

III Jornadas Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo. Universidad Nacional de Jujuy (Facultad de Cs. Económicas y Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad de la Facultad de Humanidades y Cs. Sociales) y Red SIMEL, San Salvador de Jujuy, 2014.

# **Reinas, desarrollo, privatización y ausencia. La industria siderúrgica en Jujuy a través de la mirada del diario Pregón (1970-2013).**

Bergesio, Liliana, Golovanevsky, Laura y Scalone, Lucía.

Cita:

Bergesio, Liliana, Golovanevsky, Laura y Scalone, Lucía (2014). *Reinas, desarrollo, privatización y ausencia. La industria siderúrgica en Jujuy a través de la mirada del diario Pregón (1970-2013)*. III Jornadas Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo. Universidad Nacional de Jujuy (Facultad de Cs. Económicas y Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad de la Facultad de Humanidades y Cs. Sociales) y Red SIMEL, San Salvador de Jujuy.

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/iii.jornadas.nacionales.sobre.estudios.regionales.y.mercados.de.trabajo/42>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eXuy/70b>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

**REINAS, DESARROLLO, PRIVATIZACIÓN Y AUSENCIA.  
LA INDUSTRIA SIDERÚGICA EN JUJUY  
A TRAVÉS DE LA MIRADA DEL DIARIO PREGÓN (1970-2013).**

Liliana Bergesio (UNICCS-CETAS/FHyCS-UNJu)  
Laura Golovanevsky (CONICET – Facultad de Cs. Económicas, UNJu)  
Lucía Scalone (FHyCS, UNJu, Becaria PICTO UNJu 00128)  
lilianabergesio@gmail.com

## **Introducción**

Palpalá es una ciudad ubicada a 14 kilómetros de San Salvador de Jujuy, capital de la provincia de Jujuy (noroeste de Argentina). Allí se radicó por décadas la siderúrgica Altos Hornos Zapla (AHZ) en la cual se llevó a cabo la primera colada de arrabio argentino<sup>1</sup> el 11 de octubre de 1945. En esa ocasión, el General Manuel Savio dio un discurso, el que concluyó con las siguientes palabras: “En Jujuy, en un pueblito lejano, un chorro brillante de hierro nos ilumina el camino ancho de la Argentina ¡Que su luz no se apague nunca! ¡Sigamos su luz! ¡Viva la Patria!” (Savio 1973: 365). Fue así que el 11 de octubre se convirtió en una fecha de trascendencia histórica para la siderurgia nacional y también en un hito en la historia de Palpalá.

En el año 1941 se había descubierto mineral de hierro en las serranías de Zapla. Este momento histórico coincidió con el empuje dado a la industria nacional por los gobiernos de la época (condicionados, en parte, por la falta de productos importados provenientes de países involucrados en la Segunda Guerra Mundial), etapa conocida en la historia económica argentina como la del modelo ISI (industrialización por sustitución de importaciones). En este contexto fue el General Savio, desde la Dirección General de Fabricaciones Militares (FFMM), quien vislumbrara la importancia clave de contar con una industria siderúrgica nacional y quien, en pos de ese objetivo, desarrollara el Plan Siderúrgico Argentino, del cual AHZ fue parte importante. Luego, con la creación de la Sociedad Mixta Siderúrgica Argentina (SOMISA), ambas empresas pasaron a constituir la base de este sector de crucial importancia dentro de la manufactura.

A nivel local, el surgimiento y posterior desarrollo de AHZ dio lugar al crecimiento de Palpalá, empleando a parte importante de su población, además de contribuir a la formación

---

<sup>1</sup> El arrabio es la materia prima que se utiliza para la producción de acero. Es un material fundido que se obtiene mediante la reducción del mineral de hierro.

de un sector industrial vinculado a ella. Palpalá fue así, por décadas, una ciudad “madre de industrias”. Esta situación cambió cuando en los primeros años de la década de 1990 AHZ fue privatizada. En todo caso, AHZ ocupó un lugar importante en la industria nacional, en el aparato productivo local y en el imaginario social y todo ello se vio reflejado en los medios de comunicación locales.

Por ello, en este trabajo, se propone continuar con la descripción y análisis del proceso de construcción mediática a través del cual el diario Pregón (diario más antiguo de Jujuy que sigue en circulación y uno de los dos periódicos de referencia dominante) fue presentando a sus lectores la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino (el 11 de octubre de cada año). El relevamiento hemerográfico cubre el periodo que va desde 1970 a 2013, considerando como momento bisagra los años 1991/1992, cuando la empresa estatal se privatiza. El análisis de tipo cuanti-cualitativo se concretó en dos etapas. En un primer momento se relevaron y analizaron la cantidad de notas sobre la conmemoración aparecidas el 11 de octubre de cada año; las características generales de las notas (tamaño, ubicación, centimetrage, complementos y cantidad de días) tipificándolas en cinco grupos; y la desagregación de los titulares (diferenciando entre título, bajada o copete, volanta y subtítulos) para un consecuente análisis interpretativo (Bergesio *et al.* 2014). En este trabajo los resultados de estos relevamientos se presentarán de forma sintética, ya que aquí interesa ampliar este registro, para lo cual, en un segundo momento, se concentra la atención en la presencia/ausencia de notas sobre el tema; tamaño y características de las mismas; y representaciones/interpretaciones de titulares y cuerpo de las noticias con el fin de identificar hilos argumentales con sus continuidades y rupturas temporales. Todo ello se contextualiza en el marco histórico de referencia mostrando cómo el diario reproduce los discursos hegemónicos/oficiales de la coyuntura social, política y económica de cada momento.

### **Breve historia de AHZ y la primera colada de arrabio argentino**

Conjugándose el hallazgo de mineral de hierro en las Serranías del Zapla con la implementación del modelo ISI y con las políticas nacionalistas del primer peronismo, en enero de 1943 se funda AHZ, en el marco del denominado Plan Siderúrgico Argentino. En una primera etapa se construyeron y desarrollaron las instalaciones y servicios necesarios para poner en marcha la producción de arrabio, lo que finalmente sucedió dos años más tarde, cuando el 11 de octubre de 1945 tuvo lugar en AHZ la primera colada de arrabio argentino.

