



ADEPA participó del 100° aniversario de La Palabra de Berazategui



El Consejo Ejecutivo analizó temas clave de la industria periodística

Los Andes y una nueva etapa: foco regional y desafíos digitales



El Consejo Ejecutivo de ADEPA analizó temas clave de la agenda de la industria periodística

El Consejo Ejecutivo de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) se reunió el 26 de junio en su sede de la Ciudad de Buenos Aires, para abordar temas relevantes vinculados con la libertad de prensa, la sustentabilidad de los medios y la formación profesional.

Durante el encuentro, el presidente Martín Etchevers informó sobre las gestiones realizadas en relación con la pauta publicitaria de las empresas del Estado, a partir de denuncias por discriminación en la asignación de avisos oficiales. A través de su Observatorio de la Sustentabilidad de la Indus-

tria Periodística, que coordina Guillermo Ignacio, ADEPA relevó que esta situación afecta a medios de todo el país y decidió contactarse con las autoridades de YPF, Banco Nación y Aerolíneas Argentinas solicitando conocer los criterios de distribución de la pauta, subrayando la importancia de garantizar el pluralismo informativo.

El presidente de ADEPA también se refirió a las restricciones de acceso de los periodistas en la Casa Rosada, expresando la preocupación de la entidad por los nuevos requisitos de acreditación establecidos por la Secretaría de Comunicación y Prensa de la Nación, que li-

Se abordaron temas relevantes vinculados con la libertad de prensa y la sustentabilidad de los medios.

mitan la presencia de profesionales en la sede del Ejecutivo y dificultan su labor cotidiana.

Asimismo, se analizaron proyectos legislativos que podrían impactar en la libertad de expresión, como la propuesta de creación de un “amparo informativo” a nivel nacional y un proyecto de ley en la provincia de Salta que obligaría a los medios a ceder espacios gratuitos para mensajes de concientización social. Durante la reunión, y tras el análisis que hizo el Servicio de Orientación Legal, a cargo de Carlos Laplacette, se señaló que ambas iniciativas podrían afectar la libertad de prensa y la autonomía de los medios.

En la reunión del Consejo se recordó la importancia de continuar impulsando la campaña “Hacer periodismo profesional tiene consecuencias. No hacerlo tiene muchas más”, y se anunció que ADEPA participará en una nueva iniciativa de comunicación junto a ATA, ARPA y Unicef para fomentar el consumo responsable de noticias entre adolescentes.

Por otro lado, se destacó que una comitiva de ADEPA participará en los actos del centenario de La Palabra de Berazategui, en reconocimiento al valor del periodismo local, y se dio la bienvenida a Federico Torres,



Luis Tarsitano y Ramona Maciel en la reunión del Consejo Ejecutivo.

presidente de Editorial Río Negro, quien se sumó al comienzo del encuentro.

En el informe de la Comisión de Libertad de Prensa se repasaron las declaraciones emitidas por ADEPA en defensa de la libertad de expresión y la seguridad de los periodistas, entre ellas las referidas a ataques contra medios y periodistas y a la exclusión de medios en la pauta oficial.

La Comisión de Capacitación Multiplataforma, presidida por Carlos Jornet, presentó las actividades de formación que se realizarán en la próxima Asamblea de ADEPA en Puerto Madryn, con la participación de

referentes internacionales en innovación y periodismo.

En tanto, la Comisión de Premios, a cargo de Claudio Escribano, informó que ya se recibieron más de 180 trabajos

para la nueva edición de los Premios ADEPA, cuya convocatoria continúa abierta.

Por su parte, Tomás Vio, titular de la Comisión de Desarrollo Digital, presentó el ciclo de conversaciones sobre medios, plataformas e inteligencia artificial, en el que se analizan experiencias regulatorias de diferentes regiones del mundo para abordar los desafíos locales en materia de sostenibilidad y propiedad intelectual.

La próxima reunión del Consejo Ejecutivo de ADEPA se llevará a cabo el jueves 7 de agosto en la sede de la institución.



Reunión del Consejo Ejecutivo de ADEPA.



Miguel José Gaíta, director de La Palabra de Berazategui desde 1976.

