar el asesinato de ningún otro periodista argentino por ejercer su oficio. Esto nos diferencia de buena parte de los países de nuestra región en los que el asesinato de periodistas es habitual. El aumento feroz de la violencia criminal en Rosario en las últimas semanas nos acerca a esa frontera no traspasada desde hace más de un cuarto de siglo”, advirtió Dessein.

Y agregó que es fundamental que autoridades locales y federales, y de los tres poderes del Estado, investiguen y sancionen a los responsables de las amenazas. Y que velen por la seguridad de quienes asumen con coraje la misión de informar. “Esto exige la revitalización de protocolos de seguridad como el que impulsó ADEPA, e instauró el Ministerio de Seguridad de la Nación en 2016, para luego caer en el olvido durante la gestión posterior. El periodismo requiere políticas decididas para proteger su tarea de iluminar las zonas opacas de nuestra sociedad. De la oscuridad se alimenta el narcotráfico”, enfatizó Dessein.

El informe de ADEPA, aprobado durante la Junta de Directores, enumeró también numerosos ataques a periodistas en coberturas de manifestaciones públicas, especialmente en los casos de cronistas que recibieron heridas de balas de goma de fuerzas policiales y golpes e insultos de manifestantes que protestaban en las inmediaciones del Congreso Nacional durante el debate en el recinto de la denominada “Ley Bases”.

Además, en otro de los capítulos, el reporte analiza la situación económica de la industria periodística, y alerta que la sustentabilidad de la prensa requiere el respeto irrestricto de los derechos de propiedad de los generadores de contenidos.

“La preservación de los derechos de propiedad y la posibilidad de una competencia justa requieren reglas. La desfinanciación del periodismo conlleva el debilitamiento de una herramienta clave para la democracia en un mundo en el que crecen peligrosamente la polarización y la desinformación”, comentó Dessein, para luego detallar los antecedentes que ya se dieron en regiones y países como Europa, Australia y Canadá, donde se han fijado límites a las asimetrías, los abusos en el mercado publicitario y el uso de conte-

nidos ajenos por parte de las grandes plataformas.

Por último, el informe de ADEPA se refirió a los daños que la violencia verbal le causa a la libertad de prensa y a la democracia, en alusión a las amenazas y ataques físicos directos a periodistas, el avasallamiento de los derechos de propiedad que sustentan a la prensa o cuando avanzan propuestas legislativas que la desconocen, pero también cuando se denuestran en declaraciones públicas el oficio con generalizaciones agraviantes.

“Si las descalificaciones provienen de altos funcionarios públicos, aumenta el daño que se infiere a la profesión y a la libertad que requiere el periodismo para desenvolverse. Se incrementa, además, el peligro de que la violencia verbal alimentada por las descalificaciones se transforme en violencia física. El insulto puede ser la antesala de algo peor”, dijo Dessein.

ADEPA ha cuestionado públicamente las descalificaciones presidenciales dirigidas a periodistas, en las primeras semanas de este año. Información inexacta o intencionada, según la visión del Presidente, fue cuestionada con acusaciones volcadas en su cuenta de X. “Todo periodis-

ta o medio puede equivocarse u ofrecer una opinión o información que resulte imprecisa, inadecuada o molesta para un funcionario o para un ciudadano común. Y esto legítimamente puede dar lugar a la expresión de discrepancias o al señalamiento del eventual error, brindando datos que lo evidencien o lo refuten”.

El informe finalizó con un llamado a que la democracia argentina regenere las condiciones propicias para el diálogo activo y profundo que la constituye, y en ese marco, el papel que juega la prensa. “El periodismo diariamente propone una agenda de hechos verificados y de temas que nutren el debate ciudadano necesario para arribar a consensos en la construcción del proyecto colectivo. Lo hace desde ángulos y con enfoques diversos, con errores y aciertos, con propuestas de mayor o menor calidad que son evaluadas por las audiencias”, aportó el informe. “Los dirigentes -agregó-, y también el resto de los ciudadanos, debemos preservar ese sistema ineludible para la protección de nuestras libertades, el mantenimiento de una convivencia armónica y la construcción de un futuro común”.

El informe completo se puede descargar [haciendo clic acá](#).



