

## **El escenario de los diarios impresos en Río Gallegos. Entre la relación social y el poder político**

*Alicia Agüero*

*Cristian Bessone*

*UNIDAD ACADÉMICA RÍO GALLEGOS*

*UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA AUSTRAL*

### **Resumen**

Este trabajo describe y analiza la edición de periódicos impresos en Río Gallegos, capital de la provincia de Santa Cruz, ubicada en la región austral de Argentina. Se ha delimitado un corte temporal del estudio entre los años 1990 y 2015. Aunque existen trabajos de abordaje general sobre el tamaño, formas de trabajo y estructuración de los medios en Argentina, (Becerra y Mastrini, 2006 y 2009; Getino, 1995 y 2008) o investigaciones de carácter histórico sobre medios en Patagonia (Ruffini, 2017), son escasas las investigaciones que vinculen estructuración histórica y relaciones con el entorno en los medios, y dentro del sector diarios en particular, en la mencionada provincia. La exploración aquí realizada busca cubrir parte de estas ausencias con la indagación de los diarios capitalinos.

El sector de diarios local, en consonancia con el resto de la región, presenta un escenario complejo. Sobresalen formas de sostenimiento basadas en equilibrios precarios entre fuentes de financiamiento locales y distintos aportes estatales. En el trabajo se analiza la composición de este escenario a partir del relevamiento de los títulos más relevantes. Se examinan, además, algunas de las restricciones que han afectado su desenvolvimiento.

**Palabras clave:** diarios impresos – estructuración de medios – Patagonia Austral Argentina.

### **1. Introducción**

La prensa escrita –diaria o con otra periodicidad– junto con la radio y la televisión son las industrias culturales que forman los llamados medios masivos de comunicación. Su alto

grado de implicancia social en la producción de sentido, lo mismo que su creciente influencia política y su peso económico como sector, deriva en varios aspectos relevantes para la configuración de ciudadanía. Uno de ellos se refiere al entrelazamiento entre régimen de propiedad, sostenimiento y legitimidad en la comunidad en la que circula. Por ello, a pesar de que estos medios puedan ser privados, siempre es una cuestión pública su existencia y su circulación en un ámbito geográfico determinado.

A lo largo del siglo XX, la prensa escrita se convirtió en un dispositivo moderno, y en una herramienta de gran importancia para la conformación de ciudadanía. A pesar de su actual declive frente a otros medios digitales apoyados en la inmediatez y la diversidad de formatos, la prensa escrita –y su versión en línea- aún mantiene parte del peso de la orientación temática en la agenda pública.

Sobre el tamaño, formas de trabajo y estructuración de los medios en Argentina, existen algunas líneas de trabajo que abordan el escenario nacional (Becerra y Mastrini, 2009; Getino, 1995, 2008; Mastrini y Becerra, 2006). Pero aún son escasas las investigaciones que desde ese enfoque analizan medios, y del sector diarios en particular, a niveles de la región patagónica austral. También son insuficientes las aproximaciones estadísticas sobre el desempeño de los medios gráficos provinciales. Las pocas existentes han sido producidas de manera esporádica por organismos estatales. Como caso, puede citarse la publicación del Atlas Cultural de la Argentina realizado por el Sistema Información Cultural de la Argentina (SInCA, Villarino, y Bercovich, 2014). Sin embargo, en dicho trabajo los datos aparecen en forma agregada para toda la región patagónica, lo que dificulta adentrarse en cuestiones específicas de cada provincia austral, o en ciudades puntuales.

Por otro lado, y en caso específico de Santa Cruz que es el contexto de nuestro trabajo, existen algunos estudios sobre los diarios, pero por lo general son investigaciones sobre periodos históricos de entre principios y mediados de siglo XX. La mayoría de estos estudios hacen un abordaje histórico. Más reciente en el tiempo, cabe mencionar el aporte de Francisco Cousido, (1998) libro que hace un relevamiento de los medios existentes hacia la década de 1980 en toda la provincia austral, con descripciones generales, comentarios y anécdotas. A pesar de no ser un trabajo estrictamente académico, sirve de referencia para comprender el escenario de medios de la época

Como mencionamos en relación a los antecedentes, el estudio de la prensa gráfica de Santa Cruz es más bien exiguo. En gran medida la producción y la ubicación de los principales títulos a lo largo de la historia estuvo –y continúa así- ubicado en la capital provincial. Frente a esta escasez iniciamos un trabajo de investigación sobre el escenario de los diarios locales entre 1990 y 2015 (Bessone, 2020). Así, nuestra intención aquí es mostrar y discutir acerca de los resultados obtenidos, y subsanar en parte estas ausencias de investigación acerca del cómo se constituyó el escenario actual de la industria editorial de diarios riogalleguense. Se realizó el recorte temporal en función de que los resultados obtenidos nos permiten identificar el inicio de un ciclo en el escenario de diarios locales que se caracterizó por la existencia de una variedad de títulos. Esta situación no se observa en otras ciudades patagónicas en el mismo periodo, por lo cual merece estudiarse (Bessone, 2020). El cierre de este ciclo lo ubicamos hacia 2015,

