



**XXI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación**  
**Departamento de Ciencias de la Comunicación (FaCSO • UNSJ)**  
**5, 6 y 7 de octubre de 2017, San Juan**

**Autor o autores:**

Apellido: Furgiuele  
Nombre: María Valeria  
Correo electrónico: mavafur@gmail.com  
Institución a la que pertenece: UNSL

---

Apellido: Reinoso  
Nombre: Juan Manuel  
Correo electrónico: juanmanuelreinoso@yahoo.com  
Institución a la que pertenece: UNSL

---

**Título de la ponencia:**

LOS SENTIDOS MEDIÁTICOS Y LA PROTESTA SOCIAL,  
EL CASO PEPSICO EN LA PRENSA GRÁFICA NACIONAL

**Área temática:** Discursos, lenguajes y textos

**Palabras claves (3):** - Discursos-trabajadores-medios gráficos

---



## **1- Resumen (máximo 1600 caracteres sin espacios):**

El 20 de junio de 2017 la empresa multinacional PepsiCo cerró sus puertas, dejando a cientos de trabajadores y trabajadoras en la calle. Desde esa fecha los/as trabajadores/as de la empresa llevaron adelante una serie de protestas. Con el pasar de los días el conflicto fue creciendo hasta transformarse en tapa de la mayoría de los medios nacionales y provinciales. ¿Qué sentidos construyeron los medios de comunicación sobre el conflicto? En este trabajo nos proponemos analizar esos sentidos construidos en dos medios gráficos nacionales. Entendemos al campo del discurso mediático como todo aquel que pone en circulación sentidos, que están inscriptos en la sociedad y que tienen en la gráfica una materialidad visual – fotográfica - y textual-. Nos proponemos analizar, además de la producción de sentido del conflicto, su posterior desarrollo y la mirada de género propuesta por los medios. El conflicto es visibilizado a partir de las protestas por los despidos de 600 personas de la planta multinacional, la reubicación de otras 150, el cierre de la fábrica y la consiguiente importación de productos. Creemos además que podría existir cierto vínculo entre la construcción mediática generada y diferentes tipos de violencias de género de la que los medios no son ajenos.

## INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo se constituye como una primera etapa exploratoria sobre la construcción mediática de la protesta social en Argentina y la vinculación con la perspectiva de género. Aquí haremos hincapié sobre un acontecimiento particular: el conflicto entre la patronal y los trabajadores/as por el cierre de la fábrica de Snacks de la multinacional PepsiCo en la provincia de Buenos Aires, más precisamente en la localidad de Vicente López.

Nuestro interés radica en analizar la construcción de sentido que dos medios nacionales proponen sobre el conflicto entre los trabajadores/as y la empresa. En esa construcción incluiremos la mirada que los diferentes medios proponen sobre los actores sociales



involucrados en el conflicto y la perspectiva de género propuesta. Los diarios analizados son las versiones digitales de dos medios de comunicación de tirada nacional: Clarín y Página 12.

### PEPSICO EN ARGENTINA

La empresa multinacional PepsiCo comenzó a fabricar alimentos en 1993, durante el primer mandato de Carlos Menem como presidente de la nación. Algunos años después de su instalación en el país, empezó a adquirir otras fábricas del mismo rubro, para intentar controlar el mercado de snacks y productos afines en Argentina. Hoy cuenta con marcas como Lay's, Pepsi, Cheetos, Doritos, Twistos, Pehuamar, 3D's, Bun, Tostitos, Pop Korn, Quaker, Toddy y Zucoa, entre otras, y en el reparto del mercado se ha quedado con más del 80% del total. Según el diario La Nación la empresa facturó en la Argentina en 2016, bajo la marca PepsiCo alimentos, más de 4800 millones de pesos. Desde el cierre de la fábrica de Vicente López, la compañía ha empezado a importar productos de Chile para lograr sustituir parte de lo que antes fabricaba en Argentina.

### EL CONFLICTO

El 20 de junio de 2017 la empresa multinacional PepsiCo cerró sus puertas en la planta de Vicente López, dejando a cientos de trabajadores y trabajadoras en la calle. Desde esa fecha los/as trabajadores/as de la empresa siguen adelante con las protestas por el cierre.

Los argumentos con los que explicaron, en el comunicado oficial difundido por PepsiCo el 21 de junio de 2017, el repentino cierre fueron: "Los obstáculos inherentes a la ubicación de la planta en un área mayormente residencial, su compleja estructura de costos y extensos requerimientos logísticos". Además de una crisis económica desmentida por los empleados de la fábrica que nunca pudo demostrarse.