# 184<sup>a</sup> JUNTA DE DIRECTORES

## EN FOTOS



1



2



3



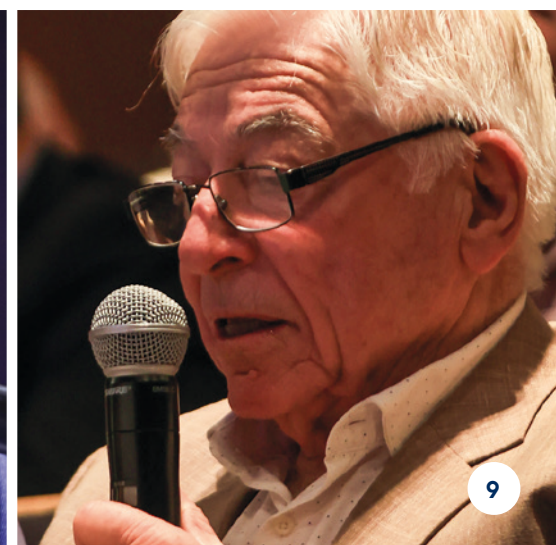
4



5

1) José Claudio Escribano. 2) Izq. a der.: Pablo Deluca, Martín Etchevers y Daniel Desein. 3) Sabrina Salvi y Cecilia Gargatagli 4) Vista general del evento. 5) Vista general del evento.





6) Izaq. a der.: Andrés D'Alessandro, Gastón Pauls, Virginia Messi, Germán de los Santos y Luis Scasso. 7) Guillermo Ignacio y Carlos Jorner. 8) Francisco Muñoz. 9) Miguel Gaita.





**10)** Vista general de la comida de camaradería. **11)** Vista general de la comida de camaradería. **12)** Izq. a der.: Manuel Adorni, Martín Etchevers y Guillermo Ignacio. **13)** Vista general de la comida de camaradería. **14)** Izq. a der.: Cristian Ritondo, Martín Etchevers y Manuel Adorni. **15)** Vista general del evento.



# Alicia Zorrilla disertó en la Junta de Directores de ADEPA sobre lengua española y periodismo

La presidenta de la Academia Argentina de Letras, Alicia Zorrilla, dio una conferencia en la 184ª Junta de Directores de ADEPA. En su participación, disertó sobre lengua española y periodismo, con la coordinación de Carlos Jornet, director periódico de La Voz y presidente de la Comisión de Capacitación Multiplataforma de ADEPA.

La disertación incluyó un detallado análisis de errores ortográficos, gramaticales o semánticos comunes (y no tanto) en los medios. Al final, Zorrilla señaló: «En conclusión, advertimos que el uso del español en nuestros diarios —aun dentro de un mismo diario— no es homogéneo, debe perfeccionarse. Para preservar la calidad idiomática, para que los textos periodísticos respondan realmente a los principios de la comunicación y difundan la belleza de la palabra, los periodistas «deben saber» escribir y «tienen que saber» redactar —repetimos que no son sintagmas sinónimos— para corregir con idoneidad. No corrige bien quien no escribe bien, y no redacta bien quien desconoce las normas que rigen el uso de nuestra lengua. Dice con acierto Luis Núñez Ladevèze que «la aceptación de normas es compatible con la creatividad individual» y más aún —agregamos—, con la responsabilidad que cada periodista tiene para con no-

sotros, que necesitamos comprender lo que escribe a fin de informarnos cabalmente y de vivir sin máscaras, y para con su lengua, de la que tiene que apasionarse día a día con la certeza de que la pasión implica etimológicamente ‘sufrimiento’.

Por eso, a pesar de la prisa con que deben entregarse las noti-

cias, corregir lo escrito, pulirlo, es un acto de amor, significa despedir el artículo más enjundioso o la noticia más breve con un abrazo entrañable».

Se puede acceder a la ponencia completa [haciendo clic aquí](#). También está disponible [en nuestro canal de YouTube](#).

## Diego Sehinkman se refirió al panorama político a 100 días del mandato de Javier Milei

Diego Sehinkman, periodista y conductor del ciclo “Solo una vuelta más”, de TodoNoticias, estuvo presente en la 184ª Junta de Directores y analizó el mandato del actual presidente a cien días de haber asumido. Daniel Dessein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información de ADEPA, fue el encargado de la coordinación de la charla.



# Innovación y colaboración, las claves de cuatro medios argentinos para mantener el negocio en 2024

Desde alianzas hasta membresías, cómo sobrellevan la actualidad de la industria en las redacciones de Cenital, El Eco, Diario Núcleo y El Libertador.

