

Narrativas de Desinformación en el Golfo San Matías

TABLEA DE CONTENIDOS

| | |
|--------------------|-------|
| Introducción | p. 3 |
| Discusión | p. 4 |
| Análisis de medios | p. 14 |
| Conclusión | p. 28 |
| Notas | p. 31 |

Escrito por Fabricio Di Giacomo

Revisado por Phil Newell

Editado por Sandra Ata y María Rosario Coll

November 2025

Introducción

En el norte de la Patagonia argentina, el Golfo San Matías y la Península Valdés conforman una de las áreas más biodiversas del Atlántico Sur y del mundo. Sus aguas tranquilas y transparentes albergan ballenas, delfines, lobos marinos, aves migratorias, peces, algas, moluscos y muchas otras formas de vida marina. Por este motivo, la zona incluye cuatro reservas naturales protegidas y un parque nacional, mientras que la Península Valdés ha sido declarada Sitio de Patrimonio Mundial por la UNESCO. Este territorio está habitado por comunidades costeras cuya forma de vida se basa en el turismo, la pesca artesanal y otras actividades vinculadas al mar.

Sin embargo, este equilibrio natural y social está bajo amenaza: corporaciones del sector energético, respaldadas por los gobiernos provincial y nacional, están impulsando proyectos hidrocarburíferos —un oleoducto, un puerto petrolero y barcos de GNL— que buscan instalarse sin considerar los impactos irreversibles que podrían causar, no solo a nivel regional, sino también global al contribuir a la crisis climática.

Entre los principales proyectos en marcha se encuentra Vaca Muerta Oil Sur S.A., un megaproyecto que incluye la construcción de un puerto petrolero y un oleoducto de más de 400 kilómetros para transportar crudo desde los yacimientos de Vaca Muerta, en Neuquén, hasta la costa del Golfo San Matías, en Río Negro. Además, a pocos kilómetros de la costa están previstos dos megabarcos de gas natural licuado (GNL) para exportación.

Para que estos proyectos avanzaran, se modificaron leyes de manera inconstitucional y se intentó torcer la voluntad popular excluyendo a las comunidades de la toma de decisiones. Los medios de comunicación y las redes sociales se utilizan para difundir narrativas que promueven proyectos extractivistas, ocultan los riesgos reales que implican y vuelven invisibles las luchas de las comunidades que defienden sus territorios. En este contexto emerge una narrativa económica dominante que vincula “progreso, desarrollo, trabajo e inversión” con el avance de la industria hidrocarburífera.

Todo esto nos lleva a preguntar:

*¿Cómo operan las narrativas de desinformación que presentan el extractivismo hidrocarburífero como motor de desarrollo y progreso en la región del Golfo San Matías?
¿Y qué intereses, actores y consecuencias socioambientales se esconden detrás de estos relatos?*

Discusión

Contexto

La defensa del Golfo San Matías tiene una larga historia de organización comunitaria frente al avance de los intereses petroleros.



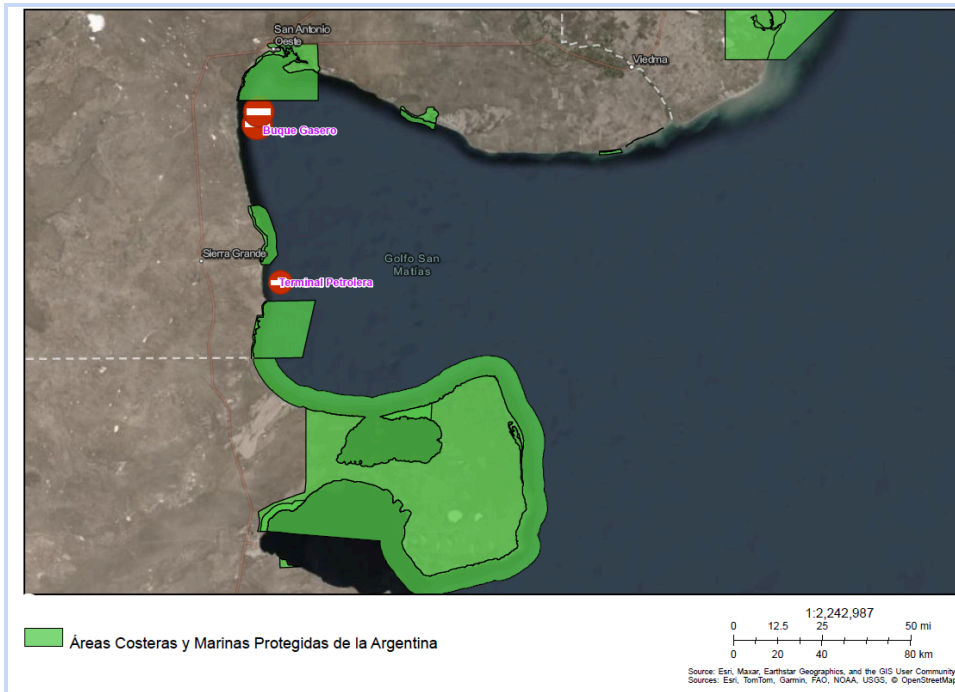
En 1995, la entonces privatizada Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) propuso construir un oleoducto y una terminal portuaria en el golfo. La empresa, creada en 1922 por el gobierno nacional como un símbolo de soberanía energética, fue convertida en sociedad anónima en la década de 1990 y actualmente funciona como una empresa mixta, con participación de capital estatal y privado.

La iniciativa extractivista petrolera en el Golfo San Matías desató una movilización popular fuerte y diversa.

Esta articulación entre las comunidades costeras, los sectores científico, empresarial y turístico, así como organizaciones sociales, logró frenar temporalmente el proyecto y dio lugar a la sanción de la [Ley 3308](#), aprobada por unanimidad en 1999 por la Legislatura de la Provincia de Río Negro. La ley garantizó la

protección de la región al prohibir todas las actividades de exploración, explotación y prospección de hidrocarburos, así como la construcción de terminales de carga y descarga y de ductos en el Golfo San Matías y en las aguas territoriales de Río Negro.

Durante más de veinte años, este marco legal garantizó la preservación del ecosistema y permitió el desarrollo sostenido de las comunidades costeras. Durante todo ese tiempo, el golfo se mantuvo como un ejemplo de equilibrio entre el desarrollo humano y la conservación ambiental.



Este equilibrio se quebró en septiembre de 2022, cuando la Legislatura de Río Negro derogó la Ley 3308 a [pedido de YPF](#) para permitir la construcción del oleoducto [Vaca Muerta Oil Sur \(VMOS\)](#). La reforma fue aprobada sin consulta previa a las comunidades indígenas ([tal como establece el Convenio 169 de la OIT sobre Pueblos Indígenas y Tribales](#)), en una sesión cerrada que violó los principios del Acuerdo de Escazú, el principio de no regresión ambiental y el principio de progresividad establecidos en la [Ley General del Ambiente](#), los cuales prohíben retroceder en derechos ambientales ya adquiridos.

Las comunidades, junto con organizaciones socioambientales y de la sociedad civil, realizaron todo tipo de acciones en el territorio —[reuniones](#), [charlas informativas](#), talleres y [marchas](#)— siempre con el objetivo de tejer redes comunitarias a lo largo del territorio plurinacional, desarrollar estrategias conjuntas y fortalecer la resistencia regional.

