



## Asamblea de ADEPA: Posadas reunió a los medios de todo el país



**Nuevo Consejo Ejecutivo de ADEPA**

**La libertad de prensa, desde el regreso de la democracia**



## Asamblea de ADEPA: Los medios argentinos se reunieron en Misiones

Entre el miércoles 18 y el viernes 20 de septiembre la ciudad de Posadas fue el escenario de las deliberaciones de la 62ª Asamblea General de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA). En la cita nacional de la industria periodística argentina, que se realizó por cuarta vez en la provincia de Misiones, participaron directivos y editores de los medios impresos y digitales de todo el país.

Durante el encuentro, que se realizó en los salones del Hotel Bagu Urbano, ADEPA brindó [un informe sobre la situación de las libertades de expresión y de prensa en la Argentina](#), organizó paneles sobre la situación política y económica internacional, y brindó espacios de ca-

pacitación y formación profesional a sus integrantes sobre los desafíos más relevantes de la industria periodística. Además, durante el transcurso de la Asamblea, se trataron asuntos internos de la institución y [se renovaron las autoridades](#).

Durante las deliberaciones en Posadas, los socios de ADEPA renovaron la Junta de Directores de la entidad –que conforman representantes de medios de todo el país–, y luego los integrantes de la Junta eligieron a los miembros del Consejo Ejecutivo para el período 2024/2025, el cual fue anunciado el viernes 20. Martín Etchevers, representante de Clarín, fue designado nuevamente como presidente.

Es la cuarta vez que se realiza la Asamblea General de ADEPA en la provincia del noreste argentino.

Entre los panelistas y expositores que formaron parte del programa de la Asamblea, se destacaron ex embajador argentino ante las Naciones Unidas, Estados Unidos y Portugal, Jorge Argüello; el director de AFP en Argentina, Philippe Bernes Lasserre; la especialista en desinformación de la misma empresa, Nadia Nasanovsky; el líder del equipo News Partnerships en el Cono Sur de Google, Juan Manuel Lucero; el consultor digital Julián Gallo; el capacitador de Redacciones 5G Telecom Argentina, Álvaro Liuzzi; el CEO de Dosunos, Gastón Serralta; el director de Diagonal Minds, Santiago Arieu; y el CEO de Powerbeans, Matías Battolla.

También se realizó un laboratorio de innovación, en el que expusieron Magalí Suárez (El Litoral, Santa Fe); Damián Cunnale (El Territorio, Posadas); Ezequiel Franco (O221, La Plata) y Marcelo Almada (Misiones Online, Posadas).

En esta edición del Noticario de la Prensa Argentina se reseñan todas las actividades de ADEPA en Posadas.

[Acceder a la galería de imágenes de la Asamblea en Posadas.](#)



## Martín Etchevers

# “La libertad de expresión nunca está consolidada y puede estar sujeta a restricciones veladas y sutiles”

“La misión fundacional de ADEPA es la de velar por la libertad de expresión. Como sabemos es una libertad estratégica, y nunca está consolidada, ya que puede estar sujeta a restricciones más obvias y brutales -como la censura, la persecución estatal o el hostigamiento físico— o a movimientos más velados y sutiles, pero que en un in crescendo pueden tener un efecto igualmente pernicioso: agresión verbal, intimidación, autocensura,

secretismo y en definitiva, menos transparencia y auditoría del poder”, dijo Martín Etchevers, presidente de ADEPA, en su informe de gestión al comienzo de las deliberaciones de la 62ª Asamblea General.

“Todo eso genera un debate público intoxicado y polarizado. Hostigamiento virtual y fake news. Deslegitimación de nuestra labor. Todas señales que debemos monitorear y denunciar, por sus propios efectos directos y porque como

El presidente de ADEPA dio su informe ante los assembleístas en Posadas.

hemos dicho muchas veces, pueden ser el prolegómeno, el anticipo de acciones más serias y peligrosas, que debemos prevenir”, advirtió Etchevers.

“Otro gran eje de nuestro trabajo es la defensa y el fortalecimiento de la industria periodística, no como un reclamo sectorial, sino como un mandato de raigambre constitucional, una preocupación que hoy recorre a los países de Occidente y que tiene que ver con uno de los principios esenciales de la democracia liberal”, agregó el presidente de ADEPA ante directivos y representantes de medios de todo el país reunidos en el auditorio del hotel Bagu Urbano.

En su mensaje ante los assembleístas reunidos en Posadas, Etchevers, titular de la entidad más representativa de la industria periodística argentina, enumeró y explicó las acciones institucionales realizadas desde fines de 2023 y a lo largo de 2024, entre las cuales se destacó la búsqueda de soluciones a la agenda de desafíos que tiene la industria periodística en todo el país, interactuando con los tres poderes del Estado y con toda las agrupaciones políticas en propuestas concretas.

“La sustentabilidad de la prensa está sujeta a múltiples desafíos, tecnológicos, comerciales, de

Martín Etchevers y Pablo Deluca.

---

modelo de negocios, de uso de nuestra propiedad intelectual, de intermediación opaca de algoritmos. Nuestra tarea está abocada a identificar, señalar y proponer caminos para abordar cada uno de esos retos. Y finalmente, estamos abocados en brindar herramientas para que nuestros socios puedan abordar desde sus propias estructuras empresariales y editoriales los grandes cambios que plantea la revolución digital, la IA y los cambios en el consumo y la distribución de la información. Nuestras áreas de desarrollo y capacitación dan cuenta de ello”, especificó Etchevers.

Otro tema abordado a lo largo del período tuvo que ver con el reclamo de los medios informativos para que las plataformas digitales los compensen por la utilización y distribución de sus contenidos, una cuestión cada vez más relevante en todo el mundo. “Es un área clave de nuestra labor institucional -destacó Etchevers-, debemos continuar defendiendo el derecho de los editores sobre el valor de los contenidos en el ecosistema digital y el reconocimiento de estos derechos por parte de las plataformas, que ahora incluyen también a la Inteligencia Artificial”.



Promediando su informe, el presidente de ADEPA se refirió a un hito institucional del que recientemente se cumplieron tres décadas. “En agosto pasado se cumplieron 30 años de la Convención Constituyente de 1994, y desde la entidad reflexionamos sobre el papel que tuvo ADEPA en aquel relevante acontecimiento social y político. Guillermo Ignacio, entonces presidente de ADEPA, lideró la comitiva de la entidad en Santa Fe, en la que además participaron varios referentes de la industria que ya no están entre nosotros”.