Luego del cierre, la gerencia de la empresa, empezó a citar a los/as trabajadores/as para empezar a negociar posibles indemnizaciones.

Seis días después del cierre los/las perjudicados/as por la decisión de la multinacional tomaron la planta de manera pacífica. A esto se le sumaron una serie de cortes de tránsito en la Autopista Panamericana de Buenos Aires y reclamos al gremio de la alimentación que no los apoyó en la lucha para recuperar sus puestos de trabajo y al intendente de Vicente López, Jorge Macri, que no hizo declaraciones en un primer momento y luego dijo no poder interceder ante la decisión de una empresa privada.

El 7 de julio, Gastón Larramendi fiscal de la causa pidió el desalojo de la planta. Tres días después los/las delegados/as de la empresa marcharon hacia el juzgado donde no pudieron obtener una medida favorable por parte de la justicia.

El 13 de julio miembros de Gendarmería y la Policía Bonaerense reprimieron a los/las trabajadores para lograr desalojarlos/las de la fábrica. Hubo gases lacrimógenos y balas de goma en la detención de cinco trabajadores/as.

Toda esta cronología del conflicto fue tapa de la mayoría de los medios nacionales y provinciales: ¿qué sentidos construyeron sobre el conflicto?

#### PUNTOS DE PARTIDA

Entendemos al campo del discurso mediático como todo aquel que pone en circulación sentidos, que están inscriptos en la sociedad y que tienen en la gráfica una materialidad visual – fotográfica - y textual. Desde esta perspectiva nos inscribimos en la propuesta de Eliseo Verón, quién entiende a los medios como instituciones sociales inmersos en tramas de poder que generan un producto: “el discurso mediático”, a través de mediciones y operaciones específicas.



El mismo Verón sostiene que los medios “no representan la realidad, la construyen” y en esta idea se sostiene la teoría de la enunciación propuesta por el mismo autor donde plantea como detectables, pero inseparables en todo discurso: la enunciación y el enunciado. Dice Verón: “no conviene separar el concepto de enunciación, del par del que es uno de sus términos. El orden del enunciado, es el orden de lo dicho, de una manera aproximativa: podemos decir que el enunciado es el orden del contenido; mientras que la enunciación concierne no a lo que es dicho, sino al decir y sus modalidades, a la manera de decir” (1984:172)

Ahora si nos centramos en el caso a analizar, ¿dónde radican las diferencias de la construcción discursiva de estos dos medios sobre el conflicto entre los trabajadores y la multinacional PepsiCo?

En términos de Verón el orden del 'enunciado' puede ser similar, lo que puede hacer variar un discurso de otro es 'la enunciación': “aquello que varía de una frase a otra, no es lo dicho, sino al decir y sus modalidades, a la manera de decir” (1984:172).

Es decir que lo dicho en relación al conflicto por parte de Clarín y Página 12 podría haber sido similar en los dos medios, pero lo interesante es considerar las variaciones enunciativas del decir de un conflicto que atraviesa intereses bien distintos: el de los trabajadores, el de los empresarios, el del Gobierno Nacional y el de los sindicatos.

También trabajaremos lo que en la perspectiva veroniana se denomina dispositivo de enunciación, que en la prensa gráfica lo llama 'contrato de lectura' entre los que se distinguen el pedagógico, el cómplice y el objetivo. Mientras que en el primero se establece una asimetría entre el enunciadore y los destinatarios, en el segundo hay un equilibrio en la propuesta comunicativa entre ambos; mientras que en el tercero construye una distancia con el respecto al lector.



Las variaciones que los diferentes medios tienen en sus contratos de lectura alteran significativamente la construcción propuesta de la protesta social, como la del caso PepsiCo.

### ANÁLISIS DEL CORPUS

Los artículos que elegimos para realizar el análisis de los sentidos mediáticos del caso PepsiCo son de los días 16 y 17 de julio de 2017.

La primera, publicada en Página 12, es una crónica denominada “Las mujeres, primeras víctimas del ajuste” con la autoría de Mariana Carbajal, tiene la particularidad de entremezclar la historia de la líder de la protesta social por los despidos de PepsiCo con otra historia, la de la instalación de los temas de género en la militancia gremial.