En el plano jurídico, se presentaron demandas en defensa del Golfo San Matías, que recibieron respuestas formales que evitaron abordar el fondo del problema. En Río Negro, el Superior Tribunal de Justicia [desestimó el pedido de inconstitucionalidad](#) de la modificación de la Ley 3308 por “falta de legitimación” y por no demostrar “un interés que evidencie un daño o perjuicio personal y directo”. En la provincia vecina de Chubut, reclamos similares también fueron rechazados. Estos fallos, basados en tecnicismos procesales, dejan ver una tendencia persistente: un Poder Judicial distante de las

demandas sociales y ambientales, mientras el modelo extractivo consolida su avance en la región.

El poder de los proyectos extractivos

El proyecto Vaca Muerta Oil Sur representa la expresión más significativa de este avance, que implica la construcción de un oleoducto de más de 400 km desde Añelo (Neuquén) hasta Punta Colorada (Río Negro), donde también se proyecta un puerto petrolero con monoboyas de amarre y tanques de almacenamiento. A esto se sumó otro proyecto contaminante, [esta vez vinculado al GNL](#), que incluye la instalación de dos buques de gas natural licuado destinados a la exportación.

La magnitud del proyecto evidencia las presiones políticas y económicas que impulsaron la derogación de la ley. En 2024, YPF anunció el inicio de la primera fase de construcción, con el apoyo del gobierno provincial y nacional. Poco después se conformó el consorcio Vaca Muerta Oil Sur (VMOS), integrado por las principales empresas petroleras que operan en el país: YPF, Pan American Energy, Vista, Pampa Energía, Pluspetrol, Shell, Chevron, Tecpetrol y Gas y Petróleo de Neuquén. En julio de 2025, el proyecto obtuvo un respaldo financiero adicional mediante un [préstamo sindicado](#) de 2.000 millones de dólares, otorgado por 14 bancos nacionales e internacionales, entre ellos Citi, Deutsche Bank, Itaú, JP Morgan y Santander.

Estos avances confirman el poder estructural del lobby hidrocarburífero, capaz de influir en los tres poderes del Estado para desmontar un marco legal que brindó protección ambiental durante dos décadas. También marcan el inicio de una nueva fase del modelo extractivista, en la cual las narrativas mediáticas y las campañas de desinformación se vuelven herramientas centrales para intentar construir consenso social a partir de información falsa o engañosa.

La campaña de legitimación detrás del proyecto: medios, poder y narrativa

El avance del proyecto VMOS no depende solo de la infraestructura física, sino también de la infraestructura narrativa. En paralelo con la construcción del oleoducto, se despliega una red de comunicación para promover una visión del proyecto vinculada al progreso, el desarrollo y las oportunidades de empleo como símbolos de un gran mejoramiento económico. La campaña combina estrategias de desinformación con medios tradicionales y redes sociales, publicidad digital y construcción simbólica, donde convergen intereses corporativos, estatales y mediáticos.

Medios tradicionales y regionales: amplificadores de la narrativa

Los principales medios regionales —*Diario Río Negro, LMNeuquén, Más Energía, Vaca Muerta News, Econojournal*, entre otros— actúan como voceros de la expansión de los proyectos hidrocarburíferos, funcionando efectivamente como extensiones informativas del consorcio VMOS. En sus sitios web y plataformas de redes sociales, el oleoducto y el puerto petrolero se presentan como las obras de infraestructura fósil más importantes de las últimas décadas, destacando tecnología de punta, creación de empleo y la “reactivación económica” de las zonas involucradas.

Estas narrativas mediáticas responden tanto a líneas editoriales alineadas con la industria petrolera como a financiamiento publicitario directo o indirecto. La convergencia de los mensajes —incluso entre medios con audiencias distintas— revela la existencia de una estrategia de comunicación coordinada que enmarca el proyecto como un asunto de interés nacional y posiciona la actividad hidrocarburífera como sinónimo de desarrollo.

La influencia de estos medios es significativa: un [estudio de 2025](#) muestra que en la región del Alto Valle de Río Negro, más de la mitad de la población (56%) obtiene su información de sitios de noticias online y un 40% de redes sociales, mientras que un 51% reconoce que la información consumida en redes influye en sus opiniones. En este contexto, la información difundida por medios locales y regionales, percibidos como fuentes “confiables”, tiene un impacto decisivo en la construcción de la opinión pública.

El rol de YPF: Nacionalismo energético y legitimidad corporativa

YPF comunica muy poco sobre el proyecto VMOS directamente a través de sus canales oficiales. En cambio, su estrategia se centra en campañas institucionales de gran alcance que presentan a la empresa como “al servicio de la nación”, líder en tecnología y en exportaciones de energía, un claro ejemplo de lo que comúnmente se denomina greenwashing.

Durante el primer semestre de 2025, la compañía destinó más de [53.000 millones de pesos](#) a publicidad y propaganda —un aumento del 60 % respecto al mismo período de 2024—, lo que revela la magnitud del esfuerzo por construir legitimidad y capital simbólico, al tiempo que se evita la exposición a los conflictos socioambientales generados por sus proyectos.

Estas campañas apelan a [valores basados en la identidad](#): la energía como orgullo nacional, la independencia económica y el trabajo argentino. Narrativamente, YPF no



necesita hablar directamente sobre el proyecto; se presenta como su garante natural, reforzando la idea de que la explotación de fósiles es tanto un deber patriótico como una oportunidad de crecimiento. Al hacerlo, demuestra claramente que retener información

también es una forma poderosa de desinformación.

Esta omisión no es un vacío, sino una estrategia discursiva que reconfigura el sentido común. Al elegir qué se dice y qué se omite, la empresa produce un marco interpretativo en el que el extractivismo se vuelve sinónimo de desarrollo, mientras que las preocupaciones ambientales se reducen a un mero obstáculo técnico o burocrático. En otras palabras, no distorsiona los hechos de manera explícita; en cambio, construye una narrativa incompleta pero efectiva y socialmente aceptable.

Al mismo tiempo, YPF no actúa sola: su silencio funciona en sincronía con un aparato comunicacional más amplio. Medios regionales, portales digitales y cuentas en redes sociales —muchos de ellos respaldados por fondos publicitarios o afinidad política— reproducen y amplifican su narrativa, completando lo que la empresa no comunica directamente. En este circuito, el mensaje institucional de YPF se ve reforzado por campañas locales que traducen esta narrativa épica en promesas concretas.

Como resultado, la desinformación opera en dos niveles complementarios: la omisión corporativa y la amplificación mediática. El silencio estratégico de YPF abre espacio para que otros actores ocupen la arena comunicacional y legitimen el proyecto. La ausencia de información se convierte en una herramienta de legitimación, delegando la tarea de persuasión a un ecosistema dispuesto a sostener la misma narrativa: el extractivismo como destino, como mandato y, sobre todo, como fuente de orgullo argentino.

La provincia de Río Negro: política, gobernanza y discurso

El Gobierno de Río Negro se ha convertido en un actor central en la promoción de estas narrativas dominantes. A través de cuentas oficiales –[las del gobernador](#), del [gobierno provincial](#) y de agencias como [Energía](#), Ambiente o [Trabajo](#)– se difunden mensajes que presentan los proyectos como iniciativas históricas que traerán progreso, empleo e infraestructura pública.

Esta narrativa se sustenta en dos pilares principales: la promesa de bienestar económico (empleo local, regalías, infraestructura) y el refuerzo de la legitimidad política (representando los intereses “del pueblo de Río Negro”, fortaleciendo el perfil político del gobernador y de sus aliados).

La estrategia de comunicación del gobierno combina presencia en medios con campañas en redes sociales que destacan los “controles ambientales y laborales estrictos” y los grandes beneficios, creando la impresión de un proceso transparente, rentable y bien regulado.