En el marco de la 184ª Junta de Directores de ADEPA, el miércoles 20 de marzo por la tarde se llevó adelante la charla “Complementariedad, expansión y desarrollo tecnológico. Las estrategias de cuatro medios”. El panel estuvo integrado por **Rodrigo Rotonda**, de [El Eco de Tandil](#), **Agustina Gewerc**, de [Cenital](#), **Juan Carlos Fernández Llano**, de [El Libertador de Corrientes](#), y **Leandro Lebensohn**, de [Diario Núcleo de Pergamino](#).

Quien dio inicio a la charla fue Rotonda, del diario tandilense con más de 150 años de historia, quien comenzó haciendo mención a la suspensión de la pauta oficial nacional, y de cómo esto afectó la situación de varios medios. “Lisa y llanamente nos dejaron de dar pescado. Hay medios que aprendieron a pescar, hay otros medios que se acostumbraron a comer de ese pescado durante muchísimos años. La plata es a las empresas como el oxígeno es a las personas, con un montón de otras consecuencias que eso genera”, puso sobre la mesa.

**De izq. a der.:** Leandro Lebensohn (Diario Núcleo de Pergamino); Rodrigo Rotonda (El Eco de Tandil); Agustina Gewerc (Cenital), y el moderador Andrés D’Alessandro.

El Eco está en un proceso de cambio desde los últimos 15 años. “Nosotros como medios locales tenemos un valor intrínseco que es muy difícil ponerle un precio. Entonces, tenemos que transformarnos en organizaciones de servicios que trasciendan las fronteras de lo que son los contenidos”, expuso Rotonda y explicó que, en su caso, pasaron de solamente vender publicidad a un modelo distinto de monetización. “Tratamos de generar relaciones a largo plazo con planes anuales.

Vendemos un contenido. Porque nos ven como expertos en un montón de cuestiones”, agregó.

Para Rotonda, la industria de medios va a virar. “Los ingresos por publicidad o ingresos por lectoría van a ser secundarios. De hecho, este año en Tandil ya estamos armando una marca, que se llamará Rotonda, donde vamos a tener distintas verticales, vamos a ser los medios para conseguir inversores, por ejemplo. Estamos empezando a desarrollar dos negocios inmobiliarios, y tenemos también parte de lo que es agropecuario”, explicó el empresario. Y cerró con una definición: “No quiero ser crudo, pero para mí el negocio de los medios como negocio se acabó. Si queremos que la industria periodística siga adelante, tenemos que salir de la caja en la que crecimos”.



## Innovar para mantenerse vigente

Agustina Gewerc, directora de Producto de Cenital, un medio más joven con 5 años de historia, contó su experiencia apostando al modelo de membresía. Este modelo, al que llaman “Mejores Amigos”, ya cuenta con más de 5000 personas que aportan dinero mensualmente y, al analizar los ingresos de 2023, 51,7% de los mismos vinieron de esa comunidad (el 45,5% correspondió a publicidad y el 2,9% a fondos concursables).

“Membresía no es lo mismo que suscripción. No es transaccional. Propone un vínculo más emocional entre las audiencias y el medio porque implica una pertenencia. Y producir periodismo de calidad es algo caro. Implica, también, que las personas entiendan que no vamos a poner ninguna restricción para leer, pero sí pedimos que si pueden pagar una membresía, lo hagan. Entendemos que es más democrático. Es un modelo de concientización. Y va generando una comunidad de lectores que se sienten parte de un proyecto periodístico que existe gracias a ese aporte de los lectores”, explicó Gewerc.

La directiva también remarcó que en Cenital están constantemente aprendiendo nuevas formas de fidelizar a su audiencia. “La persona tiene que involucrarse con nuestros contenidos para que eso genere un hábito. El reto está en cómo convertirlos en lectores habituales y que nos incorporen a su dieta informativa”, dijo. Y agregó que como desafíos para este año están surfear la coyuntura argentina, pero también llevar adelante un plan de expansión el cual tiene

proyectado incorporar muchos autores nuevos. “Creemos que, más allá de todo, es un buen momento para invertir en periodismo porque es súper necesario”.

El correntino Juan Carlos Fernández Llano, por su parte, contó la experiencia innovadora que están desarrollando desde El Libertador en conjunto con otros dos grandes medios provinciales: El Litoral y Época. El gerente general del diario explicó que frente al aumento de los costos de impresión y la desaparición de ingresos por pauta oficial, decidieron juntarse y ponerse de acuerdo para dividirse los días de publicación semanal. Así, lunes y martes sale solo El Libertador, miércoles y jueves sale solo el Diario Época, y viernes y sábado sale solo El Litoral. Los tres se publican los domingos. En una [entrevista exclusiva con ADEPA](#), Fernández Llano dio detalles sobre el acuerdo entre los medios correntinos.

