



## Posadas será sede de la Asamblea de ADEPA en septiembre



Homenaje a José Ignacio López en el Día del Periodista

Nuevo informe de tendencias globales del Reuters Institute



Reunión del Consejo Ejecutivo de ADEPA.

## Consejo Ejecutivo de ADEPA: Posadas será sede de la próxima Asamblea anual

El Consejo Ejecutivo de ADEPA mantuvo un nuevo encuentro mensual el pasado 27 de junio, en la sede de la institución en Buenos Aires. Los integrantes de la conducción de la entidad dialogaron sobre la situación de los medios en todo el país, que enfrentan una situación crítica, en un contexto global afectado por la transformación del modelo de negocios, especialmente en el ecosistema digital.

Durante el encuentro, los directivos analizaron posibles caminos para enfrentar la crisis actual. Los medios argentinos viven una era de enormes retos, de nuevas y viejas amenazas, de una incertidumbre perma-

nente que ante cada supuesta respuesta o certeza vuelve a acechar e interpelar con nuevos fenómenos tecnológicos, culturales, políticos y económicos.

Tal como la entidad lo viene señalando en sus últimas reuniones y encuentros públicos, la situación crítica atraviesa el modelo de negocios, amenazado por la migración y la nueva concentración publicitaria, por la intermediación forzada y opaca de jugadores globales, por el free riding de los contenidos; atraviesa la misión periodística, empañada por fenómenos como la polarización algorítmica, las fake news y la inteligencia artificial; y atraviesa durísimas realidades

que incluso trascienden las tradicionales presiones políticas o económicas, como el narcotráfico y el crimen organizado.

Durante el encuentro mensual, los directivos de ADEPA analizaron diferentes estrategias para implementar en los próximos meses, incluyendo contactos directos con las empresas anunciantes del sector público y privado para dialogar sobre las estrategias publicitarias en medios impresos y digitales, así como la modernización de los convenios laborales del sector, que siguen bajo regímenes obsoletos y anacrónicos.

Estos debates serán los ejes fundamentales también de la próxima Asamblea anual de ADEPA, que tal como se aprobó en mayo pasado por el Consejo Ejecutivo, se realizará en la Ciudad de Posadas, capital de la Provincia de Misiones. La convocatoria se realizó para los días 19 y 20 de septiembre, comenzando el miércoles 18 con la reunión habitual del Consejo Ejecutivo y el cóctel de bienvenida para todos los asistentes.

Luego, la agenda de actividades institucionales, sociales y de capacitación se concentrará en los días siguientes, esperando reunir como en cada ocasión a los representantes de los medios de todo el país. En estos días, el equipo de trabajo de ADEPA se encuentra abocado a la elaboración del programa general de la Asamblea.

## Libertad de expresión: Episodios que merecieron atención y seguimiento

Durante la reunión, se analizaron además diversas situaciones con potencial impacto en el ejercicio periodístico y la libertad de expresión en la Argentina. Fue durante la exposición de la Comisión de Libertad de Prensa, a cargo de Daniel Dessein.

Como primer punto, Dessein comentó que ADEPA repudió el grave ataque incendiario contra el móvil de Cadena 3 en las cercanías al Congreso de la Nación, por parte de manifestantes, el pasado 12 de junio. El automóvil incendiado pertenecía al cronista Orlando Morales, a quién los agresores golpearon cuando intentaba subirse al vehículo. Los manifestantes dieron vuelta al auto y comenzaron a prenderlo fuego. Públicamente, ADEPA instó a que se investigue lo sucedido y se sancione a los responsables del brutal ataque.

Respecto del anuncio público, luego corregido y en principio descartado, que había realizado ese mismo día el Ministerio de Capital Humano de la Nación a través de su cuenta en X, sobre la exigencia de una supuesta matrícula para ejercer el periodismo, Dessein recordó que

dicho requerimiento violenta el artículo 14 de la Constitución Nacional, que reconoce a todos los ciudadanos, sin condición ni limitación alguna, el derecho a publicar sus ideas por la prensa. En definitiva, el derecho a la libre expresión.

Por otra parte, Dessein comentó que se recibió información respecto de que la Oficina del Vocero Presidencial de la Casa de Gobierno decidió no renovar la acreditación de Silvia Mercado, una periodista con amplia experiencia en la cobertura de temas gubernamentales.

Desde el Gobierno, las respuestas fueron breves y se enfocaron principalmente en razones administrativas, sin ofrecer de-

tales específicos sobre los motivos exactos detrás de la decisión de revocar la acreditación de Silvia Mercado, quien estaba acreditada por Radio FM Jai.

Se recordó que la Corte Interamericana de Derechos Humanos, en su Opinión Consultiva 5, de 1985, de modo unánime sostuvo que “la colegiación obligatoria de periodistas, en cuanto impida el acceso de cualquier persona al uso pleno de los medios de comunicación social como vehículos para expresar o transmitir información, es incompatible con el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos”.

Se decidió elaborar una declaración respecto de estos dos temas, en las que se se reclame por la incompatibilidad de la colegiación obligatoria de los periodistas con el derecho de toda persona a buscar, difundir y recibir informaciones e ideas



Daniel Dessein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información.

por cualquier medio, conjuntamente con el derecho de la sociedad a recibir información sin restricciones dispuestas por el Estado o por asociaciones gremiales. Y donde se se-

ñale que se debe regularizar las dificultades o las demoras que enfrentan diversos medios periodísticos de nuestro país para que sus profesionales obtengan o renueven sus acreditaciones

en las salas de Prensa de Casa Rosada y otras dependencias estatales.

[Acceda a la declaración completa](#)

## Nuevos dueños en Los Andes

A comienzos de junio se conoció la novedad: un grupo de empresarios mendocinos adquirió el paquete accionario del centenario diario Los Andes, de Mendoza. La operación se cerró con el grupo Clarín, que era propietario del medio fundado en 1882 por la familia Calle.