Sin embargo, las condiciones acordadas con el consorcio son opacas: el acuerdo por el oleoducto petrolero incluye un canon para la provincia de 1.000 millones de dólares en 13 años, frente a una inversión estimada en varios miles de millones, lo que revela una asimetría significativa en la distribución de beneficios.

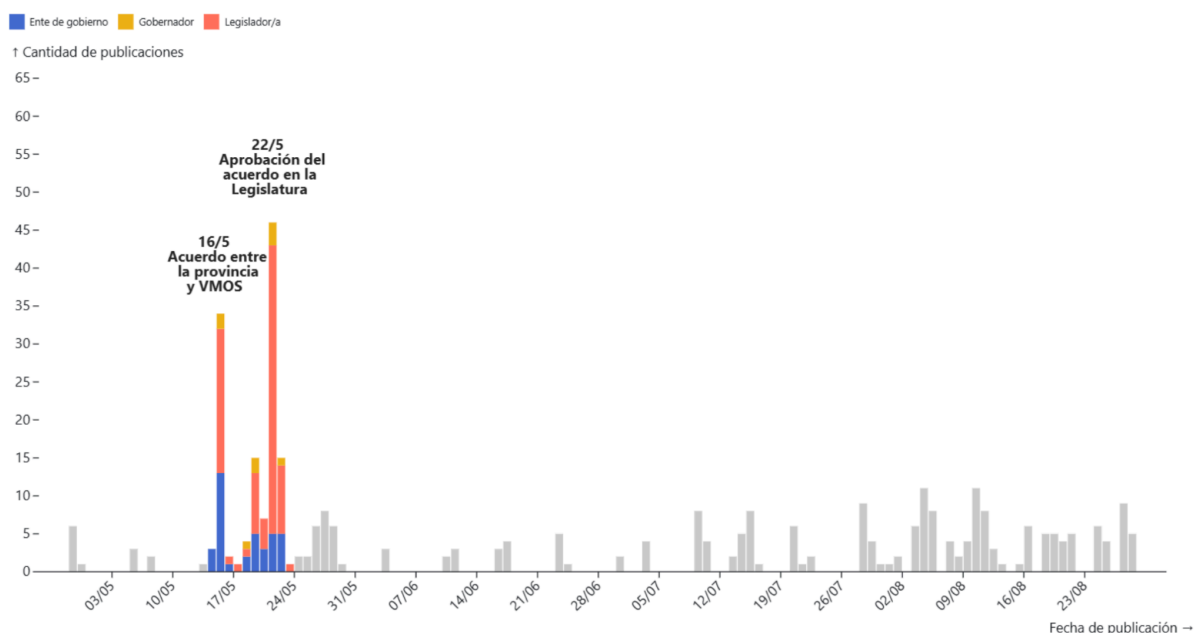
Como ejemplo de cómo se materializan realmente estos “beneficios”, en 2024 el sector energético registró un superávit comercial de 5.668 millones de dólares, mientras que [estudios indican](#) que solo 31 millones de dólares (0,5 %) permanecieron en el país. La salida de capital se produjo a través de diversos mecanismos financieros, como pagos de intereses a empresas vinculadas, compras de activos en el exterior y la liquidación de parte de sus ingresos fuera del sistema cambiario regulado por el Banco Central de la República Argentina, entre otros.

Además, la adhesión de la provincia al [Régimen de Incentivo a Grandes Inversiones \(RIGI\)](#) establece un marco legal de excepcionalidad por 30 años. Esto protege efectivamente los privilegios corporativos frente a cualquier intento futuro de regulación o reforma: durante tres décadas, el Estado no podrá modificar las condiciones impositivas ni introducir nuevos gravámenes que afecten a las empresas que reciben estos beneficios. Bajo la premisa de atraer inversiones, el RIGI otorga una autonomía sin precedentes al capital privado, despojando a las provincias de su capacidad de influir en los ingresos o de ajustar normas en respuesta a los impactos socioambientales.

Estos impactos están lejos de ser insignificantes: por ejemplo, en Vaca Muerta se registraron [al menos 2.049 incidentes ambientales en 2021](#), un promedio de 5,6 incidentes por día (derrames, fugas de gas, contaminación del agua, etc.). Esta magnitud tensiona la narrativa de “progreso bajo control”: cuando ocurren miles de incidentes, el silencio o el minimizado de los mismos por parte de los operadores de comunicación corporativa y de las autoridades revela que la gestión del riesgo está muy por debajo del discurso.

En cuanto a la actividad digital, se observó un pico notable que coincidió con momentos clave: la firma del acuerdo entre el consorcio y la provincia (16 de mayo) y su aprobación legislativa (22 de mayo). Durante esos días, las cuentas oficiales en redes sociales registraron un flujo sostenido de publicaciones, videos y declaraciones celebrando el acuerdo como una “victoria provincial”.

El rol de la provincia en la concreción del proyecto aparece con fuerza en la firma del acuerdo entre el consorcio VMOS y Río Negro el 16/5 y la aprobación en la legislatura el 22/5



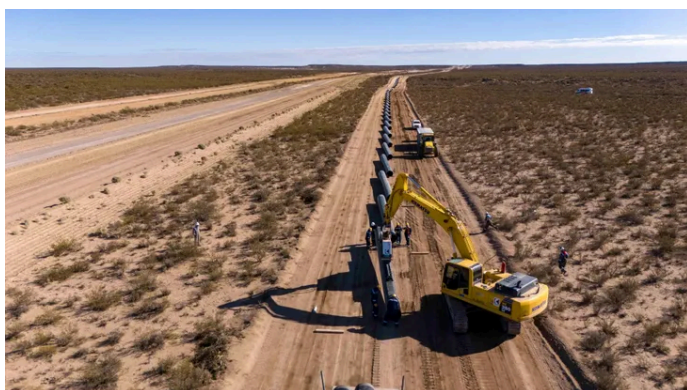
Este gráfico muestra la frecuencia de publicación de legisladores, entes de gobierno (ministerios y secretarías) y el gobernador entre enero y agosto de 2025, en plataformas de redes sociales (incluyendo Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Youtube y LinkedIn).

Por otro lado, a partir de julio y con mayor fuerza en agosto, los proyectos extractivistas se convirtieron en un eje diario de la comunicación oficial. Las cuentas mencionadas (Gobierno de Río Negro, Secretaría de Energía y Ambiente, apoyadas por áreas como Trabajo y Obras Públicas) sostuvieron una narrativa de control y eficiencia institucional, destinada a reforzar la idea de que el proyecto avanza [bajo estrictas regulaciones](#)

[ambientales](#) y [laborales](#), buscando disipar cualquier sospecha sobre los riesgos o desigualdades implícitos en el acuerdo.

De este modo, el Estado provincial, en alianza con empresas como YPF, funciona como un mecanismo deliberado de desinformación que invisibiliza los impactos, distorsiona los beneficios y refuerza y amplifica el discurso corporativo que traduce la promesa extractivista en una narrativa de gobernanza y orgullo local.

Narrativas visuales: el progreso hecho imagen



La campaña de legitimación también opera en el plano visual. A través de las imágenes difundidas por medios de comunicación e instituciones, VMOS se presenta en escenarios de modernidad y productividad, en territorios áridos, deshabitados o “vacíos”.