De esta manera se lograron dos cosas: que el lector tenga todos los días un diario en la mano y que los tres diarios capten nuevos lectores. Así, la venta aumentó entre un 200% y 300% los días en los que salen exclusivamente, y, a la vez, lograron una reducción de costos de casi un 50% en lo que refiere a impresión.

El próximo paso va a ser imprimir los tres en un mismo taller y empezar a trabajar en conjunto en el abordaje de estrategias publicitarias con anunciantes públicos.

## El peso del periodismo local

Leandro Lebensohn, de Diario Núcleo de Pergamino, estuvo a cargo del cierre. Este vertical di-

gital es parte del diario Democracia, un medio tradicional de Junín. Hace dos años la empresa lanzó este nuevo portal con foco en atender las noticias de las localidades de Pergamino, Rojas, Colón y Salto, con periodistas de la zona y de cada localidad.

Lebensohn hizo foco en la relevancia que el periodismo local debería tener dentro del periodismo nacional. Y puso como ejemplo su experiencia cubriendo la reciente tragedia de Blaquier, el pueblo donde murieron seis personas por un accidente en un pozo cloacal. “Nosotros conocíamos a las víctimas, teníamos periodistas en el lugar, la información salió de nuestra redacción pero terminó siendo un commodity”, planteó. “Muchos diarios que empezaron a copiar o reproducir citando algunos, pero otros sin citar el enlace a la nota original, entonces yo creo que uno de los puntos que habría que discutir con la industria es cómo el periodismo local es reconocido por el linkeo correcto, para que nosotros también tengamos el reconocimiento”, agregó Lebensohn.

Planteó el debate, entonces, de que un paso importante para reconocer al periodismo local sería que el uso de las noticias tenga algún tipo de retribución. “A nosotros nos cuesta hacer noticias locales. Estamos cubriendo 15 partidos de la provincia de Buenos Aires, llegamos a cubrir 600.000 habitantes, y ese esfuerzo periodístico en algún momento tiene que ser recompensado”, concluyó.

Se puede acceder al video completo del panel [haciendo clic aquí](#).





Álvaro Liuzzi exponiendo sobre cómo interpelar la irrupción de la Inteligencia Artificial en la industria de los medios y el periodismo.

cantidades de datos para identificar patrones y tomar decisiones a nivel técnico”, definió.

Cuando hablamos de inteligencia artificial parece que estamos hablando de algo novedoso, pero en realidad estamos hablando de algo que tiene más de 70 años. Liuzzi hizo, entonces, un recorrido por la historia de la IA, empezando por Alan Turing, padre de la inteligencia artificial, pasando por sus veranos e inviernos, hasta llegar a la irrupción de ChatGPT, el 30 de noviembre de 2022.

“Hay un concepto que a mí me gusta usar que es el de compuerta evolutiva que habla un poco de lo que sucede en estos momentos de cambio, de ruptura, que son esos momentos a lo largo de la historia cuando el mundo cambia de un momento a otro de una manera vertiginosa”, explicó Liuzzi. Y aclaró: “Actualmente estamos en el mundo sintético con la irrupción de la inteligencia artificial”.

La llegada de la IA abre un montón de interrogantes, particularmente Liuzzi planteó uno que es dónde va a quedar la creatividad humana, no solamente en el periodismo sino en un montón de otras áreas. Y, a su vez, la tecnología también tiene algunos riesgos

## La inteligencia artificial en las redacciones: su utilidad y casos de uso

El especialista Álvaro Liuzzi habló en ADEPA sobre la historia de esta tecnología y cómo se está aplicando hoy en medios del mundo y de Argentina. Cuáles son las oportunidades y los riesgos.

El segundo panel de la tarde del miércoles 20 de marzo, en el marco de la 184a Junta de Directores de ADEPA, estuvo a cargo de Álvaro Liuzzi, comunicador y consultor de medios digitales, capacitador de “Redacciones 5G”, programa de TELECOM Argentina.

Titulada “Periodismo Sintético: Ideas para interpelar la irrupción de la inteligencia artificial en la industria de los medios y el periodismo”, su charla abordó algunos de los temas que están más en agenda hoy para el periodismo a partir

de la irrupción de los modelos de lenguaje que se utilizan para realizar tareas relacionadas con el procesamiento del lenguaje natural.