ADEPA participó del 100° aniversario de La Palabra de Berazategui

Directivos de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) participaron de la celebración por los 100 años de La Palabra, de Berazategui, que tuvo lugar el viernes pasado en el Ranelagh Golf Club. Durante el encuentro, la entidad entregó una distinción a su director, Miguel José Gaíta, quien lleva 49 años al frente del periódico.

El presidente de ADEPA, Martín Etchevers, destacó que el centenario de La Palabra simboliza la relevancia de la prensa en la sociedad: “En este medio y en su periodismo de base local están representados valores como la voz de los ciudadanos en la democracia, la identidad cultural

de una comunidad, y el reflejo de las demandas e intereses de los vecinos”, afirmó.

Acompañaron a Etchevers otros directivos de ADEPA: Guillermo Ignacio, titular del Comité Estratégico; Luis Tarsitano, de El Tribuno de Salta; Juan Boglione, de Nueva Rioja; Diego Dillenberger, de Imagen; y Hugo Ferrer, del Grupo Crónica, además de Gabriel Matijas, gerente general, y Andrés D’Alessandro, director ejecutivo.

En su discurso, Etchevers subrayó la importancia del periodismo local frente a quienes proponen una democracia sin intermediaciones y a la proliferación de algoritmos

que amplifican la polarización. “El periodismo local demuestra la necesidad de preservar espacios donde se permita el debate argumentado, se prioricen los hechos y las opiniones fundadas, y se ausculte la realidad en la calle, más allá de las discusiones digitales”, expresó.

El 7 de junio pasado se cumplieron 100 años desde que Braulio Echeverría, un funcionario bancario, fundara La Palabra con el objetivo de ser la voz de los vecinos de Berazategui. “Surgió para canalizar una inquietud vecinal, pero se convirtió rápidamente en una voz colectiva, en una bitácora del desarrollo social, económico y cultural de la comunidad”, señaló Etchevers.

Sin embargo, el gran desafío del periódico, como de otros medios locales, sigue siendo la sustentabilidad en un ecosistema digital que no retribuye adecuadamente el trabajo periodístico. En este sentido, Etchevers enfatizó: “La propiedad intelectual de los contenidos periodísticos debe ser respetada. Las plataformas, redes sociales y motores de inteligencia artificial tienen la responsabilidad y la obligación de reconocer el trabajo de los medios que producen información verificada y de calidad, de la que se valen y por la que obtienen beneficios”.

Por su parte, Miguel José Gaíta agradeció a los presentes y resaltó el compromiso de periodistas, colaboradores y tra-



Martín Etchevers, presidente de ADEPA y Guillermo Ignacio, presidente del Comité Estratégico junto a Miguel José Gaíta.

bajadores que hicieron posible el crecimiento de La Palabra, destacando su dedicación “por la verdad, la justicia y la libertad de expresión”. Para cerrar su intervención, citó a Mariano Moreno: “Felices los tiempos aquellos en que se puede sentir lo que se quiere y decir lo que se siente”, e invitó a la nueva generación a continuar el legado, adaptándose a los desafíos de las nuevas tecnologías.

A su turno, el intendente de Berazategui, Juan José Mussi destacó el rol histórico del periódico como cronista del desarrollo de Berazategui y su gente. Recordó con emoción las veces que su nombre apareció en sus páginas y cómo eso lo alegraba o sor-

prendía, lo que da cuenta de la importancia que ya tenía el medio desde hace décadas.

En el acto participaron, además, otras autoridades del municipio, representantes de instituciones locales, colaboradores e invitados especiales. También estuvie-

ron presentes periodistas que se iniciaron en La Palabra y desarrollaron destacadas trayectorias, como Daniel Santoro y Diego Horacio Fucks.

Durante la ceremonia se entregaron plaquetas y recordatorios, y los invitados firmaron un pergamino conmemorativo. Cada uno recibió como obsequio una copa de vidrio con el logotipo del centenario, elaborada en una cooperativa local, en la Capital Nacional del Vidrio, símbolo de identidad de Berazategui.

El encuentro concluyó con un cóctel y un espectáculo de música y magia, en un marco de celebración que reconoció el rol de La Palabra como cronista de la historia y la actualidad de la comunidad durante un siglo.



Hugo Ferrer, Martín Etchevers, Miguel José Gaíta, Luis Tarsitano, Guillermo Ignacio, Gabriel Matijas, Juan Boglione, Diego Dillenberger y Andrés D'Alessandro.