Dentro de esta estética del progreso —[oleoductos avanzando por paisajes áridos](#), [maquinaria en movimiento](#), [trabajadores con cascos](#), [planos técnicos](#) y gráficos de crecimiento— se construye la impresión de que no existe nada preexistente que pueda resultar dañado. Se apela a un imaginario clásico del desarrollo: el territorio se convierte en un espacio vacío a ser conquistado por la tecnología. De este modo, se borran las formas de vida preexistentes, las actividades regionales históricas y los ecosistemas costeros. En su lugar, se privilegia un lenguaje visual de orden, limpieza y eficiencia que transmite seguridad y control.

En paralelo, y reforzando las dinámicas descritas anteriormente, YPF [potencia una identidad visual nacionalista](#) mediante los colores nacionales, símbolos industriales, un [lenguaje heroico](#), [el patrocinio de deportes populares](#) y [asociaciones con Messi](#) y la selección nacional de fútbol, consolidando la idea de que el proyecto no pertenece a una corporación, sino “al pueblo argentino”.

La respuesta de las comunidades del Golfo

Frente a este mecanismo hegemónico de desinformación, las comunidades organizadas están [desarrollando campañas](#) y construyendo contra-narrativas basadas en valores distintos: la vida marina, los paisajes costeros, [la biodiversidad](#), el sentido de pertenencia y el disfrute colectivo. Estas narrativas refuerzan un sentido de identidad de larga data y, al mismo tiempo, visibilizan los riesgos extractivistas que han sido deliberadamente ocultados.



"Atlantico" en Las Grutas - Enero 4, 2024 PH

Sin embargo, esta lucha simbólica se desarrolla en un contexto profundamente desigual. Las comunidades operan con recursos materiales y comunicacionales limitados, mientras que, del otro lado, se encuentran corporaciones con presupuestos multimillonarios, equipos profesionales y vínculos directos con el Estado y los principales medios de comunicación.

En este panorama, las alianzas con ONG, colectivos socioambientales y otras organizaciones de apoyo han hecho posible crear y sostener campañas, brindar herramientas técnicas y ampliar su alcance. No obstante, la "batalla" comunicacional sigue siendo altamente asimétrica y exige un esfuerzo constante de las comunidades para asegurar un lugar en el discurso público.

Una red transversal

En conjunto, los esfuerzos comunicacionales de empresas, gobierno y medios construyen una red transversal de desinformación que opera en múltiples niveles: económico, político, cultural y emocional.

Los discursos de "progreso" y "desarrollo" apelan a los deseos y necesidades de las comunidades locales en medio de una profunda crisis económica. Al mismo tiempo, se



www.poweredbyroots.org
hello@poweredbyroots.org

www.caad.info
contact@caad.info

fortalecen las alianzas entre corporaciones, Estado y estructuras mediáticas que sostienen la narrativa dominante y desplazan las voces disidentes.

Sin necesidad de una coordinación formal o explícita —aunque permanece implícitamente visible—, esta red de actores forma un ecosistema comunicacional que amplifica un mensaje compartido: la expansión hidrocarburífera es inevitable, necesaria y beneficiosa. Esa naturalización se encuentra en el núcleo de la narrativa dominante.

Análisis de medios

Nuevos medios, viejas narrativas

Basado en un análisis del ecosistema de información regional, se identificó un componente menos visible en la construcción de la narrativa dominante: la rápida aparición de nuevos medios digitales aparentemente orientados a reforzar y multiplicar el mismo discurso extractivista.

El enfoque se centró en publicaciones activas patrocinadas a través de un [análisis temporal y comparativo](#) utilizando como herramienta de análisis a la biblioteca de anuncios de Meta, con “Vaca Muerta Sur”, “Punta Colorada”, “Vaca Muerta Oil Sur” y “Golfo San Matías” como términos clave de búsqueda. El período seleccionado abarcó de junio de 2024 a septiembre de 2025.

Este conjunto de datos consolidado permitió identificar publicaciones, fechas, gasto publicitario estimado, temáticas predominantes, públicos objetivos, alcance y líneas narrativas. La información fue luego sistematizada para detectar patrones de comportamiento comunicacional y conexiones entre los mensajes y las plataformas que los promueven.

En una fase inicial, se examinaron las narrativas oficiales y mediáticas relacionadas con VMOS, lo que permitió identificar la estructura general del mensaje dominante. A partir de ese mapeo inicial, el monitoreo de contenido patrocinado abrió un camino inesperado: comenzaron a emerger nuevos portales de información sin presencia previa en el ecosistema mediático regional. El análisis individual de cada publicidad reveló que estos sitios habían sido creados recientemente, en paralelo con el avance de los proyectos hidrocarburíferos.

La recopilación manual y sistemática de datos permitió comparaciones de indicadores, clasificación de medios y el trazado de conexiones entre actores. A pesar de ciertas limitaciones, como la falta de formación académica formal y la dificultad de acceder a datos financieros en línea, las herramientas de código abierto y la guía especializada apoyaron y profundizaron el proceso investigativo.

Lo que quedó claro es que, durante los últimos meses, un número de sitios de noticias y páginas de Facebook recién creados han comenzado a poblar el ecosistema informativo de Río Negro. Todos ellos comparten rasgos estructurales similares: creación reciente (entre 2024 y 2025), bajos niveles de interacción orgánica, muy pocos seguidores y un

alto volumen de publicaciones patrocinadas. Muchos de ellos tienen como objetivo promover proyectos extractivos, particularmente el proyecto Vaca Muerta Oil Sur (VMOS). Aunque estas páginas tienen muy pocos seguidores, sus publicaciones patrocinadas alcanzan cifras significativas. Se han registrado millones de impresiones acumuladas —lo que significa millones de ocasiones en que los anuncios aparecen en las pantallas de los usuarios (lo que no necesariamente implica “me gusta”, comentarios u otras interacciones). Esto permite que un medio prácticamente desconocido logre un alcance masivo: no depende de su audiencia real, sino de la inversión financiera utilizada para amplificar sus mensajes. El gasto publicitario permite que narrativas sin un anclaje previo en la región se afiancen, desplazando el debate público genuino y silenciando las voces locales.

De este modo, un mensaje respaldado por una fuerte inversión, más que por la comunidad, llega a aparecer como la opinión mayoritaria, mientras que la ausencia de participación real queda oculta detrás de estas campañas de desinformación escenificadas, diseñadas deliberadamente para fabricar consenso y legitimidad social.

También resulta evidente que muchos de estos medios alternan [contenido pro-extractivista](#) con [publicaciones de orientación política](#) que refuerzan el discurso del gobierno provincial, al tiempo que deslegitiman las voces opositoras o críticas. Esta mezcla de mensajes —aparentemente desconectados— parece formar parte de una estrategia comunicacional coherente, en la que la defensa y el refuerzo del modelo extractivo se entrelazan con la consolidación de una figura política regional.

Resumen de datos relevantes

Para llevar a cabo un análisis en profundidad, se seleccionaron tres medios: *Tiempos Australes*, *Pulso Sur* y *Agarrá la Pala Río Negro*. Fueron elegidos por su volumen sostenido de publicaciones y por el papel que desempeñan en la difusión y refuerzo de las narrativas hegemónicas. Los recuentos de seguidores y niveles de interacción corresponden al momento de la recolección de datos, aunque se espera que continúen aumentando a medida que crece su alcance digital y la inversión publicitaria.