Luego de este hito se implementaron nuevas obras para poder alcanzar el objetivo de la producción de acero. El año 1964 constituyó un punto de inflexión en ese camino, pues fue a partir de ese momento que se produjeron una serie de saltos tecnológicos que posibilitaron finalmente la producción de acero. En la década de 1970 también se continuaron realizando ampliaciones, con el fin de aumentar la capacidad productiva de la empresa y permitir la fabricación de distintas variedades de aceros. A partir de 1985 comenzaron a declinar los planes de producción y se empieza a gestar la idea de la privatización<sup>2</sup>, la que finalmente se llevó a cabo a comienzos de la década de 1990, bajo la presidencia de Carlos Menem y en consonancia con las políticas de ajuste imperantes en ese momento. En estas condiciones, como empresa privada, con el nombre de Aceros Zapla, sigue operando hasta la actualidad.

Muchas cosas cambiaron en estos años para la población involucrada. Hacia 1914 Palpalá era una pequeña localidad que no alcanzaba a tener 500 habitantes. Tres décadas más tarde, con el descubrimiento del mineral de hierro en las serranías de Zapla, su crecimiento demográfico comenzaba a despegar, alcanzando los 833 pobladores en el censo poblacional de 1947. Para 1960, con 10.843 habitantes, se había convertido en la tercera ciudad de la provincia, puesto en el que oscilaría (entre el tercer y cuarto lugar) de allí en adelante. Fue claramente la instalación de AHZ la que determinó este desarrollo, y también el posterior “amesetamiento” de su crecimiento cuando la empresa entró en épocas de crisis. Entre 1970 y 2010 la dinámica poblacional de Palpalá se resume en el Cuadro 1.

Claramente Palpalá fue mucho más dinámica que la provincia y el país en términos poblacionales hasta 1991, marcando allí un quiebre. También los centros conexos, como Forestal y Mina 9 de Octubre<sup>3</sup>, reflejan el mismo fenómeno, siendo esta última el caso más extremo, puesto que registró 2 habitantes en el Censo Nacional de Población del año 2001.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> En realidad ya había surgido alguna mención a este tema durante el gobierno de facto de 1976, con las políticas de reducción del Estado de aquel entonces, pero no pasó de una lejana posibilidad.

<sup>3</sup> Al tratarse de una empresa integrada incluía no sólo el procesamiento del mineral, sino su extracción y la producción de combustible para los altos hornos. De allí la existencia de los denominados “centros conexos”, como los mencionados Forestal y Mina 9 de Octubre.

<sup>4</sup> Dado que para el 2001 la localidad de Palpalá tenía el 94% de la población del departamento se toman los datos del departamento como válidos para analizar la localidad (ante la falta en algunos casos de información por localidad, como en el censo 2010). Siguiendo este criterio, la tasa de crecimiento de la población debe haber sido aún menor, por debajo de la provincial y ahora también de la nacional.

Cuadro 1: Población de Argentina, Jujuy y Palpalá (1970-2010) y tasas de crecimiento intercensal

CNPV	Cantidad de población				Tasas de crecimiento medio anual (%)				
	Argentina	Jujuy	Palpalá (depto)	Palpalá (localidad)	Período	Argentina	Jujuy	Palpalá (depto)	Palpalá (localidad)
1970	23.364.431	302.436	s/d	15.879	1960-1970	15,60	22,77	--	38,88
1980	27.949.480	410.008	s/d	27.848	1970-1980	17,97	30,71	--	57,43
1991	32.615.528	512.329	43.521	39.822	1980-1991	14,72	21,32	--	34,43
2001	36.260.130	611.888	48.199	45.184	1991-2001	10,13	17,04	9,76	12,09
2010	40.117.096	673.307	52.631	s/d	2001-2010	11,37	10,76	9,89	s/d

CNPV: Censo Nacional de Población y Vivienda

Fuente: Elaboración propia en base a datos de los censos poblacionales (INDEC).

Desde sus inicios AHZ estuvo vinculada a cuestiones de soberanía nacional y a la ampliación y afianzamiento de la industria manufacturera argentina. Su relación con el sector militar estuvo así presente desde su fundación, tanto por su pertenencia institucional como por el ideario al que respondía, en gran medida, su nacimiento. Su deterioro y posterior privatización implicó pérdidas de empleos estables y protegidos en una pequeña localidad sin fuentes alternativas de trabajo (al menos no de la magnitud de AHZ). Los puestos de trabajo, que habían pasado de 432 en 1945 a alrededor de 4300 hacia la década de 1980, se redujeron a aproximadamente 1200 hacia 1996 y se estimaban en 680 para el año 2010 (Bergesio y Castillo 2012). La magnitud de esta reducción implicó graves consecuencias para la población local, frente a lo cual el municipio promovió una política de microemprendimientos y la transformación de Palpalá, otrora “madre de industrias”, en una ciudad turística y deportiva.

En este contexto, se toma el 11 de octubre (día en que se conmemora la primera colada de arrabio argentino) como fecha clave para analizar en los medios el proceso socio-económico que se acaba de describir someramente. La tradición del festejo se remonta a 1947, según relata Nicodemo (2004), cuando se decide instaurar en esta fecha la Fiesta del Arrabio.

“Una fiesta similar a la de la Zafra tucumana y de la Vendimia en Mendoza, se prepara para dentro de poco tiempo, en la industriosa zona de Palpalá, provincia de Jujuy, donde funcionan los primeros altos hornos siderúrgicos argentinos. La Comisión Directiva de la Asociación Cultural y Deportiva “Altos Hornos Zapla”, filial Palpalá, a iniciativa de su presidente Dr. Manuel F. Cortina, ha iniciado los preparativos de un gran acto, que culminará el día 11 de octubre próximo, aniversario de la primera colada de arrabio argentino” (Diario “La Gaceta” de Tucumán, junio de 1947, reproducido en Nicodemo 2004: 141).