La guerra por los datos, los contenidos y la propiedad intelectual: lecciones de Europa para el periodismo argentino

La segunda 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”, puso el foco en la encrucijada que atraviesan los medios europeos frente al poder de las plataformas tecnológicas y el avance vertiginoso de la inteligencia artificial. Con casos emblemáticos y marcos re-

gulatorios pioneros, Europa se posiciona como un laboratorio crucial para entender el futuro del periodismo en la era digital.

El encuentro, que contó con el apoyo de la Asociación de Teleriodifusoras Argentinas (ATA) y la Asociación de Radiodifusoras Privadas de la Argentina (ARPA), reunió a expertos de España, Francia y a nivel continental, quienes compartieron experiencias y

estrategias en la defensa de la propiedad intelectual y la sostenibilidad económica de la industria de medios. El moderador fue Daniel Dessein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de ADEPA.

Europa marca el camino para entender el futuro del periodismo en la era digital.

España

Demanda millonaria contra Meta y alerta por la IA

Irene Lanzaco, directora general de la Asociación de Medios de Información (AMI) de España, destacó desde Madrid la histórica demanda colectiva presentada por medios españoles en diciembre de 2023 contra Meta. La acción judicial, que reclama 550 millones de euros, acusa a la compañía de competencia desleal por haber comercializado publicidad personalizada sin el consentimiento adecuado, en violación de las normativas europeas.

«La autoridad determinó que Meta -su sede en Irlanda- carecía de base legal para el tratamiento de datos, por lo tanto, todos los ingresos generados por esa publicidad personalizada se obtuvieron de forma ilegal», explicó Lanzaco, subrayando la solidez de la posición de los medios españoles de cara al juicio previsto para

octubre de este año. Lanzaco agregó que la presentación de la demanda llevó cerca de un año de preparación jurídica, en un proceso que se realizó con estricta confidencialidad por parte de todos los medios implicados.

Al conocerse la demanda, Meta intentó objetar la jurisdicción de los tribunales españoles, alegando que su sede europea está en Irlanda. Sin embargo, los jueces determinaron que, dado que la afectación a los consumidores y empresas españolas se había producido de forma directa, los tribunales locales eran competentes. El juicio ya tiene fecha: los primeros actos procesales se esperan para octubre de este año, y desde AMI aseguran sentirse sólidos en su posición.

Lanzaco también advirtió sobre el creciente impacto de la inteligencia artificial generativa, señalando que en España, aunque los usuarios dedican un promedio de dos horas diarias a estas herramientas, menos

del 2% de esas sesiones derivan en una visita a un medio de comunicación. La directora de AMI enfatizó el «desequilibrio estructural» de poder en las negociaciones entre medios y plataformas, instando a la unión del sector para la «negociación colectiva de nuestros derechos».

También cuestionó las asimetrías que existen entre los medios y las grandes plataformas tecnológicas, tanto en términos de poder de mercado como en el acceso a los datos. «En una mesa de negociación el poder de las compañías tecnológicas es sumamente superior al de los medios de comunicación ya que ellos disponen de todos los datos y eso les permite negociar mejor», comentó.

A modo de conclusión y de cara al futuro concluyó: «Es muy importante que los medios se unan, que trabajen juntos y colaboren en todo lo que puedan. Debemos unir fuerzas e idear mecanismo que nos permitan llegar a la negociación colectiva de nuestros derechos».

Europa

La Ley de IA y la lucha por la transparencia

Desde Bruselas, Wout Van Wijk, director ejecutivo de News Media Europe, presentó los avances del AI Act, la primera legislación de la Unión Europea destinada a regular los riesgos del uso de la inteligencia artificial. Esta normativa busca garantizar la transparencia en el uso de contenidos

protegidos por derechos de autor y establecer obligaciones para las compañías desarrolladoras de IA.

«El AI Act busca garantizar transparencia respecto a los contenidos protegidos por derechos de autor que utilizan las herramientas de IA. También establece obligaciones técnicas y de publicación para las compañías desarrolladoras», detalló.

Van Wijk también informó que, en paralelo a la legislación, la Comisión Europea está elaborando un código de buenas prácticas para la implementación de la inteligencia artificial. Este proceso, que se espera que concluya con un esquema normativo operativo hacia el 2 de agosto, cuenta con la participación de miles de organizaciones, entre ellas 30 asociaciones de medios que están colaborando activamente.