“Nuestra entidad trabajó incansablemente durante esas jornadas presentando su perspectiva a los convencionales, proponiéndoles buscar fórmulas que no renegaran de la modernidad

pero que al mismo tiempo no pusieran en riesgo las Declaraciones, Derechos y Garantías que habían demostrado ser el mejor aliado de la expresión de ciudadanos y periodistas”, señaló Etchevers. “La agudeza de nuestros expertos –agregó– nos hizo prestar atención a institutos desconocidos, como el hábeas data, en un contexto político en el que se hablaba de avanzar sobre los archivos de los medios. Y nos impulsó a proponer la búsqueda de una solución superadora, que terminó consagrando un derecho de vanguardia, que ha sido y sigue siendo un resguardo central para la investigación periodística: el secreto de las fuentes”.

Más información en el siguiente [enlace](#).

# Informe de ADEPA: “La prensa, desde el regreso de la democracia”

Durante su 62ª Asamblea anual, ADEPA emitió su reporte semestral de Libertad de Prensa, en el que repasó los avances y retrocesos de la libertad de expresión que vivió la Argentina desde el regreso de la democracia.

El informe reseña cómo en las últimas cuatro décadas hubo etapas de involución, como el período entre 2008 a 2015 —anticipada por algunos hechos de gravedad desde 2003— y momentos en los que se dieron pasos relevantes para ampliar o consolidar niveles de esa libertad que permitieron al periodismo desarrollarse con el vigor que requiere el ejercicio de sus funciones.

“La reforma constitucional de 1994 consagró la protección de las fuentes de información después de largos debates en los que se desecharon proyectos que iban en un sentido contrario. Un año antes se había eliminado la figura del desacato y, con el paso de los años, se sumaron otros importantes adelantos, como la despenalización de las calumnias e injurias en 2009, y los fallos de la Corte Suprema de Justicia de la Nación que rechazaron el uso de la publicidad oficial como castigo por la línea editorial de un medio”, señaló Daniel Dessein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de ADEPA, durante la lectura del

documento, en el marco de la asamblea anual de la entidad que agrupa a los medios argentinos, y que se llevó a cabo en la capital de Misiones. El informe fue aprobado por unanimidad por los representantes de los medios de todo el país.

Otro de los hitos fundamentales de las cuatro décadas de democracia fue la sanción en 2016 de la Ley de Acceso a la Información Pública. Hasta ese año, la Argentina era uno de los únicos tres países de Sudamérica que no tenía una ley de ese tipo, junto con la Bolivia de Evo Morales y la Venezuela de Nicolás Maduro. “Resulta preocupante, entonces, el reciente decreto del Poder Ejecutivo por el cual se incorporan excepciones que abren las puertas a un angostamiento del nivel de acceso a información por parte del periodismo y la ciudadanía en general”, advirtió ADEPA en su informe.

“Estas limitaciones —agregó Dessein— van a contramano de los estándares constitucionales e internacionales en la materia. Se trata de modificaciones que, por su ambigüedad y amplitud, chocan con el espíritu de una norma que consagra principios de “máxima divulgación” y establece excepciones de alcance limitado”.

En otra sección del informe, ADEPA realizó una reflexión para señalar cómo la calidad de una democracia depende de la calidad del debate público y, cómo en ese contexto se le brinda a la prensa un trato preferencial. “Un intercambio de ideas fluido, tolerante y libre es necesario para la existencia de una dinámica democrática intensa. Las constituciones modernas dan un tratamiento jurídico preferencial a la prensa porque la conciben como una pieza imprescindible para que la ciudadanía pueda debatir sobre cuestiones de interés colectivo apoyándose en información chequeada”, expresó Dessein.

Un debate democrático sano no excluye la exposición firme de ideas y la defensa de posiciones e intereses que entran en colisión con otros, aseveró ADEPA. “Una convivencia pacífica de los habitantes de un país se asienta en el intercambio de opiniones basado en datos y argumentos, y en el respeto de los mecanismos institucionalizados de resolución de conflictos”, agregó.

En el cierre del documento, ADEPA instó a que el Gobierno nacional, los poderes locales y la clase dirigente en su conjunto asuman con conciencia democrática la urgencia de atenuar el clima de confrontación, garantizar la plena vigencia de las libertades de expresión y de prensa y aportar al fortalecimiento de un periodismo responsable y moderno como herramienta clave para defender la institucionalidad.

[Acceder al Informe completo en este enlace.](#)



## Se constituyó el nuevo Consejo Ejecutivo de ADEPA

El 20 de septiembre se procedió a la elección del Consejo Ejecutivo que tendrá a su cargo la conducción de la entidad para el período 2024-2025. El máximo cuerpo ejecutivo de la institución quedó constituido de la siguiente manera:

### Presidente

Martín Etchevers  
(Clarín, Buenos Aires)

### Vicepresidente 1º

Diego Fuentes  
(Diario Huarpe, San Juan)

### Vicepresidente 2º

Nahuel Caputto  
(El Litoral, Santa Fe)

### Secretaria General

Ana Tronfi  
(ADN Sur, Comodoro Rivadavia)

### Secretario de Organización

Carlos Azzariti  
(Página 12, Buenos Aires)

### Secretario de Relaciones Institucionales

Agustino Fontevecchia  
(Perfil, Buenos Aires)

### Secretario de Actas

Diego Dillenberger  
(Imagen, Buenos Aires)

### Tesorero

Francisco Muñoz  
(Opi Santa Cruz,  
Río Gallegos)

### Profesorero

Carlos Marino  
(Letra P, Buenos Aires)

Al cierre de la Asamblea, ADEPA designó a sus nuevas autoridades para 2024/2025.