Debido a limitaciones de tiempo y recursos, la investigación se centró en estos tres casos, lo que permitió un análisis detallado de sus dinámicas comunicacionales. Sin embargo, se relevó la existencia de otros nueve medios con características similares (doce en total) que, aunque no fueron estudiados en profundidad, también contribuyen a la reproducción y mantenimiento de las mismas narrativas. Los ejemplos que siguen buscan ilustrar una tendencia más amplia dentro del ecosistema mediático actual y permiten inferir la probable existencia de un número aún mayor de estos “medios de noticias”.

A continuación, se presenta un desglose de los medios de comunicación y los datos que respaldan este análisis:

1-Tiempos Australes

Facebook: [Tiempos Australes](#)

-**Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación

-**Fecha de creación:** 10 de julio, 2024

-**Administradores:** 10 (todos localizados en Argentina)

-**Seguidores:** 255

-**Seguidos:** 0

-**Ads:** Actualmente tiene anuncios activos (temas sociales/política)

[Meta Ad Library: Tiempos Australes](#)

Desde 26 de septiembre de 2024 hasta 27 de septiembre de 2025 se realizaron 32 posteos pagos, todos fueron en relación a VMOS.

-**Gastos estimados de 32 publicaciones:** ARS \$526,000 – \$618,968

-**Impresiones aproximadas:** 1,790,000 – 2,120,000

Foco narrativo:

Promoción de la infraestructura energética y del desarrollo orientado a la exportación: oleoducto VMOS, puerto Punta Colorada y GNL como motores clave del posicionamiento global de Argentina. Se menciona el empleo, pero el énfasis sigue estando en el crecimiento macroeconómico y en “Argentina al mundo”.

Ejemplos:**“Avanza en la construcción de la mayor terminal de exportación de petróleo del país en Punta Colorada”**

“Con el liderazgo del gobernador Alberto Weretilneck, la Terminal de Exportación Punta Colorada, cerca de Sierra Grande, ya alcanzó un 10 % de avance como parte del proyecto Vaca Muerta Oil Sur (VMOS), posicionando a Río Negro como un actor clave en el sector energético nacional. La inspección estuvo a cargo de la secretaria de Energía y Ambiente —y actual candidata— Andrea Confini, junto con la intendenta Roxana Fernández.”

Análisis: Reforzamiento del posicionamiento internacional y del liderazgo provincial dentro del sector energético nacional.

“Facundo López, aliado más cercano de Weretilneck: ‘Defenderemos a Río Negro en el Congreso y priorizaremos la inversión y la educación pública’”

“El candidato al Senado por Juntos Defendemos Río Negro enfatizó su compromiso con inversiones estratégicas en Vaca Muerta Sur, proyectos de GNL, infraestructura pública y la universidad pública provincial. Destacó que su coalición priorizará el desarrollo federal y el empleo local mientras defiende los intereses de Río Negro en el Senado.”

Análisis: Integración explícita de VMOS con capital político y electoral, centrando la representación federal y la legitimidad institucional.

“Bono VMOS: Weretilneck garantiza 60 millones para el desarrollo de la provincia”

“Los fondos, resultantes de un acuerdo con el consorcio Vaca Muerta Oil Sur, se destinarán a la construcción de escuelas, hospitales, obras viales y espacios deportivos, así como a la adquisición de tecnología educativa y equipamiento médico de última generación. Esta inversión reafirma el compromiso del gobierno de impulsar el crecimiento social y productivo en todo Río Negro.”

Análisis: Vincula la extracción, la infraestructura pública y el bienestar social, legitimando los ingresos petroleros como un beneficio colectivo.

Sitio web: <https://tiemposaustrales.com/>

- Antigüedad: 458 días — creado el 01-07-2024

- [Información de dominio](#)

Extracto:

Registry Admin ID: Not Available From Registry

Admin Name: REDACTED FOR PRIVACY

Admin Organization: Knock Knock WHOIS Not There, LLC

Admin Street: 9450 SW Gemini Dr #63259

Admin City: Beaverton

Organic traffic (domain including subdomains . usando

<https://ahrefs.com/traffic-checker/>)

Organic traffic 4 / Traffic value \$0

2- Pulso Sur

Facebook: [Pulso Sur - Facebook](#)

-**Tipo:** News website / media outlet

-**Fecha de creación:** Mayo 21, 2025

-**Administradores:** 6 (Argentina)

-**Seguidores:** 108

- **Seguidos:** 0

-**Ads:** Sobre temas sociales, elecciones o política

[Biblioteca de anuncios](#)

Desde 28 de junio de 2025 hasta 28 de septiembre de 2025 se realizaron 40 posteos pagos de los cuales 24 fueron en relación a VMOS.

-**Gasto estimado total por 40 publicaciones:** ARS \$503,000 – \$617,460

-**Gasto estimado por 24 VMOS–publicaciones específicas:** ARS \$326,000 – \$394,976

-**Impresiones estimadas en anuncios específicos:** 1,050,000 – 1,250,000

Foco narrativo: VMOS se presenta como la herramienta financiera central para sostener el desarrollo social y la continuidad de las obras públicas en Río Negro. Los mensajes destacan la gestión eficiente del gobernador Weretilneck y la capacidad provincial de generar progreso a través de la energía del sur. / Tono celebratorio y de legitimación política, con énfasis en el liderazgo provincial.

Ejemplos:**“Weretilneck protege los recursos provinciales: Río Negro mantiene obras clave gracias al bono de Vaca Muerta Oil Sur”**

“El gobernador anunció proyectos fundamentales para sostener el desarrollo y el crecimiento de la provincia, que fueron posibles gracias al uso del bono VMOS, funcionando como una herramienta para utilizar de manera eficiente los recursos provinciales.”

→ Vincula directamente a VMOS con el uso soberano de los recursos energéticos y el desarrollo interno.

“Salud: el nuevo hospital para Sierra Colorada gracias al bono VMOS”

El gobernador Alberto Weretilneck anunció nuevas obras en la provincia que fueron posibles gracias a la firma del bono de VMOS. Entre las mismas se destacaron las llevadas a cabo en el hospital de Sierra Colorada, las cuales se centrarán en modernizar y equipar el establecimiento con lo último en tecnología.”

→ Establece relación positiva entre extractivismo y bienestar social (salud como legitimador político).

“Weretilneck lanza la pavimentación del acceso a san javier con fondos del bono VMOS”

“El proyecto, financiado a través del bono VMOS —el mecanismo creado por el acuerdo entre el Gobierno de Río Negro y las empresas de Vaca Muerta— incluye pavimentación, un desvío provisorio, luminarias y señalización, mejorando la conectividad del municipio. La apertura de sobres se realizó de manera pública como parte del proceso licitatorio.”

→ Posiciona a VMOS como motor de conectividad y empleo en el territorio provincial.

Sitio web: <https://pulso-sur.com/>

Antigüedad: 140 días — creado el 20-05-2025

- [Información de dominio](#)

Extracto:

Registry Tech ID: Not Available From Registry

Tech Name: REDACTED FOR PRIVACY

Tech Organization: Knock Knock WHOIS Not There, LLC

Tech Street: 9450 SW Gemini Dr #63259

Tech City: Beaverton

Organic traffic (domain including subdomains . usando <https://ahrefs.com/traffic-checker/>)

Organic traffic 0 - Traffic value \$0

3- Agarra la Pala Río Negro

Facebook: [Agarrá la Para Río Negro Facebook](#)

- Tipo:** News website / media outlet
- Fecha de creación:** April 7, 2025
- Administradores:** 5 (Argentina)
- Seguidores:** 203
- Seguidos:** 0

Ads: Actualmente tiene anuncios activos (temas sociales/política)

[Biblioteca de anuncios](#)

- Periodo analizado:** 31 de julio de 2025 - 15 de septiembre de 2025
- Total de publicaciones pagas:** 13, de las cuales 6 estaban relacionadas con VMOS
- Total estimado por 13 publicaciones:** ARS \$139,100 - \$173,187
- Gasto estimado para 6 publicaciones específicas sobre VMOS:** ARS \$49,100 - \$61,194
- Impresiones aproximadas de las publicaciones específicas sobre VMOS:** 200,000 - 240,000

Foco narrativo :Pro-gestión y "proyectos que transforman vidas." Se enfatiza la salud, la educación y el empleo. VMOS se posiciona como motor del desarrollo provincial y como evidencia de una gobernanza "eficiente" que contrarresta las críticas nacionales.m.