---

**NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.**

debido a que hacia esa fecha hubo cambios importantes en el contexto político nacional y provincial, y se dio el cierre de algunos diarios locales y el comienzo de cambios en la propiedad de otros, luego de casi tres lustros con un escenario relativamente estable.

## 2. Aspectos metodológicos y referencias al marco teórico de base

En forma muy breve, mencionamos aspectos metodológicos seguidos para la investigación. Se consultaron diversas fuentes, alcanzando una triangulación metodológica apropiada. Se entrevistó a informantes clave vinculados a los medios de comunicación local (periodistas, personal administrativo de los diarios, directores y/o responsables, entre otros). También se revisaron estadísticas, por ejemplo, las provistas por el SInCA, y se hicieron consultas al Instituto Verificador de Circulaciones (IVC). En forma complementaria se buscaron en bibliotecas y repositorios históricos ejemplares de los títulos que se imprimían en la localidad para su observación y análisis

Respecto al marco teórico, se ha seguido en mayor medida, el conjunto de propuestas de la economía política de la comunicación, que ofrece un enfoque adecuado en relación a las formas y estructuras que adquieren los escenarios mediáticos. El estudio de la estructuración de las industrias culturales, entre las que se incluyen la edición de diarios, es esencial para comprender de manera más acabada la vinculación entre medios, cultura y poder (Zallo, 2011, pp. 20-22). Por ello se ha seguido el marco teórico de la economía política de la comunicación (EPC), que entre sus guías propositivas indica que solo si ubicamos los productos culturales dentro del nexo de los intereses (materiales, económicos, políticos) que rodean toda su cadena de creación, distribución y consumo, se pueden explicar las formas culturales que circulan en un determinado espacio geográfico. Un concepto útil en el marco de la EPC es el de “constitución mutua”, que permite explicar cómo el vínculo entre cultura y organización económica que se da en cualquier sociedad, no es un nexo entre estructuras completamente formadas ni cerradas, sino que muchos elementos dentro de ellas se modifican entre sí (Becerra, 2011; Mosco, 2009). Más específicamente, la estructuración mutua en las actividades de las industrias culturales se da en dos movimientos simultáneos: son estructuradas históricamente por la política, la cultura y la economía; y al mismo tiempo son estructurantes de las condiciones políticas, culturales y económicas, en la medida en que permiten que circulen ciertas concepciones del mundo y ralentizan otras visiones que dichas sociedades construyen (Becerra, 2011, p. 2). Desde este punto de vista, podemos agregar que el desarrollo de las industrias culturales en la provincia es moldeado en gran parte por el desenvolvimiento de la región, a la vez que participa en la conformación de los imaginarios colectivos de sus habitantes.

## 3. Contexto regional

Una serie de variables diferenciales imprimen aspectos y matices distintivos a la provincia a la hora de observar el contexto en el que se desarrollan sus medios de comunicación si se los compara con otras regiones del país.

---

NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.

Al igual que la mayoría de las provincias patagónicas, en Santa Cruz existe una relación estrecha entre la estructura demográfica, con una muy baja densidad, y un desarrollo limitado de las industrias culturales. Dicha limitación se refiere a que solo algunos aspectos o sectores de las industrias culturales se han desenvuelto en amplitud, mientras que otros continúan con rasgos de producción artesanales o parcialmente industrializados. Esto remite a que lo acotado de los mercados y la dispersión de los asentamientos poblacionales plantean barreras que dificultan la provisión de servicios culturales en general. El tamaño de la población, que en su conjunto no llegaba al millón de personas en 2010 (INDEC), incide directamente en el despliegue de las actividades mercantiles. Particularmente incide en la evolución de las industrias culturales, las cuales son esencialmente urbanas y se basan en economías de escalas para su funcionamiento pleno (Zallo, 1988, pp. 25-26).

Otro elemento contextual es la historia de la constitución de la administración del espacio geográfico. La provincialización del territorio que ocupa Santa Cruz ocurrió hacia 1958, y es un proceso más bien reciente dentro del conjunto nacional. Implica que la mayoría de sus instituciones son de creación reciente, y permite entender por qué una gran parte de los aspectos de la vida cotidiana tiene como responsable al Estado –en sus tres niveles; nacional, provincial, y municipal- como actor central.