Liuzzi comenzó con una definición de inteligencia artificial. “Es, básicamente, la capacidad que tienen las máquinas para realizar tareas que hasta hace muy poco tiempo sólo podíamos desarrollar los humanos. Es el desarrollo de algoritmos y modelos matemáticos que permiten a las máquinas procesar y analizar grandes

y limitaciones, sobre todo la versión 3.5, que es la versión gratuita de ChatGPT, por la opacidad sobre el corpus de datos con que se entrenó el modelo. “Son una caja negra como las de los aviones, no se sabe bien cómo entrenaron a este modelo de inteligencia artificial. Muchas veces nos devuelven respuestas verosímiles, pero que no son veraces, esto para el uso en el periodismo es clave”, aclaró Liuzzi.

Pero también hay un aspecto positivo en relación a la creatividad. Para Liuzzi puede usarse como un catalizador: “Si la web social y multimedia revolucionó todo lo que fue el acceso, la era de la inteligencia artificial puede aportar muchos aspectos desde lo creativo y fuerzas de producción sintéticas a escalas inéditas. Pensemos cada periodista con un asistente virtual especializado o entrenado en algún tema particular que lo ayude a tener mejores perspectivas en sus notas, saber distribuir lo mejor para redes sociales, un montón de aplicaciones dentro de las redacciones”, mencionó.

Se puede acceder al video completo del panel [haciendo clic aquí](#).



## Nuevas formas de monetización gracias a la IA: cómo aplicarlo a los medios

En el marco de la 184ª Junta de Directores de ADEPA, Matías Battolla y Rocío Oyarzun de Powerbeans subieron al escenario para protagonizar el panel “Navegando modelos de negocio potenciados por IA”.

El cofundador y CEO junto con la Product Manager de la compañía que nació hace un año, compartieron sus visiones sobre cómo la inteligencia artificial está transformando el panorama de los medios de comunicación, ofreciendo tanto desafíos como oportunidades.

Oyarzun comenzó planteando tres desafíos de la implementación de la IA en las redacciones: la necesidad de procesos de revisión y edición, los desafíos de legado e interacción y la retención de talento.

Accede a la nota completa [haciendo clic acá](#).



Panel integrado por Juan Manuel Lucero y Connie Niebuhr (Google News Initiative), Gastón Serralta (DosUnos), Ana Tronfi (ADN Sur) y Paula Boglione (Nueva Rioja).

## Transformación cultural e implementación: cómo llevar adelante una estrategia digital en los medios

Los resultados de los laboratorios de audiencias y monetización de ADEPA y GNI con 50 medios de todo el país.

En otro de los paneles informativos que se llevó a cabo en el marco de la 184ª Junta de Directores de ADEPA, el pasado 20 de marzo, Juan Manuel Lucero, a cargo de la Google News Initiative, compartió su experiencia y la de la empresa tecnológica en el trabajo que tienen en colaboración con la industria de medios.

“En esta era, adaptarse a la digitalización no es una opción sino un imperativo para alcanzar un éxito compartido con la industria”, sentenció al inicio

de su discurso. Lucero explicó que la Google News Initiative comenzó un nuevo capítulo en su historia con una misión firme: seguir promoviendo un ecosistema de noticias más digital, más sostenible y, sobre todo, más innovador. “Juntos no solo enfrentamos el futuro, sino que lo estamos modelando, asegurando que el periodismo florezca en la era digital, guiado por nuestras experiencias compartidas, pasadas y alimentada por nuestras ambiciones colectivas”, mencionó Lucero.

En este contexto de la nueva era digital, dijo, es necesario redefinir el valor que ambas partes aportan en esta alianza. “Creemos que hemos sido socios en muchos de los grandes avances de la digitalización de la industria periodística a través de diversos programas que apoyaron el desarrollo de tecnologías innovadoras que hoy muchos medios están usando y comercializando”, mencionó y resaltó que los retos que ven hoy los invitan a replantear sus estrategias y el enfoque de su colaboración con los medios. “Estamos experimentando un cambio que es sutil pero significativo que nos motiva a explorar modelos de asociación que vemos como más dinámicos y adaptables”, agregó el referente de Google News Initiative.

Para avanzar, Lucero consideró que es necesario ser flexibles, creativos y desafiar las convenciones establecidas. “La producción y el consumo de noticias está en medio de una transformación sin precedentes. La manera en que consumimos, compartimos e interactuamos con las noticias se está redefiniendo”, advirtió y subrayó que a medida que nos acercamos a nuevos horizontes tecnológicos, la aparición de la IA ofrece un potencial que desde Google ven como “extraordinario”, así como también augura desafíos significativos.



