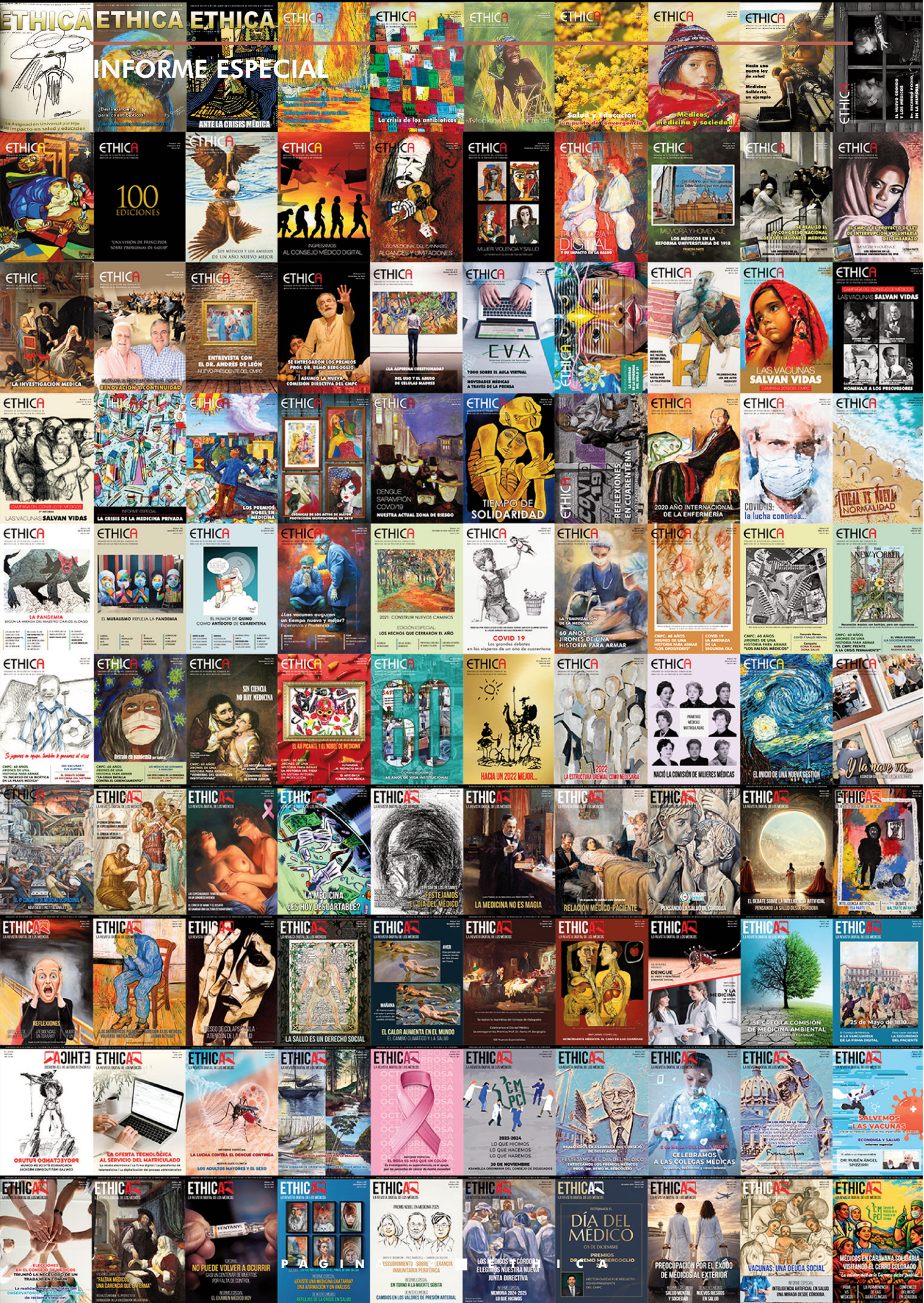






LA REVISTA DIGITAL DE LOS MÉDICOS

UN CANAL DE COMUNICACIÓN CADA VEZ MÁS SÓLIDO CON LOS MATRICULADOS Y LA COMUNIDAD

ETHICA DIGITAL HA CONSOLIDADO SU TRANSICIÓN AL FORMATO DIGITAL TRAS OCHO AÑOS, MULTIPLICANDO SU ALCANCE Y ACCESIBILIDAD PARA LOS PROFESIONALES MÉDICOS MEDIANTE EL PORTAL WEB, MOTORES DE BÚSQUEDA Y REDES SOCIALES. EL CAMBIO HA OPTIMIZADO LA DISTRIBUCIÓN Y PERMITIDO UN CRECIMIENTO CONSTANTE EN LAS VISITAS MENSUALES, SUPERANDO LAS 12,000 SESIONES HACIA 2026 Y CONSOLIDANDO EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL COMO EL PRINCIPAL MEDIO DE LECTURA. (ALEJANDRA BERESOVSKY)

En abril se cumplieron ocho años del lanzamiento de la revista Ethica Digital, que antes sólo se imprimía en papel. Ha sido, sin dudas, un periodo de logros, ya que, lejos de haber perdido páginas físicas, hemos ganado miles de lectores asiduos que acceden a los artículos a través de la página Web de nuestra institución o de las redes sociales. Además, se sumaron opciones,

porque Ethica no sólo se puede leer en forma directa en el sitio Web, sino que también se puede descargar la versión en PDF y guardar la nota que se prefiera en el archivo personal de cada usuario. Por otra parte, se puede acceder a ediciones anteriores.

Las secciones que tiene nuestro medio de comunicación por excelencia son las mismas que en la etapa analó-

gica: Editorial, Informe Especial, Institucionales, De Interés Médico y Cultura. Es una satisfacción para nosotros que quienes participan activamente en la vida institucional del Consejo y los médicos matriculados en general colaboren en cada edición, sumando puntos de vista, novedades, información y eventos.

Con el paso del papel al formato digital, los usuarios hemos ganado en contenidos, ya que antes se realizaban sólo cuatro ediciones al año en formato físico. Además, se garantiza la entrega, debido a que la distribución en papel tenía inconvenientes propios del sistema, como los generados por los datos erróneos de las direcciones postales o el cambio de domicilio.