La Fiesta del Arrabio incluía numerosos preparativos, atinentes a su organización y promoción, y contaba con el patrocinio de las autoridades de la empresa, aunque no se interrumpía la continuidad de las operaciones. Se invitaba a todas las autoridades del

Gobierno de Jujuy y de Palpalá, a toda persona notable de la zona y de provincias vecinas. También participaban delegaciones de FFMM. A veces se llegaban a reunir hasta diez mil personas en este evento (*Ibíd.*). La importancia del festejo se reflejaba también en los medios locales, lo que se analizará a continuación.

### **La primera colada de arrabio argentino en el diario Pregón**

La conmemoración de la primera colada de arrabio argentino en AHZ, se reflejó de diversas maneras en los medios de comunicación de Jujuy en general y en el diario Pregón en particular.

El diario Pregón fue fundado en 1956 y, desde ese entonces hasta la actualidad, se ha desarrollado y crecido como una empresa familiar con una activa participación política en diversos bloques partidarios que disputaban el poder provincial en distintos momentos, manteniendo así una relación cercana y fluida con el Estado y los principales sectores económicos de la provincia.

Por ello, en este trabajo, para el análisis se relevaron las noticias del diario Pregón que hacían mención a la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino en AHZ en los últimos 40 años. Se revisaron los diarios en el día de dicha celebración (11 de octubre) y en el día inmediato anterior y posterior para verificar si la noticia tuvo continuidad. En caso negativo se suspendía allí la revisión y en caso afirmativo se continuaba con los días inmediatos hasta que ya no se hallaba referencia alguna.

Se seleccionó como período bisagra 1991/1992, ya que hacia fines del mismo se inició la última parte del proceso de privatización de AHZ. A partir de ese punto se eligieron para el análisis los diarios veinte años hacia atrás y veinte años hacia delante ampliando luego el registro hasta el año 2013. Es así que se relevaron las notas del diario Pregón que hacían referencia a la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino en AHZ los días 11 de octubre (y para algunos casos en los días cercanos a esa fecha en que el diario publicó menciones sobre el mismo tema) en el período 1970-2013.

En un trabajo anterior (Bergesio *et al.* 2014) se presentaron conjuntamente los resultados de tres relevamientos: cantidad de notas sobre la conmemoración aparecidas el 11 de octubre; características generales de las notas (tamaño, ubicación, centimetrage, complementos y cantidad de días) tipificándolas en cinco grupos; y la desagregación de los titulares (diferenciando entre título, bajada o copete, volanta y subtítulos) para un consecuente análisis interpretativo. Entre las conclusiones obtenidas, en Bergesio *et al.* (2014) se postulaba

que, luego de un período de primacía en la ubicación y el tamaño de las noticias sobre el tema en el diario Pregón (coincidente con la última etapa de apogeo de AHZ, entre 1970 y 1980), estas van luego perdiendo peso en la cobertura del diario, para prácticamente desaparecer en los últimos años.

Tanto el tamaño como la ubicación de las notas conmemorativas muestran un cambio importante, teniendo en cuenta aspectos cuantitativos y cualitativos. Mientras que en las décadas de 1970 y 1980 la conmemoración ocupa varios días en el diario y varias páginas en cada día, con fotos, recuadros y destacados de diversa naturaleza, en la década de 1990 la noticia se limita al día en cuestión (11 de octubre) y cubre un porcentaje mucho menor del diario, con escasas fotos, recuadros y dibujos y sin ser nota de portada. Esta tendencia se agudiza diez años más tarde donde las menciones son escasas, con solo una nota pequeña y alguna foto en la sección de locales, para solo aparecer luego esporádicamente.

El tenor de los títulos de las notas alusivas a la conmemoración del 11 de octubre de 1945 también muestra un giro notorio. En los ejemplares analizados de la década de 1970 los titulares se refieren tanto a los festejos en sí como a la propia empresa, destacando su participación como parte del desarrollo siderúrgico argentino, mencionando su plan de ampliaciones, situándola como objeto de admiración y recordando la figura de Manuel Savio como fuente de inspiración y el rol central de FFMM. En la década siguiente se sigue reconociendo la importancia de AHZ aunque ya no se hace hincapié en su rol dentro de un proyecto nacional, sino como parte de la defensa nacional y con posibilidades de exportar y sumar al crecimiento local (sin conexión aparente con otras industrias nacionales). En los ochenta la figura de Savio está ausente y se desplazó la relevancia de FFMM por la del Ejército Argentino y las Fuerzas Armadas. Comienza a aparecer una preocupación por la posible privatización, aunque tal circunstancia es negada. Diez años más tarde, cuando la privatización tiene efectivamente lugar, los titulares reflejan la crítica situación que vivía Palpalá frente a la reducción de mano de obra de AHZ y solo se hacen breves menciones al Festival ahora del Acero (ya no del Arrabio), dando mayor relevancia al festival folklórico que al motivo de la conmemoración en sí. Parece haber desaparecido toda vinculación con un proyecto nacional mayor y AHZ es presentada como una empresa que debe “cambiar para crecer”. En los 2000 y 2010 los títulos relativos a la conmemoración son escuetos y la mayoría de las veces no hay mención alguna a la conmemoración en sí, con la sola excepción del año 2013 donde, en plena campaña política, se recupera la fecha para difundir la figura el intendente de Palpalá.



En este trabajo nos interesa ampliar ese registro y concentrar la mirada en las representaciones/interpretaciones que el diario construyó, a lo largo de cuatro décadas (desde 1970 a 2013 con los años 1991/1992 como momento de quiebre) en los titulares y en los cuerpos de las noticias con el fin de identificar hilos argumentales, con sus continuidades y rupturas temporales. Con este fin se realizaron dos relevamientos complementarios.