### Vocales titulares

1º José Claudio Escribano  
(La Nación, Buenos Aires)

2º Guillermo Ignacio  
(TSN Necochea, Necochea)

3º Miguel Gaíta  
(La Palabra, Berazategui)

4º Ramona Maciel  
(La Voz del Pueblo, Tres Arroyos)

5º Héctor Lebensohn  
(Democracia, Junín)

6º Juan A, Boglione  
(Nueva Rioja, La Rioja)

### Vocales suplentes

1º Claudia Bogado  
(La Mañana, Formosa)

2º Tomás Vio  
(Olé, Buenos Aires)

3º Carlos Valentini  
(El Diario de Pringles, Cnel.  
Pringles)

4º Marcelo Almada  
(Misiones Online, Posadas)

5º Diego Garazzi  
(Hola Argentina, Buenos Aires)

6º Jorge Arias  
(Actualidad, Gral. Villegas)

### Comisión de Libertad de Prensa e Información

#### Presidente

Daniel Desein  
(La Gaceta, Tucumán)

### Comisión de Asuntos Económicos y Resoluciones

#### Presidente

Pablo Deluca  
(Infobae, Buenos Aires)

#### Vicepresidente

Marcelo Carbone  
(Crónica, Buenos Aires)

### Comité Estratégico

#### Presidente

Guillermo Ignacio  
(TSN Necochea, Necochea)

### Comisión de Premios “Federico C. Massot”

#### Presidente

José Claudio Escribano  
(La Nación, Buenos Aires)

### Comisión de Capacitación Multiplataforma

#### Presidente

Carlos Jornet  
(La Voz del Interior, Córdoba)

#### Vicepresidente

Carlos de Elía  
(TN, Buenos Aires)

### Comisión de Desarrollo Digital

#### Presidente

Tomás Vio  
(Olé, Buenos Aires)

#### Vicepresidente

Carlos Marino  
(Letra P, Buenos Aires)

#### Secretaria

Sabrina Salvi  
(Diario Uno, Mendoza)

### Comisión de Desarrollo de Medios Locales

#### Presidente

Juan Carlos Fernández Llano  
(El Libertador, Corrientes)

#### Vicepresidente

Carlos Valentini  
(El Diario de Pringles, Cnel. Pringles)

#### Secretaria

Ana Tronfi  
(ADN Sur, Comodoro Rivadavia)

### Comisión de Relaciones Internacionales

#### Presidente

Gustavo Ick  
(El Liberal, Sgo. del Estero)

#### Vicepresidente

Luis H. Tarsitano  
(El Tribuno, Salta)

### Comisión de Marcas de Verdad

#### Presidente

Diego Dillenberger  
(Imagen, Buenos Aires)

### Comisión de Diversidad

#### Presidenta

Bárbara Read  
(La Mañana, Formosa)

### Comisión de Propiedad Intelectual

#### Presidente

Diego Garazzi  
(Hola Argentina, Buenos Aires)

#### Vicepresidente

Nahuel Caputto  
(El Litoral, Santa Fe)

### Comisión de Socios

#### Presidente

Miguel Gaíta  
(La Palabra, Berazategui)

#### Secretario

Emilio Magnaghi  
(Ciudadano News, Mendoza)

### Comisión de Difusión

#### Presidente

Fernando Rajneri  
(Río Negro, General Roca)

#### Vicepresidente

Hugo Ferrer  
(La Opinión Austral, Río Gallegos)

### Comisión Revisora de Cuentas

#### Titulares

Miguel Gaíta, Sergio Ducca y Diego Garazzi

#### Suplente

Cecilia Gargatagli

### Servicio de Orientación Legal

#### Libertad de Prensa

Carlos Laplacette

#### Propiedad Intelectual

Nicolás Novoa

### Servicio de Orientación Tributaria

Sergio Ducca

#### Director Ejecutivo

Andrés D'Alessandro

#### Gerente General

Gabriel Matijas



## GUILLERMO IGNACIO FUE DISTINGUIDO POR SU PAPEL EN LA CONSTITUYENTE DE 1994 Y SU TRAYECTORIA EN DEFENSA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN ARGENTINA

El viernes 20 de septiembre, por la noche, se llevó a cabo en Posadas la comida de clausura de la Asamblea de ADEPA. Martín Etchevers, renovado en el cargo de presidente para el período 2024-2025, dio un mensaje en el que agradeció la hospitalidad y la generosidad de los misioneros, y luego junto a los expresidentes José Claudio Escribano, Carlos Jornet y Daniel Desein distinguió a Guillermo Ignacio, actual titular del Comité Estratégico, por su trayectoria en ADEPA y su extraordinario aporte a la institución y a la libertad de expresión en la Argentina.

Etchevers destacó especialmente el papel fundamental de Ignacio, presidente de ADEPA durante ocho períodos, a cargo de una delegación para defender las garantías constitucionales de las libertades de prensa y de expresión durante la Convención Constituyente de 1994, de la que se cumplieron 30 años el mes pasado.

Además –agregó Etchevers– este año se cumplen 60 años de la primera vez que Ignacio participó en una Asamblea de ADEPA (1964, en Alta Gracia, Córdoba) y también se cumplen cuatro décadas de su

El viernes 20 de septiembre, por la noche, se llevó a cabo en Posadas la comida de clausura de la Asamblea de ADEPA.

primer ingreso al Consejo Ejecutivo, y 10 años de su última presidencia, que comenzó en 2014, en la Asamblea que se realizó en Jujuy.

Guillermo Ignacio, quien fuera director de Ecos Diarios y de la señal televisiva TSN Necochea, fue titular de la entidad madre del periodismo argentino en ocho períodos: 1987-1989; 1992-1994; 1998-2000 y 2014-2016. Además, estuvo a cargo de la Comisión de Libertad de Prensa en varias oportunidades.

A su turno, Escribano elogió la tarea institucional de Ignacio en ADEPA. “¿Qué decir, amigos de ADEPA, de alguien que lleva tantos años en esta institución? Willie llegó a ADEPA cuando las revistas estaban produciendo una verdadera revolución en el periodismo, que llevó al cambio de los diarios. No solamente se trataba de informar, sino también de interpretar las noticias. Era el tiempo en el que todavía las fotos que recibíamos del exterior venían por radiofotos. Y según eran las condiciones meteorológicas, las fotos eran legibles, o en las fotos no había cara alguna que se distinguiera, por importante que fuera el personaje”, dijo Escribano. Y agregó: “Willie está acá desde que los argentinos no teníamos televisión en color, desde que viajábamos con nuestras Olivetti y en cada llamada telefónica cuando íbamos al interior del país y queríamos hablar con



Guillermo Ignacio junto a Carlos Jornet y Martín Etchevers.

nuestro lugar de origen, eran tres horas de espera para hacer llegar la información a tiempo para la edición el día siguiente”.

“En la figura de un hombre que lleva 60 años en ADEPA se encarna el período más revolucionario en la historia del periodismo, no solamente argentino, sino mundial”, prosiguió Escribano en referencia a Ignacio. “Willie vivió con intensidad ese cambio de los años 80 en que nuestros diarios dejaron de ser aquellos edificios que tenían forjas para reconvertir el valor del plomo con el cual se hacían las impresiones. Vio desaparecer oficios enteros, como el del linotipista, y está acá desde antes de que se inventara el fax, y que la primera computadora se pusiera en una redacción, como fue en el caso de La Nación...no para que fuera usada, sino para que al principio los redactores la tocaran y comprobaran que la computadora no mordía”.