Este año, el Consejo cumple su 65 aniversario, por lo que tener un vínculo aceitado con quienes integramos esta comunidad profesional es una de las tantas satisfacciones que genera la existencia de una entidad deontológica que nos reúne.

LA REVISTA, EN NÚMEROS

En diciembre de 2018 ya teníamos las primeras estadísticas promisorias de lectura. Las visitas habían pasado de 3.483 en abril a 5.832 en noviembre, con picos en agosto y octubre, con 7.316 y 7.473, respectivamente. Además, se descargaron 2.674 números anteriores.

El 70% de los accesos era directamente a través de la página (www.cmpc.org.ar), mientras que el 30% ingresaba a través de Google. Por otra parte, el 76% lo hacía a través de la PC y el 24%, vía teléfono celular. El 92% era de

Argentina y el 8%, del exterior (Uruguay, Chile, España, México, Brasil).

Hacia agosto del año siguiente, las visitas ya se habían estabilizado en los 7.917, las descargas de números anteriores ascendían a 6.211 y el ingreso se dividía en la página web del Consejo en un 59% y a través de Google, en un 41%. El 66% de las lecturas se realizaba por PC y el 34%, por celular, al tiempo que el 88% de los ingresos se hacía desde Argentina y el 12%, desde el exterior.

En agosto de 2020, las visitas ya eran 9.213 el 64% accedía a través de la página del Consejo y el 28% ya lo hacía por medio del link directo a la revista, al tiempo que sólo el 8% lo hacía a través de Google. En plena pandemia, el cambio de hábitos ya era notorio: el 60% de los usuarios leía a través del teléfono móvil y el 40% por medio de la PC. En 2021, la revista continuaba con el proceso de consolidación. Las visitas rondaban las 9.800, las descargas de ediciones anteriores sumaban 21.616, los ingresos a través del link directo corresponden al 36%, contra el 60% de la página del Consejo y sólo el 4% de Google y se accedía principalmente por celular (63% contra 37% de PC).

Otro salto cuantitativo llegó en 2023, con visitas que rondaban los 11 mil y accesos a través de redes sociales que llegaban al 28% del total (contra 49 de la página del Consejo y 18% por enlace directo). El 79% accedía a través del celular y las descargas de ediciones anteriores ascendían a 35.408.

