



**HACER PERIODISMO
PROFESIONAL
TIENE CONSECUENCIAS.**

No hacerlo tiene muchas más.

ADEPA, ATA y ARPA presentaron una campaña en defensa del valor del periodismo profesional



**Consejo Ejecutivo:
Los medios frente
al desafío de la
inteligencia artificial**

**Los 100 años de
*La Palabra de
Berazategui*: una
voz que perdura**



Consejo Ejecutivo

Los medios frente al desafío de la inteligencia artificial

El Consejo Ejecutivo de ADEPA tuvo su reunión mensual el 29 de mayo, y uno de los ejes de debate fue el análisis del impacto del nuevo ecosistema digital en los medios, con foco en el uso no compensado de contenidos periodísticos por parte de plataformas de IA. También se abordaron casos de desinformación, libertad de prensa y la próxima campaña institucional de la entidad.

Presidido por Martín Etchevers, el encuentro tuvo como eje principal el impacto del avance de la inteligencia artificial en la industria de los medios y la necesidad de una estrategia común frente a las plataformas tecnológicas. Para dar comien-

zo al debate interno, expuso en primer lugar Gastón Serralta, especialista de la consultora Dosunos, quien hizo foco en la transformación radical que está atravesando el ecosistema de distribución de contenidos.

Etchevers abrió el tema con una reflexión sobre la aceleración del cambio tecnológico, en particular desde la irrupción de ChatGPT y la inteligencia artificial generativa. Señaló que Google, tras reaccionar a ese fenómeno, presentó recientemente su AI Mode, una función que responde directamente con inteligencia artificial, utilizando información periodística sin redirigir tráfico a los medios.

El eje del encuentro: el impacto del avance de la IA en la industria de los medios y la necesidad de una estrategia común frente a las plataformas.

“El buscador ya no deriva tráfico, sino que contesta. Y eso representa un quiebre del modelo SEO sobre el que se sustentaron los medios digitales durante los últimos 15 años”, advirtió Etchevers. Según datos recientes, algunos medios ya registran una caída de hasta el 30% en el tráfico proveniente de Google.

El presidente de ADEPA definió el contexto como crítico y urgió a repensar la estrategia: “Ya no se trata de autorizar o no el uso de nuestros contenidos. El acceso ya está dado. Ahora el debate es cómo deben compensarnos por ese uso”.

La presentación de Serralta —vía Zoom— se centró en el impacto concreto de esta transición. Basado en datos y visualizaciones, explicó que Google AI Mode representa una ruptura con el modelo tradicional de tráfico digital. Esta función, actualmente en prueba en Estados Unidos, reemplaza la clásica página de resultados con una interfaz que ofrece respuestas completas generadas por IA, relegando los enlaces a un segundo plano.

Esto inaugura una nueva era de intermediación algorítmica, en la que los medios podrían ver reducida dramáticamente su visibilidad. El tráfico orgánico desde Google —que en algu-



Algunos medios ya registran una caída de hasta el 30% del tráfico proveniente de Google, según datos recientes.

sobre propiedad intelectual y generar señales claras hacia las plataformas.

Otro punto central de la reunión fue el análisis del reciente caso de desinformación a través de un video falso —una deepfake— atribuido al expresidente Mauricio Macri, previo a las elecciones legislativas de Buenos Aires, el pasado 18 de mayo. El episodio, que superó los 14 millones de vistas en un contexto electoral cerrado, fue interpretado como una alerta sobre los riesgos que plantea la IA en procesos democráticos.

La polémica creció cuando el presidente Javier Milei defendió el video en redes sociales, enmarcándolo como una expre-

nos casos representa hasta el 60% de las visitas totales— está amenazado, con consecuencias directas sobre los ingresos por publicidad y suscripciones.

“El problema no es la IA en sí, sino el uso abusivo y no compensado del contenido periodístico”, afirmó. Y agregó que gran parte de los modelos de lenguaje actuales fueron entrenados con materiales de medios sin autorización formal.