En otro pasaje de su discurso, Escribano destacó la defensa

irrestricada que hizo Ignacio de los principios fundacionales de ADEPA en relación con la libertad de prensa. “Vivió y dio luchas importantísimas en favor de la libertad de prensa, como representante de un diario chico del interior de la provincia de Buenos Aires. Pero que en ese mismo hecho está condensado el ideal federal de esta institución: los diarios más chicos no tienen menos derechos que los diarios más importantes del país”, afirmó.

Con referencia al papel de Ignacio en las deliberaciones de la Convención Constituyente de 1994, Escribano señaló que fue fundamental para que no se alteraran los principios establecidos en la Constitución de 1853, los derechos y garantías individuales, sino que, además, para que se incluyera el derecho al secreto de la fuente periodística. “Sin esa cláusula prácticamente no habría información valiosa ni investigación que pueda prosperar sobre todo en relación con los poderes públicos”, dijo Escribano.

“Tenemos una deuda de agradecimiento inmensa con vos. Sos el ejemplo que encarna a tal punto los ideales de ADEPA y lo que ADEPA es y debe seguir siendo. Y debe seguir luchando. ADEPA no es una agrupación gremial. Si a veces ocupamos o desarrollamos ese papel es porque el prestigio de la entidad nos lleva a acompañar a instituciones hermanas en la defensa de situaciones que pueden ser muy comprometidas. En particular para la viabilidad económica de diarios, revistas y medios digitales que hoy han recreado esta institución”, finalizó Escribano.

Emocionado, luego de recibir un diploma y una estatuilla alusiva de manos de Jornet y Dessein, Ignacio agradeció y dijo sentirse orgulloso por el reconocimiento de sus pares y expresó la importancia de que todos los ciudadanos sigamos trabajando por la Argentina y por sus instituciones.

“La libertad es hermosa. Pero la libertad no se consigue una vez y para siempre: hay que buscarla y defenderla todos los días”, dijo Ignacio. “Tenemos que aprender a luchar todos los días, y tenemos que retomar el sendero de asumir nuestras obligaciones como ciudadanos, no sólo como medios y periodistas. Y tenemos que hacerlo por sobre todas las cosas con dignidad”, señaló ante el aplauso de todos los asistentes.



## Estrategias de transformación en medios locales

Como parte de las actividades de capacitación de la Asamblea en Posadas, se llevó a cabo un laboratorio de innovación con **Magalí Suárez** (El Litoral, Santa Fe); **Damián Cunale** (El Territorio, Posadas); **Ezequiel Franco** (O221, La Plata) y **Marcelo Almada** (Misiones Online, Posadas).

### El Litoral: Radar de baches

Para incentivar la participación de usuarios en su web, [El Litoral](#) creó una plataforma colaborativa llamada "[Bachometro](#)" en donde la ciudadanía podía compartir su denuncia sobre los baches y hundimientos en las calles de Santa Fe. Los usuarios pueden aportar no solamente el lugar afectado sino también una imagen y las características del problema.

"No teníamos un espacio colaborativo para problemáticas ciudadanas y nos era reclamado. La herramienta es ágil y responsiva para que los usuarios puedan cargar ellos mismos el hecho y luego la información es procesada y cargada en la plataforma", explicó Magalí Suárez, gerente de contenidos del grupo El Litoral.

Suárez aseguró que para que el proyecto funcione tuvieron que iterar el proyecto varias veces (ya que había surgido originalmente en 2016) y también fue importante hacer constantes "llamados a la acción". "Lo que no nos funcionó fue solicitarle demasiada información al usuario, ya que muchas veces no terminaban de completar el formulario", indicó.

Representantes de medios de Misiones, La Plata y Santa Fe presentaron proyectos innovadores.

En caso de que un medio quiera replicar la idea, la periodista aseguró que es importante tener en cuenta el uso que hacen los usuarios del sitio, no dejar de apelar a la participación con campañas y seguir la temática.

### El Territorio: En busca de otro público, en otras plataformas

[El Territorio](#) decidió enfrentarse a otra problemática: la falta de producciones audiovisuales en un contexto de consumo creciente y la poca presencia en redes sociales.

En este sentido, el medio decidió invertir en equipamiento tecnológico para producir contenido de calidad, adquirieron herramientas digitales de producción, trabajaron en la formación de su equipo e incorporaron nuevos periodistas jóvenes que se dedicaran especialmente a las redes sociales.

Damián Cunale, director periodístico de El Territorio, contó que, gracias a esta estrategia, lograron sumar 61.391 seguidores en Instagram, 22.147 seguidores en TikTok y 21.400 suscriptores en YouTube. Además, las notas del medio comenzaron a viralizarse a través de WhatsApp.

Los videos cortos con temáticas de interés, los videos de eventos y los recortes de entrevistas en streaming fueron claves para el éxito que obtuvo El Territorio. Sin

embargo, no todas las tácticas fueron efectivas: los streamings semanales no captaron la atención esperada y el intento de transformar todo el contenido web o impreso en formatos audiovisuales no resultó.

Cunale recomendó trabajar mucho en la producción aunque el contenido sea corto, tener equipos especializados, no improvisar y escuchar atentamente a los usuarios.

### 0221: Streaming hiperlocal

Este año el medio de La Plata decidió desarrollar una plataforma propia de streaming. “Planteamos el canal como una solución porque teníamos una infraestructura de video bastante completa para utilizar y no la estábamos usando como nosotros queríamos. También teníamos un stock de video en redes sociales que queríamos aumentar”, comentó Ezequiel Franco, director digital de [0221](#).

Los objetivos que se plantearon fueron generar contenido de video de redes en tiempo real (recortes diarios), alcanzar nuevas audiencias, generar vínculo con la marca y conocer un mundo nuevo.

Lo primero que hizo el medio fue un benchmark local y nacional, analizaron los productos que ya existían. Hicieron también un estudio de audiencia y de formato para identificar el target de los

---

El laboratorio de innovación se llevó a cabo en la última jornada de la Asamblea General de ADEPA.

streamings, en qué horario se consumen y llegaron a la conclusión de que el streaming es un formato muy importante en el país actualmente.

A su vez, realizaron un análisis técnico de las necesidades y buscaron periodistas platenses que pudieran conducir el streaming.