En 2024, 2025 y lo que va de 2026 fue subiendo el número de accesos a través de las redes sociales: 31%, 37% y 42%, respectivamente, y las visitas mensuales superaron las 12 mil, con más de 40 descargas de ediciones anteriores.

**¿Por qué debería
adherirme al FISAP?**

*Somos mucho más
que un seguro*

Porque acompañamos hace

25 AÑOS
a todos los colegas



DEL PAPEL A LA PANTALLA, ETHICA DIGITAL MANTIENE VIVA LA COMUNICACIÓN CON LOS MATRICULADOS Y LA SOCIEDAD

Hoy por hoy, llegamos a concluir que después de 34 años de vigencia editorial, era bueno y necesario, meternos en su historia y contarle a nuestros lectores –viejos y nuevos médicos– la historia de la comunicación principalmente entre directivos y matriculados y entre la institución y la sociedad. Es por esa vigencia que nos propusimos un diálogo entre Alejandra Beresovsky, quien integra la redacción de la revista y su director periodístico desde hace largos 29 años, Luis Rodeiro. Este es el resultado que ocupa nuestra sección Informe Especial.

¿Podría hacer un repaso de su experiencia en la revista Ethica?

Cuando fui convocado para ejercer la edición de la revista institucional, ETHICA ya existía. Fue creada a principios de 1992, bajo la presidencia de Junta Directiva del Dr. Alberto Sassatelli y su primer número se concretó en mayo de ese año, con la participación en su edición de periodistas reconocidos como Carlos Sacchetto y Carlos Sagristani. Por sus otras ocupaciones, ellos cubrieron un período breve en la dirección de la publicación, pero le dieron un cariz más profesional desde el punto de vista comunicacional que superaba al rudimentario Boletín Informativo preexistente. Más tarde, la edición quedó a cargo de una empresa editorial externa a la institución.

La intención de las autoridades era contar con un medio de comunicación que permitiera establecer una relación más fluida con sus matriculados y que, además de la información puntual de las actividades, pudiera ser un



instrumento de análisis y debate sobre la realidad de la problemática de la salud y de la difusión de tomas de posición frente a una cambiante realidad en el amplio campo de la salud.

Fue entonces cuando fui convocado para la tarea vacante de hacerme cargo de la dirección periodística, a partir de la edición 24, en julio de 1997. No se trataba de una tarea solitaria, ya que contaba con el respaldo impres-

cindible de un comité editorial integrado por médicos, coordinado entonces por el Dr. Juan Carlos Larghi, quien había propuesto el nombre de Ethica para la nueva publicación institucional. Por ese comité pasaron médicos inquietos por la comunicación, tales como Isaac Moncars, Hugo Frey, Juan Carlos García, Gerardo Claría, Juan Carlos Ghisleri, Carlos Rosales, incluso el actual Presidente Héctor Rolando Oviedo y más actuales como los doctores Luis Otoniel Hormaeche, Dante Bruno y últimamente Leandro Molina.

Personalmente, significaba todo un desafío, porque mi experiencia había sido hasta entonces en diarios y revistas, pero en ese preciso momento, había sido despedido junto con otros colegas por el cierre de la empresa editorial en la que trabajaba. O sea, se trataba de un desafío por afrontar la tarea de un periodismo institucional por primera vez y, a su vez, una oportunidad: el reto de poder concretar un proyecto comunicacional para el Consejo de Médicos. La revista entonces se editaba en papel y se distribuía gratuitamente a cada matriculado. Es de destacar la comprensión de la conducción médica sobre el hecho de que, para concretar una revista, más allá de médicos involucrados en el proyecto, se requerían periodistas.

¿Qué rol ocupó la Comisión de Comunicación Institucional en la evolución de Ethica?

A poco de andar, ya bajo la presidencia del Dr. Daniel Fernández, la tarea de publicar la revista se amplió y pasó a ocuparse de un proyecto comunicacional más integral. Para ello, el antiguo Comité Editorial se convirtió en una Comisión de Comunicación Institucional, que se ocupó de otras tareas, como la redacción de documentos, apoyo en la redacción de intervenciones de los cuerpos directivos en distintos ámbitos, y relación con los medios locales para acciones de difusión, entre otras. Asimismo, comenzaba a tener un lugar importante la difusión digital, que también formaba parte de las tareas de la Comisión.