“El camino hacia adelante para nosotros no es solamente aprovechar el poder de la IA sino hacerlo con responsabilidad, comprometidos con la verdad y la calidad de la información. Y como socios en este viaje, nuestro objetivo es asegurar que esas innovaciones que desarrollamos mantengan esos valores. Para lograr esa visión para nosotros es fundamental: lograr una profunda exploración y, por otro lado, el desarrollo de habilidades”, concluyó Lucero.

## La experiencia de trabajo con los medios

ADEPA y Google llevaron adelante el año pasado una serie de laboratorios de audiencias y monetización en los que participaron más de 40 medios de todo el país.

Gastón Serralta, de la firma [Dokus](#), que llevó adelante el trabajo con los medios, destacó tres desafíos en los que se trabajaron.

El primer desafío tiene que ver con el acceso a entender cómo funcionan las tecnologías en general. Del lado de audiencias, para entender cómo se mide y cómo se identifican. Y del lado de los ingresos publicitarios, entender cómo implementar formatos publicitarios que funcionen, que le aporten a la audiencia. “La tecnología en general suele ser una barrera y en la

mentoría individual ahí hicimos el gran diferencial. Haciendo capacitaciones específicas para cada medio, haciendo un repaso de cómo funciona la tecnología”, recordó Serralta.

El segundo tiene que ver con el desafío huevo-gallina: ¿Primero genero un producto y luego veo cómo lo monetizo? ¿O al revés? “Hicimos varios recorridos en lo individual que ayudaron a que ese desafío sea saltado. En algunos casos tenemos que pensar mejores productos que nos permitan interactuar con la audiencia y nos permitan monetizar, pero siempre de la mano. En otros casos tuvimos que reinventar algún producto pensando en la monetización, pero pudimos establecer que hay formas de salir de ese desafío y entender que tienen que ir juntos”, explicó Serralta.

El tercero y el más grande de todos es la transformación cultural. Y cómo lograr que accionistas, directores, dueños, entiendan que hay un mundo por recorrer y que no alcanza solo con una capacitación: hay que darse vuelta e implementar.

En la charla también estuvieron presentes Ana Tronfi del medio [ADN Sur](#), de Chubut, y Paula Boglione, de [Nueva Rioja](#), de la provincia de La Rioja. Ambas contaron su experiencia de trabajo con los laboratorios.

“Yo represento a un medio del interior, donde esto del cambio cultural cuesta mucho. Y muchas veces lo que más nos cuesta es la motivación. Este laboratorio sirvió mucho para que cada uno pueda sumar más gente y ahí creo que está la importancia de las mentorías personalizadas. Y también nos cuesta bajar a la práctica diaria, a implementar. Muchas veces hasta repetimos capacitaciones pero no logramos bajarlo a cuestiones concretas. Por eso las mentorías personalizadas nos ayudaron, incluso viendo en tiempo real las cosas que hacíamos”, explicó Boglione.

Por su parte, Tronfi destacó su experiencia con el manejo y entendimiento de métricas. “Nos encontramos en el marco del laboratorio con un dato que se nos había escapado y era que en 2023 nuestros usuarios únicos en Neuquén, sin hacer nada de nuestro lado, estaban subiendo. Encontramos potencial. Esta es la clave de las métricas. Y de este dato puntual nos tomamos para el 1 de enero hacer una contratación de un equipo específico para Neuquén y armar nuestra tapa geolocalizada en Neuquén”, concluyó.

Se puede acceder al video completo del panel [haciendo clic aquí](#).



Panel integrado por Virginia Messi (Clarín), Germán de los Santos (La Nación), Luis Scasso (Director de OEI) y Gastón Pauls (representante de La Casa de la Cultura de la Calle).

## Cómo los medios están encarando las agendas sobre el narcotráfico y las adicciones

Los periodistas Virginia Messi y Germán de los Santos cuentan en primera persona cómo es el trabajo de los profesionales que cubren la espiral de violencia del narcotráfico en Rosario. Además, la visión de la OEI y la experiencia de Gastón Pauls trabajando con la Casa de la Cultura de la Calle en temas de adicciones.

Para cerrar la jornada de charlas de la 184a Junta de Directores de ADEPA se llevó a cabo el panel “Las agendas sobre el narcotráfico y las adicciones en los medios”, que contó con la presencia de Luis Scasso, director de OEI Argentina, el actor Gastón Pauls, en representación de la Casa de la Cultura de la Calle, y los periodistas especializados Germán de los Santos (La Nación) y Virginia Messi (Clarín).