Las estrategias que funcionaron incluyeron la producción de contenidos en tiempo real, permitió generar un vínculo más cercano con la audiencia y descubrir nuevos talentos. Además, pudieron conocer mejor el formato en tendencia y generar nuevos ingresos.

Franco terminó su presentación con una serie de recomendaciones: invertir tiempo, pensar en el formato, contar con infraestructura, equipo, tener una estrategia de distribución y no tener miedo a probar cosas y equivocarse.

### Misiones Online: incrementar ingresos por publicidad

El medio misionero se enfrentó al siguiente problema: cómo incrementar los ingresos por publicidad en un contexto de saturación del mercado publicitario digital, además de constantes cambios en las plataformas de Google y Meta.

En este contexto, generaron una estrategia integral para potenciar los ingresos usando su presencia masiva en Misiones y la región, creando dos unidades de negocio complementarias: promoción y venta de turismo y promoción y venta de Tickets de Espectáculos.

“Los objetivos generales de ambas unidades era aumentar la rentabilidad y sostenerla a través de la diversificación; gestionar las bases de un modelo de negocio sólido y sostenible a largo plazo; y, a través de estos nuevos



contenidos, generar mayor distribución, viralización, alcance y diversificación, entre otros”, sostuvo Marcelo Almada, director de [Misiones Online](#).

Como resultado, el medio logró vender más de un millón de tickets de espectáculos a través de su sitio web; trajeron turistas desde Rumania, Costa Rica, España,

Brasil y China; lograron fortalecer a su medio; y crearon contenido relevante sobre turismo y calendarización de eventos.

Al final de su presentación, Almada dio una serie de recomendaciones:

- **Paciencia:** La construcción de un negocio sólido requiere tiempo.
- **Adaptabilidad:** Adaptarse a los cambios y demandas del mercado es esencial para mantenerse competitivo.
- **Medición:** Fundamental para tomar decisiones basadas en datos.
- **Planificación:** La planificación estratégica y la flexibilidad.
- **Invertir en investigación y desarrollo:** Dedicar recursos a la investigación de nuevas tecnologías.
- **Innovar:** Fomentar la cultura de la Innovación no como opción sino como necesidad.

[Accedé al video completo.](#)

## Saludo del gobernador Passalacqua



A la comida de clausura de la Asamblea de ADEPA en Posadas fue invitado el gobernador de Misiones, Hugo Passalacqua, quien agradeció la presencia de los medios argentinos y el hecho que ADEPA hubiera elegido la capital de Misiones para su encuentro anual más importante. “Nos hace muy felices y esperamos que se vayan con una

gran impresión de nuestra provincia y de la calidez de su gente”, dijo. “ADEPA es la gran custodia de nuestras libertades expresivas”, afirmó.

Asistieron también Marcelo Pérez, ministro de Gobierno de Misiones; Aurora Sierra, gerente de Producción Artística Multimédios SAPEM; y Alicia Penayo, presidenta de Silicon Misiones.

### Socios Institucionales

Pan American  
ENERGY

Google

telecom  
redacciones5G

PROPYMES 20 ANOS

DOW

BARRICK



El diplomático Jorge Argüello conversó con Daniel Dessein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información, sobre la actualidad mundial.

## La política exterior de Milei, su parecido con Trump y el termómetro de las elecciones en EE.UU., según Jorge Argüello

En Posadas, el exembajador argentino ante la ONU y Estados Unidos, Jorge Argüello, conversó con Daniel Dessein acerca del contexto de las elecciones en el país norteamericano y el posible impacto en la política exterior del gobierno de Javier Milei.

### Las elecciones en Estados Unidos, un escenario incierto

En primer lugar, Argüello introdujo su más reciente libro, *Las dos almas de Estados Unidos, viaje al corazón de una sociedad fragmentada* (2024), donde plantea el fenómeno de la “grieta” en el país del norte.

En tanto, planteó que, a diferencia de la grieta argentina, la de Estados Unidos está “enraizada directamente en los valo-

res fundantes de la sociedad”. En su publicación, que terminó de escribir en diciembre de 2023, el exembajador incursiona en la realidad tanto del Partido Demócrata como del Republicano.

El abogado por la Universidad de Buenos Aires dedicó tiempo a explicar cómo se llegó al escenario actual previo a las elecciones del 5 de noviembre en Estados Unidos. Así, comentó que, a fines del año pasado, el actual presidente Joe Biden

estaba convencido de que le podía ganar a Donald Trump, ya que su imagen y su presencia eran muy fuertes dentro del partido, algo que él mismo pudo comprobar incluso dentro del mismísimo Salón Oval.

No obstante, después en el debate presidencial, Argüello observó un Biden completamente distinto. Semanas más tarde, el demócrata renunció a su candidatura, para darle lugar a su vicepresidenta, Kamala Harris, una jugada que el magnate republicano no vio venir y que le complicó la cancha.

En el debate de este año entre Harris y Trump, no hubo un claro ganador, dijo Argüello, lo que refleja el clima electoral actual: pura incertidumbre, más allá de que Kamala le lleva, según encuestas, un 3 o 4% de diferencia en Pensilvania a su contrincante.

### ¿Se parecen Milei y Trump?

Al ser consultado por las similitudes entre el presidente argentino y el candidato republicano, Argüello planteó: “Entre Milei y Trump hay algunos puntos de coincidencia clarísimos, pero en muchos otros difieren”.

Jorge Argüello diálogo sobre el escenario global y su impacto en la Argentina.

Así, marcó una especie de error del líder de La Libertad Avanza al manifestar su postura internacional, dado que proclamó una “suerte de encuadramiento automático de Argentina atrás de Estados Unidos”, que en realidad es una alineación más con Trump que con el país en general.

“La mirada de Milei está más puesta en una eventual presidencia de Donald Trump”, planteó, lo cual es un riesgo, porque todavía no está claro qué candidato ganará las elecciones.

En esa línea, se habló de la confianza -o especulación- que el primer mandatario argentino tiene en recibir “dólares frescos del FMI”, un tema que no está para nada garantizado porque, incluso con una victoria de Trump, todo depende de cómo el nuevo presidente quiera beneficiar su gestión.

Finalmente, el exembajador sentenció que no ve un sendero claro en la política exterior argentina, que “hoy necesita más que nunca multiplicar el número de vínculos, no achicarlos”. Por esto, siente “preocupación” al respecto.



### Milei, Trump y las derechas en el mundo

Ante la consulta de si hay beneficios para Milei en el acercamiento a líderes como Giorgia Meloni en Italia, Vox en España, Viktor Órban en Hungría, o Donald Trump en Estados Unidos, Argüello explicó que, si bien hay un hilo conductor entre todos los nombres, cada uno tiene sus particularidades.