La cabeza visible de los nuevos dueños tiene una amplia inserción en los negocios de la provincia de Mendoza. Se trata del Grupo Broda, Transportes Andesmar, el Grupo LTN, Da Fré Obras Civiles, Familia Giuffré, Sur France y la empresa Halpern, entre otros.

Fundado por Adolfo Calle el 20 de octubre de 1882, su nieta Elvira Calle de Antequeda le transfirió el paquete mayoritario a la firma Cimeco, formada por los grupos Clarín y La Nación, a comienzos de este siglo, que constituyó una red de periódicos

líderes del interior, a la que sumó La Voz del Interior de Córdoba, de la familia Remonda.

En una nota editorial publicado en el mismo medio mendocino, los nuevos dueños se declararon “comprometidos con los valores republicanos que identifican a los mendocinos y con el crecimiento de la provincia”, y apostaron por “preservar y acrecentar el legado periodístico de uno de los medios de mayor trayectoria, alcance y prestigio del país, corazón editorial de la agenda pública de Mendoza y la región de Cuyo”.

El staff directivo seguirá siendo el mismo que estaba hasta ahora, encabezado por el CEO, Camilo De Lillo, y con Raúl Pedone a cargo de la dirección periodística. Gastón Bustelo y Leonardo Rearte completarán el equipo de conducción.

# Digital News Report: Resumen ejecutivo y hallazgos clave del informe de 2024



La 13ª edición del Digital News Report se basa en datos de 47 mercados de cinco continentes.

cambiantes de las grandes compañías tecnológicas, entre ellas las redes sociales, los motores de búsqueda y las plataformas de video. Algunas ahora explícitamente quitan prioridad a los contenidos periodísticos y políticos, mientras que otras han virado el foco de los medios hacia los “creadores”, y alientan formatos más divertidos y atractivos (incluyendo el video) para mantener más la atención dentro de sus plataformas. Estas empresas privadas no tienen ninguna obligación con respecto a las noticias, pero dado que mucha gente obtiene gran parte de su información mediante esas plataformas que compiten entre sí, tales cambios tienen consecuencias no sólo para el sector periodístico, sino también para nuestras sociedades. Como si esto fuera poco, los veloces avances en el campo de la inteligencia artificial están a punto de poner en marcha otra serie de cambios, como interfaces de búsqueda impulsadas por IA y chatbots, lo que podría reducir aún más los flujos de tráfico a los sitios web y las aplicaciones de los medios, y así se agregaría incertidumbre al futuro de los entornos informativos.

El informe de este año llega en tiempos en los que alrededor de la mitad de la población mundial acude a las urnas en **elecciones nacionales y regionales**, y mientras las **guerras** siguen haciendo estragos en Ucrania y Gaza. En estos contextos difíciles, contar con un periodismo riguroso e independiente sigue siendo más importante que nunca, pero en varios mercados los medios enfrentan los desafíos crecientes de la **desinformación**, la **baja confianza**, los **ataques de políticos** y la **incertidumbre del negocio**.

Nuestras páginas dedicadas a los países están llenas de

ejemplos de despidos, cierres y otros recortes, debido a una combinación de costos al alza, una disminución de ingresos por publicidad y una fuerte caída del tráfico proveniente de las redes sociales. En algunas partes del mundo, estos **retos económicos** han hecho que sea aún más complicado resistir las presiones de empresarios o gobiernos poderosos que buscan influir en la cobertura y controlar las narrativas.

No existe una sola causa para esta **crisis**; se ha ido construyendo con tiempo, pero muchos de los desafíos inmediatos se ven agravados por el poder y las estrategias

La traducción al castellano fue realizada por el periodista argentino Abel Escudero Zadrayec.

Este año, nuestro informe documenta la escala y el impacto de este “**reseteo de las plataformas**”. Con **TikTok, Instagram Reels** y **YouTube** creciendo, analizamos por qué se consumen más videos y qué cuentas convencionales y alternativas (incluidos creadores e influencers) reciben más atención cuando se trata de noticias. Además, exploramos los muy diferentes **niveles de confianza** que tiene la gente en su propia capacidad para distinguir contenidos fiables y no fiables en una variedad de plataformas populares en todo el mundo. Por primera vez, también examinamos detalladamente las actitudes de los consumidores hacia el **uso de IA en el periodismo**, con el apoyo de una investigación cualitativa en tres países (el Reino Unido, Estados Unidos y México). Si bien los medios adoptan rápidamente la IA para hacer sus negocios más eficientes y personalizar contenidos, nuestra investigación indica que deben proceder con precaución: generalmente, el público quiere que en todo momento haya humanos al timón.

Mientras los editores luchan por conectar con gran parte de las audiencias y la creciente cantidad de gente que evita las noticias selectivamente (y en algunos casos, continuamente), también exploramos distintas **necesidades del usuario** para

comprender dónde se hallan las principales brechas entre lo que el público quiere y lo que los medios ofrecen. Y analizamos el precio que se pagan hoy por las noticias online y qué podría atraer a más personas a pagar.

Esta 13ª edición de nuestro Digital News Report, que se basa en datos de **47 mercados de cinco continentes**, nos recuerda que estos cambios no siempre se distribuyen de manera uniforme. Si bien el periodismo en general está en apuros, hay medios en ciertas partes del mundo que continúan siendo rentables, independientes y ampliamente confiables.

Pero incluso en esos países observamos retos en torno al ritmo del cambio, al papel de las plataformas y al modo de adaptarse a un entorno digital que cada año parece volverse más complejo y fragmentado. El panorama general se plasma en este resumen ejecutivo; luego viene la primera sección, con cinco capítulos que aportan análisis adicionales, y después, la segunda sección con las páginas de cada mercado.

**La traducción al castellano fue realizada por el periodista argentino Abel Escudero Zadrayec. Acceda al informe completo [haciendo clic acá](#).**





Ganadores Premios Adepa 2023.

