



**Etchevers: “El periodismo profesional
está llamado a ser un antídoto frente a
las campañas de desinformación”**



**Nueva etapa para
Puntal de Río Cuarto**

**Capacitación sobre
branded content
en los medios**



Martín Etchevers, presidente de ADEPA.

Entrevista a Martín Etchevers

“El periodismo profesional está llamado a ser un antídoto frente a las campañas de desinformación”

El presidente de ADEPA, Martín Etchevers, fue entrevistado por la revista [Reporte Publicidad](#). El directivo habló sobre el rol del periodismo en la defensa de la democracia en épocas de fake news y desinformación; la pelea desigual con las plataformas sociales que usufructúan del contenido periodístico; y las nuevas formas de sustentabilidad y los desafíos que plantea la llegada de la Inteligencia Artificial.

“Yo tengo mucha confianza en el futuro de la industria periodística, de la industria de las noticias. Vamos a tener probablemente un modelo de sostenibilidad más diverso, con más

fuentes que las que existían en el pasado, donde la protagonista excluyente era la publicidad. Suscripciones, publicidad, productos especiales, eventos, servicios de valor agregado y los acuerdos que tendremos que hacer con los intermediarios que usan nuestros contenidos. Va a ser muy importante que entre todos los actores de la comunicación fortalezcamos al periodismo de calidad como función democrática y a los medios que le dan viabilidad, organicidad y permanencia”, sostuvo Etchevers.

En la entrevista, al presidente de ADEPA lo consultaron sobre cómo en buena parte del mun-

do desarrollado los Estados comienzan a preocuparse por la transferencia de ingresos de los medios a las grandes plataformas sin el correspondiente reconocimiento de la propiedad intelectual. “Esto requiere de ciertos estándares o parámetros legales que permitan reducir las asimetrías entre ambos actores, con el fin de que las plataformas compensen de manera justa y razonable a los medios por el beneficio que obtienen de ellos. Se han generado esquemas tanto en Europa como en Australia o en Canadá que le permiten a plataformas y medios negociar de una manera más equitativa. Es un tema que nos ha preocupado y ocupado en los últimos años”, aseveró. Y también se explayó sobre la situación en nuestro país: “Argentina fue uno de los primeros países de la región en tratar el tema y encontrar caminos de diálogo. Esos caminos han sido virtuosos pero son insuficientes. Creemos que ese reconocimiento tiene que seguir creciendo y acompañando el fenomenal incremento de ingresos que han tenido estas plataformas. Obviamente nos preocupan también otros aspectos del ecosistema digital, por ejemplo, la intermediación que se ha generado a partir del peso que tienen las redes sociales en la vida cotidiana y en el consumo de información de los ciudadanos”.

Se puede acceder a la entrevista completa [haciendo clic acá](#).



Reunión del Consejo Ejecutivo de ADEPA.

El Consejo Ejecutivo recordó el rol clave de ADEPA en la Convención Constituyente de 1994

En la última reunión del Consejo Ejecutivo, el 25 de julio pasado, los directivos de la ADEPA recordaron el papel que jugó la entidad durante las deliberaciones de la Convención Constituyente de 1994, que reformó la Constitución Nacional hace tres décadas, y destacaron en especial el aporte central al establecimiento normativo del secreto de las fuentes periodísticas, un resguardo esencial para la libertad de prensa y el ejercicio profesional en nuestro país.

Durante el encuentro, Martín Etchevers y Guillermo Ignacio,

actuales presidente y titular del Comité Estratégico de ADEPA, recordaron la participación que tuvieron ambos en el grupo de trabajo de la entidad, que participó activamente durante las deliberaciones de la Convención realizadas en Santa Fe y Paraná, para proteger los estándares en materia de libertades de prensa y de expresión. Ignacio, que en aquel momento presidía ADEPA, lideró el grupo en el que participaron directivos de diversos medios como Saturnino Herrero Mitjans, el propio Etchevers, Luis Félix Etchevehere, Ricardo Sáenz Valiente, Fernando Maqueda y

Eduardo Farley, con el asesoramiento del abogado constitucionalista Gregorio Badeni, quien estaba a cargo del Servicio de Orientación Legal.

El rol institucional de ADEPA durante la Convención Constituyente de 1994, explicó Ignacio, se centró fundamentalmente en evitar que en la carta magna se incorporaran cláusulas que pretendían establecer de manera compulsiva el derecho de réplica y la censura previa para los espectáculos públicos (cine, televisión, etc.), o ideas disparatadas como el “derecho a la información veraz”, que hoy forma parte de constituciones autoritarias y restrictivas de las libertades, como la venezolana.

“Merced al accionar de ADEPA, al diálogo con todos los bloques presentes en la Convención, se logró evitar esa clase de proyectos, que vistos 30 años después, hubiesen significado una coerción directa a la libertad de expresión, un derecho de todos los ciudadanos, no solo de medios y periodistas”, aseveró Ignacio.

Por otra parte, puntualizó Etchevers, el trabajo continuo y permanente de ADEPA con los referentes clave de la convención reformadora, logró el hito de que se incorporase el secreto profesional periodístico en la Constitución Nacional, en el artículo 43, que hasta entonces sólo se hallaba consagrado

en las cartas magnas provinciales de Córdoba y Jujuy. Fue fundamental el trabajo del Dr. Badeni, destacaron Ignacio y Etchevers, quien a su vez se nutrió en aquel entonces de los principios impulsados ese mismo año por la Declaración de Chapultepec.