#### 4. Sobre los resultados obtenidos

La prensa gráfica provincial tuvo cierta variedad de títulos desde comienzos de siglo XX. En Río Gallegos, por ejemplo, se editaban ocho títulos hacia 1920, en un marco fuertemente politizado. En las décadas siguientes la constante ha sido el surgimiento y desaparición de diferentes medios gráficos.

A partir de los años 80 surgieron nuevos medios gráficos con intención de edición diaria. En algunos casos, los antiguos semanarios dieron paso a los diarios y otro tipo de publicaciones gráficas. Varios títulos tuvieron una existencia efímera y solamente unos pocos, con enormes esfuerzos, lograron mantenerse algún tiempo. De los emprendimientos que dejaron de salir existen pocos registros, y en mayor medida son referenciados por quienes integraron esos proyectos. En muy pocos casos se han conservado ejemplares en bibliotecas y otros tipos de archivos públicos.

La situación al interior de la provincia fue similar, con el agravante de que la frágil permanencia de estos medios gráficos –que no llegaron a tener aparición de frecuencia diaria- presenta un escaso apoyo publicitario y económico del comercio zonal. Asimismo, la distancia que separa las localidades en las que surgieron de la capital, que es sede administrativa del gobierno, los priva de contar tanto con avisos oficiales como con material periodístico de primera mano (Cousido, 1998, p. 167).

En Río Gallegos, aparecieron varios emprendimientos gráficos entre la década de 1990 y principios del 2000, algunos de los cuales contaron se imprimían con una frecuencia diaria y contaron con una vida relativamente larga en el frágil contexto de supervivencia de los medios gráficos provinciales. Dado que de estos títulos se consiguieron datos y referencias específicas,

---

**NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.**

se procedió a realizar una delimitación temporal en el estudio que abarca el inicio de la década de 1990 y se ha extendido hasta 2015, año en el que consideramos se cierra un ciclo del escenario de la prensa gráfica local tanto por la desaparición de algunos títulos como por los cambios políticos contextuales (Bessone, 2020).

Aunque a lo largo de todo el siglo XX existen más títulos que los mencionados a continuación, solo se traerán a cuenta los que se editaban o se seguían editando desde 1990 hasta 2015. Bajo este criterio temporal se pudieron detectar y ubicar los siguientes títulos: La Opinión Austral (1959-hasta el presente); La Voz de Santa Cruz (1996-1998); El Sureño (1996-1999); Tiempo Sur (1999-hasta el presente); El Nuevo Sureño (1999-2002); Prensa Libre (2001-2016); El Periódico Austral (2003-2011). En el cuadro 1 se presentan los diarios en circulación hacia 2010.

**Cuadro 1. Santa Cruz: diarios en circulación en 2010**

Nombre	Localidad	Año de inicio	Año de cierre	Propietario en 2015
La Opinión Austral	Río Gallegos	1959		La Opinión Austral S.A.
Tiempo Sur	Río Gallegos	1999		L.J.K. Editorial S.A.
El Periódico Austral	Río Gallegos	2001	2012	Jessica Uliarte
Prensa Libre	Río Gallegos	2001	20016	Prensa Libre S.R.L.

Se describen a continuación algunas características particulares de los títulos más relevantes.

### **La Opinión Austral**

Este es el diario en circulación más antiguo de la provincia de Santa Cruz. Fundado por Alberto Raúl Segovia el 27 de febrero 1959, se mantuvo como el principal referente gráfico local hasta mediados de la década de 2010. Aunque excede el marco temporal de análisis, es conviene señalar que permaneció en manos de la familia Segovia bajo el nombre comercial de La Opinión Austral S.A., hasta el año 2017, tras la venta del matutino a un grupo de funcionarios provinciales. Hacia 2021, el diario fue vendido al grupo del diario Crónica de Buenos Aires.

Si bien la ciudad donde circula es principalmente Río Gallegos, el diario tuvo épocas en las que también se distribuyó en otras localidades, incluyendo algunas ubicadas en el extremo noroeste de la provincia. Sin embargo, la distancia que separan el lugar de impresión con algunas de estos sitios hizo que este servicio de distribución no se mantuviera constante en el tiempo.