“Nuestra preocupación es la transparencia máxima respecto los datos y contenidos que se utilizan en estas herramientas ya que tienen derechos de autor y deberían ser protegidos”, explicó.

El especialista europeo también advirtió el experimento que hizo Google en noviembre de 2024 donde eliminó por completo las noticias de sus

resultados de búsqueda para el 100% de los usuarios, afectando a unos 2 millones de ciudadanos en ocho países europeos.

Desde News Media Europe se presentó un pedido formal ante la Comisión Europea para que evaluara si ese experimento cumplía con las reglas de competencia y de acceso a la información. “Google nos respondió, pero no aportó infor-

mación adicional más allá de lo que ya habían publicado públicamente. Tampoco accedieron a detener el experimento”, denunció. En marzo de 2025, la empresa publicó los resultados de la prueba, afirmando que no se habían observado cambios significativos en el tráfico o en los ingresos. Sin embargo, Van Wijk cuestionó la validez del informe: “No hay objetividad ni garantías sobre esos datos”.

Francia

Derechos conexos y multas históricas a Google

Por su parte, Pierre Petillault, director general de la Alianza de la Prensa de Información General (APIG), brindó un panorama sobre la situación francesa. Señaló que, si bien el público sigue valorando el periodismo de calidad, la dependencia de los gigantes tecnológicos para el tráfico web es crítica, especialmente respecto a Google.

“Estamos en un punto de inflexión. El papel todavía sostiene cierta parte de la industria, pero debemos invertir en lo digital y monetizar nuestros contenidos, lo que implica necesariamente compartir con plataformas”, expresó.

Uno de los hitos más importantes en la defensa de los derechos de los editores europeos ha sido la creación del derecho conexo, incorporado en 2019 por la Unión Europea. Esta figura legal permite a los medios

autorizar o rechazar la reproducción total o parcial de sus contenidos en plataformas digitales, estableciendo un marco para exigir compensación económica.

Petillault explicó que la implementación de este derecho en Francia no fue sencilla. Hubo que transitar negociaciones muy largas y tensas con las grandes plataformas, en particular con Meta y Google. La negociación con Meta culminó con un acuerdo firmado en diciembre de 2021, tras dos años de diálogo.

El caso de Google fue aún más complejo: “Hubo un litigio con la autoridad competente y estuvimos 2 años entre idas y vueltas. Pero, a fines de 2022 llegamos a una negociación donde hubo una decisión muy relevante por parte de la autoridad competente en relación con la propiedad intelectual y los derechos de autor”. Esa autoridad emitió una resolución histórica que multó a Google con 500 millones de euros por incumplir con las obligaciones relacionadas con los derechos conexos

Actualmente, Francia mantiene negociaciones pendientes con X, Microsoft y LinkedIn, y busca adaptar los acuerdos existentes al avance de la IA generativa, que no fue incluida en convenios previos.

El director de la APIG hizo hincapié en la necesidad de negociaciones colectivas y reclamar la compensación económica. “Los gigantes tecnológicos no pueden negar que usan y necesitan del contenido generado por los medios, somos un material precioso para ello porque dependen de los datos que les brindan los contenidos de los medios”, remarcó.

Para que estas batallas regulatorias prosperen, Petillault destacó que el apoyo político es clave. En el caso francés, fue determinante el respaldo del gobierno en los reclamos por los derechos conexos, lo que permitió que los editores enfrentarán a las plataformas en mejores condiciones.

[Más sobre la actividad de ADEPA.](#)

Los Andes y una nueva etapa: foco regional, desafíos digitales y la apuesta por la cercanía



Con 141 años de historia, el diario Los Andes de Mendoza inició una nueva etapa editorial en junio del año pasado, con la llegada de nuevos dueños y una renovación en la dirección editorial. La transformación llegó con el impulso de accionistas locales y el objetivo de consolidar una mirada más arraigada en la región, sin dejar de afrontar los desafíos tecnológicos y de consumo propios del ecosistema digital actual.