Podemos notar que el titular plantea una historización de las trabajadoras en el conflicto por los despidos como así también la idea de que las mujeres son protagonistas, en tanto víctimas, en el mencionado conflicto. En la bajada hay un dato estadístico, relacionado con la precarización laboral de las mujeres y todos los riesgos que eso conlleva, con una denuncia a la policía por el violento desalojo de la planta.

Al inicio de la nota se presenta lo siguiente: “Catalina ‘Katy’ Balaguer ‘quiere trabajo’”. Aquí vemos como el medio sostiene en su política editorial una perspectiva de género. El caso del conflicto de PepsiCo, es de alguna forma transversalizado desde el género, pone la voz de las mujeres como protagonistas; las que no son visibilizadas, mencionadas o tomadas como fuentes en la construcción de Clarín.

La autora en la nota va alternando la historización de la lucha fabril feminista desde la historia vida de Balaguer, quien asume en su palabra los principales presupuestos de



reivindicaciones feministas en cuanto a condiciones laborales y ejercicio de violencias por parte de la patronal. Denuncia y particulariza la explotación laboral desde una idea de economía del cuidado que afecta principalmente a las mujeres. Para sostener su punto de vista la autora cita una frase de Balaguer: “La desocupación, sabe, pega con más fuerza a las mujeres”. Además utiliza datos oficiales de Indec sobre la desocupación en Argentina, enlazando la problemática con la historia de la trabajadora. Particulariza poniendo en el cuerpo y la voz de la “Katy” el dato estadístico.

Hace uso del recurso de cita de autoridad dándole voz a una investigadora. Verónica Galgo del CONICET, especializada en género y trabajo, quién menciona el rol protagónico de las mujeres en la organización de la lucha, poniendo énfasis en los distintos ejercicios de violencia a los que están sometidas sobre todo en el actual contexto de desocupación de la fábrica PepsiCo.

En las líneas siguientes la periodista analiza que la feminización de la protesta no queda aislada en el caso particular de PepsiCo sino que esto forma parte de un ejercicio de violencias múltiples y cotidianas a las que se enfrentan las mujeres, que alzan su voz a un movimiento más amplio de resistencia denominado Ni una menos.

Algunas de las marcas discursivas que logramos reconocer es la cercanía entrevistadora/entrevistada, haber escuchado a Kathy en su casa parece darle mayor legitimidad al discurso: “En diálogo con Página12 en su casa de San Martín, cerca de esa planta donde pasó más horas que en su propio hogar”.

En el último párrafo de la crónica se menciona a la mayor autoridad en la Provincia de Buenos Aires “Vidal no las escuchó” hace referencia negativa de una persona que no sabe escuchar y es la gobernadora. Es una contraposición entre mujeres que están en el escenario público pero desde las luchas gremiales, unas entreveradas con el movimiento feminista Ni Una menos y otra que forma parte de la cúpula del gobierno. Con esto lo que planteamos es



que existe una contraposición de figuras y voces, de subalternidades y escuchas, no se trata de mujeres “sin voces” sino de mujeres que no son escuchadas por la responsable del ejercicio político provincial.

La siguiente es una noticia de Página 12 titulada “Jornada de lucha por PepsiCo” publicada también el 16 de Julio de 2017.

El medio propone una mirada amplia sobre la jornada de protesta en el que prioriza voces de distintos actores de la lucha sindical argentina. En cuanto al titular podemos decir que la volanta del medio presenta un carácter netamente informativo al igual que el título. La volanta y la bajada tienen continuidad con respecto a enunciar y describir las distintas medidas que van a ser sostenidas en las protestas. El título engloba además el marco de lo que se decidió.

Para analizar el uso de las fuentes de información seleccionamos al siguiente fragmento: “Esto demuestra que los ilegales eran ellos y que la represión fue una decisión política del gobierno de Macri, que en persona pidió dureza contra nosotros y nuestras compañeras. Queremos ahora ver a Macri, que dice tener tanto apego a la ley, cómo hace cumplir el fallo“. El medio le da legitimidad a la voz de Camilo Mones, delegado de PepsiCo, quien construye una visión del presidente vinculado a la dureza y a la represión como decisión política.