Los servicios informativos que utilizaba La Opinión Austral hasta 2015 incluían el suplemento Edición Nacional y la provisión de información de Télam vía satélite. Hacia 2015,

el diario aun salía en formato tabloide en blanco y negro y con un piso de 32 páginas, aunque tuvo épocas en que ese piso era mayor. En la actualidad (2021), el diario imprime sus tapas a color, y su piso ha disminuido a 16 páginas. Se puede acceder al contenido informativo de la edición impresa en la página Web del diario, aunque no puede visualizarse tal cual sale en papel, excepto las tapas. Algunos servicios también pueden consultarse en forma digital. El diario se encuentra asociado a dos medios radiofónicos que forman parte integral de su estructura empresarial, la tradicional LU12 AM 680, y FM 92.9 Láser que funcionan físicamente en un edificio lateral al del diario. A pesar de esta asociación, los contenidos periodísticos de en la Web no se han potenciado mutuamente con contenidos multimedia (Bessone, 2020).

Para 2010 la impresión de ejemplares promedio de lunes a sábado estaba entre las 3 mil y las 4 mil unidades diarias, una cifra importante para la región. Por otra parte, y comparado con las provincias australes, es el referente en actividad más antiguo de la Patagonia austral.

La vinculación entre el diario y la administración pública provincial ha tenido diferentes matices, pero en general la línea editorial se ha mantenido cercana al oficialismo desde sus inicios. En la actualidad es incluso más cercana, al integrar el gabinete provincial miembros de la familia fundadora del diario (Bessone, 2020).

### **El Sureño y El Nuevo Sureño**

El Sureño nació como un desprendimiento de El Sureño de Río Grande, (Tierra del Fuego), que se instaló en Río Gallegos en 1996. Sus propietarios eran José María Murno y Martín Pérez quienes se unieron con el comerciante local Leopoldo Kalmus. Esta unión fue transitoria y por solo unos meses, dado que Kalmus se separó del emprendimiento y fundó su propio periódico, Tiempo Sur.

Posteriormente la sociedad entre Murno y Pérez terminó y Murno, que se desempeñaba como Secretario gremial de la FATPREN, inició un nuevo emprendimiento: El Nuevo Sureño, que funcionó hasta 2001 cuando traspasó el fondo de comercio a Prensa Libre S.R.L.

### **Tiempo Sur**

Otro de los diarios riogalleguenses es *Tiempo Sur*, nacido en el año 1999. Hasta mediados de 2021, año en que se traspasó a un grupo de empresarios de Chubut, fue propiedad del Ing. Leopoldo Kalmus, un empresario local que además participa en otros rubros comerciales. La firma LJK Editorial S.A. es la que administra el diario, a la vez que posee la titularidad de *FM 97.5 Tiempo*. El área de distribución señalada por el matutino abarca las ciudades de Río Gallegos, El Calafate, Río Turbio, 28 de noviembre, Comandante Luis Piedrabuena, Puerto Santa Cruz, Puerto San Julián, Gobernador Gregores, Pico Truncado, Puerto Deseado, Perito Moreno, Los Antiguos, y Punta Arenas (Chile). Al igual que lo expresado para la distribución de La Opinión Austral, las distancias hacia algunas de estas localidades condicionan no sólo el horario de llegada del diario sino el mantenimiento efectivo del servicio de distribución, por lo que hace poco probable que se haya cumplido la distribución declarada. La edición dominical del diario recién comenzó a salir en el año 2010, y aunque no tiene suplementos especiales diseñados como tales, llegó a salir con 72 páginas. Durante

---

**NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.**



algunos años incluyó la revista Nueva que se edita para varios diarios del país. El diario en edición impresa como su versión en línea, TiempoSur Digital, forman parte de una serie de medios que son propiedad de la misma empresa. Como es el caso de otros medios gráficos, se encuentra asociado a una emisora de radio, FM 97.5 Tiempo con la que se potencia su producción periodística, y posee además la frecuencia modulada 104.1 Cadena 100 Río Gallegos que retransmite enteramente la señal de Cadena 100 de Buenos Aires. En cuanto a sus dimensiones, el diario se posiciona por detrás de La Opinión Austral, y su tirada promedio está por debajo del rango de los 4 mil ejemplares. Los contenidos periodísticos están disponibles en forma digital a través de la página Web del diario. En forma similar a lo que ocurre con La Opinión Austral, la asociación entre el medio gráfico y la radio ha permitido potenciar la marca, pero aún no se produce la integración de contenidos periodísticos en la página web en formatos multimediales.

También de manera similar al diario La Opinión Austral, en la actualidad miembros de la familia propietaria del diario integran parte del gabinete de funcionarios de la provincia.