## ¡Continúa abierta la inscripción a los Premios ADEPA al Periodismo 2024!

Como hace treinta y cinco años, ADEPA realiza el certamen de premios anuales, en los que se reconoce la labor de periodistas, editores, fotoperiodistas, ilustradores, dibujantes y diseñadores gráficos. Los participantes tendrán tiempo para participar hasta el 31 de julio, con artículos y trabajos publicados hasta fines de mayo de este año.

Una nueva categoría se incorporó a partir de la 35ª edición,

denominada “Política Internacional”. El objetivo principal de esta categoría es premiar coberturas de medios argentinos sobre sucesos en el exterior y columnas de opinión sobre el panorama global.

Conocé las 23 categorías que conforman la actual edición de los Premios ADEPA al Periodismo: Libertad de Prensa, Solidaridad Social, Periodismo Político, Derechos Humanos,

Ecología y Medio Ambiente, Caricaturas e Ilustraciones, Fotografía, Información General, Artes y Espectáculos, Abogacía Argentina, Educación, Cultura e Historia, Economía, Deporte, Periodismo Científico, Infografía y Periodismo Visual, Periodismo Judicial, Periodismo de Investigación, Cobertura Multimedia, Innovación Digital, Periodismo Universitario, Niñez y Adolescencia y Política Internacional.

La entrega de Premios ADEPA se lleva a cabo desde 1990 y puedes conocer a todos los ganadores en nuestro [Salón de la Fama](#).

[Inscríbete aquí.](#)

# ADEPA

# PREMIOS ADEPA AL PERIODISMO 35° 2024 EDICIÓN



PARTICIPAN TRABAJOS PUBLICADOS ENTRE **EL 1° DE JUNIO DE 2023**  
Y EL **31 DE MAYO DE 2024**. RECEPCIÓN DE TRABAJOS DESDE EL **10**  
**DE JUNIO AL 31 DE JULIO DE 2024**.

CARGÁ TUS TRABAJOS  
EN EL FORMULARIO ONLINE  
CONSULTAS A  
[premios@adepa.org.ar](mailto:premios@adepa.org.ar)

**CATEGORÍAS:** LIBERTAD DE PRENSA SOLIDARIDAD SOCIAL PERIODISMO POLÍTICO DE-  
RECHOS HUMANOS ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE CARICATURAS E ILUSTRACIONES  
FOTOGRAFÍA INFORMACIÓN GENERAL ARTES Y ESPECTÁCULOS ABOGACÍA ARGENTI-  
NA EDUCACIÓN CULTURA E HISTORIA ECONOMÍA DEPORTE PERIODISMO CIENTÍFICO  
INFOGRAFÍA Y PERIODISMO VISUAL PERIODISMO JUDICIAL PERIODISMO DE INVESTI-  
GACIÓN COBERTURA MULTIMEDIA INNOVACIÓN DIGITAL PERIODISMO UNIVERSITARIO  
NIÑEZ Y ADOLESCENCIA POLÍTICA INTERNACIONAL



Clarín

LA NACION

Huarpe

LaVoz12

infobae

LA GACETA

Google News Initiative

La Nueva.

PERFIL

EL LITORAL

LOS ANDES

CORTE SUPREMA DE  
JUSTICIA DE LA NACIÓN  
REPÚBLICA ARGENTINA

EL LIBERAL

RÍO NEGRO





## Pepe Cerezo: Tendencias, riesgos y aprendizajes de los medios en torno a la IA

Por **Lucía Fortín**

El martes 18 de junio, en un encuentro virtual organizado por ADEPA, a través de su Comisión de Capacitación Multiplataforma, **Pepe Cerezo**, experto en estrategia y desarrollo de negocios digitales, **compartió un panorama acerca de las tendencias emergentes de la inteligencia artificial.**

En la disertación del director de Evoca Media dijeron “presente” oyentes de diferentes partes del globo, como Medellín, Colombia; Sevilla, España, y México. En cuanto a la Argentina, hubo participantes de Buenos Aires; Córdoba; Paraná y La Paz, Entre Ríos;

Posadas, Misiones; Jujuy; Villa Ángela, Chaco; Corrientes; Comodoro Rivadavia, Chubut, y Mendoza. De la Provincia de Buenos Aires, sintonizaron la videoconferencia desde La Plata, Olavarría, Lomas de Zamora, Pergamino, Comandante Nicanor Otamendi, Chacabuco, Punta Alta y Necochea.

### La IA, omnipresente

**Pepe Cerezo se enfocó en las políticas de uso de los medios ante la inteligencia artificial.** “Es un punto de inflexión para la industria”, planteó.

Para empezar, invitó a analizar si la IA es una amenaza o una oportu-

Pepe Cerezo, experto en estrategia y desarrollo de negocios digitales y director de Evoca Media (España).

—  
tunidad para las empresas del sector. Por eso, **volvió a las bases, a revisar qué es un medio de comunicación.**

En su análisis, primero, los **medios deben dar respuesta a una misión y unos valores a través de marcas “glocales”** (globales y locales). Cada uno debe tener los propios, dijo. “A partir de ahí, hay que **crear una propuesta de valor diferencial** en productos y servicios”, añadió. Luego, mencionó la importancia de la **distribución y la relación con los lectores**, y concluyó en la **monetización o el modelo de negocio.** “La IA está influyendo en todos estos aspectos”, resumió, y recordó que el usuario siempre está en el centro.

### La IA Generativa

Cerezo ilustró cómo evolucionó la IA en el último tiempo, para terminar en la IA Generativa, en la que puso especial atención durante su presentación. A esta la definió como “una rama del aprendizaje profundo, que utiliza redes neuronales excepcionalmente grandes, denominadas modelos grandes de lenguajes (con cientos de miles de millones de neuronas) que pueden aprender patrones especialmente abstractos”. Estos **modelos de lenguajes pueden interactuar y crear texto, video, imágenes y datos.**

“La IA y la IA Generativa tienen impacto en diversos sectores. Generan un nuevo modelo económico y de interrelacionarnos entre nosotros”, agregó el experto en negocios digitales.