En la noticia se mencionan los distintos actores que estuvieron presentes en la jornada, en este punto podemos afirmar que el medio les otorga cierta prioridad a un abanico de actores sociales que se despliegan en el escenario de la lucha por la resolución del conflicto, que incluye a sindicatos, dirigentes opositores y organismos de Derechos Humanos: “Del plenario participaron más de cincuenta trabajadores de PepsiCo, incluidos muchos que fueron obligados a arreglar y tras la represión decidieron denunciar la extorsión que sufrieron y luchar por sus puestos”. Vemos allí una marca, con la mención de cada



sindicato evitando los reduccionismos de banderas y pluralidad de voces partidarias y políticas, pone en relieve que el conflicto adquiere niveles de articulación entre la clase trabajadora principalmente y espacios políticos.

En la noticia, el medio hace uso prioritario de las fuentes sindicales para poner el eje del conflicto en la voz de los/as trabajadores/as. La única fuente oficial que se incorpora es la de un legislador opositor. No encontramos citadas fuentes del gobierno nacional ni provincial.

La primera noticia del diario Clarín analizada es del 17 de julio . Aquí podemos ver en primer término que el medio pone en la volanta -Elecciones 2017-de ese modo ubica al acontecimiento entre los/as trabajadores/as y la empresa en un contexto electoral; en la bajada podemos observar un intento de desplazamiento discursivo del conflicto y de la represión a los /as trabajadores/as de la empresa, hacia posibles efectos electorales en las PASO. El medio reconoce una represión pero no hace hincapié en la gravedad del acontecimiento sino en el posible impacto en las elecciones para el actual oficialismo nacional y provincial.

El texto inicia con un discurso directo en el que la fuente no es claramente identificada, en el primer párrafo se le atribuyen ideas a un colectivo o funcionario pero no son claramente reconocibles, se plantean en un inicio diferentes posicionamientos frente al conflicto: "Cuando queremos mostrar cercanía, terminamos apoyando la represión a trabajadores. Es un verdadero problema". Aquí el que habla es un alto funcionario de Cambiemos.

Hay además una serie de marcas en el discurso que muestran las diferentes voces del gobierno frente al conflicto. En la construcción del acontecimiento propuesta por Clarín, se le da la palabra al ministro de seguridad bonaerense, Cristián Ritondo, quien relata algunos aspectos del diálogo con el presidente Macri: "Me pidió firmeza. Me dijo que no respondiéramos a la violencia, pero que actuáramos". En la declaración de Ritondo



podemos ver que la fuente desarrolla de una idea: que firmeza y actuación no son sinónimo de violencia y a su vez pareciera establecer una asociación entre violencia y trabajadores/as.

También se menciona una fuente incierta pero atribuida al oficialismo: “‘Es que Macri piensa así, no hay otra cosa’, explican en el Gobierno. Aseguran que no es un posicionamiento ante sectores inversores o una estrategia de diferenciación política: ‘Es sólo su posición’, añaden las mismas fuentes”. En estas declaraciones se deslinda un posible interés en el capital inversor, se coloca al presidente como una persona que tiene una posición asumida y la medida de actuación frente al conflicto no puede dar lugar a revisiones: “no hay otra cosa” pero no queda claro el posicionamiento del oficialismo frente al conflicto.

El diario describe la campaña del oficialismo con la pretensión de "mostrar cercanía con la gente, escuchar al ciudadano, hacer propuestas de solución", Encontramos de alguna forma una vinculación con el primer párrafo que coloca la búsqueda de cercanía desde la conflictividad, mientras las propuestas son de cercanía: las estrategias del presidente contradicen dichas acciones.

El medio intenta deslegitimar los principios ideológicos de los partidos de izquierda, al minimizar el levantamiento de sus banderas: “En ese marco, los partidos de izquierda encuentran una bandera para levantar. Y se suman a la protesta”.

Parece que busca ocultar, bajo una cita directa atribuida confusamente a la “Casa Rosada, su posicionamiento sobre el tema que está esbozado en la apreciación sobre la izquierda: “Es la Línea Panamericana, los mismos dirigentes que fueron las tomas y los piquetes de las fábricas de Lear, Donelly o Kraft’, buscan minimizar en la Casa Rosada”.

Más adelante el medio vuelve a marcar un claro posicionamiento en torno al conflicto social, aludiendo a la marcha que se realizará día siguiente a la publicación, viendo a la



protesta como un nudo conflictivo para otro sector de la sociedad ajeno al caso PepsiCo: “En plena hora pico, un corte en el centro porteño”.