### **El Periódico Austral**

En el año 2001 aparecieron dos periódicos en Río Gallegos. Uno de ellos, El Periódico Austral, sostuvo hasta la desaparición de su edición en papel en 2012, una estrategia de distribución gratuita que se diferenció de los modelos de negocios editoriales existentes en la provincia. El periódico se presentaba como propiedad de Jessica Uliarte, esposa del director editorial “Rudy” Ulloa Igor, ambos datos eran consignados en la presentación impresa, y comercializados bajo la denominación El Periódico Austral S.A. Ulloa se convirtió en empresario a partir del crecimiento económico que le permitió su vinculación estrecha con Néstor Kirchner, que fue intendente de Río Gallegos, gobernador de Santa Cruz y presidente de Argentina. Esta relación directa con el poder político nunca fue ocultada desde la línea editorial sino todo lo contrario, y fue incluso ostensible en la asignación de publicidad oficial directa e indirecta, con notorias diferencias frente al resto de los medios locales y provinciales (Asociación por los Derechos Civiles, 2008, 2009; «Conozca lo que el gobierno destinó a cada medio por publicidad en el primer trimestre del 2007», 2009, «Cómo se reparte la pauta oficial en los medios», 2010, «El 60% de la publicidad oficial debe ir a los diarios más grandes», 2011, «El gasto en publicidad K subió 754 por ciento desde 2003», 2009).

La circulación de El Periódico Austral estuvo prácticamente restringida a la ciudad de Río Gallegos, y se distribuía en algunos puestos de venta de diarios que aceptan ejemplares para entregar. Además de este circuito, el diario era distribuido por la empresa en todas las reparticiones públicas de la provincia emplazadas en Río Gallegos, a los que se suman las terminales aérea y terrestre de transporte de pasajeros. Una de las principales fuentes informativas del medio era la agencia estatal Télam. El medio estaba suscripto también para los servicios que dicha agencia brinda a través del suplemento Reporte Nacional. A diferencia de la presentación en papel, en los contenidos informativos de la página Web, se incluían además notas de columnistas del diario Página/12 de Buenos Aires. Inicialmente el periódico aparecía en blanco y negro y sólo algunos días de la semana. Hacia 2007 comenzó a imprimirse a color,

---

**NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.**

de lunes a domingo y con un piso de 32 páginas. El servicio de avisos clasificados no coincidía con el funcionamiento normal de este tipo de publicidad. Los anuncios clasificados eran escasos y los mismos aparecían impresos durante meses sin ser modificados. En 2012 se dejó de imprimir y redujo prácticamente todo su personal, pero no cesó totalmente sus actividades, pues siguió recibiendo pauta publicitaria para el portal Web del diario, que funcionaba desde 2004.

El Periódico Austral formaba parte de un conjunto de medios bajo el control de Ulloa, entre los que se cuentan FM 105.3 Estación del Carmen, FM 105.3 Estación Caleta Olivia (en Caleta Olivia); FM 104.9 Estación Calafate (en El Calafate). A ello se le suma las agencias de publicidad Cielo Producciones, Sky Productions y la productora Cielo Producciones, encargada tanto de la programación local del Canal 2 en Río Gallegos (señal de la operadora de cable Supercanal) como de la producción de Canal 10, (señal de la operadora de cable Paralelo 52 TV SA), de la misma ciudad.

La dimensión del medio varió sustancialmente en el tiempo. La tirada promedio en 2010 se ubicaba en los 600 ejemplares. Teniendo en cuenta su distribución gratuita y su circulación en mayor medida por entes oficiales, la tirada era menor a la de los diarios La Opinión Austral y Tiempo Sur. Su funcionamiento general no debe ser tenido en cuenta por separado del resto de los medios a los que está integrado, particularmente de la producción de programas dentro del canal de cable local Canal 2, en función de la línea editorial alineada detrás del kirchnerismo.

### **Prensa Libre**

Otro medio surgido los últimos días de 2001 en Río Gallegos fue Prensa Libre, que se comercializaba bajo el nombre Prensa Libre S.R.L. hasta su cierre a mediados de 2016. Cabe destacar que es uno de los medios de mayor opacidad en la información disponible.

Este diario nació en 2001 como un desprendimiento de otro diario de una sociedad entre José María Murno y Martín Pérez, que tuvo una vida efímera. Cuando la sociedad se terminó, el primero de ellos inicia el nuevo emprendimiento en Río Gallegos, utilizando el mismo nombre. Murno se desempeñaba en ese entonces como Secretario gremial de la FATPREN de Santa Cruz. Según fuentes periodísticas, en el año 2008 fue adquirido por el empresario de la construcción Lázaro Báez, propietario de Austral Construcciones, aunque los movimientos de cambio se mantuvieron en silencio. De hecho, el anterior propietario Murno, siguió figurando un tiempo más como director del medio (OPI, 2008). El diario pasó a integrar junto a Magna Media, un conjunto de medios bajo la órbita de Báez, dentro del paraguas de sus diferentes empresas.