En este aspecto, detalló que algunos tienen posturas más antimigratorias que otros, al tiempo que unos se ven más identificados con el libre mercado que otros. La lectura que hace el exdiplomático es que “hay un discurso que tiene que ver con el cansancio de la democracia tal como la conocemos” y que este sistema en el mundo occidental “se está aflojando”.

### La política exterior de EE.UU.

También se hizo mención de las guerras en el mundo, y de la postura de Trump de terminar él mismo con el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, mientras que en el Partido Demócrata hay muchos eslabones que participan en la toma de decisiones de este calibre.

No obstante, Argüello comentó que si hay un tema en el que ambos partidos no difieren en Estados Unidos es en la “amenaza china”, que ocupa un lugar principal de la política exterior del país.

[Accedé al video completo.](#)



## Qué debe hacer el periodismo ante el huracán de la inteligencia artificial, según Julián Gallo

Una de las exposiciones más esperadas en Posadas fue la del especialista en comunicación digital y fundador de Gallo Media, Julián Gallo, quien habló acerca de la inteligencia artificial y sus desafíos y oportunidades para la industria periodística.

En primer lugar, planteó que la inteligencia artificial puede hacer cosas que nosotros, los humanos, no podemos. En la actualidad, con la incursión de Meta IA, muchísimas más personas tienen acceso a estas herramientas innovadoras, ya que, tras subir su versión a

WhatsApp, la invención de Mark Zuckerberg alcanzó a tres mil millones de usuarios.

Gallo fue categórico al decir que, en algunos aspectos, “la inteligencia artificial va a ayudar a las redacciones, pero, en otros, las va a reemplazar”. Así, destacó que, si había algo reservado a los seres humanos, era la capacidad narrativa, pero “de repente surge algo que no solo puede narrar, sino que tiene la capacidad de producir una historia absolutamente coherente, consistente y atractiva, sin intervención humana”.

Julián Gallo es especialista en comunicación digital y fundador de Gallo Media.

### ¿Qué puede hacer la industria periodística con la IA?

En un análisis de la cantidad de textos que se publican en los medios, Gallo concluyó que, en promedio, un diario produce 200 mil palabras diarias.

A esto le sumó el dato de que una persona tarda un minuto en leer 238 palabras en voz baja y se presume que un diario produce alrededor de 900 minutos por día, es decir, 15 horas.

El especialista en comunicación digital compartió estos datos para concluir que, si un diario tiene un tiempo diario de lectura de entre tres y cuatro minutos, tal como lo compartió La Nación en una conferencia citada por Gallo, las personas leen únicamente 800 palabras.

“Es una industria que se desacopló con el comportamiento de consumo que están teniendo los usuarios”, comentó el consultor, y sumó que esto obliga a buscar una solución para gestionar la información.

### Clarín y su gestión de la IA

En ese sentido, compartió los proyectos que impulsan con Clarín desde noviembre del 2022, con una empresa que se

Gallo concluyó que la irrupción de la inteligencia artificial es un punto de inflexión

---

llama Walter. “Están intentando crear soluciones y formatos que utilicen IA para gestionar la información que produce un diario o para producir otra información que no están produciendo en este momento”, explicó.

Uno de los proyectos se llama Walter Assistant, que está disponible ahora en Clarín, con acceso directo a distintas piezas que resume. Entre sus funciones, están: tomar citas, extraer datos y ubicarlos en una tabla, o armar glosarios.

Por otro lado, Walter Sound sirve para hacer transcripciones sincronizadas e interactivas de discursos o conferencias. De esta forma, la IA produce un índice y divide en capítulos el contenido, para que los usuarios puedan compartir fragmentos del mismo o buscar frases específicas.

En tercer lugar, está en desarrollo Walter Interview, una herramienta de asistencia para periodistas, ya que sugiere preguntas basándose en el personaje a entrevistar.



### Conclusiones sobre el impacto de la IA en el periodismo

Gallo concluyó que la irrupción de la inteligencia artificial es un punto de inflexión no solo en el periodismo, la democracia y la salud, sino también en toda la humanidad, ya que plantea un escenario de enorme incertidumbre.

La IA es también un superpoder, porque puede realizar acciones inabarcables por un ser humano con una rapidez única.

A su vez, en lo inmediato, estas herramientas alteran las formas de producir y consumir información, lo que impacta directamente en el negocio del periodismo, aunque todavía los medios no sepan cómo.

Por último, si bien el periodismo no pierde esa centralidad narrativa que tenía, sí se reduce, ya que surge una competencia no humana. Por eso, Gallo llegó a la conclusión de que es un gran momento para innovar y producir nuevos negocios.

[Accedé al video completo.](#)



## Álvaro Liuzzi presentó una guía sobre Inteligencia Artificial y periodismo

Sin dudas uno de los temas dominantes de la agenda de capacitación en Posadas fue la inteligencia artificial. Álvaro Liuzzi, especialista en comunicación digital y capacitador del programa Redacciones 5G de Telecom, presentó la guía “[Periodismo IA](#)”. El documento contiene estrategias y herramientas para integrar la inteligencia artificial en las redacciones.

El especialista define a la IA como “la capacidad que tienen hoy las máquinas para hacer tareas que

hasta hace muy poco tiempo solo podían hacer los humanos”. Liuzzi ve a esta tecnología como “catalizadora de la creatividad en las redacciones”, ya que permite transformar la manera en que consumimos, producimos y distribuimos contenido.

“[Periodismo IA](#)” es una guía de acceso libre cuyo objetivo es acompañar a los medios de comunicación en la integración de inteligencia artificial en sus operaciones y en sus flujos de trabajo. El documento de seis capítu-

los fue desarrollado teniendo en cuenta las necesidades y los desafíos de los medios de América Latina.

[Accedé al video completo.](#)

---

Álvaro Liuzzi es periodista, consultor en medios y desde hace 8 años es parte del equipo de Redacciones 5G de Telecom Argentina.



## De la cocina a los medios: la clave de la monetización, según Gastón Serralta

Gastón Serralta, CEO y fundador de [dosunos](#), estuvo a cargo de la charla titulada “Mise en place: el secreto de la monetización para medios argentinos”. El especialista en medios utilizó el concepto gastronómico para hablar sobre “poner en orden las cosas para prepararnos para lo que viene”.

A través de esta metáfora, Serralta enumeró una serie de pasos que deben seguir los medios de comunicación para planificar sus proyectos antes de ejecutarlos.