También Clarín hace un balance acerca del gobierno y las elecciones, colocándolo en ventaja frente a un sector del sindicalismo y la principal dirigente opositora, Cristina Fernández de Kirchner. Marca las contradicciones de la ex presidenta por un conflicto similar al de PepsiCo cuando era mandataria.

Sobre el final de la noticia dice: “Pero el conflicto está allí. Y gana espacio, abriendo la puerta a un debate sobre la situación laboral que Cambiemos pensaba esquivar en esta elección”, lo que condensa lo planteado en la volanta de esta nota; el eje del conflicto para el gobierno no es velar por derechos laborales, sino por los posibles resultados de las próximas elecciones.

El segundo texto periodístico que elegimos del diario Clarín se titula: Marcha de trabajadores de PepsiCo y la izquierda contra los despidos. En el titular observamos una particularidad que es la incorporación de un tercer actor al conflicto: la izquierda. En la volanta se delimitan los actores que intervienen en el acontecimiento; la bajada es breve e informativa y amplía la acción que desarrollarán los actores enunciados en el título.

El medio elige al inicio de la noticia poner en primer plano a los partidos de izquierda y sindicatos (con una marca que en su adjetivación homogeniza el pertenecer a una clase, borrando las especificidades que aglutina y diferencia la diversidad política implicada) por los/as trabajadores/as de PepsiCo: “La calle será hoy nuevamente el canal de visibilización elegido por partidos de izquierda y sindicatos clasistas para mostrar su reclamo por los despedidos en PepsiCo”. Por otra parte, hace alusión a la voz de “organizadores”, adjudica una cita directa pero no individualiza su enunciador.



En la noticia observamos que hay una cadena de acciones que parecen vincularse en causas y consecuencias sin poner énfasis en la conflictividad y gravedad: “Solamente está contemplado que hablen en la marcha trabajadores de la multinacional que cerró su planta de Florida, situación que desembocó en su toma con la consiguiente represión la semana pasada”.

En el desarrollo el diario Clarín sigue corriendo el eje del reclamo hacia los precandidatos de las PASOS, de partidos de izquierda y nombres propios de dirigentes sindicales cuando apoyan la lucha del conflicto pero no son parte del mismo: “Promueven el reclamo Nicolás del Caño y Myriam Bregman, precandidatos a diputados”.

El diario coloca como enunciador presente y activo al Gobierno quién afirma que hay una jugada y un aprovechamiento político de la situación por parte de los partidos de izquierda frente a la conflictividad y la campaña: “Para el Gobierno es una jugada ‘política’ porque ‘los partidos de izquierda tomaron protagonismo con lo de PepsiCo y estamos en el medio de la campaña’.”

En el último párrafo el medio utiliza la voz del colectivo “organizadores” quienes critican el discurso vacío con impronta Neoliberal por parte del Gobierno: “Para los organizadores, en cambio, ese ‘es un discurso vacío’” porque ‘estamos en presencia de una política contra los trabajadores con despidos y flexibilización laboral’.”

Hay una intención en Clarín de generar un cierto equilibrio discursivo exponiendo diferentes voces. La oficial, en contra de la protesta y la sindical a favor de la misma. En el titular de la noticia el medio parece inclinarse hacia la perspectiva del Gobierno dándole a la marcha una connotación negativa vinculando directamente el sentido de los trabajadores/as de PepsiCo con una ideología; la de la izquierda.



### Algunos puntos de llegada

Entre las principales comparaciones que podemos realizar respecto al análisis discursivo de los dos medios es que claramente hay distinciones vinculadas a las fuentes referidas para la construcción del acontecimiento, Página 12 utiliza una fuente especializada en trabajo y género- Verónica Galgo-, una sindicalista víctima de despido por práctica sindical- Katy Balaguer-, fuentes sindicales- Camilo Mones-, lo que nos permite afirmar que hay una mirada que prioriza las voces de los sindicatos para comunicar y construir el acontecimiento; en el caso del diario Clarín hay una priorización en el uso de fuentes oficiales- Macri, Ritondo, “Casa Rosada” atribuidas confusamente- y “organizadores” como un colectivo englobador sin precisiones durante la cobertura del acontecimientos en el corpus seleccionado.

En cuanto a la mirada de género podemos observar que en Clarín hay una invisibilización de la mujer en tanto actora social, que lucha por los derechos laborales y que ocupa el espacio público para manifestarse e intentar modificar una situación. Las marcas discursivas más claras en la que podemos notar la visibilidad de la lucha particular de las mujeres es en el uso no sexista del lenguaje en Página 12, en tanto que Clarín homogeniza bajo el sustantivo “sindicalista y trabajadores” sin particularizar la conflictividad y la complejidad del caso.