Por un lado, se identificaron palabras clave que en los diarios de los días 11 de octubre de cada año (y en ausencia de este el del día inmediato anterior o inmediato posterior, seleccionando el ejemplar que tuviera mayor cantidad de líneas dedicadas al tema) aparecían repetidas, contabilizando las mismas, separándolas en base a si esto sucedía en el título (registrando las que aparecían tres veces o más) o bien en el cuerpo de las notas (registrando las que aparecían 24 veces o más). En este caso el objetivo fue identificar, en un primer momento, con qué palabras clave se vinculó, año a año, a la conmemoración de referencia.

Por otro lado, se relevaron la totalidad de las notas aparecidas en el Diario Pregón entre los años 1970 y 2013 sobre la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino, buscando identificar en cada caso las representaciones/interpretaciones que en ellas se construían sobre la siderúrgica AHZ. Estas se reúnen en el Cuadro 2 (Anexo) contabilizándolas para cada año. Esto se llevó a cabo con el objetivo de reconocer cómo el diario caracterizó a la empresa en los distintos años.

### La conmemoración de la primera colada de arrabio argentino: palabras clave

En los títulos de las notas aparecidas el 11 de octubre en el diario Pregón sobre la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino se puede notar que (Figura 1) en el período que va desde 1970 hasta la privatización de la empresa (1991/1992) la palabra que tiene más reiteraciones es la de AHZ, seguida por primera colada de arrabio argentino apareciendo ambas vinculadas, aunque con menos frecuencia de estas dos primeras las de: reina del arrabio; industria siderúrgica; festival, desarrollo y trabajadores de AHZ. Entre los años 1975 a 1980 (coincidiendo en el período de gobierno de facto en Argentina) se le suma a este conjunto la de Fabricaciones Militares.

Palpalá surge como palabra clave en el tramo donde AHZ parece ir perdiendo presencia y su máximo destaque se encuentra en el momento previo a la privatización de la siderúrgica.

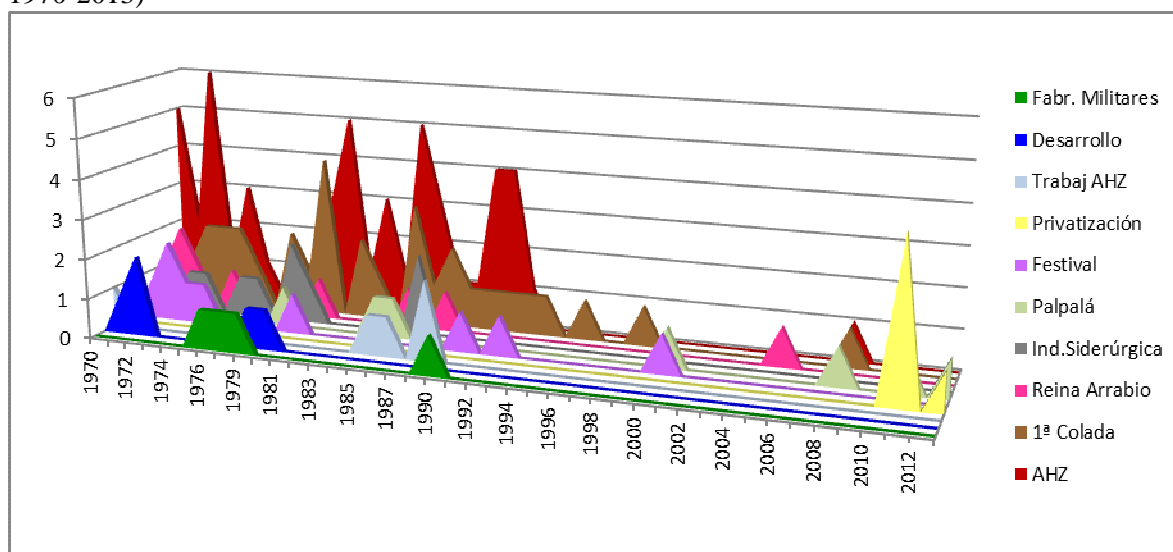


La referencia a la primera colada de arrabio argentino se mantiene constante en el período privatización (1991/1992) y aparecen como novedad las palabras festival y FFMM asociadas a este mismo período. Mientras que en la década siguiente, en el período 2000/2002 las referencias al festival vuelven a ser las predominantes pero ahora vinculadas a Palpalá.

Las dos palabras de mayor presencia puntualizadas en primer término (AHZ y primera colada de arrabio argentino) vuelven a aparecer hacia finales de la década del 2000, ahora vinculadas también a las menciones a Palpalá, pero ya no relacionadas a la celebración y la exaltación (como en el caso de las primeras palabras en las décadas pasadas), sino a la evocación y la nostalgia.

Finalmente, ya en la década de 2010 cobra importancia las menciones a la privatización, a pesar de su poca relevancia en todo el período considerado y cuando ya han pasado 20 años de su concreción.

Figura 1: Cantidad de menciones de palabras clave en los títulos de las notas por año (Diario Pregón 1970-2013)



Ahora bien, si se consideran las palabras clave que se mencionan en el cuerpo de las notas (Figura 2), nuevamente la más destacada es AHZ hasta el momento de la privatización resurgiendo, al igual que en el caso de los títulos, hacia fines de la década del 2000, luego de un período de ausencia que va desde 1992 al 2006.

Si bien esto es igual en títulos y notas sí se presentan divergencias en el resto de las menciones ya que la palabra a la cual se vincula AHZ es ahora Fabricaciones Militares que

cobra un mayor protagonismo que en los títulos desde 1970 hasta la privatización, para luego desaparecer del registro. Se destaca la referencia al General Manuel Savio la cual es muy frecuente a lo largo de todo el período con mayor énfasis en la etapa anterior a la privatización pero con algunos picos en la etapa posterior. El declive en el registro de FFMM parece encontrar un contrapeso (aunque no de igual magnitud sino con una menor relevancia) en la alusión a Palpalá en el período postprivatización.

En el cuerpo de las notas las referencias a la primera colada de arrabio argentino es de menor importancia que en los títulos.