El diario indicaba que su distribución incluía las localidades de Río Turbio, Puerto Santa Cruz, Comandante Luis Piedrabuena, Gobernador Gregores, 28 de noviembre, Puerto San Julián y con circulación reducida en El Calafate, Puerto Deseado, Pico Truncado y Las Heras. Como fuente de noticias nacionales utilizaba los servicios de la agencia Télam. A ello se sumaba la producción en conjunto con Magna Media. Tanto Prensa Libre como Magna Media poseían en cada caso una página Web con contenido informativo, dentro de las cuales agregaban otras fuentes periodísticas, como Infobae (para información de tecnología), y Reuters

---

**NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.**



para noticias internacionales. En ocasiones aparecían los mismos artículos en ambas páginas Web. Prensa Libre salía de lunes a sábados. En sus 36 páginas no incluía ningún suplemento que se editara en forma continuada. Excepto la tapa y la contratapa a colores, el diario se imprimía en blanco y negro. En cuanto a su dimensión, el diario tuvo una tirada inferior a la de los diarios La Opinión Austral y Tiempo Sur.

A partir de la compra por parte de Báez, el diario se integró a Magna Media, una consultora dirigida por Carlos y Diego Navarro (padre e hijo) que en sus inicios se dedicaba a preparar clippings diarios con un resumen de medios. Entre sus clientes estaban la provincia de Santa Cruz y el Poder Ejecutivo Nacional durante el mandato del presidente Kirchner, en gran medida por los vínculos societales y de amistad entre Kirchner y Báez.. Originalmente figuraba como propiedad de Fernando Butti, contador del empresario Lázaro Báez. Con posterioridad añadió a su producción del resumen de noticias por suscripción, el portal de Magna Media, y además comenzó a operar la radio FM 100.7 Magna en Río Gallegos.

## 5. Sobre el sostenimiento de los diarios locales

Todos los periódicos existentes en 2010 en la ciudad mantienen o mantuvieron algún vínculo con otros medios. En su mayoría se dan relaciones de propiedad o de trabajo en colaboración con medios radiofónicos, y en uno caso, se integraron con empresas audiovisuales. A través de estas formaciones multimedia potencian su alcance por medio de distintos lenguajes. En los medios locales se observa que el diario Tiempo Sur controla la radio FM Tiempo 97.5 en Río Gallegos. La Opinión Austral conforma un pequeño grupo de medios que incluye la radio AM LU12 Radio Río Gallegos y FM Láser. El desaparecido El Periódico Austral en edición en papel funcionaba junto con FM 105.3 Estación del Carmen (Río Gallegos); mientras que bajo firmas asociadas también se encuentran, FM 105.3 Estación Caleta Olivia (en Caleta Olivia); FM 104.9 Estación Calafate (en El Calafate), a lo que se le suma las agencias de publicidad Cielo Producciones, Sky Productions y la productora Cielo Producciones, encargada de la programación local del Canal 2 en Río Gallegos que pertenece a la operadora de cable Supercanal. Por su parte el desaparecido matutino Prensa Libre bajo el paraguas de una empresa mayor –Austral Construcciones- se articuló con la agencia Magna que poseía una agencia de noticias, un portal web de noticias y una radio, en un mismo conjunto de medios controlados por la constructora (Bessone, 2020).

El sostenimiento económico de los medios gráficos y por extensión a medios radiales y audiovisuales, está vinculado estrechamente a la pauta oficial, provincial, nacional o municipal, y acarrea en sí una serie de problemas. Para la Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina (ADIRA), la supervivencia en términos económicos de los diarios regionales está supeditada a este tipo de ingresos. Pero los mismos sirven de variable de ajuste en términos de adoctrinamiento editorial, pues es el mismo Estado “que por su acción y omisión, termina convirtiéndose en árbitro que resuelve sobre la subsistencia de muchos medios” (ADIRA, 2003, p. 166). A esto se agrega la pauta publicitaria que no proviene del Estado depende exclusivamente de la economía de la región en la que los medios estén insertos, por lo que el

---

**NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.**

vaivén económico territorial repercute directamente en el funcionamiento de estos cuando no cuentan con apoyos oficiales y dependen en gran medida de la venta de ejemplares. Por lo tanto, debemos señalar que el equilibrio entre el manejo como empresa y sus funciones sociales es precario, y se ve poco fortalecido por las relaciones estrechas que los medios establecen con los distintos gobiernos. En este sentido, las líneas editoriales suelen alinearse con los mandamientos del poder coyuntural, especialmente en aquellas estructuras que se han conformado desde su inicio o a través del tiempo para recibir pauta oficial por sobre otras fuentes de ingresos. La función social de los medios de comunicación se ve debilitada, y la comunidad resulta doblemente perjudicada, como se verá más adelante.