Tras la exposición, Etchevers anunció que ADEPA pondrá en marcha, a partir del 4 de junio, un ciclo de encuentros para analizar el uso de contenidos por parte de plataformas tecnológicas. Este programa, titulado “Medios, plataformas y motores de inteligencia artificial: Propiedad intelectual

y defensa de la competencia. Experiencias globales para el escenario argentino”, es organizado por ADEPA en colaboración con el International Fund for Public Interest Media (IFPIM). Incluirá sesiones dedicadas a Estados Unidos, Europa, Australia, Sudáfrica y América Latina. La iniciativa busca promover un debate legislativo



Fue analizado un caso reciente de “deepfake” previo a las últimas elecciones legislativas porteñas.



sión de libertad de opinión. Esto encendió el debate entre libertad de expresión, manipulación digital y el rol de la justicia.

ADEPA organizará el 18 de junio un panel virtual sobre el tema, con la participación de expertos como Catalina Botero, Carlos Laplacette y Pablo Secchi. La inscripción se hace en [este formulario](#).

Libertad de prensa en la agenda

El presidente de la Comisión de Libertad de Prensa, Daniel Desein, informó sobre dos comunicados emitidos recientemente. El primero, en repudio a la campaña de hostigamiento digital contra el periodista Hugo Alconada Mon, y el segundo, en crítica a la resolución 1319/2025

Claudio Escribano (izq.), presidente de la Comisión de Premios, anunció el lanzamiento de la 36° edición de los Premios ADEPA.

del Gobierno nacional, que establece nuevas condiciones restrictivas para la acreditación de periodistas en la Casa Rosada.

Desein advirtió que estas medidas podrían derivar en una discriminación de medios pequeños o críticos, afectando el derecho a la información. También se hizo un repaso de los agravios reiterados del presidente Milei contra periodistas y medios.

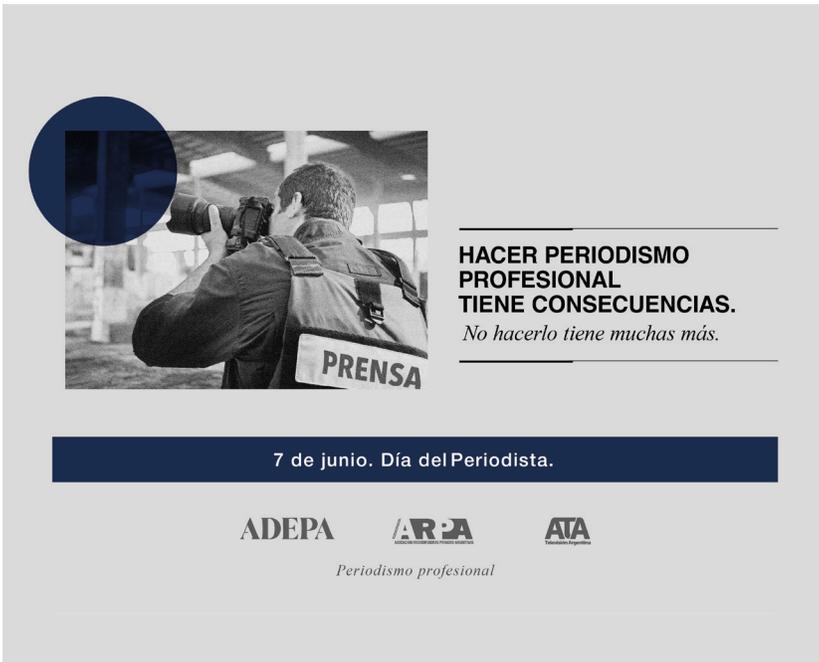
Daniel Desein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa, informó sobre los comunicados recientes en esa materia.

Premios ADEPA y campaña institucional

Claudio Escribano, presidente de la Comisión de Premios, anunció que el 16 de junio se lanzará formalmente la 36ª edición de los Premios ADEPA al Periodismo. La nueva convocatoria incorpora una modificación: la categoría de Infografía y Periodismo Visual se integrará a Cobertura Multimedia.

Por su parte, Tomás Vio, presidente de la Comisión de Desarrollo Digital, destacó que tanto el ciclo sobre IA como la próxima campaña institucional sobre los valores del periodismo forman parte del programa de sustentabilidad de ADEPA, respaldado por el IFPIM. La campaña, desarrollada por la agencia Almacén, será presentada el 4 de junio en la sede de la entidad, y contará con el apoyo de ATA y ARPA.





ADEPA, ATA y ARPA presentaron una campaña en defensa del valor del periodismo profesional

“Hacer periodismo profesional tiene consecuencias. No hacerlo tiene muchas más”. Ese es el concepto central de la campaña de comunicación que se presentó en la sede de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), en un evento con representantes de medios, periodistas y referentes del ámbito académico.