Ligado a este tema, durante la reunión del Consejo Ejecutivo también se analizó la reciente reforma constitucional de La Rioja, que en un primer momento encendió algunas alertas respecto de cómo abordaría las expresiones y el ejercicio de la libertad de prensa en la provincia, pero que finalmente respetó los principios y doctrinas constitucionales que protegen la libre expresión en nuestro país.

El asesor legal de ADEPA, Carlos Laplacette, hizo un repaso por los ejes que formaron parte de la regulación de la libertad de prensa en la reforma riojana, a partir del nuevo texto constitucional que se publicó el 19 de julio de 2024 en el Boletín Oficial de la Provincia de La Rioja, y que fue aprobado una semana antes por la Asamblea Constituyente. (Ver aparte más información).

José Claudio Escribano, presidente de la Comisión de Premios, y Guillermo Ignacio, presidente del Comité Estratégico.

Comida de camaradería y agenda institucional

Durante el encuentro mensual de ADEPA, se informó que durante la comida de camaradería institucional que se llevará a cabo en agosto en Buenos Aires, participará como invitado especial el Jefe de Gabinete de la Nación, Dr. Guillermo Francos.

Seguidamente, los integrantes del Observatorio de la Sustentabilidad de la Industria Periódica, reseñaron los resultados de una reunión reciente con el Vocero Presidencial, Manuel Adorni, en la que se continuó trabajando sobre el estado de situación de la publicidad oficial, atendiendo la deuda que el estado nacional mantiene con medios de todo el país por órdenes de publicidad

pautadas en 2023 y años anteriores. Esto incluye órdenes de publicidad oficial emitidas tanto por la agencia Télam, como por la Secretaría de Medios de la Nación y los organismos o empresas descentralizadas.

Otro tema que formó parte de la agenda del Consejo Ejecutivo se vinculó con el acompañamiento que hace ADEPA respecto de las propuestas de la industria en torno a los temas laborales pendientes de modernización.

En cuanto a la agenda de libertad de prensa, el titular de la Comisión, Daniel Dessein, comentó que desde la reunión del Consejo Ejecutivo de junio, la



entidad emitió una declaración, en la que repasó diversos episodios que merecieron atención y seguimiento institucional. Allí, se dio cuenta de diversas situaciones con potencial impacto en el ejercicio periodístico y la libertad de expresión en la Argentina, como el anuncio público, luego corregido y en principio descartado, que realizó 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.

En su declaración, ADEPA recordó públicamente 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. Y recordó además 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».

Otra de las cuestiones abordadas por la declaración de ADEPA fueron las dificultades o las demoras que enfrentan diversos medios periodísticos para que sus profesionales obtengan o renueven sus acreditaciones en las salas de Prensa de Casa Rosada y otras dependencias estatales. En aquella oportunidad, se mencionó puntualmente el caso de la periodista Silvia Mercado, a quien se le denegó la renovación de su acreditación por FM Radio Jai, pero que finalmente luego de que acudiera a la justicia (sus abogados llegaron a presentar un amparo), el Poder Ejecutivo le renovó la acreditación hasta el 31 de marzo del año 2025.

Por último, Dessein hizo referencia a la detención y deportación del periodista Jorge Pizarro, enviado especial de Radio Rivadavia a Venezuela, producida ese mismo día. A través de una declaración, ADEPA repudió enérgicamente la detención y por entonces posible deportación (esta después se concretó, según lo relatado por Jorge García, director periodístico de la agencia NA) de Pizarro de Venezuela, donde

había arribado como enviado de Radio Rivadavia para cubrir las elecciones del domingo 28 de julio en Venezuela.

Dessein señaló que en su declaración pública, ADEPA reclamó a las autoridades de Venezuela la habilitación sin condicionamientos a Pizarro y a todos los periodistas enviados a ese país a cubrir las elecciones.

Otras comisiones que dieron sus informes en el encuentro mensual de ADEPA fueron Capacitación Multiplataforma, a cargo de Carlos Jornet; Premios, presidida por José Claudio Escribano; y Desarrollo del Negocio Digital, cuyo titular es Tomás Vio.

Finalmente, el Secretario General, Pablo Deluca informó sobre dos cambios de representantes ante ADEPA: en primer lugar, Fernando Ronchetti asumirá la representación de El Tiempo, de Azul, en reemplazo de Gonzalo Berríos; y por otra parte, el diario La Opinión, de Pergamino, informó que, por cambio de propietarios, el nuevo director del diario, señor Lucas Marino Aguirre, asume la representación en lugar de Romina Apes-teguía, quien es miembro de la anterior firma propietaria.

Socios Institucionales



Reforma constitucional de La Rioja

“Gran respeto a los principios y doctrinas que protegen a la libre expresión de informaciones e ideas”

Por **Carlos Laplacette ***

El 19 de julio de 2024 se publicó en el Boletín Oficial de la Provincia de La Rioja el nuevo texto constitucional aprobado una semana antes por la Asamblea Constituyente.

La reforma constitucional contiene diferentes aspectos de gran interés y que, seguramente, darán lugar a múltiples debates y análisis; por nombrar solo algunos, el reconocimiento del derecho de acceso a la conectividad y a una renta básica universal o el límite temporal de diez años para las designaciones en los cargos judiciales. Sin embargo, no es la intención de esas líneas ingresar en la consideración de esas u otras temáticas de enorme relevancia institucional y constitucional sino examinar con atención las importantes reformas que el texto constitucional incorpora en materia de libertades de expresión y de prensa.