Las referencias a AHZ, anteriores a la privatización, aparecen en vinculación, en orden de relevancia, con FFMM, industria siderúrgica, primera colada de arrabio argentino, Palpalá, Savio, desarrollo, reina del arrabio y exportaciones. Notamos así que algunas de ellas: FFMM, Savio y exportaciones estaban prácticamente ausentes en los títulos. Mientras que se repiten en titulares y notas, en relación con AHZ, las palabras: industria siderúrgica, primera colada de arrabio argentino, desarrollo y reina del arrabio.

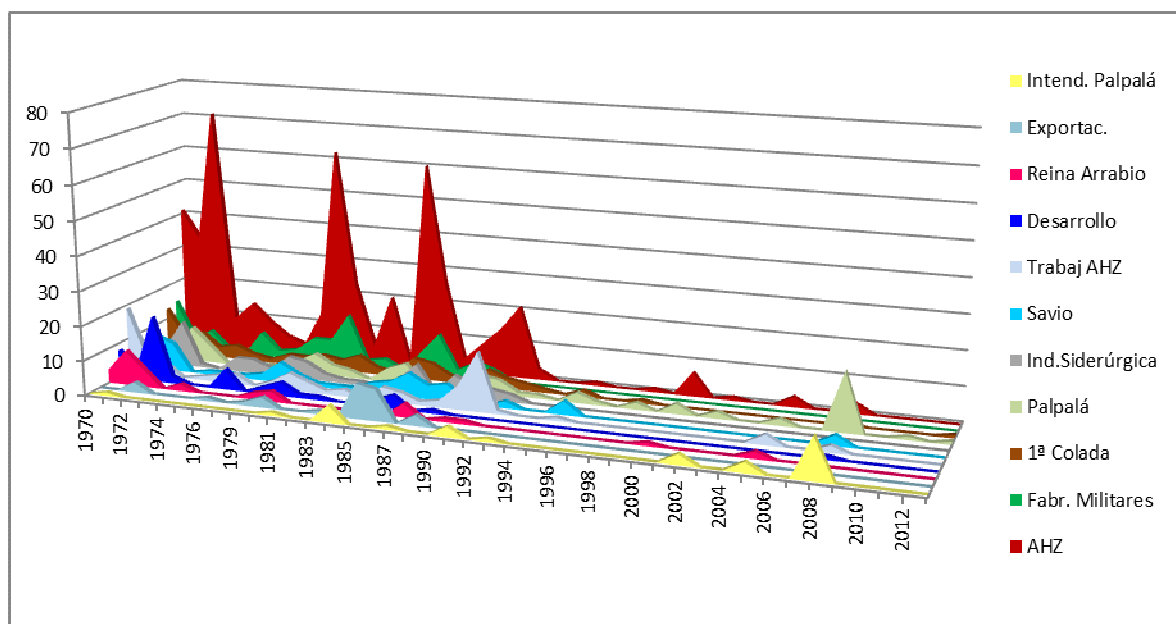
La alusión a las exportaciones muestra un pico a mediados de la década de 1980. Si bien no es mencionada en los titulares, es recurrentemente aludida en el cuerpo de las notas, en especial en entrevistas a funcionarios que en ese momento o anteriormente tuvieron puestos de responsabilidad en AHZ. En todos los casos las exportaciones aparecen como una alternativa pujante, con mercados ávidos de comprar los productos de calidad que puede proveer AHZ. Pese al optimismo que las notas trasuntan, las menciones a las exportaciones desaparecen junto con la finalización de la década.

En el período postprivatización, AHZ parece vinculada a Palpalá y su intendente, ambos con los registros más altos, y en menor medida Savio, reina del arrabio y trabajadores de AHZ.

Las alusiones a la privatización en el cuerpo de la nota son muy escasas, aunque hay registros en la década de 1980 y en la de 1990, pero sin que superen en ningún caso el piso mínimo establecido en este escrito (24 menciones). Esto se enfatiza en los años en que se concreta la privatización, 1991/1992, donde no se la menciona; en su lugar se destacan las referencias a AHZ y a sus trabajadores. Esta última en una palabra aparece en esta etapa en dos tipos de notas, por un lado vinculados al esfuerzo y la esperanza ante los cambios, y por el otro como generadores de conflictos que perjudican el normal desarrollo del proceso en marcha.

También en este período, aunque con un número menor de menciones, están las referencias a Savio, FFMM, Palpalá y su Intendente. Las referencias a este último (Intendente de Palpalá) emergen a partir del 2002 presentando un pico máximo en el 2008 conjuntamente con las menciones a Palpalá.

Figura 2: Cantidad de menciones de palabras clave en el cuerpo de las notas por año (Diario Pregón 1970-2013)



Finalmente, si se agrupan las palabras clave de los títulos y el cuerpo de las notas (Figura 3) se obtiene que, como era predecible, la palabra con más menciones en el período anterior a la privatización es AHZ que parece vinculada (en orden de importancia) con FFMM, industria siderúrgica, trabajadores de AHZ, primera colada de arrabio argentino, Palpalá y Gral. Manuel Savio. Si se considera todo el período, las palabras: AHZ, primera colada de arrabio argentino, Palpalá, Gral. Manuel Savio y trabajadores de AHZ aparecen intermitentemente mientras que las restantes desaparecen del registro (esto es FFMM e industria siderúrgica).

Las referencias a exportaciones como palabra clave tienen importancias en el registro desde los inicios del período considerado (año 1970) hasta el momento de la privatización para de ahí en más no volver a resurgir.

Las referencias a los trabajadores de AHZ son en términos generales escasas en todos los registros. Surgen con un poco más de presencia hacia mediados de la década de 1980

llegando a un pico máximo en el momento de la privatización y los años inmediatos siguientes (desde 1990 a 1992) para luego estar ausentes, con un resurgimiento en el 2006 (en este último caso vinculados a la evocación de un pasado de esfuerzos que redundaban en progreso).