Ejemplos:

"Histórico: se invierten más de \$1.400 millones gracias al bono Vaca Muerta Oil Sur

Mientras Nación se desentiende, Weretilneck sigue construyendo en Río Negro. En Sierra Grande se ampliará el SUM de la Escuela N°60 y la ESRN 39 ¡Defender es gestionar con decisión!"

→ Refuerza la narrativa de inversión, obras públicas y gobernanza provincial vinculadas a VMOS.



 Climate Action
Against Disinformation

www.poweredbyroots.org
hello@poweredbyroots.org

www.caad.info
contact@caad.info

“Weretilneck pelea por Río Negro y los resultados se ven: el primer pago por el bono VMOS ya impulsa obras claves en San Antonio. Obras que van a generar trabajo y progreso para los rionegrinos ‘Porque defender en construir’”

→ Asocia directamente VMOS con empleo y progreso en la provincia.

“Con el fondos del VMOS, Weretilneck garantizó que la riqueza quede en Río Negro y se transforme en obras: hospitales, escuelas. Esto no es discurso, es defender la provincia con hechos”

→ Conecta financiamiento, salud y educación como resultados concretos de VMOS.

Sitio web: <https://agarralapalarionegro.com/>

Antigüedad: 178 días — creado el 07-04-2025

-[Información de dominio](#)

Registry Admin ID: Not Available From Registry

Admin Name: REDACTED FOR PRIVACY

Admin Organization: Knock Knock WHOIS Not There, LLC

Admin Street: 9450 SW Gemini Dr #63259

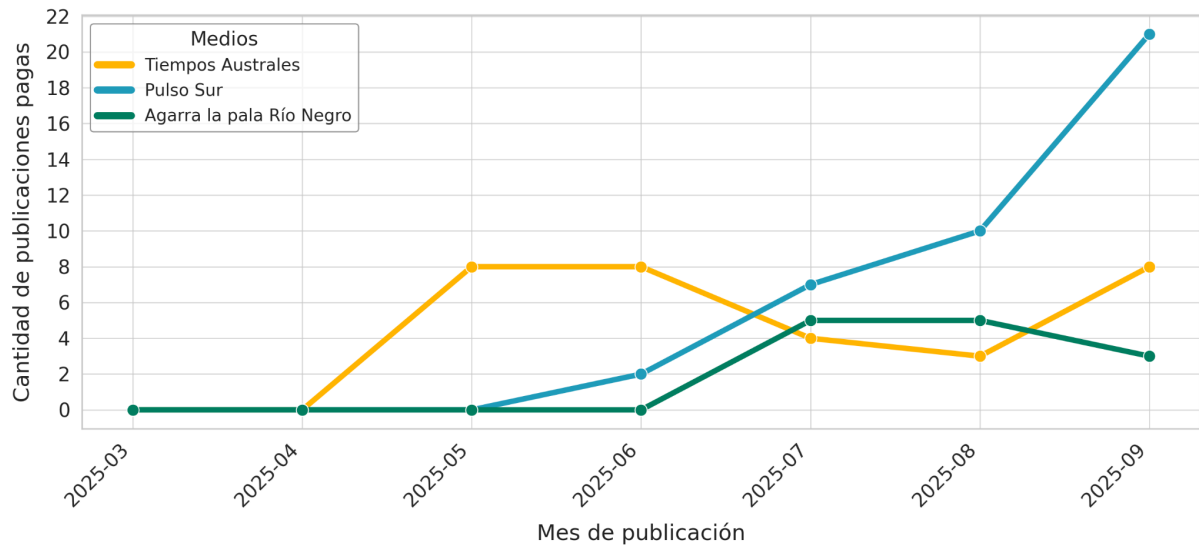
Admin City: Beaverton

Organic traffic (domain including subdomains . usando

<https://ahrefs.com/traffic-checker/>)

Organic traffic 0 - Traffic value \$0

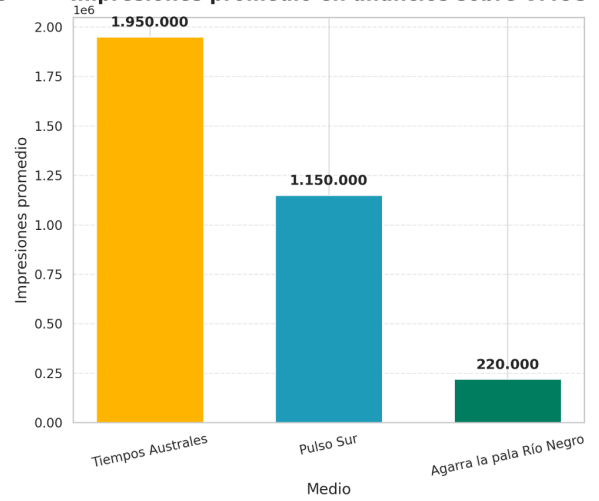
Actividad mensual de publicaciones pagas (marzo - septiembre 2025)



Gasto estimado promedio en anuncios sobre VMOS



Impresiones promedio en anuncios sobre VMOS



Adicionalmente, a continuación se muestra información sobre otros medios de comunicación que tienen características similares a las anteriormente descritas:

4- Río Negro al Frente

FACEBOOK: [Rio Negro al Frente - Facebook](#)

-**Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación

-**Fecha de creación:** Marzo 10, 2025

-**Administradores:** 7 (todos de Argentina)

-**Seguidores:** 439

-**Seguidos:** 0

-**Ads:** Actualmente tiene anuncios en circulación, sobre temas sociales, elecciones o política

Sitio web: <https://rionegroalfrente.com/>

-Antigüedad: 204 días – creado el 12-03-2025

-[Domain information](#)

Excerpt:

Registry Tech ID: Not Available From Registry

Tech Name: REDACTED FOR PRIVACY

Tech Organization: Knock Knock WHOIS Not There, LLC

Tech Street: 9450 SW Gemini Dr #63259

Tech City: Beaverton

- Organic traffic (domain including subdomains . usando <https://ahrefs.com/traffic-checker/>)

Organic traffic 0 / Traffic value \$0

5- Línea Nacional

-**Tipo:** Sitio web de noticias y medios de comunicación

-**Date created:** Febrero 11, 2025

-**Administradores:** 11 (Argentina)

-**Ads:** Sobre temas sociales, elecciones o política

-[Biblioteca de anuncios](#)

Sitio web: <https://lineanacional.com/>

-Antigüedad: 267 días – creado el 13-01-2025

-Información de dominio

Extracto:

Registry Admin ID: Not Available From Registry

Admin Name: REDACTED FOR PRIVACY

Admin Organization: Knock Knock WHOIS Not There, LLC

Admin Street: 9450 SW Gemini Dr #63259

Admin City: Beaverton

Organic traffic (domain including subdomains . usando
<https://ahrefs.com/traffic-checker/>)