El panel buscó, primero, poner sobre la mesa el asunto del con-

sumo problemático de sustancias en la Argentina, pero también entender cuál es el rol del periodismo en la cobertura de esos temas y en el tratamiento del narcotráfico.

Scasso inició la charla con un análisis sobre la situación general. “Lo primero que identificamos es que es una problemática de carácter estructural. A nivel global estamos en un período de la historia de la humanidad de transición civilizatoria. Los seres humanos no estamos prepara-

dos para cambios tan profundos y, por primera vez en la historia, cambios que se producen a esta velocidad”, expuso.

Y continuó para poner foco sobre la alta incertidumbre que atraviesa a los argentinos y las consecuencias que eso puede traer en las personas: “Sobre eso viene un proceso acumulativo de exclusión social. Una cantidad de chicos y chicas que no tienen la posibilidad de estructurar un proyecto de vida. Ese es un caldo de cultivo para la expansión fenomenal del consumo de sustancias que pone hoy a la Argentina en el top de prevalencia en el consumo de sustancias y que se está comiendo a nuestra juventud. Vivimos una pandemia silenciosa, y no estamos diciendo nada al respecto”, denunció.

La OEI trabaja en conjunto con la Casa de la Cultura de la Calle, creando espacios de trabajo colectivos para abordar esta problemática a través de campañas de comunicación, instancias de formación y capacitación y de un esfuerzo enorme por desnormalizar el consumo.

En ese sentido, Pauls dio su testimonio. “En los grupos a donde voy decimos siempre ‘soltá la lupa y agarrá el espejo’, lo que implica dejar de mirar lo que hizo el otro para ver qué estoy haciendo yo en mi redacción, en mi programa”. Y analizó: “En este momento de la humanidad lo



más positivo y negativo que trae la interconectividad es que esa hiperconectividad puede ser utilizada para un lado o para el otro. La hoja de coca no es el problema, el problema es qué es lo que se hace con la hoja. Es, todo el tiempo, de qué manera tomamos decisiones correctas. La prevención puede no ser un gran negocio, porque no vemos el resultado ahora. Lo vamos a percibir más adelante. El compromiso es el que cada uno, mirándose al espejo, pueda hacer para generar un país mejor”.

Pauls planteó que hoy el consumo tiene prensa, pero la recuperación no. Y propuso un plan de acción: “Hay que trabajar en la generación de personas libres. Desde la Casa de la Cultura de la Calle creamos un espacio para que los chicos entiendan que hay un abanico más grande que salir a matarse o quemarle la vida al otro. Que hay un abanico de expresión, de espacio para no ser esclavos”.



## El debate sobre el periodismo y el narcotráfico

Luego, Messi y De los Santos expusieron en primera persona cómo es el trabajo de los periodistas frente a esta realidad.

Messi, que cubre policiales hace 30 años, estrenó recientemente el documental “Por qué sangra Rosario” y contó su proceso. “Rosario es muy difícil de entender entonces ahí me puse a estudiar y surgió el proyecto de hacer este documental que a mí me pone particularmente orgullosa, no solo porque entrevistamos a los tres principales narcos, sino porque contestamos a la pregunta”, mencionó la periodista.

Y puso en discusión un tema polémico: ¿Hay que entrevistar a los narcos?”. Su respuesta fue categórica: “Sí, hay que entrevistar a todo el mundo, la cuestión es cómo lo entrevistás. Me parece que la complejidad de Rosario y la complejidad del narcotráfico hacen que esas voces, siempre tamizadas porque ellos tienen un interés en declararse inocentes o bajarse el precio, también aportan. Cada una de esas tres entrevistas a mí me aportó visiones interesantes sobre la conflictividad en Rosario”, dijo.

En eso De los Santos coincidió: “Para mí tiene un valor periodístico gigantesco escuchar a todos y eso es un grave problema hoy del periodismo, cuando se tiene que empezar a tratar estos temas tan complejos. De no tener una mirada parcial, sesgada y,



sobre todo, empezar a consultar y tener fuentes muy diversas. Y cuando hablamos de muy diversas hablo de fuentes oscuras, que también nos ayudan a entender esto, porque si solamente el periodismo consulta a los buenos, no vamos a entender este problema. Por eso hay que meter las patas en el barro, y es lo que hacemos permanentemente”.