Pablo Dellazoppa, actual gerente periodístico del diario Los Andes, describió al Noticiero de ADEPA que uno de los principales ejes que marca esta nueva etapa es el fortalecimiento de una agenda regional. El medio fundado en 1883 por Alfredo Calle, se propuso ampliar su cobertura a toda la zona oeste del país, contemplando el contenido informativo de San Juan, San Luis, La Rioja, Catamarca, Neuquén y Río Negro.

La región, explica Dellazoppa, comparte realidades productivas, culturales y económicas, como el turismo, la minería, la energía y el petróleo, que conforman un ecosistema propio, el cual en oca-

siones queda al margen de los medios nacionales. “Si no lo contamos nosotros, probablemente no lo cuenta nadie”, subrayó.

La búsqueda del balance entre el papel y la versión digital

En cuanto al soporte papel, Los Andes continúa con su edición impresa todos los días, aunque la nueva conducción reconoce que el mayor desafío está en redefinir qué tipo de contenidos van al papel y cuáles al sitio web. “Hoy discutimos qué es noticia caliente y qué es noticia fría”, explica Dellazoppa. Esta transición se dio en paralelo a una reorganización interna: si bien no hay redacciones separadas, sí hay una especialización de roles dentro de un mismo equipo, que piensa las noticias desde una lógica multiplataforma.

La edición impresa se mantiene como una apuesta empresarial y editorial, pero con conciencia de sus límites, admiten. El enfoque pasa por capitalizar lo que el papel puede ofrecer: análisis, profundidad y temas de valor permanente. Al cerrar la planta impresora que tenía Los Andes, ahora el medio se imprime en la planta del Diario de Cuyo, en San Juan, como parte de una estrategia de integración regional.

Los desafíos del presente: audiencias y tecnología

En línea con los desafíos globales de los medios, desde Los Andes apuntan a la necesidad de comprender mejor a sus audiencias, sus hábitos y las plataformas por las que consumen información, muchas veces mediadas por redes sociales o buscadores. Este escenario exige no solo métricas e innovación, sino también reflexión y capacitación constante, especialmente ante la irrupción de herramientas como la inteligencia artificial.

“Tenemos que aprender a usar estas herramientas como asistentes de trabajo, sin perder de vista que la veracidad y la relevancia de una noticia siguen dependiendo de periodistas de carne y hueso”, afirmó Dellazoppa.

El arraigo territorial de Los Andes es uno de sus principales diferenciales. Sus nuevos dueños son empresarios mendocinos con tradición en la región, y gran parte de su equipo de trabajo también. Esa cercanía no solo es geográfica, sino también cultural.

“Mendoza está construida sobre un desierto”, explicó Dellazoppa, y esa característica define tanto su identidad productiva como sus desafíos: vitivinicultura, turismo, energía, minería, ganadería en zonas áridas. Una realidad compartida con provincias vecinas, que exige una cobertura informativa especializada. En esta línea de cercanía, el diario también comenzó a desarrollar eventos presenciales como una forma de fortalecer el vínculo con sus audiencias y comunidades regionales.

Pablo Dellazoppa, actual gerente periodístico del diario Los Andes.

Verdad en juego: el desafío de la desinformación en la era de la IA

Ante el avance de la desinformación y las fake news potenciadas por la Inteligencia Artificial, un panel de expertos de ADEPA analizó los riesgos para la democracia y la libertad de expresión, y la dificultad para distinguir la verdad de la falsedad.»

La circulación del video falso en el que “Mauricio Macri” anunciaba la presunta declinación de la candidatura de Silvia Lospennato en las elecciones porteñas del 18 de mayo, a pocas horas de que abran las mesas de votación, fue el disparador de un debate virtual organizado por ADEPA en el que se analizó el impacto que tiene la desinformación y las fake news en la democracia y la libertad de expresión.

El encuentro contó con la moderación de Daniel Dessein, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de ADEPA, y las intervenciones de Carlos Laplacette, abogado especializado en derecho de la información y asesor legal de ADEPA;

Arriba: Catalina Botero y Pablo Secchi; abajo: Carlos Laplacette y Daniel Dessein.

Pablo Secchi, director ejecutivo de Poder Ciudadano; y Catalina Botero, directora de la Cátedra UNESCO en Libertad de Expresión de la Universidad de Los Andes, Colombia.