Esta introducción le sirvió a Cerezo para describir **cómo la IA Generativa creó una nueva industria de medios de comunicación**. Es que, primero, en los años 2000, la llegada de las plataformas, los buscadores y las redes sociales transformaron la distribución y la monetización en la cadena de valor. Pero, ahora, **la IA vino a modificar también la creación y la agregación**.

“Estamos ante una nueva industria que se comporta con reglas novedosas. No es una tecnología más, **es un cambio sin precedentes**”, comentó el presentador.

Por todo esto, sugirió enfrentar estos cambios en tres planos. A nivel industria, con estrategias a mediano y largo plazo; a nivel organizaciones, con estrategias a corto y mediano plazo, y a nivel de los profesionales, “¡ya!”.

### Casos ¿de éxito?

Cerezo describió algunos casos en los que los medios se vincularon con la IA o como una aliada o como parte de la competencia. Por ejemplo, el New York Times, demandó a OpenAI y a Microsoft por infracción de derechos de autor, lo que la convirtió en la primera empresa de la industria en avanzar en una denuncia de este tipo.

En la vereda de enfrente, compañías como PRISA Media y Le Monde se aliaron con ChatGPT para que los usuarios puedan interactuar con la plataforma en torno a contenidos de actualidad tanto en español como en francés.

Por otra parte, el Washington Post está probando los modelos de código abierto. “Esto implica no estar atados a un modelo con-

creto y poder disponer de una versión propia y bajo control para procesos confidenciales”, analizó el disertante.

### Riesgos vs. oportunidades

El riesgo principal, planteó Cerezo, es que los medios terminen como una serpiente que se come su propia cola, es decir, que si se nutren de los propios contenidos de la IA, corren el riesgo de que el sistema colapse a futuro. Por eso, **es necesario que siga habiendo contenidos originales generados por periodistas**.

**“La IA puede ser un aliado, con riesgos, pero tiene muchas oportunidades”**, concluyó.

En medio de este tsunami de dudas acerca de cómo accionar ante las nuevas tecnologías, entra Google, que también está analizando de qué forma contrarrestar a su, ahora, -¿principal?- competidor y ya avanzó en esa dirección. **“El nuevo modelo -de Google- pone en riesgo que los medios puedan perder el 85% de los clics**. Si los clics caen, el modelo publicitario vinculado a la programática es preocupante”, advirtió Pepe.

Por esto, compartió algunos consejos de expertos para **reducir el impacto. Entre ellos, destacó, reducir la dependencia de Google a través de las relaciones directas con los lectores; ser conocido por crear contenido relevante, y brindar contexto**, ya que la IA no puede suplantar la lectura de primera mano del periodista destacado.

### La IA y los modelos de negocio

Según Cerezo, la IA ayuda a los nuevos modelos de negocio, ya

que permite generar contenidos y acciones más personalizadas, lo que influye también en el mundo publicitario.

En ese sentido, declaró: **“Los medios que tengan capacidad de ser autónomos en plataformas publicitarias basadas en inteligencia artificial, tanto en el análisis de datos como en creatividad, van a ser triunfadores”**. Uno de ellos es el NYT. El País también lleva a cabo acciones de este tipo.

Por otra parte, comentó algunos de **los riesgos que puede generarle la IA a los medios**, como los **autores falsos, los plagios y las alucinaciones** (las herramientas pueden inventar información). También contó que algunas grandes organizaciones del sector ya cuentan con perfiles que coordinan sus estrategias en torno a la IA.

Si bien Cerezo considera que todavía no estamos en la etapa en que tengamos que analizar si la IA va a superar al ser humano o no, sí **enumeró cuatro aprendizajes que la industria de los medios logró tener hasta ahora:**

1. La IA comete errores y los seguirá cometiendo.
2. Los *disclosures* sobre los artículos escritos con IA deben ser claros y visibles.
3. Surgen nuevas formas de citar, ya que hay que aclarar si la información proviene de un bot.
4. Es importante seguir adelante, es decir, continuar explorando y trabajando.



## ADEPA presente en la Cumbre Regional sobre IA

El viernes 14 de junio, Diego Garazzi, presidente de la Comisión de Propiedad Intelectual de ADEPA, participó en la primera Cumbre Regional de Parlamentarios sobre Inteligencia Artificial y la Agenda Latinoamericana. El encuentro organizado por la Cámara de Diputados de Argentina, en colaboración con la Vía Parlamentaria del Foro de Gobernanza de Internet (IGF) de las Naciones Unidas, se llevó a cabo en el Congreso de la Nación.

“No es una guerra total contra las plataformas ni contra la IA, lo que nosotros necesitamos que se entienda es que las plataformas y los bots de IA no serían nada sin el contenido que se genera”, dijo Garazzi. Luego, agregó: “Hay que proteger el derecho a la propiedad, sobre todo si alguien usa algo creado en beneficio propio. Vamos a luchar por que se cumpla el derecho de propiedad de los medios y creadores, y por el principio de transparencia de las compañías de las empresas de IA, que se sepa de dónde se nutren, que haya control y abusos anticompetitivos”.

## Olé desembarcó con ediciones especiales en Estados Unidos y México

La llegada de Messi al Inter Miami, la Copa América 2024, que se está desarrollando en Estados Unidos, el próximo Mundial de Clubes y la próxima Copa del Mundo –que se jugarán en territorio estadounidense en 2025 y 2026, respectivamente– generaron una explosión de interés por el fútbol en Norteamérica. En ese contexto, Olé, el reconocido medio argentino especializado en información deportiva **lanzó una edición especial dedicada a Estados Unidos y México**, extendiendo así su alcance internacional.

“La idea es **llevar nuestro ADN futbolero**, nuestra forma de vivirlo y analizarlo, a un mercado diferente, con reglas distintas. Trataremos de atraer al público latino de Estados Unidos y también apuntamos a México, que tiene millones de fanáticos y clubes enormes y convocantes, con muchos argentinos de figura”, aseguró Mariano Dayan, director de Olé.