El nuevo texto constitucional aborda la emisión de las expresiones y el ejercicio de la prensa con la debida atención a diversas problemáticas actuales derivadas del desarrollo tecnológico ocurrido desde principios de siglo y, al mismo tiempo, con un gran respeto a los principios y doctrinas constitucionales que a lo largo



de varios siglos protegen a la libre expresión de informaciones e ideas como elemento indispensable para respetar la libertad individual y la convivencia pacífica en sociedad.

Los artículos 36 y 37 contienen las pautas medulares en materia de libertad de expresión y de prensa. Por un lado, el artículo 36 proclama que “Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y a desarrollarlo conforme su proyecto de vida, libre de interferencias externas” y prohíbe la censura previa en cualquier tipo de soporte (“Tiene derecho [toda persona] a la libre expresión de sus ideas por cualquier medio de comunicación o procedimiento que elija, sin restricciones previas”). Las responsabilidades ulteriores se contemplan con sujeción a las reglas constitucionales propias del sistema jurídico nacional, por lo que resultarán plenamente aplicables las doctrinas “Campillay” y “real malicia”.

A su vez, el artículo 37 se destina exclusivamente a la prensa, reafirmando el derecho a publicar ideas por cualquier medio, la imposibilidad de imponer códigos deontológicos desde el Estado, el libre acceso a las fuentes de información y la prohibición de medidas específicas tendientes a restringir el ejercicio de este derecho. Aquí

también, si bien se reconoce la posibilidad de abusos en el ejercicio de la libertad de prensa, la determinación de esos abusos es reenviada al régimen legal y constitucional nacional, por lo que no supone la imposición de nuevos o mayores límites

que los vigentes en el resto del país.

[En este enlace se puede acceder al texto completo.](#)

*Asesor legal de ADEPA.



Visita de directivos de Barrick

El 25 de julio pasado, directivos de la empresa Barrick se reunieron con integrantes del Consejo Ejecutivo en las oficinas de ADEPA. Recibidos por el presidente Martín Etchevers, estuvieron Marcelo Álvarez, director ejecutivo de Asuntos Gubernamentales; Santiago Victoria, Gerente de Comunicaciones; Analía García, Gerente

de Asuntos Gubernamentales; y Eduardo D'Alessio, presidente de D'Alessio IROL.

Durante el encuentro, los directivos de Barrick compartieron novedades de la industria extractiva en la Argentina y respondieron consultas sobre diversos aspectos del desarrollo minero en el país.



Memoria y compromiso: a 30 años del atentado a la AMIA

En un emotivo y solemne acto que congregó a familiares de las víctimas, sobrevivientes, autoridades gubernamentales y representantes de la comunidad judía, se conmemoró el 30 aniversario del atentado terrorista contra la AMIA, ocurrido el 18 de julio de 1994 en Buenos Aires. La jornada comenzó con una ceremonia en la que se guardó un minuto de silencio en memoria de los 85 fallecidos y cientos de heridos que dejó el brutal ataque.

El evento se desarrolló frente al imponente edificio reconstruido de la AMIA, símbolo de resiliencia y memoria. Familiares de las víctimas compartieron testimonios conmovedores sobre la pérdida irreparable y la lucha incansable por justicia

durante estas tres décadas. Entre lágrimas y aplausos, recordaron a sus seres queridos, destacando su legado y la necesidad de mantener viva la memoria.

Autoridades políticas y líderes comunitarios expresaron su compromiso renovado con la búsqueda de verdad y justicia. El presidente Javier Milei estuvo entre los asistentes. Los discursos enfatizaron la importancia de no olvidar y de continuar luchando contra el terrorismo y la impunidad. Se hizo hincapié en la necesidad de fortalecer la memoria colectiva para prevenir futuros actos de violencia y discriminación.

Durante el acto, se proyectaron imágenes y videos que

El acto por el aniversario del atentado se desarrolló frente al edificio reconstruido de la AMIA.

rememoraban los momentos más oscuros de aquel día fatídico, así como los esfuerzos posteriores por esclarecer lo ocurrido y llevar a los responsables ante la justicia. La comunidad judía, junto con organizaciones de derechos humanos y ciudadanos comprometidos, marcharon en solidaridad y en exigencia de verdad y justicia.

El evento culminó con una ceremonia religiosa en la que se encendieron velas en memoria de cada una de las víctimas. El rabino de la comunidad pronunció palabras de consuelo y esperanza, instando a la unidad y a mantener viva la memoria de aquellos que perdieron la vida en el atentado. Los presentes se abrazaron en un gesto de solidaridad y fortaleza, renovando el compromiso de no permitir que el odio y la violencia prevalezcan.

El 30° aniversario del atentado a la AMIA no solo fue un día para recordar a las víctimas, sino también para reflexionar sobre el impacto duradero de la tragedia en la sociedad argentina y global. Fue un llamado a la acción, a no descansar hasta alcanzar la verdad y la justicia plenas, y a construir un futuro donde la convivencia pacífica y el respeto por los derechos humanos sean fundamentales.