Organic traffic 0 / Traffic value \$0

6- Orgullo Rionegrino

FACEBOOK: [Orgullo Rionegrino Facebook](#)

-**Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación

-**Date created:** 10 de marzo de 2025

-**Administrators:** 6 (Argentina)

-**Seguidores:** 1.000

-**Seguidos:** 0

-**Ads:** En circulación sobre temas sociales, elecciones o política

-[Biblioteca de anuncios Orgullo Rionegrino](#)

Sitio web: <https://orgullorionegrino.com/>

-Antigüedad: 209 días – creado el 12-03-2025

-Información de dominio

Extracto:

Registry Tech ID: Not Available From Registry

Tech Name: REDACTED FOR PRIVACY

Tech Organization: Knock Knock WHOIS Not There, LLC

Tech Street: 9450 SW Gemini Dr #63259

Tech City: Beaverton

Organic traffic (domain including subdomains . usando
<https://ahrefs.com/traffic-checker/>)

Organic traffic 0 - Traffic value \$0

7- El Mirador Noticias

FACEBOOK: [El Mirador Noticias Facebook](#)

- **Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación
- **Fecha de creación:** Julio 29, 2025
- **Administradores:** 6 (Argentina)
- **Seguidores:** 59
- **Seguidos:** 0
- **Ads:** En circulación sobre temas sociales, elecciones o política
- [Biblioteca de anuncios](#)

Sitio web: <https://elmiradornoticias.com/>

Antigüedad: 475 días — creado el 19-06-2024

[Información de dominio](#)

Extracto:

Registry Tech ID: Not Available From Registry

Tech Name: REDACTED FOR PRIVACY

Tech Organization: Knock Knock WHOIS Not There, LLC

Tech Street: 9450 SW Gemini Dr #63259

Tech City: Beaverton

Organic traffic (domain including subdomains . usando

<https://ahrefs.com/traffic-checker/>)

Organic traffic 0 - Traffic value \$0

8- Bandera del Sur

FACEBOOK: [Bandera del Sur Facebook](#)

- **Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación
- **Fecha de creación:** Junio 27, 2025
- **Administradores:** 8 (Argentina)
- **Seguidores:** 703
- **Seguidos:** 0
- **Ads:** En circulación sobre temas sociales, elecciones o política
- [Biblioteca de anuncios](#)

Sitio web: <https://banderadelsur.com/>

Antigüedad: 102 días — creado el 27-06-2025

[-Información de dominio](#)

9- Radar del interior

FACEBOOK - [Radar del interior](#)

-**Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación

-**Fecha de creación:** 8 de agosto de 2025

- **Administradores:** 8 (Argentina)

- **Seguidores:** 343

-**Seguidos:** 0

-**Ads:** Sobre temas sociales, elecciones o política

[Biblioteca de anuncios](#)

Sitio web: <https://radardelinterior.com/>

Antigüedad: 62 días – creado el 06-08-2025

[Información de dominio](#)

10- La Estrella del Sur

FACEBOOK: [La Estrella del Sur Facebook](#)

-**Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación

-**Fecha de creación:** Julio 10, 2024

-**Administradores:** 10 (Argentina)

-**Seguidores:** 217

-**Seguidos:** 0

-**Ads:** Sobre temas sociales, elecciones o política

-[Biblioteca de anuncios](#)

11- Punto de Vista Noticias

FACEBOOK: [Punto de Vista Noticias Facebook](#)

-**Tipo:** Sitio web de noticias / medio de comunicación

-**Fecha de creación:** Enero 30, 2025

-**Administradores:** 10 (Argentina)

-**Seguidores:** 211

-**Seguidos:** 0

-**Ads:** Sobre temas sociales, elecciones o política

-[Biblioteca de anuncios](#)



 Climate Action
Against Disinformation

www.poweredbyroots.org
hello@poweredbyroots.org

www.caad.info
contact@caad.info

Sitio web: <https://puntodevistaweb.com/>

Antigüedad: 270 días – creado el 10-01-2025

[Domain information](#)

12- La Directa

FACEBOOK: [La Directa - Facebook](#)

-**Tipo:** News website / media outlet

-**Fecha de creación:** Febrero 5, 2025

-**Administradores:** 9 (Argentina)

-**Seguidores:** 150

-**Seguidos:** 0

-**Ads:** Sobre temas sociales, elecciones o política

-**Biblioteca de anuncios**

Sitio web: <https://ladirectaweb.com/>

Conclusión

¿Una red (des)informativa al servicio del extractivismo?

Entre junio de 2024 y septiembre de 2025, se registraron aproximadamente 200 publicaciones pagas en los doce medios digitales investigados. Estas cifras incluyen únicamente anuncios con inversión económica —excluyendo publicaciones orgánicas— y reflejan un gasto total estimado de entre 3.500.000 y 4.200.000 pesos argentinos (ARS). En conjunto, estos anuncios generaron entre 10.600.000 y 12.500.000 impresiones, lo que da una idea de la capacidad real de amplificación que estos medios alcanzan a través de la publicidad digital.

Los resultados muestran una tendencia sostenida: la rápida creación de medios digitales con un alcance real reducido pero con un alto potencial de amplificación mediante anuncios pagos. Estos portales actúan como repetidores del discurso pro extractivo, que vincula el desarrollo regional y el bienestar social con la expansión de la infraestructura hidrocarburífera. La narrativa dominante combina y amplía el discurso oficial con conceptos de obra, inversión, energía y futuro, creando un “paquete” comunicacional que llega a diversas audiencias.

Esta evidencia nos permite identificar una transformación silenciosa pero significativa del ecosistema de comunicación en Río Negro. En este marco, la publicidad funciona como un dispositivo de legitimación, que otorga volumen, continuidad y apariencia de credibilidad a medios sin presencia territorial real. La multiplicación de emisores genera una ilusión de diversidad informativa y de consenso social en torno a los proyectos extractivos. Esto se alinea con mecanismos reconocidos de desinformación climática, en los cuales actores políticos y corporativos despliegan medios locales y narrativas supuestamente “neutrales” para ocultar impactos y normalizar la expansión fósil.

Tomados en conjunto, esto parece configurar una nueva fase del aparato de comunicación asociado con el modelo extractivista: la producción masiva de medios de bajo impacto aparente que operan como instrumentos para establecer y normalizar narrativas hegemónicas, presentando la expansión de los hidrocarburos como sinónimo de desarrollo y futuro, mientras los riesgos y amenazas climáticas se minimizan o directamente se vuelven invisibles.

Picos de actividad, coincidencias tonales y la repetición de frases comunes sugieren la existencia de una estrategia de difusión planificada. Esta operación se asemeja a lo que se conoce como *Pink Slime*: redes de sitios que se presentan como medios locales

mientras difunden contenido político a través de estructuras automatizadas y de bajo costo, como lo documentan [investigaciones internacionales](#) sobre este fenómeno. En el caso de Río Negro, la simultaneidad de los mensajes y la repetición de marcos narrativos parecen configurar una red de comunicación que refuerza la aceptación pública del “desarrollo hidrocarburífero”, simulando diversidad informativa y un amplio respaldo territorial.

Estas prácticas se alinean con patrones de desinformación climática, caracterizados por tácticas que reducen la percepción de daño, amplifican beneficios hipotéticos y difuminan la frontera entre información y propaganda. En particular, buscan presentar los proyectos fósiles como inevitables y beneficiosos, mientras minimizan u omiten sus riesgos socioambientales y las controversias locales.