La campaña impulsada por ADEPA junto a la Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas (ATA) y la Asociación de Radiodifusoras Privadas

Argentinas (ARPA), destaca el valor del periodismo desde dos ejes: su importancia como productor de información verificada y rigurosa, y el coraje de quienes lo ejercen, muchas veces en contextos hostiles. Las piezas creadas por la agencia Almacén comenzarán a publicarse a partir del próximo sábado 7 de junio, cuando se celebre en Argentina el día del periodista.

Durante la presentación, Martín Etchevers, presidente de ADEPA, aludió al desafío que enfrenta la sustentabilidad del periodismo

“Hacer periodismo profesional tiene consecuencias. No hacerlo tiene muchas más”, es el concepto central de la campaña.

ante el uso de los contenidos por parte de las plataformas tecnológicas sin respetar la propiedad intelectual. También a la proliferación de contenido falso en el ecosistema digital y el creciente riesgo de la desinformación. “Vivimos en una época de algoritmos opacos, burbujas de sentido y fake news. El periodismo es hoy más necesario que nunca para garantizar un debate público basado en hechos”, sostuvo.

Por su parte, Daniel Dessein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de ADEPA, subrayó que “el periodismo argentino, a pesar de ser cuestionado localmente, es reconocido internacionalmente por su innovación y rigor”, destacando los recientes premios obtenidos por medios argentinos en la conferencia global de WAN-IFRA. “Nuestro país –agregó Dessein– tiene las redacciones más modernas de América Latina, y nuestros medios detentan excelentes métricas y cifras de suscripciones”.

Finalmente, Eugenio Sosa Mendoza, presidente de ATA, destacó el trabajo que hace el periodismo argentino para generar un clima de convivencia democrática en el país, en un contexto que describió como “de fuertes desafíos frente a intentos de desacreditación y pronósticos no siempre positivos sobre el impacto que tenemos en la sociedad”.

Noticiero de la Prensa Argentina

Como parte de la presentación de la campaña, se dieron a conocer los resultados de un estudio sobre consumo de medios e información, realizado por la consultora Trends, de Gonzalo de Janin y Ramiro Fernández. Con el 61,9%, los medios masivos representan en conjunto la principal fuente de información de la ciudadanía.

Esa alta proporción surge del consumo de canales de noticias (25,6%), noticias de TV abierta (20,3%), diarios en papel y en formato digital (10,5%), canales de streaming (5,9%), radios AM (3%) y emisoras FM (2,5%).

Las redes sociales, por su parte, aparecen con el 28,5%. Dentro de este porcentaje, el principal consumo de las redes son las cuentas de los medios de comunicación tradicionales (40,7%) y las cuentas de periodistas (25,1%). En conjunto, muestran que el 65,8% recurre,

en las redes, a los medios masivos y a los periodistas más confiables para acceder a las noticias o contrastar la información que recibe por otras vías. El 24,2% se informa por canales de políticos o figuras públicas y el 20,7% se informa por sitios de YouTube dedicados a la política o noticias. Apenas el 18% se guía por creadores de contenidos o influencers que hablan de actualidad.

El estudio de Trends refleja que dos de cada tres argentinos tienen interés en las noticias: al 36% le interesan mucho y al 28% le interesan lo “justo y necesario”. El rechazo y desinterés es menos del 30%. La satisfacción llega al 78,6% y la insatisfacción es del 19,3%, revelaron los autores del informe.

La encuesta revela que la confianza en los medios de comunicación asciende al 59,1%. Además, el 59,6% entiende que

la credibilidad y confiabilidad de la información son los elementos más relevantes a la hora de elegir un medio de comunicación.

“Los datos nos marcan que el periodismo sigue siendo un valor fundamental en la sociedad, al visibilizar problemas y ponerlos en la agenda para que otros actores institucionales trabajen en las soluciones”, resumió Etchevers.

El encuentro cerró con un llamado a las universidades y a las nuevas generaciones de periodistas para que se sumen a la campaña. “Hay estudiantes que sienten que su vocación está estigmatizada. Esta campaña también es para ellos, para que sepan que el periodismo importa”, concluyó el presidente de ADEPA.

Mirá la campaña de ADEPA en [redes](#).