### 1. Análisis de contexto

Tiene que ver con el contexto local y cómo su medio está abordando distintas temáticas: diversificación,

competencia, eficiencia, ofertas y demandas, procesos comerciales y equipo.

### 2. Revisión de herramientas y recursos disponibles

Pensar en qué herramientas y qué recursos tengo disponibles. A veces los recursos son escasos, pero es importante tener una perspectiva real.

### 3. Organización del inventario

¿Qué inventario tengo?  
¿Qué formatos tengo para poder monetizar ese tipo de contenido que quiero empezar a hacer en este proyecto? Hay que pensar qué es lo que voy a poder vender.

El CEO de Dosunos enumeró los pasos que deben seguir los medios para planificar sus proyectos.

### 4. Optimización de los datos

Cuáles son las métricas clave que hay que tener en cuenta.

### 5. Procesos de ejecución táctica

Cómo voy a ejecutar ese proyecto y cómo voy a hacer que ese proyecto sea funcional a la monetización y, por ende, a la sustentabilidad del medio.

### 6. Experimentación

Hacer un plan de experimentación, hay que equivocarse de antemano para ejecutar mejor el proyecto.

### 7. Coordinación del equipo

### 8. Monitoreo

Monitorear que el proyecto vaya en el camino correcto.

“Esta metodología, en definitiva, es orden y planificación. También van a poder ser más eficientes, van a poder empezar a pensar en proyectos de una manera un poco más escalable, van a poder ejecutar proyectos en simultáneo porque van a estar ordenadas. Es una matriz. Es un marco de trabajo”, concluyó Serralta.

[Accedé al video completo.](#)



## Santiago Arieu: Desafíos y oportunidades en la industria de medios

Hoy en día, la industria de medios debe adaptarse a cambios constantes y acelerados en donde todo se modifica. El director de [Diagonal Minds](#), Santiago Arieu, presentó ante los directivos de medios de todo el país cuáles son –a su entender– las demandas de los usuarios y qué oportunidades deben aprovechar los medios de comunicación.

Los usuarios demandan **nuevas experiencias**. “El 70% no confía más en los medios tradicionales y se informan a través de redes sociales. Prefiero el formato vertical y solo el 10% consume noticias en texto”, aseguró Arieu.

“Los usuarios eligen contenidos cortos, con destacados, con resúmenes, están acostumbrados a consumir en las redes sociales”, dijo Arieu en relación a **nuevos formatos editoriales y comerciales**. Y agregó: “el 80% del tráfico proviene de los celulares y solo el 10% navega en la home hay que pensar en que las notas sean una nueva home, pero por temáticas”.

Por otro lado, el especialista hizo hincapié en la importancia de los **First Party Data**, ya que es fundamental conocer a nuestros usuarios: qué consumen, qué noticias le interesan, en qué horario

entran a nuestra página, entre otros puntos. Conocer a las audiencias permite crear productos personalizados y acceder a inversiones de performance.

En cuanto a la **inteligencia artificial**, el orador insistió en que los medios deben aplicarla en todas las áreas de la empresa para tratar de optimizar los procesos.

[Accedé al video completo.](#)

---

El director de Diagonal Minds participó con una charla durante el encuentro de ADEPA en Posadas.



El CEO y co-fundador de Powerbeans, durante su participación en Posadas.

## Matías Battolla: Nuevos hábitos de consumo monetizables

Matías Battolla, CEO y co-fundador de [Powerbeans](#), una empresa dedicada a brindar soluciones de inteligencia artificial, hizo su presentación en Posadas usando como base los resultados del [Digital News Report 2024](#). El informe de Reuters Institute se basa en 95.000 entrevistas en 47 mercados de todo el mundo.

El CEO de Powerbeans enumeró cuatro factores claves que influyen en el comportamiento de consumo de contenido: accesibilidad, confianza, engagement y el contenido en sí. El estudio refleja que, como resultado de la desconfianza y la evasión, el consumo de noticias en general ha caído.

Las redes sociales se mantienen como el principal acceso a por-

tales de noticias y agregadores de contenido mostrando crecimiento como canal. Por otro lado, ha caído el acceso directo a noticias y Argentina es el país de la región que tiene menos acceso directo a portales.

En cuanto a los formatos, el estudio refleja que el consumo de podcasts y audio ha aumentado, al igual que los videos. Las redes sociales que más se utilizan para informarse son las que utilizan videos verticales (Instagram, TikTok y Youtube).

Con respecto al uso de inteligencia artificial, Battolla explicó que "está estudiado que la utilización de IA con control humano está aceptado por los usuarios, sobre todo por usuarios que conocen

cómo funciona". Sin embargo, comentó que existe desconfianza en las redes sociales ya que los índices de desconfianza de noticias son altos, debido a que los usuarios no saben distinguir entre lo que es real y lo que fue generado con IA.

Para concluir, Battolla enumeró algunas oportunidades monetizables en el entorno actual:

- Generación de contenido UGC por periodistas.
- Generar nuevas experiencias de consumo en el sitio/app basados en el uso de redes.
- Mostrar "detrás de cámara" de la generación de noticias.
- Audio y Video como alternativas de consumo de noticias en el sitio/app.
- Estrategia de redes para puerta de entrada al medio.
- AI para reducción de costes de producción con supervisión humana.

[Accedé al video completo.](#)



## Cómo combatir la desinformación en la era de la IA

La desinformación es uno de los problemas más importantes que afecta al periodismo en todo el mundo. **Philippe Bernes Lasserre**, director de AFP en Argentina y **Nadia Nasanovsky**, coordinadora de formación en investigación digital para América Latina de AFP estuvieron a cargo de un panel en donde abordaron la temática.

La desinformación no es algo nuevo. Sin embargo, a partir del desarrollo de la tecnología, en particular de Internet y de las redes sociales, ha cambiado la dinámica que se genera entre el periodismo y las noticias falsas. Hoy accedemos a una cantidad masiva de contenidos a través de Internet.

Las fake news son efectivas porque están bien construidas. “Es una trampa de diseño, porque apunta nuestros sentimientos, va a buscar anular nuestro raciocinio, porque va a buscar tapar lagunas de información. Nosotros decimos siempre que la desinformación crece en momentos de incertidumbre”, dijo la especialista.

Frente a este contexto, el rol del periodista debe cambiar. El periodismo debe poner “los hechos primero”. “El fact checking vuelve a traer esta esencia, este es el corazón del periodismo. Tenemos que adquirir herramientas y técnicas que nos permitan excavar un poquito para volver a traer los hechos a la luz”, sostuvo Nasanovsky.