Los lectores podrán acceder a una **gran cantidad de contenidos de calidad**: entrevistas exclusivas, información de primera mano y producciones audiovisuales, entre otros. Olé trabajará junto a la **MLS**, el **Inter Miami**, **Concacaf** y la **FIFA** para producir contenido especial tanto para su página web como para las distintas redes sociales.

El lanzamiento oficial del proyecto se llevó a cabo el lunes 17 de junio en Miami.

Dayan sostuvo que el Mundial de Clubes FIFA, que se llevará a cabo en Estados Unidos entre junio y julio de 2025; y la Copa del Mundo 2026 que se celebrará en México, Estados Unidos y Canadá, son eventos cruciales para ingresar en ese mercado.

Si bien el medio argentino es un gran referente del fútbol en todo el mundo, también le darán relevancia a la **Liga Nacional de Fútbol Americano (NFL)**, a la **Asociación Nacional de Baloncesto (NBA)** y a las **Artes Marciales Mixtas (MMA)**.

En la actualidad, Olé cuenta con equipos de trabajo establecidos en Estados Unidos, México y Bue-

nos Aires. Aunque actualmente los contenidos se producen en castellano, en un futuro lanzarán una edición digital en inglés.

“El principal reto es comenzar a jugar en un mercado que es muchísimo más grande que el nuestro, que se multiplica exponencialmente. Y en el que sabemos que **hay mucho por aprender**. No llegamos para hacer la nuestra, sino que queremos instalarnos con nuestra identidad pero sabiendo que quizás las reglas no son las mismas, al igual que el consumo”, comentó Dayan.

El lanzamiento oficial del proyecto se llevó a cabo el lunes 17 de junio en el hotel JW Marriot Marquis de Miami, y contó con la presencia de **Alejandro Domínguez**, presidente de la Conmebol; **Chiqui Tapia**, presidente de la AFA, **Jorge Mas**, propietario gerente del Inter Miami; y **Rafaela Pimenta**, manager brasileña, entre otros.





## Redacciones5G, el programa de Telecom Argentina, lanza “Periodismo IA”, una guía para la integración de inteligencia artificial al trabajo periodístico y a los medios

En el mes del periodista, Redacciones5G, el programa de Telecom Argentina, lanza [Periodismo IA](#), un documento que, en formato de guía digital, sistematiza los aspectos más relevantes a tener en cuenta en el proceso de integración de inteligencia artificial a la producción y difusión de las noticias y a los medios de comunicación.

En sus más de 70 páginas, Periodismo IA plantea un recorrido por la historia hasta llegar a los últimos hitos que constitu-

yeron a la IA como aliada para las redacciones, ocupando el rol protagónico en una nueva ola de transformación de la industria de los medios. Álvaro Liuzzi, consultor en medios digitales e integrante del staff de formación de Redacciones5G, fue el encargado de la confección de esta guía, que comienza por los orígenes de la tecnología, profundiza términos asociados, reflexiona en torno a cuestiones de ética y derechos de autor, bucea entre herramientas vigentes y su aplica-

La guía está disponible para descarga gratuita a través del sitio del programa.

ción en las noticias, así como también entre guidelines ya publicadas, y finaliza con casos de uso y aplicación en Argentina y el mundo.

“Desde Telecom Argentina, creamos Redacciones5G con el firme propósito de acompañar a periodistas y medios en su evolución, tomando a la tecnología como herramienta para potenciar el aporte fundamental que hace el periodismo a la sociedad. La masividad que la inteligencia artificial ganó en los últimos meses, la llevó hasta las noticias y su integración adecuada a las redacciones requiere información, reflexión y compromiso. Periodismo IA es nuestro aporte a ese proceso, con la convicción de que será una aliada de consulta para periodistas y medios que estén en ese camino de transformación”, señala Pedro López Matheu, director de Comunicaciones Externas, Sustentabilidad y Medios de Telecom Argentina.

Con atención en la acelerada dinámica con que se experimentan los avances en inteligencia artificial, Periodismo IA compila los acontecimientos conocidos hasta junio de 2024 y se dispone abierta a nuevas actualizaciones cuando el devenir de la historia lo requiera. Comprendiendo que la primera etapa de incursión de la IA en el periodismo se caracterizó por entender qué nuevas oportu-

tunidades y desafíos plantea esta tecnología, los próximos tiempos harán foco en cómo se efectiviza esa integración, de manera orgánica y estratégica.

En sus 9 años de historia, Redacciones5G evolucionó al ritmo de los avances tecnológicos, aportando información, reflexión y debate acerca de las últimas herramientas digitales que con-

tribuyen a impulsar la labor periodística. En este período de tiempo, el programa visitó más de 250 medios de Argentina, Uruguay, Chile, Bolivia, Colombia, y alcanzó a más de 7.000 periodistas y más 1.500 estudiantes de Periodismo y Comunicación.

Desde Redacciones5G, Telecom Argentina reafirma su rol

como referente de la innovación en la industria tech, acercando conocimiento y tendencias sobre los desafíos que los avances tecnológicos plantean a las instituciones sociales en general y al periodismo en particular.

Acceda a la guía completa [haciendo clic acá](#).

## Conferencia Latinoamericana INMA: explorando las tendencias en transformación digital y medios de Latinoamérica



Durante los días 18 y 19 de julio se llevará a cabo la Conferencia Virtual Latinoamericana 2024, organizada por la Asociación Internacional de Medios de Noticias (INMA, por sus siglas en inglés). El encuentro contará con la presencia de expertos globales

y líderes regionales, quienes tratarán dos ejes principales: “Transformación, tendencias e innovación en las redacciones” y “Oportunidades de ingresos y participación”.

La inscripción es abierta y gratuita, pueden registrarse [haciendo clic acá](#).