Por su parte, ni el estado nacional, ni el provincial, ni el municipio local han contado con normativas claras respecto a la asignación de pauta publicitaria. Incluso la información pública sobre procedimientos, montos otorgados y beneficiarios ha sido más bien opaca. Las consecuencias de la discrecionalidad de la asignación de la publicidad han sido bien estudiadas, pero principalmente traen consigo una obturación de la libertad de expresión (CIDH/RELE, 2004). El contrabalance es que, si bien los medios gráficos no cuentan con un derecho constitucional para que se les distribuya pauta oficial, pero tienen el derecho a no ser discriminados, el gobierno en modo alguno puede disponer de manera arbitraria e irrazonable la asignación de recursos, aun cuando esta distribución se realice de manera discrecional (cfr. Cassagne, 2010). La discrecionalidad es una facultad que puede reservarse el propio Estado, pero debe construirse el criterio de razonabilidad para no caer en lo arbitrario de acompañar solo a los medios amigos.

## 6. Hacia un debate sobre el escenario actual

A lo largo del cuarto de siglo del análisis propuesto por la investigación, aparecen distintos subperíodos y configuraciones contextuales que incidieron de manera diferente en los medios locales. Entre las dificultades más importantes mencionadas, se indicaron la forma de sostenimiento en contextos económicos restringidos, tanto por los límites demográficos como por los del nivel de actividad económica en general. Sumados a ellos, las distancias que las separan de la capital y el tamaño de las demás localidades hacen que tampoco el apoyo de un mercado ampliado traccionara como sostén financiero para estos emprendimientos gráficos.

A pesar de estas barreras, sobresale que por una larga década (entre 2001 y 2012) convivieron en la capital santacruceña cuatro títulos que en su momento fueron producciones completas con un piso de producción importante. Este dato no es menor al considerar las variables demográficas y económicas. En comparación con la región, Río gallegos fue la ciudad con más títulos en circulación durante el período analizado.

La sobreabundancia de títulos, cuya financiación requiere de una alta participación de la publicidad estatal para subsistir, deriva en preguntas relativas a la decisión política de sostenerlos. Por parte de los medios, la ventaja para obtener financiamiento la llevaron aquellos más alineados con las reparticiones estatales que administraban mayores recursos. Pero en todos los casos, en mayor o menor medida, recibieron ayuda pública para su funcionamiento. El

---

NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.

resultado general, debido a la relación de dependencia que se establece entre Estado y medios y la inexistencia de regulaciones con sentido democrático y equitativo sobre la distribución de las pautas oficiales, es el predominio de un solo tipo de cobertura periodística en sintonía con los lineamientos del gobierno, y no existieron –ni existen–, como podría pensarse, contrapesos informativos a partir de la cantidad de títulos. El horizonte de la competencia periodística no demostró un aumento en la calidad de la pluralidad informativa.

Asimismo, y junto con la discusión anterior, la estrecha vinculación manifiesta entre los medios descriptos a lo largo del trabajo y las gestiones de gobierno, abren la pregunta sobre si la participación del estado es necesaria para sostener negocios privados con fondos públicos siendo que la audiencia no recibe un beneficio directo o indirecto de esta intervención.

### Referencias bibliográficas

ADIRA. (2003). La prensa regional y local en Argentina. Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina (1. ed.). Buenos Aires: Secretaría de Cultura Presidencia de la Nación; Ediciones CICCUS.

Asociación por los Derechos Civiles. (2008). La publicidad oficial del Poder Ejecutivo Nacional durante 2007 (p 44). Asociación por los Derechos Civiles. Recuperado a partir de <http://www.censuraindirecta.org.ar/images/fck/file/Informes%20y%20publicaciones/ADC-LE-PubOf-PEN-2007.pdf>

Asociación por los Derechos Civiles. (2009). La publicidad oficial del Poder Ejecutivo Nacional durante 2008 (p 44). Asociación por los Derechos Civiles. Recuperado a partir de <http://www.censuraindirecta.org.ar/images/fck/file/Informes%20y%20publicaciones/ADC-LE-PubOf-PEN-2007.pdf>

Becerra, M. (2011, septiembre). La incubación de una nueva cultura. TELOS Cuadernos de Comunicación e Innovación, (88). Recuperado a partir de [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Autoresinvitados\\_88TELOS\\_AUTINV/seccion=1214&idioma=es\\_ES&id=2011072708400001&activo=7.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Autoresinvitados_88TELOS_AUTINV/seccion=1214&idioma=es_ES&id=2011072708400001&activo=7.do)

Becerra, M., y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.