Nueva etapa para Puntal, de Río Cuarto

El medio cordobés de 43 años inició una nueva etapa a mediados de julio, cuando anunció cambios en su edición impresa, que saldrá de jueves a domingo, mientras que los otros tres días de la semana apuntalará el contenido digital, en su página web y redes sociales.

La novedad fue comunicada a través de una nota editorial, en la que explicó que los cambios se deben a la modificación de los hábitos de consumo informativo por parte de las audiencias, fenómeno que ha adquirido una constante evolución y dinamismo, al que medios de todo el mundo se están adaptando.

“La idea de reducir la cantidad de días de impresión y distribución del diario surgió por una combinación de factores”, explicó Eduardo Yuni, presidente del directorio de Editorial Fundamento S.A., propietaria de Puntal. “Era una posibilidad que la empresa venía analizando por el acelerado proceso de digitalización que están viviendo los medios de comunicación y por la migración de las audiencias hacia las redes sociales y otras plataformas. Además, se sumó a una baja en los ingresos por publicidad en el diario de papel

y un fuerte incremento en los costos de impresión”, detalló el directivo.

El nuevo esquema es fruto de un proceso que implica adaptarse a los tiempos y avanzar en un proceso que en los medios se ha tornado inevitable: la digitalización de los contenidos periodísticos. Por eso, en los últimos meses, Puntal ha reforzado su presencia en internet y en las redes sociales para ampliar y afianzar la llegada a los lectores a través de todos los lenguajes y plataformas.

Puntal fue fundado por Carlos Hugo Biset el 9 de agosto de 1980, actualmente su director periodístico es Emanuel Baldoni. Su área de influencia abarca no solo a Río Cuarto, sino que se hace extensiva a la región sur de la Provincia de Córdoba.

Yuni comentó que a pesar del cambio, los lectores tomaron la decisión de forma positiva. “Los lectores se adaptaron rápidamente al nuevo esquema. Esto es porque el diario además reforzó su presencia en las redes sociales y en la página web y generó una edición digital que llega a lugares donde el diario de papel no llegaba. Es decir, como empresa se hizo un esfuerzo para ampliar, en vez de reducir, el alcance de los contenidos generados por nuestros periodistas”, dijo el directivo.



La edición impresa saldrá de jueves a domingo.

Han pasado pocas semanas del cambio, sin embargo los directivos del medio ya comenzaron a percibir beneficios. Por un lado, se redujeron los gastos

operativos de la edición impresa; por el otro, se aceleró el proceso de digitalización interna en la redacción y en las otras áreas de la compañía. Frente

a estos cambios, el presidente del directorio admitió que por el momento, no es una posibilidad volver a tener una tirada diaria.

En los últimos tiempos varios medios en todo el país tomaron decisiones con respecto a sus ediciones impresas. A continuación, un repaso de los últimos casos.

La Voz del Pueblo de Tres

Arroyos: Se imprime seis veces por semana y está estudiando limitar aún más la circulación del impreso.

El Diario (Paraná): No se publica más en versión impresa. Conserva la edición digital y edita una versión en PDF.

La Verdad (Junín): Anunció el cierre de su planta impresora y el cese de sus ediciones de lunes a viernes, limitando su circulación sólo a sábados y domingos.

El Independiente (La Rioja): No se publica más en versión impresa. Conserva la edición digital y edita una versión en PDF.

El Territorio (Misiones): Redujo su versión impresa a tres veces por semana (miércoles, sábados y domingos).

El Día (Gualeguaychú): Redujo su versión impresa únicamente a sábados y domingos.

La Opinión de Rafaela: Restringió a cuatro días por semana y en forma temporal la salida de su edición impresa.

El Libertador, Época y El Litoral (Corrientes): Generaron un acuerdo mediante el cual los tres medios dejaron de salir todos los días; se dividieron para salir dos días en la semana cada uno y los domingos se publican los tres.

El Sol (Concordia): Discontinúo su edición impresa, tras 60 años de existencia.

Ámbito Financiero: Después de 47 años ininterrumpidos, discontinuó su edición impresa y apostó toda su producción a la edición digital.

Jornada (Trelew): Discontinúo su edición impresa y volcó toda su producción de contenidos en el sitio web y plataformas de streaming.

Estrategas: Cesó la publicación impresa, luego de 33 años de existencia.

Nuevo Día (Coronel Suárez): Discontinúo sus ediciones impresa y digital, luego de 35 años de existencia. Este título no existe más.

Los Andes (Mendoza): Anunció una reestructuración de la empresa (el medio fue vendido recientemente a un grupo de empresarios mendocinos), con foco en el cierre de su planta impresora.

El Zonda (San Juan): Tras 19 años, discontinuó su edición impresa.



Federico Ehrenfeld, consultor y fundador de Fe.

Branded content, la estrategia que todos los medios quieren (y deberían) tener

Por **Lucía Fortín**

En un nuevo encuentro de capacitación organizado por ADEPA en forma exclusiva para sus medios asociados, el jueves 4 de julio, el consultor y fundador de Fe, [Federico Ehrenfeld](#), brindó un taller virtual sobre el valor del **branded content** en los medios periodísticos digitales. El licenciado en marketing explicó por qué este tipo de publicidad es importante para la industria e hizo un recorrido por la forma en que las diferentes marcas globales la emplean.

Antes de tener su propia agencia de branded content, Ehrenfeld trabajó en la estrategia en este

campo en diferentes medios de comunicación, como por ejemplo en La Nación, donde lideró el nacimiento del Content Lab.