En este conjunto cobra relevancia, también de forma esporádica, las menciones al intendente de Palpalá a partir de mediados de la década de 1980 tomando mayor fuerza a fines de la del 2000, en estrecha vinculación con las referencias a Palpalá.

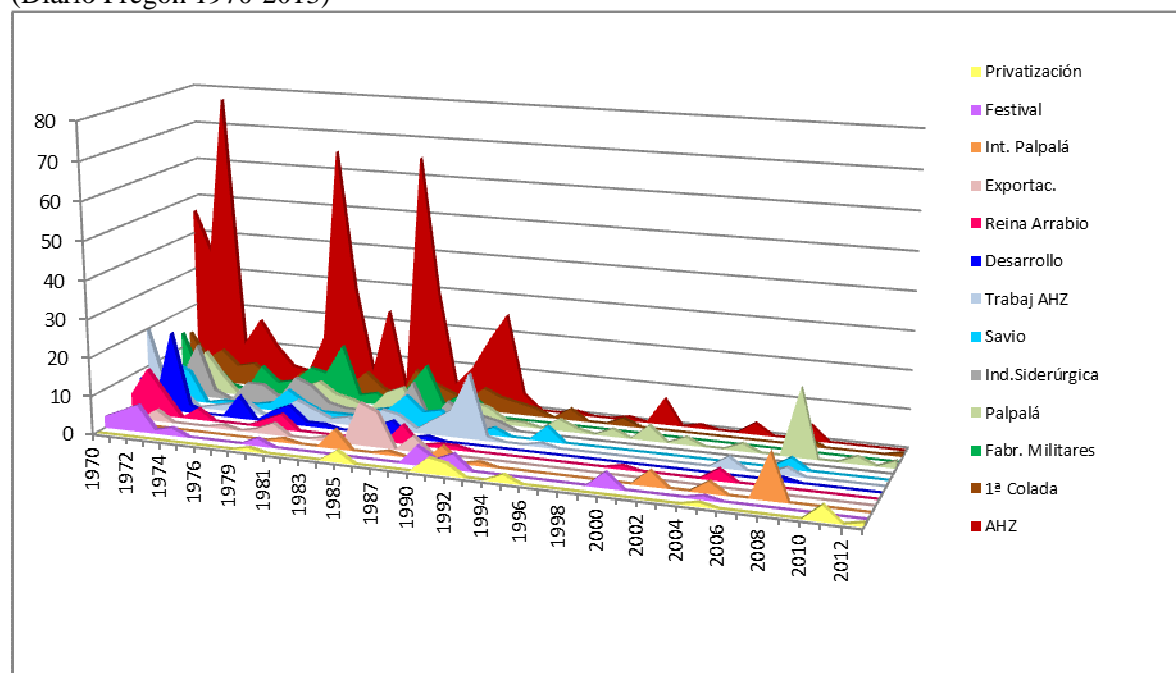
Las menciones de la palabra privatización/privatizaciones tienen distintos picos, en diferentes momentos: fines de la década de 1970, principios de la de 1980, mediados de la de 1990, una discreta presencia en el mismo momento de la privatización y a mediados de la década de 1990, para luego reaparecer a mediados de la del 2000 y a inicios de la del 2010.

Las menciones a la reina del arrabio y al festival tienen trayectorias similares y simultáneas pero la primera tiene una mayor preponderancia en el registro.

Finalmente, sin dudas, la palabra sobresaliente es AHZ que solo es superada en el registro hacia finales de la década del 2000 por las palabras Palpalá y su Intendente.

Hacia el final del período analizado (2013) las menciones se reducen a primera colada de arrabio argentino, privatización y Palpalá, estando ausente las referencias a la otrora empresa (AHZ) que le diera entidad a la conmemoración y a la ciudad.

Figura 3: Cantidad de menciones de palabras clave en los títulos y en el cuerpo de las notas por año (Diario Pregón 1970-2013)



### La conmemoración de la primera colada de arrabio argentino: representaciones de AHZ

En las notas de la conmemoración de la primera colada de arabio argentino aparecidas en el diario Pregón entre el 1970 y 2013 hay diversas formas de representar a AHZ (véase síntesis en el Cuadro 2). Es así que, en la década de 1970, prima la idea de AHZ como un establecimiento dedicado a la acción social y cultural de sus empleados y familias, pero también con un fuerte impacto en la localidad de Palpalá en general. Esta idea es reforzada por el rol del establecimiento como bastión o baluarte de un proyecto de industrialización nacional que conforma, por ello, un polo de desarrollo regional que le demanda planes de ampliación continua ya que es presentada como una empresa en continuo crecimiento y con un potencial que parece inagotable. Se destaca el rol de FFMM en la concreción de estas metas, recuperando la imagen del Gral. Manuel Savio como un modelo ejemplar. Finalmente, en mucha menor medida y en vinculación con el aspecto que más se destaca de la empresa (la acción social y cultural) se construye la imagen de AHZ como una familia (la “familia zaplera”).

Cuadro 2: Representaciones de AHZ en las notas del diario Pregón sobre la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino (1970-2013). Cantidad de menciones por período

Temas	1970 a 1979	1980 a 1989	1990	1991	1992	1993 a 1999	2000 a 2009	2010 a 2013
Bastión de un proyecto de industrialización nacional	15	38		2			3	
Exaltación del Gral M. Savio (modelos a seguir)	9	21	2	1	1	2	4	
Polo de desarrollo en el noroeste argentino	13	14						
Énfasis en los planes de ampliación continua	14	37		1				
Obra de FFMM/Ejército argentino	10	13						
Zapla como una familia	1	8	1					
Acción social y cultural de AHZ	19	24						
Empresa en transformación por tendencias nacionales		7	1	2	1			
Nostalgia por su pasado apogeo				3		1	4	2
Empresa que pierde participación en el mercado		2		2				
Empresa con conflictos laborales		1	1	1				
“Nuevo” Zapla que necesita apoyo de la comunidad			1					
Empresa que debe cambiar y sumar capitales privados		2	2	2				
Empresa moderna, ágil y con capitales privados					1			
Empresa fruto de hombres extraordinarios		6	2				1	1