SOCIOS INSTITUCIONALES



Pan American
ENERGY



Google



BARRICK



PROPYMES 20 años



Aeropuertos
Argentina



telecom
redacciones5a

RECEPCIÓN DE TRABAJOS DESDE
EL 16 DE JUNIO AL 31 DE JULIO DE 2025

**PREMIOS
ADEPA AL
PERIODISMO
36° 2025
EDICIÓN**

Consultas a
premios@adepa.org.ar

Cargá tus trabajos en
el formulario online

PARTICIPAN TRABAJOS PUBLICADOS ENTRE
EL 1º DE JUNIO DE 2024 Y EL 31 DE MAYO DE 2025

Abre la convocatoria a una nueva edición de los Premios ADEPA

Desde el 16 de junio estará abierta la convocatoria a la 36ª edición de los Premios ADEPA al Periodismo 2025, el certamen que desde 1990 distingue a los mejores profesionales del periodismo argentino de todo el país.

Como todos los años, se podrán presentar un máximo de 2 (dos) trabajos por categoría hasta el 31 de julio de 2025; para postular, se deberá/n cargar el/los material/es en este [FORMULARIO ONLINE](#); y los mismos deberán haber sido

publicados entre el 1o de junio de 2024 y el 31 de mayo de 2025.

[BASES COMPLETAS](#) en el sitio web de ADEPA.

Consultas
premios@adepa.org.ar



Los 100 años de *La Palabra de Berazategui*: una voz que perdura

Este 7 de junio se cumplieron 100 años desde que Braulio Echeverría, un funcionario bancario con una vocación por el saber y la comunidad, fundara *La Palabra de Berazategui*. Fue en 1925, como respuesta a una denuncia vecinal contra una cristalería, que nació este medio con una premisa simple pero potente: ser la voz del vecino.

En aquella época, Berazategui era una zona rural con dos polos industriales que marcaban

su pulso: la fábrica Rigolón, que empleaba a 6.000 personas, y más tarde Ducilo, fundada en 1934, con 3.000 empleados. El diario, entonces incipiente, se consolidó como testigo y partícipe de la historia local.

Para conmemorar este centenario, conversamos con el actual director del medio, Miguel José Gaíta, quien asumió la conducción en 1976. Con una trayectoria previa como administrador general del diario *El Sol* de Quilmes,

Gaíta decidió hacerse cargo de *La Palabra*, al advertir “necesidades periodísticas insatisfechas” en la ciudad, y de esa manera pudo consolidar un medio local sólido, con identidad propia.

La Palabra de Berazategui nació con una premisa simple pero potente: ser la voz del vecino.

Miguel José Gaíta, director de *La Palabra de Berazategui* desde 1976, reflexiona sobre un siglo de periodismo local.

De la autonomía municipal a la Avenida de los Country

A lo largo de estas décadas, el periódico documentó los hechos y personajes más relevantes del distrito. Gaíta recuerda con afecto y admiración a Roberto De Vincenzo, el legendario golfista berazateguense, a quien describe como un “caballero en el deporte y en la vida”. También destaca el paso de jóvenes talentos por su redacción, como los periodistas Daniel Santoro y Alexis Quick, “a quienes vimos crecer de adolescentes para arriba”.

Uno de los momentos más trascendentes que vivió el medio fue, sin duda, la autonomía de Berazategui en 1962. “Fue cortar el cordón umbilical con Quilmes”, resume Gaíta. Y añade una imagen tan clara como cruda: “Nos entregaron el municipio con dos empleados, una jardinera con dos caballos, un escritorio y cuatro sillas”. A pesar de su peso industrial —y de la recaudación que generaba para Quilmes—, Berazategui sufría una notoria falta de inversión en servicios básicos. “De ahí deriva el resto”, dice, al recordar que ni siquiera podían llegar al cementerio de Quilmes en días de lluvia o que no contaban con calles pavimentadas ni hospital.

Otro hito urbano registrado por el diario fue la transformación



del paisaje local con la creación de la llamada “Avenida de los Country”, encabezada por el pionero Country Abril, que posicionó a la zona como alternativa a los desarrollos en zona norte del conurbano.

El periodismo local, entre la pasión y la supervivencia

Mirando hacia adelante, Gaíta reconoce los desafíos actuales del periodismo: “Hay una reducción de universidades que dictan la carrera, y una crisis económica que afecta la continuidad de medios locales como *La Palabra*”. No obstante, mantiene una convicción inquebrantable: “Mientras haya alguien interesado en conocer la verdad y alguien encriptado para ocultarla, siempre va a existir el periodismo”.

