



Artista invitado

Juan Fernando Sánchez Suárez

De la serie *Insectos*

Técnica mixta, cartón pulpa, hilos,
acrílicos, lapiceros, plástico molido

Dimensiones variables

2020



Análisis del discurso de Gustavo Petro frente a la prensa colombiana. Un enfoque erístico*

*Giohanny Olave Arias (Colombia)***

Resumen

Este artículo indaga en la relación entre el discurso presidencial colombiano actual y los sectores informativos y de opinión en el país, presentándola como una «relación erística» que sigue sus propias reglas de juego y que muestra funciones específicas en el sistema democrático. El enfoque metodológico es el análisis del discurso en perspectiva interpretativa, a través del estudio de dos escenas públicas: una intervención oratoria en la entrega de los premios Simón Bolívar (2022) y una entrevista concedida a la revista Cambio (2023). Los resultados muestran dos estrategias construidas por el decir presidencial en reacción a lo que considera ataques de los grupos de poder que controlan esos medios: la metadiscursividad en clave de lucha por la información veraz y la construcción del objeto de discurso «relato periodístico» como herramienta de combate verbal. Se concluye que en la introducción de un modelo competitivo de relaciones periodismo-gobierno nacional es donde el presidente cristaliza más claramente su esfuerzo por rechazar vínculos con sectores y prácticas del poder político más tradicional, cuestión que queda desplazada por la espectacularización de la disputa.

Palabras clave

Análisis del Discurso; Opinión Pública; Periodismo; Conflicto Político; Colombia.

Fecha de recepción: febrero de 2024 • **Fecha de aprobación:** abril de 2025

* Artículo derivado de la investigación del proyecto *¿Cómo se ganan las discusiones en redes sociales? La destreza agonial en interacciones políticas contemporáneas*, 2025-2026, Vicerrectoría de Investigación y Extensión; Universidad Industrial de Santander, en coautoría con el dr. Dairon Alfonso Rodríguez Ramírez.

** Licenciado en Español y Literatura. Magíster en Educación. Magíster y doctor en Lingüística. Profesor e investigador de la Escuela de Idiomas, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Industrial de Santander. Correo electrónico: giolavar@uis.edu.co - Orcid: 0000-0001-6794-6472 - Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=4AzyAywAAAAJ>

Cómo citar este artículo

Olave Arias, Giohanny. (2025). Análisis del discurso de Gustavo Petro frente a la prensa colombiana. Un enfoque erístico. *Estudios Políticos* (Universidad de Antioquia), 72, pp. 172-193. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n72a07>

Discourse Analysis of Gustavo Petro on the Colombian Press. An Eristic Approach

Abstract

This article investigates the relationship between the current Colombian presidential discourse and the information and opinion sectors in the country, presenting it as an “eristic relationship” that follows its own rules of the game and that shows specific functions in the democratic system. The methodological approach is the Discourse analysis from an interpretive perspective, through the study of two public scenes: an oratory intervention at the Simón Bolívar awards ceremony (2022) and an interview given to Cambio magazine (2023). The results show two strategies constructed by the presidential statement in reaction to what it considers attacks by the power groups that control these media: metadiscursivity in the key of struggle for truthful information and the construction of the discourse object “journalistic story” as a tool for verbal combat. It is concluded that the introduction of a conflictual model between journalism and national government is where the President most clearly crystallizes his effort to reject links with sectors and practices of the most traditional political power, an issue that is displaced by the spectacularization of the dispute.

Keywords

Discourse Analysis; Public Opinion; Journalism; Political Conflict; Colombia.

[173]

Introducción

Este texto sostiene que el discurso presidencial colombiano actual profundiza un tipo de relación competitiva con los sectores informativos y de opinión en el país, especialmente con aquellos vinculados con las industrias periodísticas de mayor influencia y cobertura. Esta competencia será presentada como una «relación erística» que sigue sus propias reglas de juego y que muestra funciones específicas en el sistema democrático.

Las relaciones tensas entre las figuras presidenciales y los medios de opinión e información en Latinoamérica pueden condensarse en tres contradicciones que emergen a partir de un agonismo de tipo competitivo entre: i) el político «periodista» versus el periodista «político»; ii) la manipulación de la información versus el control del poder gubernamental; y iii) la identidad de los proyectos progresistas versus la máscara de los gobiernos autoritarios.

Las tres tensiones pueden enmarcarse en lo que Andreu Casero Ripollés (2008, p. 114) denomina «modelo competitivo» en la relación entre periodistas y políticos, una forma de interacción que se aproxima a la contraposición entre la defensa de la libertad de prensa y el reclamo de equilibrio en la información sobre los gobiernos dentro de las democracias liberales. El periodismo, en esta tradición más antagonista, ejerce como «cuarto poder» o «poder en la sombra» (Graber, 1995 citado en Casero Ripollés, 2008, p. 114), supervisa y le hace contrapeso al poder, especialmente al gubernamental. Por su parte, los líderes políticos exigen garantizar que la información mediática sea concebida como un derecho para los ciudadanos.

En el modelo competitivo, más específicamente, periodistas y políticos pugnan por definir los hechos sociales y controlar las percepciones de los ciudadanos, especialmente, cuando esos hechos resultan controversiales o sensibles. Se trata de una lucha por el dominio de las representaciones simbólicas colectivas (Gerstlé, 2005), en la cual políticos y periodistas se disputan el espacio del discurso social, rivalizan entre sí por doblegar al discurso y al sistema comunicativo del contendor, y para ello se esfuerzan por mantener un delicado equilibrio entre distanciamiento y proximidad con sus competidores.