# La Legislatura porteña homenajeó a José Ignacio López por su labor periodística

El 7 de junio, en el Día del Periodista, la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires distinguió a José Ignacio López como “Personalidad Destacada” por su «invaluable contribución al periodismo, la política, la cultura y la defensa de los derechos humanos en nuestro país».

El periodista Julio Bazán, la legisladora Inés Parry, quien promovió la iniciativa, y el vicepresidente primero de la Legislatura, Matías López, le otorgaron la distinción al ex vocero del presidente Raúl Alfonsín y miembro de la Academia Nacional de Periodismo. “El periodismo es mi vida”, aseguró el homenajeado durante una conversación con los periodistas Diego Cabot, Carolina Amoroso e Ignacio Otero y el escritor e historiador económico Pablo Gerchunoff.

Además, López se refirió al contexto actual del país y al rol de la prensa: “El periodismo de hoy en Argentina, además de los desafíos a los que se enfrenta por la tecnología también tiene que asumir nuestra cuota de responsabilidad en esta crisis y tratar de recuperar el diálogo entre las dirigencias y la conversación social”.

---

El acto se llevó a cabo en el Salón Dorado de la Legislatura Porteña y contó con la presencia de más de 200 personas.

El acto se llevó a cabo en el Salón Dorado de la Legislatura Porteña y contó con la presencia de más de 200 personas. Estuvieron presentes, entre otros, los periodistas Ricardo Kirschbaum, Joaquín Morales Solá, Eduardo van Der Kooy, Ricardo Pipino, Fabián Bosoer, Daniel Santoro, Sergio Rubín, Silvia Naishtat, Carlos Campolongo, Liliana Parodi, y Chani Guyot; el sociólogo Juan Carlos

Torre, quien participó del equipo económico del gobierno de Alfonsín; la histórica secretaria de Alfonsín, Margarita Ronco; Juan Radonjic, exsecretario de Información Pública; Oscar Muiño y Ricardo Porto, exsubsecretarios de Información Pública; Ana María Mustapic, vicepresidenta de CIPPEC; Juan Pablo Zanetta, integrante del Consejo de la Magistratura porteña; Martín Ocampo, presidente de la UCR porteña.

Además participaron los legisladores porteños Francisco Loupías y Fernanda Mollard (UCR); el diputado Leandro Santoro (Unión por la Patria); el exintendente Facundo Suarez Lastra (UCR), el exdiputado Marcelo Stubrin (UCR), la exvicegobernadora bonaerense Elva Roulet (UCR); la exsenadora Norma Morandini (Frente Cívico de Córdoba). ADEPA estuvo representada por Andrés D’Alessandro, su director ejecutivo.





La muestra se podrá recorrer en el hall de planta alta de la Legislatura Porteña a partir del 18 de julio.

## MUESTRA HOMENAJE

# “AMIA: El rol del periodismo en 30 años de búsqueda de la verdad”

El jueves 27 de junio, en la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires, se inauguró una muestra homenaje para destacar el rol del periodismo argentino en la búsqueda de la verdad en la causa AMIA.

En el 30º aniversario del atentado más grave que padecemos los argentinos, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) y la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA) organizan esta muestra, en la que se exhiben las tapas de los diarios argentinos tras el ataque del 18 de julio de

1994, que causó 85 muertos y unos 300 heridos.

El objetivo de la muestra es destacar y poner en valor el rol clave que ha tenido la prensa argentina en el reclamo de justicia y lucha contra la impunidad a lo largo de los años, un compromiso que comenzó el mismo día que estalló la bomba y que se sostuvo y mantuvo desde entonces.

Durante el acto inaugural, estuvieron presentes directivos de medios de todo el país, el presidente de la AMIA, Amos Linetzky, el secretario general de la DAIA, Alejandro Zuchowicki, la legisladora de Unión por la Patria (UxP), Claudia Neira, y la diputada porteña de Confianza Pública, Graciela Ocaña, vicepresidenta de la Legislatura.

“Los medios y los periodistas, como parte de la sociedad argentina, vivimos conmocionados, y seguimos conmovidos, por ese hecho brutal del que en unos días se cumplirán tres décadas”, aseguró Martín Etchevers, presidente de ADEPA, quien además agradeció a las legisladoras por apoyar la muestra.

“El atentado, el mayor perpetrado en suelo argentino, sigue impune. Y es contra esa impunidad que debemos rebelarnos, y así lo hemos hecho desde nuestro rol en la sociedad: informando, denunciando, investigando. Sosteniendo el reclamo de los familiares de las víctimas en nuestras páginas, en nuestros noticieros radiales y televisivos, ahora en nuestras webs, pero siempre con el mismo objetivo: que se llegue a la verdad y se castigue a los responsables”, agregó Etchevers.



Martín Etchevers, presidente de ADEPA.

Por último quien se dirigió a los presentes fue Linetzky, de AMIA, quien aseguró que si el grito de justicia continúa vigente después de tres décadas en todos los rincones del país, se debe a dos motivos principales. “Uno, la labor incansable de los familiares, de las querellas, la perseverancia, la convicción de las instituciones de la comunidad judía; y por otro lado, por la labor de periodismo, que no ha permitido que los años dejen a esta causa en el olvido”.

La muestra se podrá recorrer en el hall de planta alta de la Legislatura Porteña a partir del 18 de julio.

Por su parte, Zuchowicki, de DAIA, dijo que el ataque terrorista a la sede de la AMIA dejó a 85 víctimas fatales que imploran por justicia y por memoria. “Son 30 años sin su proyecto de vida, los aportes, sus vínculos emocionales, sus sueños y sus anhelos”, aseveró.

dismo argentino, que “siempre, siempre, estuvo presente dándole visibilidad y seguimiento a la causa judicial para que no se cayera en el olvido”.

El dirigente de DAIA señaló que “el ejercicio de la memoria se vuelve crucial ante una tragedia tan descomunal, la causa más importante que hoy transita los pasillos de la justicia en nuestro país”. Por ello, agradeció y reconoció el perio-



La muestra fue organizada por ADEPA, la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) y la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA).