Lejos de las lógicas del periodismo tradicional, esta red de comunicación articula una narrativa homogénea que promueve la expansión de los hidrocarburos como un horizonte inevitable de progreso y bienestar colectivo. No se trata solo de información: se construyen emociones, expectativas y percepciones sobre el futuro de la provincia, alineadas con intereses políticos y corporativos.

Dentro de esta lógica, los impactos socioambientales quedan fuera del panorama, mientras los proyectos fósiles se presentan como “necesarios” y sin alternativas viables.

La superposición temporal de los datos muestra que el aumento de publicaciones coincide con momentos institucionales clave del proyecto Vaca Muerta Oil Sur, reforzando las narrativas oficiales del gobierno provincial y de YPF. Esta sincronía sugiere que la comunicación no responde al flujo informativo, sino a una agenda estratégica destinada a legitimar el proyecto.

Este flujo constante de mensajes, centrado en “empleo”, “inversión” y “futuro”, interviene directamente en la construcción del sentido común: desplaza el foco del conflicto y replantea el debate público como una falsa dicotomía entre “progreso” y “resistencia”. De este modo, las narrativas que durante décadas defendieron el territorio se ven cada vez más desafiadas por nuevas historias que presentan la expansión extractiva como una mejora tangible en la vida cotidiana.

Para las comunidades costeras que históricamente han protegido el mar y su forma de vida, este cambio de narrativa está lejos de ser inocuo: busca reescribir identidades, expectativas y legitimidad, erosionando la capacidad de la sociedad para cuestionar los daños presentes y futuros de la expansión fósil.

El patrón sostenido de creación de medios, con coincidencias discursivas, temporales y temáticas, difícilmente puede atribuirse al azar. Todas las evidencias apuntan a la existencia de una operación de comunicación de desinformación a gran escala.

Una red que, bajo la apariencia de pluralidad, parece empeñada en reorganizar las percepciones comunes del territorio, intentando convertir el avance extractivo feroz y destructivo en una nueva normalidad “aceptable”.

Notas

Los hallazgos de esta investigación corresponden al período analizado (junio de 2024 – septiembre de 2025) y reflejan la información disponible en ese momento. Eventuales cambios posteriores en los medios, organizaciones o actores mencionados no forman parte del alcance de este estudio.

Este trabajo constituye una etapa inicial dentro de un proceso de investigación en curso. Los datos recolectados y las correlaciones observadas permiten vislumbrar un escenario complejo, configurado por prácticas de desinformación que influyen directamente en la construcción del sentido común en torno al modelo extractivista.

El estudio podría continuar creciendo en escala y alcance, incorporando dimensiones analíticas adicionales y fortaleciendo su base empírica. Este primer abordaje sienta las bases para etapas futuras que amplíen la comprensión de los vínculos entre comunicación, poder y territorio, y que revelen aún más cómo operan los mecanismos globales de desinformación climática a nivel local.

De este modo, se abre un proceso de información y comprensión colectiva en respuesta a narrativas que distorsionan, ocultan y manipulan la información. Profundizar esta línea de investigación implica continuar expandiendo este proceso, fortaleciendo la capacidad de la comunidad para identificar y desarticular estos mecanismos de comunicación, y construyendo herramientas comunes para contrarrestarlos.

Referencias

1) H. Pérez Orsi, A. Sendón – Centro de investigación y acción – *Entrevista personal y apoyo remoto a la investigación.*

2) Muñoz Moreda C., Agrelo M., Fernández Ajó A., Marón C. y Sironi M. – Foro para la Conservación del Mar Patagónico y Áreas de Influencia – *Ballena franca austral y desarrollo hidrocarburífero en el Golfo San Matías, Argentina. Implicancias ecológicas y potenciales riesgos.* – (2025)

<https://ballenas.org.ar/riesgos-para-la-ballena-franca-austral-un-informe-tecnico-advierte-sobre-los-proyectos-hidrocarburiferos-en-el-golfo-san-matias/>

3) Páez Campos, R. – Foro para la Conservación del Mar Patagónico y Áreas de Influencia. WCS Argentina – *Modelado de trayectoria de derrames de hidrocarburos en el Golfo San Matías, Argentina* (2025)

<https://argentina.wcs.org/es-es/Quienes-somos/Noticias/articleType/ArticleView/articleId/24858.aspx>

4) Asociación Argentina de Abogados/as Ambientalistas y el Colectivo de Acción por la Justicia Ecosocial (CAJE) – *Rechazo al inconstitucional avance de la industria petrolera y gasífera en el Golfo San Matías* – (2023)

<https://aadeaa.org/el-inconstitucional-avance-del-petroleo-y-gas-en-golfo-san-matias/>

5) Juan Antonio Acacio y Gabriela Wyczykier – Fundación Ambiente y Recursos Naturales – *Un mar azul para un futuro común. Conflictos y resistencias frente al avance fósil en Argentina* – (2024)

<https://farn.org.ar/wp-content/uploads/2024/08/Un-mar-azul-para-un-futuro-comun.->

[Conflictos-y-resistencias-frente-al-avance-fosil-en-la-costa-argentina_compressed.pdf](#)

6) Wildlife Conservation Society (WCS Argentina) – *La Ley 3308 y la protección del Golfo San Matías* – (2023)

<https://argentina.wcs.org/es-es/Quienes-somos/Noticias/articleType/ArticleView/articleId/18016.aspx>

7) Foro para la Conservación del Mar Patagónico y Áreas de Influencia – *Organizaciones ambientalistas rechazan la modificación de la Ley 3308 de Río Negro para seguir protegiendo el Golfo San Matías* – (2023)

<https://marpatagonico.org/organizaciones-ambientalistas-rechazan-la-modificacion-de-la-ley-3308-de-rio-negro-para-seguir-protegiendo-el-golfo-san-matias/>

8) Observatorio Petrolero Sur (OPSur) – *Golfo San Matías: organizaciones logran suspender la audiencia pública por el oleoducto* – (2023)

<https://opsur.org.ar/2023/03/20/golfo-san-matias-organizaciones-logran-suspender-la-audiencia-publica-por-el-oleoducto/>

9) Delfino, Emilia – *Vaca Muerta Sur: diez claves sobre el oleoducto de YPF y el conflicto social y ambiental alrededor de la obra* – *ElDiarioAR* – (2023)

https://www.eldiarioar.com/sociedad/medio-ambiente/vaca-muerta-sur-diez-claves-oleoducto-ypf-conflicto-social-ambiental-alrededor-obra_1_10468420.html

10) Greenpeace Argentina – *Alerta: el Golfo San Matías, pulmón de la Península Valdés, en peligro* – (2023)

<https://www.greenpeace.org/argentina/story/problemas/oceanos/alerta-el-golfo-san-matias-pulmon-de-la-peninsula-valdes-en-peligro/>

11) Legislatura de la Provincia de Río Negro – *Ley 3309: modificación del régimen de protección ambiental del Golfo San Matías* – (2022)

<https://web.legisrn.gov.ar/legislativa/legislacion/ver?id=3309>

12) Asociación Argentina de Abogados/as Ambientalistas (AAdeAA) – *Publicaciones sobre el Golfo San Matías* – (2023–2025)

<https://aadeaa.org/tag/golfo-san-matias/>

13) Observatorio Petrolero Sur - (OPsur) – *Vaca Muerta: 5,6 incidentes ambientales por día*– (2022)

<https://opsur.org.ar/2022/05/26/el-otro-record-de-vaca-muerta-56-incidentes-ambientales-por-dia/>