Para él, el oficio no se improvisa. Insiste en la importancia de

la formación y el compromiso. Y cita una frase entrañable de los viejos linotipistas: “*La tinta entra por la sangre*”. Esa misma pasión fue la que lo llevó a emprender este proyecto junto a su esposa, quien comenzó como correctora a los 16 años. Juntos, lograron llevar el diario de 400 a más de 6.000 suscriptores, transformándolo en lo que define como un “pan cultural”.

En tiempos de sobreinformación, su mensaje a la comunidad es directo: “Que no duden en acercarse a los medios tradicionales y bien entendidos. Siempre van a encontrar eco, y una defensa honesta en los periodistas de verdad”.

Con foco en Berazategui, pero también con cobertura en Quilmes y Florencio Varela, *La Palabra* sigue siendo, 100 años después, una voz necesaria. Firme. Cercana. Persistente.



ADEPA reunió a especialistas para debatir sobre plataformas, propiedad intelectual y desafíos regulatorios

El 4 de junio tuvo lugar la primera sesión del Ciclo de Conversaciones “**Medios, plataformas y motores de inteligencia artificial: Propiedad intelectual y defensa de la competencia. Experiencias globales para el escenario argentino**”, organizado por la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) en colaboración con el International Fund for Public Interest Media (IFPIM). Y contó con el apoyo de la Asociación de Teleriodifusoras Argentinas (ATA) y la Asociación de Radiodifusoras Privadas de la Argentina (ARPA).

En este primer encuentro, se abordó el escenario en Estados Unidos, con los juicios anti-

monopolio contra Google y los aspectos políticos de la regulación de plataformas durante la era Trump. En próximas sesiones se tratarán los casos de Europa, Australia, Sudáfrica y la región latinoamericana, siempre desde la mirada local.

Las oradoras de este primer encuentro fueron **Virginia del Águila**, abogada especializada en derecho de la competencia y socia del estudio BRYA Abogados; **Anya Schiffrin**, directora de la especialización en Tecnología, Medios y Comunicaciones en la Escuela de Asuntos Internacionales y Públicos (SIPA) de la Universidad de Columbia, de Estados Unidos; y **Danielle Coffey**, presidenta

Los próximos encuentros dentro del Ciclo de Conversaciones abordarán los casos europeo, australiano, sudafricano y de la región latinoamericana.

y directora ejecutiva de News/Media Alliance, organización que representa a más de 2.000 medios en Estados Unidos. La moderación estuvo a cargo de **Tomás Vio**, presidente de la Comisión de Desarrollo Digital de ADEPA.

En líneas generales, la charla ofreció una visión comparada de los desafíos que enfrentan los medios de comunicación estadounidenses ante el avance de las plataformas tecnológicas y la necesidad de establecer abordajes justos para reconocer la propiedad intelectual en el nuevo ecosistema digital, y cómo esta misma agenda podría impactar en la Argentina. Durante la sesión virtual, un grupo de invitados asistió de forma presencial en su sede institucional: concurrieron los diputados nacionales Martín Yeza y Juan Brügge; el presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, Eduardo Montamat; el titular de la Dirección Nacional de Derechos de Autor, Walter Waisman; asesores y referentes del ámbito político, judicial y mediático.

El Ciclo incluirá sesiones sobre Europa, Sudáfrica, Australia y la región latinoamericana. La inscripción se realiza en este [enlace](#).

Más información del primer encuentro en este [enlace](#).

Agenda

JUN. 2025

México AI Forum

Junio, 25, 2025
México.

ver online

JUL. 2025

SIPConnect 2025

Julio 16-18, 2025.
Miami, Estados Unidos.

ver online

SEP. 2025

Asamblea General de ADEPA

Septiembre 3-5, 2025.
Puerto Madryn, Chubut.

SEP. 2025

Conferencia Europea de Periodismo de Datos y Computacional

Septiembre 8-10, 2025
Atenas, Grecia.