Martha Ramos, presidenta del Foro Mundial de Editores y directora de la Organización Editorial Mexicana.

## Marta Ramos: “Durante la pandemia los medios tuvieron un boom porque la gente necesitaba información certera para tomar decisiones vitales”

Por **Daniel Dessein**

Marta Ramos es la directora de la OEM (Organización Editorial Mexicana), la cadena de medios impresos más grande de América latina, a cargo de la edición de 44 diarios. Ramos inició y ejerció gran parte de su carrera periodística en El Universal. Es la presidenta de la Alianza de Medios MX, la organización más representativa de la prensa de su país. El año pasado fue elegida presidenta del Foro Mundial de Editores. Es la tercera mujer, y la primera de

habla hispana, en ocupar ese cargo.

### ¿Cuáles son los grandes temas este año en el Foro Mundial de Editores?

Se juntan muchas crisis en torno al oficio del periodista en la calle. Las guerras, las persecuciones judiciales, la polarización, el auge del totalitarismo. Cada vez es más difícil el trabajo de quienes investigan y recogen

información. Por otro lado, la sustentabilidad de la industria requiere recuperar la audiencia perdida, mantener la credibilidad, combatir los muros de desinformación. Se suma la irrupción, desde hace poco más de un año, de la Inteligencia Artificial. Hoy soy más optimista, veo una revalorización del trabajo periodístico. Las conversaciones ahora mezclan tecnología y periodismo. Eso puede llevarnos a un modelo que permita seguir con nuestro trabajo. Muchos pronósticos fallaron. Se hablaba del fin del papel y los impresos siguen aquí porque hay lectores y anunciantes que los piden. Vemos suscripciones, diversificación, publicidad digital, apoyos internacionales pero es cierto que todavía es complicado encontrar un modelo estable de negocio. Con la Inteligencia Artificial se abren preguntas. Hasta dónde nos podremos apoyar en ella para potenciar procesos, verificación, traducciones.

### En la relación con las empresas tecnológicas con los medios vemos actitudes diversas. Meta retirándose del mundo periodístico, Google renovando acuerdos con muchos jugadores, Open AI con pocos. ¿Cómo analizás esa diversidad?

La nueva presidenta de Wan-Ifra se planteaba la posible correlación entre el hecho

de que Dinamarca sea el segundo país del mundo en los indicadores de libertad de expresión y también el segundo en los indicadores de felicidad de su población. Y concluía que quizás podía explicarse por la fortaleza y transparencia de su estado y de su prensa. América latina tiene muy poca transparencia y gobiernos que suelen atacar a los medios. Las regulaciones de las tecnológicas en la Unión Europea, en materia de derechos de autor o de posición de mercado, se vinculan con estados que defienden la libertad de expresión. En Australia y en Canadá, donde también hay regulaciones, ocurre lo mismo. Brasil iba en esa dirección pero le faltó esa fuerza. Lo importante es el convencimiento de los estados del papel básico del periodismo para una sociedad abierta, participativa, democrática. En México, por ejemplo, había una presencia muy fuerte de la publicidad oficial. Y el actual gobierno la cortó, de un día para otro, a machetazos. Eso generó recortes abruptos de personal, de periodismo de investigación, de recursos que diferenciaban a las marcas y al periodismo hiperlocal, que creo que es fundamental. Los grandes movimientos, los grandes cambios legales, las grandes tragedias empiezan siempre en los pequeños pueblos. Eso se registra solo con periodismo;

no está en internet antes de que sea cubierto.

**Marty Baron cree que si hay un nuevo gobierno de Trump no habrá un nuevo boom del periodismo. En América latina ese efecto de crecimiento de audiencias y suscripciones no se generó ante la irrupción de los gobiernos populistas. ¿Por qué crees que eso pasó y pasa?**

Baron cree que ese boom no se repetirá porque los lectores ya conocen el fenómeno. Hay un agotamiento que genera la política y nos impacta a todos. La sensación de que de las elecciones surgen los mismos candidatos o partidos, una y otra vez. Hay un desencanto que afecta a los jóvenes. Los grandes cambios sociales los promovían movimientos juveniles y hoy no vemos esa dinámica. Tampoco vemos el hambre que teníamos, cuando éramos jóvenes, en el periodismo. Además pasa que los candidatos antisistema no aguantan más de un período porque no tienen nada detrás. Un nuevo desencanto. Eso también afecta a los medios que perdieron conexión con sus audiencias. Durante la pandemia los medios tuvieron su boom porque la gente necesitaba información certera para tomar decisiones vitales. La gente le creía más a los medios que al secretario de Salud. Pero los medios no aprovecharon eso cuando terminó la pandemia.

**Este domingo hay elecciones presidenciales en México y ganará por primera vez una mujer presidente porque son dos las candidatas con chances. ¿Cómo ves el escenario?**

Tenemos elecciones presidenciales y locales. 33.000 candidatos; 22 de ellos asesinados. Una locura. Nosotros convocamos estudiantes de periodismo, este domingo, a la redacción. No saben cómo trabaja un medio y esa es una falla nuestra que hay que reparar. La candidata oficial es un misterio porque no se ha despegado del presidente y no sabemos bien cómo piensa. No anticipó nada de su posible gabinete. La otra candidata tiene detrás a buena parte de la "vieja política" que la gente no quiere. Algo infrecuente es el nivel de promoción para que la gente vaya a votar. Creo que habrá una gran participación y que de ella puede derivar una sorpresa. Curiosamente ninguna de las dos ha hablado sobre su política de género. Tampoco han hablado sobre su política internacional, que quedó tan dañada con el actual presidente. Ni han hablado claramente sobre seguridad, en momentos en que hay una enorme e inquietante presencia de militares en muchos planos que van más allá de la lucha contra el narcotráfico. Tuvimos una campaña ruidosa pero con poca sustancia.