En términos generales esas imágenes se mantienen constantes en la década siguiente (1980) aunque con un leve desplazamiento del énfasis en el rol social y cultural de AHZ para destacar la imagen del establecimiento como pilar de la industrialización nacional y sus planes de continua ampliación. La novedad está dada por el inicio de representaciones que indican que la empresa debe afrontar cambios en consonancia con tendencias nacionales e

internacionales, que la privatización -aunque es presentada en algunos títulos como “un sueño de trasnochados”<sup>5</sup>-, y en particular el aporte de capitales privados, es una opción para encararlos exitosamente ya que, en sí, AHZ se presenta como una empresa fruto de hombres extraordinarios e irrepetibles, que existieron en el pasado y por eso fue posible tamaña empresa, pero que en el presente requiere de otras instancias, diferentes a las que le dieron origen (es decir, requiere opciones no estatales). Y ello se debe hacer porque, a pesar de lo antedicho, la empresa se encuentra en una etapa de pérdida de participación en el mercado, con posibilidades de exportar que no puede satisfacer plenamente y con incipientes conflictos laborales hacia finales de la década.

En 1990 se producen importantes cambios en las representaciones que el diario construye en sus notas de la conmemoración del 11 de octubre. En ese año AHZ es presentada como una empresa fruto de hombres extraordinarios e irrepetibles, con la exaltación de la figura del Gral. M. Savio como modelo a seguir pero que, como empresa, en el presente debe cambiar para poder competir en el mercado. El camino que se señala para lograrlo es la incorporación de capitales privados. En este marco, se destaca que se necesita el apoyo de la comunidad de Palpalá en general y de la familia de Zapla en particular para concretar los cambios que se visualizan como imprescindibles, para estar a tono con las transformaciones en marcha a escala nacional buscando así superar los conflictos laborales que acosan a la empresa.

Los cambios continúan en el año 1991, el foco de las representaciones se concentran en las nostalgias por el pasado glorioso de la empresa, cuando fue baluarte de un proceso de industrialización nacional, siguiendo por años un plan de crecimiento continuo. Para el presente se enfatiza que la empresa debe cambiar, porque pierde participación en el mercado, tiene conflictos internos -sobre todo con su personal- y la ruta es la privatización, siguiendo tendencias transformadoras a nivel nacional.

En el año siguiente, esto es en 1992, la empresa ya es privada para el mes de octubre, cuando las notas del diario analizadas se publican. En ellas se recupera la figura emblemática del Gral. M. Savio encabezando un proyecto que en la actualidad debió sufrir transformaciones para acoplarse a las tendencias vigentes que reclaman que la otrora AHZ y ahora Aceros Zapla sea una empresa moderna, ágil y con capitales privados.

En el período posterior a la privatización hasta el año 2013, las representaciones sobre AHZ discurren entre la nostalgia por el pasado apogeo, la exaltación de hombres ejemplares

---

<sup>5</sup> Diario Pregón, 12 de octubre 1981, pág. 7.

entre los que se destaca la figura paradigmática del Gral. M. Savio, su pasado como pilar del desarrollo industrial nacional, todo fruto de hombres extraordinarios. Es decir, la conmemoración del 11 octubre y la primera colada de arrabio argentino quedan ancladas al pasado, siendo un hecho histórico que se recuerda tímidamente pero que ya no guarda relación alguna con la actualidad de la industria siderúrgica local.

Si se analizan ahora de manera lineal, a lo largo de todo el período considerado las representaciones o descripciones que construye el diario Pregón en sus notas sobre la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino desde el años 1970 hasta el 2013, se puede señalar que la que tiene mayor continuidad es la identificar a AHZ con la figura del Gral. M. Savio, el cual es presentado como un hombre extraordinario, que es un ejemplo, pero cuyos pasos es imposible emular. Es decir, AHZ aparece como una empresa nacida de las acciones de un hombre irrepetible.

Desde inicios de la década de 1980 hasta poco después de su privatización en 1992, AHZ es presentada como una empresa que debe afrontar cambios y sumarse a las transformaciones que se dan a escala nacional, en consonancias con las demandas del mercado. Los conflictos laborales se convierten en un argumento para justificar esa necesidad de cambio, que implica su privatización, y no como una consecuencia de esa acción.

Con posterioridad a la privatización, AHZ es el recuerdo de un pasado donde Jujuy fue protagonista de un proyecto nacional de industrialización pero nada se dice de la vinculación de ese establecimiento con su sucesor privatizado. Por el contrario, en las notas del periódico la actual empresa Aceros Zapla está ausente, como si en realidad con la privatización el establecimiento hubiera desaparecido.

## **Conclusiones**

El rol central que los medios de comunicación tienen en la construcción de hegemonía es un tema ampliamente desarrollado. Numerosos trabajos muestran la forma en que los medios de comunicación reproducen y amplifican el discurso dominante en un momento dado, creando de esta manera representaciones e interpretaciones sociales de la realidad.<sup>6</sup> Esta ponencia aborda el caso particular del diario Pregón en la provincia de Jujuy (Argentina), analizando su rol en la construcción de un discurso hegemónico en relación a un tema particular, la primera colada de arrabio argentina llevada a cabo el 11 de octubre de 1945 por la empresa siderúrgica estatal Altos Hornos Zapla en Palpalá (Jujuy). Tal construcción no se

---

<sup>6</sup> Para un análisis de este tipo sobre tema y medios similares ver: García Vargas (2011).



da en el vacío sino en un contexto social, económico, político y cultural que le confiere sentido, siendo el medio (aquí el diario) quien engrandece o suprime algunos tópicos en relación a su condición de instrumento formador de representaciones al servicio de los sectores dominantes.