SEP. 2025

Cumbre Global sobre Desinformación

Septiembre, 17-18
Online.

ver online

OCT. 2025

Media Party

Octubre, 3-5, 2025
Buenos Aires, Argentina.

ver online

Aniversarios de junio

El Marplatense, Mar del Plata
1 / O6 / 2017

El Territorio, Posadas
2 / O6 / 1925

La Palabra, Berazategui
7 / O6 / 1925

Ecos Diarios, Necochea
9 / O6 / 1921

Diario Huarpe, San Juan
13 / O6 / 2005

El Tiempo, Pergamino
14 / O6 / 1927

La Mañana, Bolívar
15 / O6 / 1953

Radio Popular, San Luis
20 / O6 / 1989

Contexto, Tucumán
20 / O6 / 1997

Ciudadano News, Mendoza
26 / O6 / 2005

Diario Uno, Mendoza
27 / O6 / 1993

La Política Online, CABA
29 / O6 / 2010

El Economista, CABA
30 / O6 / 1951

OCT. 2025

81º Asamblea General de la SIP

Octubre 16-19, 2025.
Punta Cana, República Dominicana.

OCT. 2025

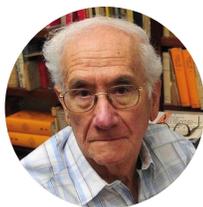
IPI World Congress and Media Innovation Festival

Octubre 23-25
Viena, Austria.

ver online

Homenaje a fallecidos

Arnaldo Pérez Wat



Falleció el 22 de abril de 2025. Fue una figura emblemática de la radiofonía cultural argentina. Nacido en Salta y cordobés por adopción, Arnaldo dedicó más de seis décadas a la difusión del conocimiento, combinando su labor como docente universitario con una vasta trayectoria radial. Se desempeñó en Radio Nacional Argentina, Radio Universidad de Córdoba y otros medios nacionales, y durante más de 20 años en la sintonía de Radio María Argentina.

Armando Puente



Falleció el 12 de mayo de 2025. Periodista y escritor. Como corresponsal de medios europeos y argentinos, cubrió muchos de los más trascendentes hechos históricos de la región y del mundo. También investigó y escribió sobre los años de exilio de San Martín, y sobre Jorge Bergoglio. Fue corresponsal de la agencia France Presse, del diario France Soir y de la revista Le Point, y también de medios argentinos: Primera Plana, Panorama y Siete Días. Además fue presidente del Club Internacional de Prensa y de la Asociación de Corresponsales de la Prensa Extranjera.

Eduardo de la Fuente



Falleció el 29 de abril de 2025 a los 82 años. Periodista especializado en Economía. Trabajó en la revista "Confirmado"; diario "El Mundo"; "Tiempo Argentino"; y en la agencia de noticias Télam.

Luis María Serroels



Falleció el 15 de mayo de 2025 a los 82 años. Ex corresponsal del diario Clarín en Entre Ríos y parte del equipo fundador de la revista ANÁLISIS. El año pasado fue declarado ciudadano ilustre de Paraná por el ejercicio de la profesión durante más de seis décadas. También fue parte de numerosos proyectos radiales y televisivos. Por su trayectoria, recibió el premio Santa Clara de Asís.

Gabriel Osman



Falleció el 2 de mayo de 2025 a los 73. Años. Periodista de prolongada trayectoria

en Córdoba. Se desempeñó en distintos medios de comunicación, entre ellos La Voz del Interior, Cadena 3 y La Mañana de Córdoba. Entre sus actividades, estuvo la fundación del periódico Alfil, del que fue director y redactor, con especial énfasis en la cobertura de asuntos universitarios y políticos.

Alberto García Hamilton



Falleció el 19 de mayo de 2025 a los 84 años. Fue presidente del diario La Gaceta, de Tucumán, entre 1988 y 2018 y era aún miembro del directorio del diario. Estudió en la Escuela Argentina Modelo y, siendo muy joven, en 1959, se incorporó como auxiliar administrativo a las filas del diario en la Sucursal Buenos Aires, dirigida por Fernando Maqueda. Años más tarde, en 1970, y a lo largo de cuatro décadas, sería director de esa sucursal. Se incorporó al directorio del diario tucumano desde su constitución en 1971, y fue miembro del órgano directivo de la sociedad durante más de medio siglo. Así se transformó en el director de más larga trayectoria en el cuerpo desde sus inicios. Fue, también, miembro de la Junta de Directores de ADEPA durante varios años.

Director editorial: Guillermo Ignacio. **Edición periodística:** Andrés D'Alessandro. **Redacción:** Delfina Korn, Pilar Vezzaro y Selena Barreto. **Diseño:** Facundo Segura.