## Diarios Bonaerenses dió a conocer sus nuevas autoridades

Diarios Bonaerenses SA, el grupo de medios de la provincia de Buenos Aires, renovó recientemente sus autoridades. Como presidente fue designado Gonzalo Julián Irazoqui, actual director de Ecos Diarios, de la ciudad de Necochea, quien estará secundado en la gestión por Fernando Daniel Curas, director del Diario El Norte, de San Nicolás, como vicepresidente; y por Ramona Maciel directora de La Voz del Pueblo, de Tres Arroyos, quien asumió como secretaria del Directorio de la compañía de comunicación.

El nuevo presidente de DIB anunció una renovación profunda para adaptarlo a los actuales desafíos de la industria de medios. El objetivo -señaló Irazoqui- es adaptar la empresa a los desafíos de la comunicación, relanzando el portal institucional, heredero de la agencia de

noticias, y la renovación completa de productos básicos como la revista Tranquera, especializada en temas rurales.

“Estamos muy entusiasmados, tenemos un plan para ampliar y modernizar a DIB que, creemos, va a marcar un antes y un después para nuestro grupo: una modernización que asuma los desafíos de este tiempo complejo pero repleto de oportunidades para las empresas de comunicación, pero sin perder el ADN que nos caracterizó a lo largo de nuestra rica historia: la confiabilidad y la veracidad de los contenidos, esencial en esta era de post verdad”, dijo Irazoqui.

---

De izq. a der.: Gonzalo Julián Irazoqui, Ramona Maciel y Fernando Daniel Curas.

## Homenaje a fallecidos

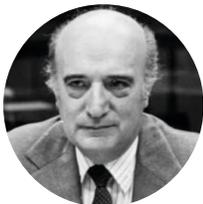
---

### **Manolo Lafuente**



Falleció el 17 de mayo. Se desempeñó en numerosos medios radiales, televisivos y gráficos de Córdoba, como los diarios La Voz del Interior, Córdoba y Los Principios, desde donde llegó a hacer entrevistas a personajes que molestaban al poder, aún en plena dictadura.

### **Enrique Antonio González**



Falleció el 6 de junio a los 98 años. Docente y periodista con más de cuatro décadas de trayectoria en La Nación. Condujo durante varios años la sección Educación y Cultura y el Archivo periodístico. Había ingresado al diario en los años '50 y dio sus primeros pasos en la sección Corrección. Al poco tiempo pasó como cronista en la redacción general, hasta que le fueron confiadas responsabilidades de jefatura en las áreas de Interior y Comunicaciones.

### **Enrique Lacolla**



Falleció el 6 de junio a los 88 años. Periodista, escritor y docente de amplia trayectoria en medios cordobeses, entre ellos La Voz del Interior, donde trabajó por más de 30 años y siguió colaborando tras su jubilación. Sus inicios en los medios de comunicación fueron en el diario Meridiano y trabajó también en Radio Nacional, los SRT y, desde 1975, en La Voz del Interior, donde fue editorialista y columnista.

### **Alcides Francisco Aguirre**



Falleció el 7 de junio a los 65 años. Fue periodista y miembro activo del Círculo de Periodistas de La Plata. También fue dirigente social, tecnólogo y activista por el medio ambiente.

### **Sara Facio**



Falleció el 18 de junio a los 92 años. Fue fotógrafa, curadora, periodista y editora con más de 70 años de trayectoria. Se especializó en retratos, ensayos sociales y periodismo gráfico y escrito. Fundó la Editorial La Azotea y dirigió la Fotogalería del Teatro Gral. San Martín de Buenos Aires. Además, fue miembro fundadora del Consejo Argentino de Fotografía.

## Aniversarios de julio

---

**Chacabuco en Red,  
Chacabuco, Bs.As.**

1 / 7 / 2017

**Norte,  
Resistencia**

1 / 7 / 1968

**Paralelo 32 Crespo,  
Entre Ríos**

2 / 7 / 1972

**Diario de Cuyo,  
San Juan**

5 / 7 / 1947

**El Ancasti,  
Catamarca**

8 / 7 / 1988

**El Tiempo,  
Azul**

9 / 7 / 1933

**Tranquera Abierta al Campo  
Argentino,  
La Plata**

10 / 7 / 1997

**El Comercial,  
Formosa**

16 / 7 / 1991

**Mundo Gallego,  
CABA**

25 / 7 / 1979

**Crónica,  
CABA**

29 / 7 / 1963

**El Eco de Tandil,  
Tandil, Bs.As.**

30 / 7 / 1882

## Agenda

---

### JUL. 2024

#### **SIP CONNECT**

Julio 17 - 19, 2024  
Miami, Estados Unidos.

*ver online*

---

### JUL. 2024

#### **Conferencia Latinoamericana - INMA**

Julio 18 - 19, 2024  
Virtual.

---

### AGO. 2024

#### **Media Party**

Agosto 29-31  
Buenos Aires, Argentina.

*ver online*

---

### SEP. 2024

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

Septiembre 17 - 18, 2024.  
Bogotá, Colombia.

*Ver online*

---

### SEP. 2024

#### **Asamblea Anual - ADEPA**

Septiembre 18-20, 2024  
Posadas, Misiones.

---

### SEP. 2024

#### **Cumbre Global sobre Desinformación**

Septiembre 18-19, 2024.

*virtual*

---

## OCT. 2024

### 80° ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP

Octubre 17-20, 2024,  
Córdoba, Argentina.

---

## MAY. 2025

### Congreso Mundial de WAN-IFRA

Mayo 4-6, 2025  
Cracovia, Polonia.

---

## Socios Institucionales

---

Pan American  
**ENERGY**

Google

telecom  
redacciones5G<sup>®</sup>

 **PROPYMES** 20  
AÑOS

 **DOW**

**BARRICK**

**Director editorial:** Guillermo Ignacio. **Edición periodística:** Andrés D'Alessandro.  
**Redacción:** Malena Figueroa y Julieta Long. **Diseño:** Facundo Segura.  
**Colaboraron en esta edición:** Daniel Dessen y Lucía Fortín.