A lo largo de las cinco décadas analizadas las notas publicadas en relación a la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino van mutando. El diario elige diversas formas de aludir a este aniversario, incluyendo en algunos momentos la omisión. En todo caso, estas opciones tomadas por el medio gráfico serían las vías para seguir manteniendo su rol de vocero de los sectores dominantes. De esta manera AHZ puede ser una empresa fruto de hombres extraordinarios, puntal de la soberanía nacional, con amplias posibilidades de expandirse y crecer, hasta convertirse en una actividad que debe dar paso a los capitales privados para responder a tiempos de cambio, ganando en eficiencia. De esta manera, el diario va organizando la agenda pública y manteniendo su lugar hegemónico, lo que implica un proceso, puesto que la hegemonía es “un complejo efectivo de experiencias, relaciones y actividades que tiene límites y presiones específicas y cambiantes [...] Debe ser continuamente renovada, recreada, defendida y modificada” (Williams 1997: 134). Y en este proceso se construye “sentido de la realidad para la mayoría de las gentes de la sociedad [...] vívida dominación y subordinación de las clases particulares” (Williams 1997: 131).

Para el caso concreto de la conmemoración de la primera colada de arrabio argentino, las notas del diario Pregón entre 1970 y 2013 parecen reflejar la pérdida de importancia del proyecto que sostenía el modelo ISI, en el cual AHZ tenía un rol central. Era parte de la industria siderúrgica (fundante en cualquier intento de desarrollo autónomo), estaba localizada en una provincia alejada de los grandes centros económicos, en un área de frontera, y tenía un amplio potencial de generar desarrollo local y regional. En la medida en que estas nociones fueron perdiendo fuerza política AHZ dejó de ser un emprendimiento relevante y por ende la presencia de la conmemoración del 11 de octubre en los medios hegemónicos. Sin embargo, esta fecha parece perdurar en la memoria como sinónimo de progreso (real o potencial) por lo cual es elegida por la intendencia de Palpalá, para reposicionar a la ciudad, ahora en nuevo marco, dejando así de ser “madre de industrias” para ser “turística y deportiva”.

En las cinco décadas analizadas el diario Pregón siguió un derrotero ligado a las posturas oficiales en cuanto al lugar de AHZ. En los primeros años se refuerza la idea del proyecto de una industria nacional; luego, con el gobierno militar, se destaca el rol de las Fuerzas Armadas; en los años ochenta pasa a tener relevancia la alternativa exportadora y a

comienzos de la década de 1990 se reflejan tenuemente los conflictos sociales vinculados a la privatización de AHZ. Finalmente, la conmemoración de la primera colada de arrabio desaparece de la cobertura del diario para dar lugar a la emergencia de Palpalá como atractivo turístico. El rol de AHZ y de la industria siderúrgica en Jujuy parece, siguiendo esta lógica, haber desaparecido definitivamente, quedando solo en la nostalgia de quienes lo vivieron.

Este recorrido refleja entonces la importancia del sector siderúrgico en las políticas nacionales. Así, cuando AHZ era parte importante de un proyecto nacional de desarrollo, las “reinas” y el festival daban color y marco a la celebración y el General Savio era homenajeado como el gran artífice de esa pujante realidad que era AHZ. Cuando la empresa tuvo dificultades, traducidas en conflictos con sus empleados, el diario elige omitir la mención de la conmemoración del 11 de octubre o hacerlo evocando la figura de los “pioneros”. Pasada la etapa más conflictiva, son el intendente y la propia ciudad quienes toman protagonismo, quedando solo la apelación al recuerdo y la nostalgia, pero asumiendo la nueva realidad palpaleña, muy alejada de su pasado siderúrgico.

## **Bibliografía**

- BERGESIO, Liliana y CASTILLO, Fernando (2012) “Forjando industria. Altos Hornos Zapla y la siderurgia en Jujuy”. En: BERGESIO, Liliana y GOLOVANEVSKY, Laura (editoras) *Industria y Sociedad. El sector manufacturero en Jujuy y Argentina*. Jujuy: EdiUnju.
- BERGESIO, Liliana; GOLOVANEVSKY, Laura y SCALONE, Lucía (2013) “Economía, sociedad y medios en Jujuy. La conmemoración de la primera colada de arrabio argentino en el diario Pregón (1970-2012)”. En: *Actas XV Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la República Argentina*. Jujuy: FHyCS-UNJu
- BERGESIO, Liliana; GOLOVANEVSKY, Laura y SCALONE, Lucía (2014) “La primera colada de arrabio argentino en el diario Pregón 1970-2013 (Jujuy - Argentina)”. Ponencia presentada en el XII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Lima: ALAIC, Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación.

- FICOSECO, Verónica (2010) “La construcción de la imagen de la mujer en la prensa gráfica de Jujuy durante la Fiesta Nacional de los Estudiantes”. En GARCÍA VARGAS, Alejandra (editora) *Ciudad. San Salvador de Jujuy como texto*. Jujuy: EdiUNJu.
- GARCÍA VARGAS, Alejandra (2011) “El proyecto neoliberal en Pregón y El Tribuno de Jujuy. Tiempo, espacio y actores en la agenda de la privatización de Altos Hornos Zapla”. En: *Revista de Estudios Regionales y Mercado de Trabajo*. Buenos Aires: SIMEL/CEUR.
- GARCÍA VARGAS, Alejandra; ARRUETA, César y BRUNET, Marcelo (2009) “Medios masivos: Tramas y complicidades en Jujuy. Una mirada desde la década del ‘90”. En: LAGOS, Marcelo (director) *Jujuy bajo el signo neoliberal. Política, economía y cultura en la década de los noventa*. Jujuy: EdiUNJu.
- NICODEMO, Miguel (2004) *Mis primeros cincuenta años en la siderurgia del país. Su nacimiento y desarrollo. Etapa Altos Hornos Zapla, Palpalá, Jujuy*. Buenos Aires: Senado de la Nación/UNJu.
- SAVIO, Manuel (1973) *Obras completas*. Buenos Aires: SOMISA.
- WILLIAMS, Raymond (1997) *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.