Por otra parte Página 12 propone una mirada desde la perspectiva de género, a cargo de una periodista especializada, Mariana Carabajal, mientras que en Clarín no se presenta el mismo tratamiento ni perspectiva y el material es publicado bajo el género noticia.

En relación a la pluralidad de voces, la consulta de diferentes fuentes de información, no caracteriza a ninguna de las dos construcciones propuestas por Clarín y Página 12 sobre el caso PepsiCo. Ese silenciamiento de algunas voces, en Clarín la de los/las trabajadores/as y



en Página 12 las del oficialismo, no hacen más que acentuar las partidizaciones de los medios.

En cuanto al dispositivo de enunciación podemos encontrar en Página 12 un tipo de contrato que lo ha caracterizado históricamente: el cómplice, dialoga con el destinatario, ejemplo de esto es el título “Las mujeres, primeras víctimas del ajuste” como inicio de una interpelación a la situación de las mujeres en los distintos procesos de luchas laborales. A lo largo del texto se construye un/a lector/a informado que de manera simétrica comparte valores culturales y de género y que de alguna forma tiene ese universo de significados compartidos para acceder al texto. La interpelación se presenta en varias marcas discursivas que adjetivan y hacen uso de un colectivo inclusivo pese a narrar la historia de vida de una de las sindicalistas.

En relación a Clarín, observamos ciertos desplazamientos del contrato en algunos títulos y pasajes de la noticia, haciendo valoraciones que no connotan transparencia en las marcas discursivas, y que lo acercan a una cierta complicidad con el enunciatario/a. Un ejemplo de esto es el título “Marchas de trabajadores de Pépsico y la izquierda contra los despidos” que bajo el colectivo “izquierda” homogeniza cualquier distinción de valoraciones políticas y partidarias, donde parecen ser dos los actores principales de esa disputa contra el desempleo, uno inmediatamente implicado y otro que aparece “naturalmente” vinculado a ese tipo de protestas y demandas. Pese a sostener un uso del discurso referido que en el título se encuentra, en la presencia de la tercera persona, sin aparentemente jerarquizar ni clasificar. Esa distancia con el/la lector/a, que no se planea desigual sino de manera simétrica.

Por otra parte no queremos dejar de destacar nuestra preocupación por un tema que debería ser central en el campo del periodismo y la comunicación, nada menos que la perspectiva



de género. Que dicha perspectiva aparezca en la comparación de la construcción de acontecimientos como algo novedoso no deja de resultar preocupante y sintomático. Teniendo en cuenta que la mayoría de las víctimas por los despidos son justamente trabajadoras y están invisibilizadas en el diario de mayor tirada en la Argentina. En este sentido y teniendo en cuenta la función social del periodismo, con el que miles de ciudadanos toman decisiones, construyen subjetividades, representaciones y juicio de valor, nos parece para reflexionar y revisar el sentido del ejercicio profesional en la actualidad.



## **BIBLIOGRAFÍA**

ALSINA, Rodrigo (1996 [1989]) *La Construcción de la Noticia*, Editorial Paidós, Madrid, España (2da reimpresión)

ATORRESI, Ana Los estudios semióticos. El caso de la crónica periodística. Red federal. Buenos Aires, 1996.

ESCUDERO CHAUVEL, Malvinas, el gran relato. Gedisa, Barcelona. 1996.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. “Los subjetivemas afectivo y evaluativo”, “Subjetividad deíctica frente a afectiva o evaluativa”, “La grilla enfrentada al corpus”, en *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Exicial, Bs. As., 1997.

MIRALLES, Ana María, *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Ed. Norma 2001

VERÓN, Eliseo, *El cuerpo de las imágenes*, Ed. Norma, Argentina, 2002.

-----*La semiosis social, fragmentos de una teoría de la discursividad*, Ed. Gedisa, México, 1980.

-----“Prefacio”. En: *Construir el acontecimiento*. Gedisa. 1987

**Red**  
NACIONAL  
de Investigadores en  
COMUNICACIÓN



# XXI JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN



La comunicación en la producción del conocimiento  
como objeto de políticas públicas y políticas universitarias  
en contextos de desinversión



-----“El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media”. En: Les médias, expériences, recherches actuelles, applications. París, IREP. 1985