Actualmente, AFP ofrece un [curso de investigación digital](#), abierto y gratuito con el apoyo de Google News Initiative. La capacitación consta de 15 módulos en donde podrán encontrar ejercicios, videos y tests.

[Accedé al video completo.](#)

---

Nadia Nasanovsky durante su exposición sobre noticias falsas.



Juan Manuel Lucero durante su exposición sobre las nuevas herramientas de Google.

## Presentación de Google News Initiative

Durante su exposición, **Juan Manuel Lucero**, líder del equipo News Partnerships en el Cono Sur de Google, se refirió a la relevancia que está teniendo la irrupción de la Inteligencia Artificial y mostró las nuevas herramientas que lanzó la empresa para favorecer el trabajo de los medios y periodistas.

“Nosotros vemos desde Google a la Inteligencia Artificial como una tecnología que beneficia tanto los negocios como al lado periodístico. Vemos que las audiencias se están inclinando cada vez más a formatos de video corto, una parte las audiencias. Otras a las newsletters, otra a los podcast, es decir, se están ampliando

los formatos de consumo de la información; y creemos que la inteligencia artificial también ahí trae enorme cantidad de oportunidades”, comenzó explicando el experto.

Asimismo, explicó tres nuevas herramientas que lanzó Google para agilizar el trabajo de los periodistas, pero que estos no sean reemplazados por la tecnología. El primero de ellos es News Consumer Insights. Es una herramienta que tiene como base la inteligencia artificial y que usando, si tienen instalado Analytics, permite entender aspectos claves de la audiencia; como por ejemplo, cómo está haciendo la monetización, cómo están funcionando los newsletters.

Otra de ellas es Notebook LM. En este nuevo programa donde se puede recopilar miles de archivos, y nos permite buscar dentro de esos archivos, te ayuda a responder preguntas, y ahora crea resúmenes de audio cortitos. “Por ejemplo suben cinco papers sobre un mismo tema, esta inteligencia artificial lo analiza y genera un audio que uno lo puede escuchar como si fuera un podcast. ¿para qué? para ayudarnos a ser más rápido, no para reemplazar, sino para ser más rápido el trabajo que de otro modo tomaría muchísimo tiempo”, ejemplifica Lucero.

Por otro lado, otra herramienta interesante es Pinpoint. “Muchos de ustedes ya la conocen, probablemente la estén utilizando. La Nación la ha utilizado, Perfil subió los archivos de los diarios de la dictadura ahí”, comentó en su explicación el representante de Google. Esta aplicación, permite tener un asistente de investigación. Esto no reemplaza el trabajo de un periodista, sino que compila datos, los indexa y el periodista toma las decisiones.

[Accedé al video completo.](#)

## Aniversarios de octubre

**Noticias Argentinas,  
Buenos Aires**  
1 / 10 / 1973

**Diario La Voz del Chaco,**  
1 / 10 / 1999

**El Ciudadano Cañuelense**  
2 / 10 / 1964

**Diario Formosa**  
12 / 10 / 2000

**TSN Necochea**  
13 / 10 / 1997

**Democracia, Junín**  
17 / 10 / 1931

**La Prensa, Buenos Aires**  
18 / 10 / 1869

**Los Andes, Mendoza**  
20 / 10 / 1883

**La Opinión, Rafaela**  
24 / 10 / 1921

**Editorial Perfil, Buenos Aires**  
26 / 10 / 1976

**Agencia France Presse**  
28 / 10 / 1875

## Homenaje a fallecidos

### Eduardo Amadei

Murió el 10 de octubre a los 68 años. Estaba jubilado, pero trabajó más de 30 años en el archivo de Clarín Digital.



### Nené Balcedo

Falleció el 21 de septiembre a los 84 años. Fue empresaria de medios y directora del Diario Hoy de La Plata.



### Hugo Isaak

Falleció el 22 de septiembre a los 65 años. El periodista conducía El Imán Radio y Todo al Mediodía, dos programas radiales de Santa Fe. Su carrera comenzó a los 12 años en LT27 Radio La Voz del Montiel, y a los 13 años logró entrevistar al entonces Presidente de la Nación, Alejandro Lanusse.



## Homenaje a Néstor Balián en Posadas

En Posadas, los directivos de la entidad realizaron un homenaje a Néstor Balián, el periodista y abogado quilmeño, director de Nueva Época, de Wilde, quien falleció el 19 de septiembre.

Tras recibirse de abogado en la Universidad del Salvador en 1974, Balián obtuvo una diplomatura en Derecho Aeronáutico. Fue autor de los tratados “Código

Aeronáutico Comentado” y “Daños en el Transporte Aéreo”.

Ingresó a ADEPA a fines de los 90, como representante del diario El Sol, de Quilmes. En 2006, ingresó al Consejo Ejecutivo de la entidad. En 2008, continuó participando a través de su propio medio, Nueva Época.



### Eduardo Jozami

Falleció el 27 de septiembre a los 84 años. Fue periodista, abogado, profesor universitario y escritor. Trabajó en Clarín, Página/12, El Mundo, El Cronista Comercial, Uno más Uno (México) y en las agencias Télam e Interpress Service. Fue concejal porteño, diputado nacional y funcionario en el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.



## Agenda

---

### OCT. 2024

#### **80° ASAMBLEA GENERAL DE LA SIP**

Octubre 17-20, 2024.  
Córdoba, Argentina.

***ver online***

---

### MAY. 2025

#### **26° Simposio Internacional de Periodismo en Línea - ISOJ**

Marzo 27-28, 2025.  
Texas, Estados Unidos.

***ver online***

---

### MAY. 2025

#### **Congreso Mundial de WAN-IFRA**

Mayo 4-6, 2025.  
Cracovia, Polonia.

---

## La 80ª Asamblea General de la SIP se llevará a cabo en Córdoba

Córdoba será sede de la reunión anual de la SIP por primera vez.

---



El deterioro de la democracia y su impacto en las libertades de expresión y de prensa, la sostenibilidad de las empresas periodísticas y las posibilidades y amenazas que la inteligencia artificial plantea a los medios de

comunicación serán los temas principales de la 80ª Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que se desarrollará del 17 al 20 de octubre en Córdoba, Argentina.

Esta será la sexta vez que la organización regional realiza su Asamblea General en el país. Se puede acceder al programa [haciendo clic](#) aquí y el registro se hace [en este enlace](#).

---

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