¿Qué es el branded content?

En primer lugar, el consultor diferenció entre **marketing de contenidos, publicidad nativa y branded content**. A este último lo definió así: “Es un contenido producido o coproducido por una marca que informa, entretiene, inspira y/o educa para conectar con la atención de la audiencia objetivo. A partir de ese vínculo, es posible construir un territorio integrado

de comunicación que, de manera estratégica, promueva el propósito y los valores de la marca”.

Además, enumeró los **tres tipos de contenido** que una marca puede generar, entre los que se distinguen: los **propios** -websites, newsletters, redes sociales, blogs y podcasts-, con más control, pero menos alcance; los **pagos**, es decir el branded content, con un control del mensaje y con llegada a grandes audiencias; y los **ganados** -la prensa, las menciones, los shares, los reviews-, con menos control tanto del mensaje como de la distribución.

El experto resaltó que el beneficio del branded content es que, como los medios son los que **mejor conocen a la audiencia**, saben cómo contarle algo para que la marca llegue de la mejor manera posible con el mensaje. Antes, este terreno era exclusivo de las agencias de publicidad.

¿Cuál es el secreto del branded content?

Ehrenfeld explicó que no existe un único secreto para el éxito del branded content, pero sí planteó que funciona con un objetivo de comunicación de negocios de la marca.

“Si se vende demasiado la marca, o sea, se habla de todo lo bueno,



el usuario no lo cree y se va. Pero si se hace un contenido súper relevante, que genere atracción, pero no hago mención de lo que la marca quiere comunicar, no le estoy siendo fiel a su pedido. En el equilibrio entre que a la marca le sirva y al usuario le resulte relevante, ahí se da este algoritmo”, amplió.

Por eso, planteó que no son o los publicitarios o los periodistas quienes generarán mejores piezas de branded content, sino que lo hará **quien interprete de mejor manera este algoritmo**.

La importancia del branded content para los medios

Según comentó el consultor, **entre el 15 y el 20% de los ingresos publicitarios de los medios digitales corresponden al branded content**. Además,

trabajar con este tipo de estrategias de negocios les brinda posicionamiento en la **innovación publicitaria**.

En el mismo sentido, el fundador de Fe mencionó los principales atributos de este tipo de publicidad: se llega a grandes audiencias -y calificadas- en un tiempo determinado; hay un control del mensaje, que a la vez se transmite en un contexto relevante, lo que brinda credibilidad; se pueden emplear en diferentes formatos, como videos, fotos, texto, infografías, podcasts, entre otros; se tiene conocimiento de cómo consumen contenido los usuarios, y, por último, al *indexarse*, el mensaje se mantiene vivo.

Por otra parte, Ehrenfeld resaltó las diferentes **métricas** con las que se puede medir el branded content. Así, mencionó

Entre el 15 y el 20% de los ingresos publicitarios de los medios digitales corresponden al branded content.

el alcance, las visualizaciones, las impresiones, la tasa de rebote, las reproducciones, las interacciones, el perfil de la audiencia y el tiempo de consumo de contenido. Esta última es la más importante, aunque con una combinación sana de las otras. “Las buenas piezas performan igual que una nota interesante, cuatro minutos y medio”, detalló.

Los medios y las unidades de branded content

Algunos de los **medios internacionales** con unidades de branded content propias que fueron citados en la sesión son:

- [T Brand Studio](#), del New York Times
- [Globe Content Studio](#), de The Globe y el Mail
- [The Guardian Advertising Lab](#), de The Guardian
- [CNX](#), de Condé Nast
- [Re:think](#), de The Atlantic

Como las propias redacciones, los equipos de branded content sumaron en el último tiempo cada vez más profesionales. Tan es así, que evolucionaron hasta estar conformados por: editores, periodistas, fotógrafos, diseñadores, productores, desarrolladores digitales, community managers, generadores de contenidos para redes, especialistas en métricas y data, entre otros.



José Claudio Escribano fue declarado Personalidad Destacada de la Cultura de Buenos Aires

En reconocimiento a su destacada trayectoria en el ejercicio del periodismo, **el doctor José Claudio Escribano**, integrante del directorio de SA La Nación y miembro del Consejo Ejecutivo de ADEPA, fue declarado **Personalidad Destacada** en el ámbito de la Cultura por la Legislatura de la ciudad de Buenos Aires. Impulsado por la diputada porteña María Luisa González Estevarena, el proyecto de declaración aprobado por los legisladores recorre la carrera periodística y, entre otros puntos destacados, los premios y reconocimientos que ha recibi-

do. La entrega de la distinción se llevará a cabo el 14 de agosto a las 18:00 en el salón Dorado de la Legislatura Porteña.

“José Claudio Escribano es un destacado periodista argentino, cuyas columnas de opinión son consideradas de las más influyentes del país. Con casi setenta años de trayectoria en el diario La Nación, su nombre es símbolo de periodismo”, dice la declaración en el inicio, que recuerda, además que el doctor Escribano (Buenos Aires, 3 de diciembre de 1937) integra desde 1956 el staff de periodistas de La Nación.

José Claudio Escribano, presidente de la Comisión de Premios de ADEPA.