En la presentación inicial del tema, Dessein abrió la conversación señalando la urgencia del tema: “Vamos a abordar el impacto en la vida democrática de la desinformación y las fake news”, en un contexto marcado por la sofisticación de las tecnologías de manipulación informativa, especialmente en

escenarios electorales. “Nos preguntamos qué impacto tiene el uso de la tecnología, la presencia de las deepfakes, en la vida institucional... y en qué medida pueden generar un profundo daño al tejido social”, explicó.

Uno de los ejes centrales del debate fue el uso cada vez más masivo de las herramientas de IA que permiten producir y editar contenidos falsos, particularmente en forma de deepfakes, como fue el caso de Macri. Estos videos hiperrealistas —en los que figuras públicas aparentan decir o hacer cosas que nunca sucedieron— representan una amenaza creciente para la integridad del debate público, coincidieron los especialistas

“El problema no son solo los deepfakes, sino la falta de herramientas de las audiencias



para identificarlos, y aún más, los incentivos para replicarlos sabiendo que son falsos”, advirtió Laplacette. Añadió que “los algoritmos privilegian la información que captura atención, generando burbujas de sentido que fragmentan el diálogo democrático y refuerzan las creencias previas”. “Esto reduce la capacidad de cuestionar las propias opiniones, llevando a la formación de pequeños grupos, pequeñas tribus», agregó.

Secchi, por su parte, calificó el deepfake de Macri en las elecciones porteñas como “una maniobra deliberada, técnicamente sofisticada, con la capacidad real de confundir al electorado y alterar decisiones públicas”. Subrayó que no se trató de una broma, sino de una estrategia

que “erosiona la confianza en las instituciones y en los medios tradicionales”.

El debate también abordó el papel que cumplen las plataformas digitales como amplificadoras de contenidos desinformantes. Si bien las redes sociales democratizaron el acceso a la información, también se convirtieron en canales para campañas de manipulación a gran escala, señalaron los panelistas.

Botero planteó que “las plataformas deben asumir la responsabilidad de identificar cuentas automatizadas, etiquetarlas y auditar los mecanismos de amplificación algorítmica”. Advirtió que los algoritmos suelen favorecer contenidos sensacionalistas,

distorsionados o directamente falsos, ya que estos maximizan el tiempo de permanencia de los usuarios, por su modelo de negocio.

La abogada colombiana, ex Relatora de Libertad de Expresión de la OEA entre 2008 y 2014, describió cómo las campañas de desinformación utilizan los algoritmos de las propias plataformas, «privilegian la información que mantiene al usuario o a la usuaria en la plataforma, que usualmente es información falsa, engañosa, exagerada, amarillista». Botero fue muy explícita en que “las plataformas deben tener la obligación de verificar permanentemente que cuentas no son cuentas humanas, qué cuentas son de bots y también etiquetarlo».

SOCIOS INSTITUCIONALES

Pan American
ENERGY

Google

BARRICK

PROPYMES 20 años

Aeropuertos
Argentina

telecom
redacciones5a

Agenda

JUL. 2025

SIPConnect 2025

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

ver online

JUL. 2025

INMA Conferencia Latinoamericana

Julio 24-25, 2025.

virtual

JUL. 2025

Festival Gabo

Julio 25-27, 2025
Bogotá, Colombia.

ver online

SEP. 2025

Asamblea General de ADEPA

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

SEP. 2025

LATAM Media Leaders Summit

Septiembre 16-17, 2025
Bogotá, Colombia.

ver online

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.

virtual

OCT. 2025

Media Party

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

ver online

OCT. 2025

81º Asamblea General de la SIP

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

Aniversarios de julio

Chacabuco en Red

1 / 07 / 2017

Norte, Resistencia

1 / 07 / 1968

Paralelo 32, Crespo, Entre Ríos

2 / 07 / 1972

Diario de Cuyo, San Juan

5 / 07 / 1947

El Ancasti, Catamarca

8 / 07 / 1988

El Tiempo, Azul

9 / 07 / 1933

Tranquera Abierta, La Plata

10 / 07 / 1997

El Comercial, Formosa

16 / 07 / 1991

Mundo Gallego, CABA

25 / 07 / 1979

Crónica, CABA

29 / 07 / 1963

El Eco de Tandil

30 / 07 / 1882

OCT. 2025

IPI World Congress and Media Innovation Festival

Octubre 23-25
Viena, Austria.

ver online

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