Para la revista, acordamos contar además del director periodístico con un director médico, responsable de la publicación desde el punto de vista de la profesión. Pero, a su vez, el alto costo de la edición en papel y de su distribución por correo nos obligó a dejar de editarla mensual-

mente y hacerlo en forma trimestral, acompañando las distintas estaciones de cada año. A pesar de ellos, su contenido y su presentación fueron cambiando en sentido positivo, pero conservando su perfil histórico: dar a conocer las novedades institucionales y promover el diálogo sobre los temas de salud.

¿Cómo y por qué se convirtió en Ethica Digital?

Acorde con los nuevos tiempos y al desarrollo de nuevas tecnologías, después de todo un proceso de análisis y de información, la Junta Directiva bajo la presidencia del Dr. Rubén Spizzirri y el Consejo de Delegados, a través de sus asambleas, tomaron una decisión fundamental: dejar atrás la histórica institución y convertirla, con todo lo que ello significaba, en un Consejo de Médicos Digital. A tono con el ambicioso proyecto, Ethica pasó a ser Ethica Digital, que recibimos con expectativa, porque ampliaba las posibilidades de comunicación entre las autoridades y los matriculados. Cubrir los tres meses de edición papel conspiraba contra una difusión más puntual y oportuna, por eso se impulsó el desarrollo de una página Web propia que, entre su oferta de beneficios, permitía la realización de todos los trámites desde el domicilio o el consultorio del matriculado, al tiempo que posibilitaba el acceso directo a la revista. Fue un cambio recibido con júbilo, porque nos permitía nuevamente volver a su edición mensual y ampliaba su público ya no solo a los matriculados, sino también a instituciones profesionales e incluso a la comunidad en general que, con solo apretar un botón de su computadora o mediante su celular, accedía a una información más cercana en el tiempo. Además, nos permitía ofrecer un diseño más acabado y moderno, conservando la calidad de contenido que la distinguió. El primer número de su digitalización fue en abril de 2018, con la edición 106.

¿La revista tuvo otros cambios además de pasar al formato digital?

Fue la oportunidad de realizar un rediseño, que tuviera como desde su inicio- en cuenta tanto el contenido, como su presentación. Creamos secciones bien definidas en cuanto a su contenido, que perduran hasta la actualidad:



una *Editorial*, que siempre fue una toma de posición o una acción institucional que Junta Directiva invitaba a subrayar; una sección denominada “*Institucional*” que difundía las acciones del Consejo; el tratamiento de un tema central llamado *Informe Especial* y una sección bautizada con el nombre *De Interés Médico*, que abordabas temas novedosos y específicos de la atención de la salud. Y cerrábamos, como en la actualidad, con una sección de *Cultura*, que ofrece textos literarios, pinturas, historias vinculadas con el quehacer médico, con material realizado por los propios profesionales.

A nivel de diseño, fue decisiva la incorporación de un director de Arte. Cuando me hice cargo de la dirección periodística, consideraba que era tan importante la presentación como el contenido. Después de unos primeros

intentos, conocí a Hernán Sieber, de Bunker Ediciones. Nos entendimos de inmediato y, con la calidad de su trabajo conjunto, logramos convertir la publicación en un producto contemporáneo, con una presentación creativa de sus portadas y de su interior, armonizando textos e imágenes.

La originalidad de esas tapas, trabajadas en conjunto, sin duda se trataba de una llamada que invitaba a leer los contenidos. Prueba de ello es que la propia Junta Directiva, en el aniversario número 60 de la institución, las eligió para decorar una de las paredes de la sede.

En los últimos cuatro años de esta historia, la participación de Alejandra Beresovsky, en la tarea periodística, y de Alejandro Rossi, a cargo de la página Web, fue decisiva para conservar la calidad de la *Ethica*, que el próximo año llegará a sus doscientas ediciones.

**¿Por qué debería
adherirme al FISAP?**

*Somos mucho más
que un seguro*

Porque tenemos
profesionales

**EXPERTOS EN
MALA PRAXIS**