“Ha hecho su carrera profesional casi exclusivamente en ese medio, con algunas colaboraciones aparecidas en revistas y en diarios de provincias y ciertas breves incursiones en el periodismo televisivo. En 1961 fue jefe de la sección Política y Parlamentarias de La Nación, cuatro años más tarde corresponsal viajero para América Latina y, a partir de 1968, subjefe de editoriales. En 1981 fue designado secretario general de redacción y más tarde subdirector del mismo diario”.

Abogado por la Universidad de Buenos Aires, Escribano se especializó en el estudio de las instituciones de los Estados Unidos de América en el World Press Institute, en Macalester College, St. Paul, Minnesota, integró el Directorio de la World Association of Newspapers (WAN) y presidió, entre 1996-1998 y 2000-2002, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) y su Comisión de Libertad de Prensa. Además, presidió la Academia Nacional de Periodismo.

Actualmente Escribano es integrante del Consejo Ejecutivo de ADEPA, donde preside la Comisión de Premios; es miembro de número de la Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas de la Argentina; y es miembro concurrente de la Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas de Venezuela. A su vez, es miembro del Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI). Ha sido condecorado por los gobiernos de Italia, España y Francia, que le confirió la Legión de Honor.

SIP Connect 2024: Daniel Hadad habló sobre el impacto de la IA en el periodismo



“Son tiempos para personas que no tienen miedo”, dijo Daniel Hadad, fundador y CEO de Infobae, en SIP Connect 2024, la conferencia global sobre tecnología y medios de comunicación de la Sociedad Interamericana de Prensa, celebrada en Miami a mediados de julio. “El cambio que la inteligencia artificial trae al periodismo es más fuerte que el que trajeron internet, la Web 2.0 y las plataformas sociales. A diferencia de lo que sucedió cuando se popularizó la red, que le dio 20 años a la industria de los medios de papel para adaptarse, esta vez no tenemos tiempo”.

Hadad participó del encuentro de líderes y expertos de medios del continente americano en el cual se discutió como tema central el impacto de la IA en la industria, en particular en cuestiones como la generación y la distribución de contenidos. “Enfrentamos una nueva reconfiguración del ecosistema informativo”, remarcó.

La IA llega “en un momento malo del modelo de negocios”, recordó. “El modelo no cierra. CNN volvió a reducir su planta la semana pasada —mostró imágenes de la noticia del despido de 100 personas en la ca-

dena— y desde 2004, el año que apareció Facebook, hasta hoy, desaparecieron 2.900 medios en los Estados Unidos”. El fondo de la cuestión, planteó, es qué va a ocurrir con los medios en la transformación que trae esta nueva tecnología.

La experiencia de Infobae

Luego de distinguir entre el modelo inviable de los periódicos tradicionales versus la comercialización de los medios basados en datos —“Infobae es una empresa de datos”, definió—, Hadad contó la experiencia de su medio, que creó **una herramienta propia de IA, ScribNews**. “No vengo a venderla, la hicimos para usar nosotros. No podemos darle a cada periodista de nuestras redacciones una persona que transcriba sus audios, que lo desafíe para afilar las ideas, que lo ayude con las tareas tediosas. Pero tampoco quiero que nuestros profesionales tengan que perder tiempo destacando tipografía o escuchando una hora de la Convención Republicana para encontrar un dato. Esto sí lo hace ScribNews: un asistente que pusimos a disposición de cada uno de nuestros redactores y editores para que puedan hacer mejor periodismo”.

Contó, también, la experiencia cultural dentro de la redacción. Al comienzo la gente se resistió al ingreso de la IA a sus flujos de trabajo. Algunos ni siquiera confiaban en el corrector de ortografía y gramática, evocó; otros decían que nunca iban a usar IA en general porque no la necesitaban.

Se fueron familiarizando a medida que comprendieron un hecho clave: **“La IA no sustituye el trabajo de los periodistas”**, dijo Hadad.

La tecnología, dijo, permite que se deleguen las tareas repetitivas y para que redactores y editores se queden con “el trabajo estratégico”. Podrán mejorar sus relaciones con las fuentes, elaborar mejor la comunicación con el usuario, pensar más el modo en que se trabajan los textos, las fotos y los videos.

Pueden acceder a todas las presentaciones de SIP Connect 2024 [haciendo clic acá](#).

Daniel Hadad, fundador y CEO de Infobae.



El Festival Gabo celebró tres días con las mejores historias de Iberoamérica y en defensa de la libertad de expresión

El 7 de julio culminó la duodécima edición del Festival Gabo, evento que cada año organiza la Fundación Gabo y que por tercera vez consecutiva se desarrolló en Bogotá, Colombia. El director ejecutivo de ADEPA, Andrés D' Alessandro participó del encuentro regional, al que se dieron cita más de 13.000 asistentes.

Más de 170 invitados de 20 países fueron convocados al programa más amplio que ha vivido el evento, el cual se inauguró este año con una obra de teatro

sobre la libertad de expresión y tuvo un cierre performático con historias de la guerra en Ucrania. El periodismo, la literatura, el cine, la música, la fotografía, los videojuegos, el podcast y otros formatos y manifestaciones creativas hicieron parte de la agenda temática, enfocada en los desafíos de nuestro tiempo en el ámbito social, cultural, informativo y geopolítico.

Asistentes de todas las edades visitaron la exhibición con las imágenes inéditas del rodaje de la serie basada en 'Cien años de

soledad', que se lanzará este año en Netflix; así como 'El cuarto de Melquíades', una experiencia hecha para niños y niñas; charlas, talleres y clases magistrales sobre inteligencia artificial, el legado de García Márquez a diez años de su fallecimiento, el mundo digital, el futuro del periodismo, el auge de la desinformación, entre otros asuntos.