Además, el profesional de La Nación, coautor de los libros “Los Monos” y “Rosario” con Hernán Lazcano, alertó sobre la situación de los periodistas en la ciudad santafesina: “La situación de los periodistas es cada vez más riesgosa, como la de todos los rosarinos. Ya no se puede ir a muchos barrios de Rosario porque la policía que tiene que proteger a los periodistas lo primero que hace es irse intencionalmente para dejar expuestos a muchos cronistas. Esta dinámica que sucede en Rosario nos lleva a poner estos temas en discusión”, concluyó.



## Aniversarios de abril

---

### Diario Núcleo, Pergamino

1 / 04 / 2022

### Tiempo Sur, Río Gallegos

1 / 04 / 1997

### Diario El Libertador, Corrientes

2 / 04 / 1998

### Notife.com, de Santa Fe

7 / 04 / 2003

### Misiones Online, Posadas

10 / 04 / 2000

### El Diario de Pringles, Cnel. Pringles

11 / 04 / 2005

### ADN Sur, Comodoro Rivadavia

12 / 04 / 2012

### Red/Acción, Buenos Aires

16 / 04 / 2018

### O221, La Plata

16 / 04 / 2018

### El Tribuno de Jujuy

19 / 04 / 1980

### Diario del Viajero, Buenos Aires

27 / 04 / 1986

### El Sol, Mendoza

28 / 04 / 2000

## Homenaje a fallecidos

---

### Roberto Zamit

Falleció el 19 de marzo, a los 71 años. Era presidente del Diario Crónica de Comodoro Rivadavia. Hijo del fundador del diario, Diego Zamit, comenzó a trabajar en el periodismo a los 18 años. A lo largo de su extensa carrera en Crónica, dio continuidad al legado de su padre. Actualmente, se desempeñaba como administrador del diario, llevando adelante los destinos económicos y financieros.



### Jorge Dorio

Falleció el 13 de marzo de 2024 a los 65 años. Periodista, escritor, poeta y actor. Fue conductor y/o panelista en recordados ciclos televisivos y radiales como “Badía y Compañía”, “Sueño de una noche de Belgrano”, “El Monitor Argentino” y “La venganza será terrible”. También tuvo una participación en los ciclos televisivos “Gran Hermano” y “6,7,8”. En gráfica, fue colaborador del diario Convicción y dirigió junto a Martín Caparrós varios números de la revista semanal Babel.



## Socios Institucionales

---

Pan American  
**ENERGY**

telecom

PROPYMES **20**  
AÑOS

Google  
News Initiative

∞ Meta

**DOW**

## Agenda

---

### ABR. 2024

#### Foro de innovación digital y derechos de propiedad intelectual

Abril 8, 2024.  
Montevideo, Uruguay.

*Ver online*

---

### ABR. 2024

#### DIGITAL MEDIA LATAM - WAN-IFRA

Abril 11 - 12, 2024.  
Ciudad de Panamá.

*Ver online*

---

### ABR. 2024

#### REUNIÓN DE MEDIO AÑO - SIP

Abril 17 - 19, 2024.  
Virtual.

*Ver online*

---

### ABR. 2024

#### INMA WORLD CONGRESS OF NEWS MEDIA

Abril 23- 25, 2024.  
Londres.

*Ver online*

---

### ABR. 2024

#### ISOJ

Abril 12 - 13, 2024.  
Austin, Texas.

*Ver online*

---

### MAY. 2024

#### Premios a la Excelencia Periodística - SIP

Convocatoria abierta hasta el 31 de mayo.

*ver online*

---

### JUN. 2024

#### Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación "Javier Valdez" - IPYS

Convocatoria abierta hasta el 2 de junio.

*ver online*

---

### JUN. 2024

#### 13° Congreso de Periodismo Multiplataforma - FOPEA

Junio 14 - 15, 2024  
Ciudad de Córdoba, Argentina.

*ver online*

---

### JUL. 2024

#### 12° Festival Gabo

Julio 5 - 7, 2024  
Bogotá, Colombia.

*ver online*

---

### SEP. 2024

#### LATAM MEDIA LEADERS SUMMIT - WAN-IFRA

Septiembre 17 - 18, 2024.  
Bogotá, Colombia.

*Ver online*

---

### SEP. 2024

#### Asamblea Anual - ADEPA

Septiembre 2024.

*Sede a confirmar*

---

### OCT. 2024

#### 80° ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP

Octubre 17-20, 2024,  
Córdoba, Argentina.

**Director editorial:** Guillermo Ignacio. **Edición periodística:** Andrés D'Alessandro.  
**Redacción:** Malena Figueroa y Julieta Long. **Diseño:** Facundo Segura.