Bessone, C. (2020). Industrias culturales en la Patagonia Austral argentina. Análisis de su evolución entre 1983 y 2015. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de: <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2960>

Cassagne, E. (2010). Las técnicas promocionales para los medios gráficos de comunicación. Cuestiones de Intervención Estatal (pp 365-389). Buenos Aires: RAP. Recuperado a partir de [http://www.cassagne.com.ar/publicaciones/E\\_Cassagne/Las%20t%C3%A9cnicas%20promocionales%20para%20los%20medios%20gr%C3%A1ficos%20de%20comunicaci%C3%B3n%20EC.pdf](http://www.cassagne.com.ar/publicaciones/E_Cassagne/Las%20t%C3%A9cnicas%20promocionales%20para%20los%20medios%20gr%C3%A1ficos%20de%20comunicaci%C3%B3n%20EC.pdf)

---

NÚMERO 4. Comunicación, democracia y territorios. Año 2021.

CIDH/RELE. (2004). Informe Anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión 2003. Recuperado a partir de <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/Informe%20Anual%202003.pdf>

Cómo se reparte la pauta oficial en los medios. (2010, mayo 4). LaTecla.info. Recuperado noviembre 10, 2011, a partir de [http://www.latecla.info/2/nota\\_1.php?noticia\\_id=21159&title=](http://www.latecla.info/2/nota_1.php?noticia_id=21159&title=)

Conozca lo que el gobierno destinó a cada medio por publicidad en el primer trimestre del 2007. (2009, noviembre 10). Sos.periodista. Recuperado noviembre 10, 2009, a partir de <http://www.sosperiodista.com.ar/Cordoba/Conozca-lo-que-el-gobierno-destino-a-cada-medio-por-publicidad-en-el-primer-trimestre-del-2007>

COUSIDO, F. J. (1998). Los 1/2s santacruceños. Rosario: Amalevi.

El 60% de la publicidad oficial debe ir a los diarios más grandes. (2011, junio 20). LaTecla.info. Recuperado noviembre 10, 2011, a partir de [http://www.latecla.info/2/nota\\_1.php?noticia\\_id=40963&title=](http://www.latecla.info/2/nota_1.php?noticia_id=40963&title=)

El gasto en publicidad K subió 754 por ciento desde 2003. (2009, mayo 8). Agencia de Noticias CNA.com. Informativa, Recuperado noviembre 10, 2011, a partir de [http://www.agenciacna.com/2/nota\\_1.php?noticia\\_id=18061](http://www.agenciacna.com/2/nota_1.php?noticia_id=18061)

GETINO, O. (1995). *Las industrias culturales en la Argentina: dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Ed. Colihue.

GETINO, O. (2008). *El capital de la cultura: las industrias culturales en la Argentina* (1. ed.). Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

MASTRINI, G., y BECERRA, M. (2006). *Periodistas y Magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Comunicación y crítica cultural*. Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad y Prometeo Libros.

MOSCO, V. (2009). *Economía política de la comunicación: Reformulación y renovación*. Bosch.

OPI. (2008, abril 3). Lázaro Báez compró el diario Prensa Libre, dicen que va por El Periódico y ofertó por otros dos medios. OPI Santa Cruz. Agencia de noticias. Recuperado noviembre 11, 2011, a partir de <http://www.opisantacruz.com.ar/home/2008/04/03/lazaro-baez-compro-el-diario-prensa-libre-dicen-que-va-por-el-periodico-y-oferto-por-otros-dos-medios/847>

RUFFINI, M. (2017). *La Patagonia mirada desde arriba: el Grupo Braun-Menéndez Behety y la Revista Argentina Austral (1929 - 1967)*. Colección Historia argentina. Rosario: Prohistoria Ediciones.

SInCA, VILLARINO, J., y BERCOVICH, F. (2014). *Atlas cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación. Recuperado a partir de <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/publicaciones/libros/Atlas-Cultural-de-la-Argentina.pdf>

UNPSJB. (2004). Informe Diagnóstico. Provincia del Chubut. Oficina Anticorrupción. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. Recuperado a partir de <http://www.anticorrupcion.gov.ar/documentos/IDP%20PROVINCIA%20DE%20CHUBUT.PDF>

ZALLO, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.

ZALLO, R. (2011). *Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

#### Datos de los autores:

**Alicia Agüero.** Licenciada en comunicación social, y magíster. Actualmente es profesora investigadora adjunta regular en la Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Participa en diversos proyectos de investigación y extensión.

Correo electrónico: [agueroalicia@gmail.com](mailto:agueroalicia@gmail.com)

**Cristian Bessone.** Dr. En ciencias sociales y humanidades (UNQ). Se desempeña como docente e investigador de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Correo electrónico: [cbessone@unpa.edu.ar](mailto:cbessone@unpa.edu.ar)