La 12ª edición del evento se llevó a cabo en Bogotá, Colombia.



Cada noche se llevaron a cabo conciertos en un escenario y hasta se celebró en pantalla gigante el triunfo en cuartos de final de la selección Colombia en la Copa América. Los eventos celebrados en el Auditorio del Gimnasio Moderno tuvieron transmisión en vivo por Canal Capital y se encuentran disponibles en el canal de Youtube del Festival Gabo.

Ceremonia y Premio Gabo 2024

En el marco del evento, se llevó a cabo frente a cerca de 750 asistentes la 12ª ceremonia de los Premios Gabo, en la que se hizo un llamado enfático por la libertad de prensa y se instó a la liberación inmediata del periodista guatemalteco José Rubén Zamora, preso por el ejercicio de su oficio en una cárcel de su país. José Carlos Zamora, hijo de José Rubén Zamora y también periodista, recibió en

nombre de su padre el Reconocimiento a la Excelencia del Premio Gabo, que le fue concedido por su valentía, coraje e investigaciones de casos de corrupción en su país.

[Texto íntegro del discurso con el que el periodista guatemalteco celebró desde prisión el Reconocimiento a la Excelencia del Premio Gabo.](#)

“Hay señales de que estamos entrando en épocas posiblemente cada vez más difíciles, y dentro de la transformación en el ecosistema de medios hay muchas voces que le quieren competir al periodismo en esa relación con las audiencias. Lo bueno y lo que nos enorgullece comprobar a través del Premio, el Festival y el trabajo que hacemos en la Fundación, es que el periodismo vive, que el periodismo, además, mantiene la fe y ayuda a comprender mejor el mundo”, dijo Jaime Abello

El encuentro tuvo más de 13.000 asistentes.

Banfi, director de la Fundación Gabo, durante su discurso en el Premio Gabo 2024 en el Teatro Jorge Eliecer Gaitán. En la gala también se concedieron [galardones en las categorías de Audio, Texto, Cobertura e Imagen.](#)

Por primera vez, un trabajo fue premiado dos veces: ‘La noche de los caballos: el rescate equino más grande de América del Sur’, publicado en Revista Gato por Diego Fernández Romeral (Argentina) se llevó el galardón en la categoría Texto, mientras que Anita Pouchard Serra fue la ganadora en la categoría Fotografía por el mismo proyecto. El documental brasileño ‘Vale dos Isolados – O assassinato de Bruno e Dom’, publicado por TV Globo / Globoplay y dirigido por la reportera Sônia Bridi, se alzó con el premio en la categoría Imagen. Por su parte, el trabajo hecho en alianza por InfoAmazonia, La Liga Contra el Silencio y Armando.Info, titulado ‘Amazon Underworld’, ganó el Premio Gabo en la categoría Cobertura. Uno de los momentos más aplaudidos de la ceremonia fue la entrega del galardón en la categoría Audio para ‘Las mujeres valientes: Guií chanáa’, un podcast de Nayelli López Reyes, perteneciente a la comunidad indígena de San Martín Itunyoso (al noroeste del estado de Oaxaca, México). Su programa es publicado por Spotify Studios y Oronda Studio.

Más información sobre el Festival Gabo [haciendo clic aquí.](#)

El Cronista inauguró nuevas oficinas

En julio, el reconocido medio económico mudó sus oficinas a Palermo, en French y Coronel Díaz. “[El Cronista](#) abrió sus puertas a un nuevo espacio de trabajo que responde a las necesidades de una nueva era del periodismo”, anunciaron en sus redes sociales.

“Decidimos cambiar de espacio porque era importante para nosotros ir a un **ambiente más disruptivo**, donde podamos traccionar de manera orgánica a que haya más interacción entre las áreas, contribuir con mayor fluidez a la comunicación efectiva y así velocidad en la toma de decisiones”, comentó Christian Findling, Director General del diario.

El nuevo espacio cuenta con mesas de trabajo compartidas, salas y “phone boxes” para reuniones y entrevistas. También crearon una sala de video completamente equipada con una escenografía “moderna y elegante”. “Las nuevas oficinas son

modernas, flexibles y luminosas. Nos permiten tener una dinámica diaria más ágil, cercana y con mayor tecnología también”, aseguró Daniela López, Gerente de Capital Humano.

El Cronista ha incorporado una red Wi-Fi 6 de última generación y un nuevo *microdatacenter*. Además, cuentan con monitores centrales que muestran indicadores de gestión diaria,

noticias y un portal interactivo. “Todas las salas están equipadas con **tecnología avanzada** para llamadas, compartir información e interactuar sin importar si estamos en la oficina o no”, contó López.

A pocas semanas de la inauguración, el director del medio consideró que la mudanza **tendrá un impacto positivo en la redacción**. “Se percibe y se manifiesta un buen ánimo, entusiasmo, fue muy rápida la adaptación porque las oficinas son sencillas de utilizar, se presta el lugar para la comodidad y aprovechar al máximo los espacios. Creemos que nos representa en este nuevo concepto del trabajo, e impactará en el desarrollo y atracción de nuevos talentos, en agilidad para lograr los objetivos y conseguir resultados positivos para el negocio”, concluyó Findling.



Las nuevas oficinas están ubicadas en Palermo, en French 3155, cerca del parque Las Heras.



MEDIA PARTY BUENOS AIRES

Llega una nueva edición de Media Party: será del 29 al 31 de agosto

El [encuentro](#) que reúne a periodistas, desarrolladores de software, diseñadores y emprendedores se llevará a cabo el 29, 30 y 31 de agosto en [Ciudad Cultural Konex](#), en Buenos Aires. En esta edición, ADEPA será media sponsor de la conferencia.

¿Qué va a pasar en Media Party Buenos Aires?

- Más de 10 conferencias a cargo de expertos internacionales y decenas de charlas relámpago.
- Una feria única con iniciativas innovadoras, herramientas y servicios para los medios. Todo junto en un mismo lugar.
- Talleres para desarrollar habilidades en herramientas y metodologías vinculadas a los medios. Pensados y liderados por profesionales de la industria.

- Una jornada de trabajo colaborativa para desarrollar herramientas, productos o servicios de impacto para la industria de las noticias y medios.

Los expertos abordarán temas tales como inteligencia artificial generativa, noticias locales, desinformación, creators economy, medios sintéticos, audiencias, producto digital y monetización, entre otros.

Line-up

Conocé los primeros speakers confirmados que participarán de la Media Party Buenos Aires 2024.

- **Sam Guzik** - Senior Expert Advisor en Future Today Institute y Senior Director Product Management en New York Public Radio

El evento se realizará en el espacio Ciudad Cultural Konex.

- **Annemarie Dooling** - VP, Audience Experiences en USA Today Network
- **Mattia Peretti** - ICFJ
- **Karen Acosta Parra** - Community Manager Googler Developer Communities en LATAM
- **Rodrigo Akira Hirooka** - Regional Lead for Googler Developer Communities en LATAM
- **Feli Carrique** - Executive Director, News Product Alliance
- **Daniel Desein** - ADEPA y La Gaceta
- **Sam Guzik** - Senior Director of Product for New York Public Radio, Future Today Institute
- **Andrés Snitcofsky** - Líder de datos, La Diaria
- **Anna Vissens** - Head of Data Science, The Guardian
- **Daniel Nardin** - Director de Amazonia Vox
- **Aldana Vales** - Directora, Experiencia de Audiencias, Gannett - USA TODAY Network

Se puede participar sin cargo, con inscripción previa [haciendo clic acá](#).

Aniversarios de agosto

La Nueva, Bahía Blanca
1 / 8 / 1898

El Esquiú, Catamarca
3 / 8 / 2010

La Gaceta, Tucumán
4 / 8 / 1912

Jujuy al Momento, Jujuy
6 / 8 / 2011

El Litoral, Santa Fe
7 / 8 / 1918

Puntal, Río Cuarto
9 / 8 / 1980

Diario Canning
9 / 8 / 2006

Todo Jujuy, Jujuy
13 / 8 / 2012

Primera Edición, Posadas
21 / 8 / 1991

El Tribuno, Salta
21 / 8 / 1949

La Arena, Santa Rosa
21 / 8 / 1933

Portal Misiones, Montecarlo
22 / 8 / 2018

Clarín, Buenos Aires
28 / 8 / 1945

Magazine Bulonero, Bs. As.
Agosto 1992

Homenaje a fallecidos

Miguel Angel Durán



Falleció el 1º de julio de 2024 a los 71 años. Referente del periodismo de la provincia de Córdoba. Dejó una huella profunda en la prensa gráfica y en especial en las coberturas de resonantes casos policiales. En 1975 ingresó en el diario Los Principios, hasta que a fines de 1979 pasó a la redacción de La Voz del Interior, de la que nunca más se fue hasta que se jubiló. No dudaba en dejar todo a cualquier hora del día para ir a buscar a la fuente indicada. Fue un periodista de tiempo completo.

Hugo Dedieu



Falleció el 18 de julio de 2024 a los 70 años. Reconocido periodista que supo plasmar su sello inconfundible en las páginas de los principales diarios de Misiones, y también en algunas de las más escuchadas emisoras radiales como LT17 Radio Provincia. Además, fue responsable del área de comunicación de organismos provinciales y de la Municipalidad de Posadas, donde fue impulsor de la Radio Municipal aún en funcionamiento.

Samuel Liberman



Falleció el 20 de julio de 2024, a los 92 años. A principios de los años 80 fundó Video Cable Comunicación (VCC), uno de los primeros proveedores de TV por cable en Argentina.

Agenda

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 19-20, 2024.
Córdoba, Argentina.

ver online

MAY. 2025

Congreso Mundial de WAN-IFRA

Mayo 4-6, 2025.
Cracovia, Polonia.

La Cumbre Global sobre Desinformación anuncia su cuarta edición, con apoyo de ADEPA

El 18 y 19 de septiembre de 2024 se realizará la cuarta edición de la Cumbre Global sobre Desinformación. Organizado de manera conjunta por la Sociedad Interamericana de Prensa, la Fundación para el Periodismo (Bolivia) y Proyecto Desconfío (Argentina), este encuentro reúne a periodistas, investigadores, académicos, fact checkers, referentes de medios y gobiernos, organizaciones de la sociedad civil, profesores y estudiantes por cuarto año consecutivo convirtiéndose en una cita ineludible en la lucha contra la desinformación a nivel global.

Los interesados pueden inscribirse en este [enlace](#).

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