[174]

En los proyectos latinoamericanos autodenominados «progresistas» (Gaudichaud, Webber y Modonesi, 2019) el ánimo competitivo por parte de los políticos a menudo apela a la crítica contra una lógica mercantil aplicada a la información. Esta percepción se convierte en una bandera política a través de algunas acciones gubernamentales, como la creación de medios alternativos (Cañizález y Lugo, 2007) y el impulso de contra agendas mediáticas a partir del «periodismo ciudadano» (Gómez y Ramos, 2015).

Precisamente, esa intervención activa de los gobiernos progresistas en el ámbito periodístico es criticada como una forma de populismo latinoamericano (Saavedra, 2023, febrero 13). Silvio Waisbord (2012), por ejemplo, argumenta que la inclinación al control sobre los medios genera reticencia al control político que ellos pueden ejercer, producto de una visión antagónica entre el pueblo y las élites corporativas dueñas de los medios de información, división que se traduciría en la disputa entre los medios leales al proyecto gubernamental y aquellos que lo obstruyen, y que implicaría justificar la intervención del Estado sobre estos últimos.

En el marco de esa problemática más general, en este artículo se revisa la disputa local entre el presidente Gustavo Petro Urrego (2022-2026) y algunos medios periodísticos al completar su primer año de gobierno. Esta problemática ha sido abordada desde los propios medios periodísticos involucrados a través de géneros de opinión —columnas y editoriales— que presentan los discursos de Petro como estigmatizaciones y ataques deliberados a la libertad de prensa (Cortés, 2022, abril 3; La Silla Vacía, 2024, diciembre 20). Las críticas a menudo se respaldan en los informes y denuncias públicas de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP, 2025), con quienes el presidente también ha mantenido una relación tensa durante su gobierno.

[175]

En el campo del análisis del discurso, los antecedentes todavía son escasos y se concentran en la detección de sesgos en el encuadre informativo de medios tradicionales (Díaz, 2015; Fuentes y Avilán, 2024; Niño, 2024; Palacio, 2024; Ulloa, 2025), con posicionamientos críticos frente al discurso periodístico y favorables a la figura presidencial.

A partir de una perspectiva retórica de la comunicación política, Catalina Uribe Rincón (2024) ha explicado estas relaciones tensas como

una profunda desconfianza del presidente con la prensa, por representar a las élites que su proyecto político denuncia como fuerzas retardatarias, resistentes al cambio.

Un antecedente principal de este análisis se remite a un trabajo que examina este tipo de disputas en el contexto de la campaña presidencial de Petro como candidato en las elecciones de 2018 (Olave, Duarte, Moncayo y Acosta, 2022, pp. 77-102). En ese estudio, se concluye que en el manejo de la tensión entre gobierno y periodismo se juega uno de los equilibrios más difíciles de sostener para los proyectos progresistas: radicalizar la pluralidad sin ceder a la tentación de homogeneizar los medios informativos.

Este texto quiere extender esa reflexión situándola ahora como un problema central en el gobierno en curso de Gustavo Petro. El estudio de estas relaciones tensas, más allá del análisis de casos y del tono de denuncia que muestran los antecedentes, puede ayudar a comprender el gobierno Petro bajo un modelo competitivo de la comunicación política en el que están involucrados, en igual medida, los medios de opinión y la voz presidencial. De ahí que el artículo se inserte en las discusiones del análisis discursivo a partir de un enfoque erístico para examinar la competitividad como clave de la confrontación entre gobierno y prensa.

[176]

En primera instancia, se explica de manera general la base conceptual propuesta para la entrada analítica; luego se aborda el primer discurso del corpus, la escena oratoria, para mostrar la construcción de un posicionamiento erístico por parte del presidente; a continuación, se aborda el segundo discurso del corpus, la escena dialéctica, concentrándose en los tramos en los que Petro reitera el sintagma «relato periodístico» para construirlo como un objeto de discurso (Koch, 2014) y utilizarlo como un recurso metadiscursivo de contraataque, por lo cual es denominado aquí como un «objeto de combate»; finalmente, se problematizan las funciones políticas de la lucha contraperiodística que deja ver el corpus del caso particular colombiano, pensando esas funciones para el marco amplio de las democracias.

1. Marco teórico y conceptual: usos erísticos del metadiscurso en política

La reflexión parte de una visión posestructuralista sobre el ejercicio de poder por parte de los actores de interés, los medios de opinión y el

presidente Gustavo Petro, de manera que el análisis de sus relaciones tensas permita entenderlas como un tipo de relación de fuerza entre discursos, más que como un ejercicio de dominación o de acumulación del poder en uno de los actores.

La convicción de que los medios periodísticos funcionan como agentes hegemónicos y deslegitimadores de proyectos gubernamentales de izquierda ha hecho carrera en Latinoamérica a partir de categorías centrales de inspiración gramsciana, como las de hegemonía y sociedad civil (Dagnino, 2001), lo cual lleva a construir puentes de continuidad discutibles entre hegemonía política y hegemonía mediática (Ulloa, 2025). En el mismo sentido han operado perspectivas como la Manuel Castells (2009) sobre la comunicación y el periodismo político contemporáneos, al relevar la contradicción y la asimetría entre actores sociales como elemento fundante de las relaciones políticas. Chantal Mouffe (2021), por su parte, sin abandonar el antagonismo como núcleo de lo político, observa que la importancia de los medios no radicaría tanto en su capacidad de imponer un cierto relato sobre lo social y de obstruir los planes de acción de la izquierda, sino en el espacio de interés que abren para disputar esos relatos, de cara a la ciudadanía: «Reconocer el poder de los medios significa también tomar conciencia de las muchas posibilidades de cambiar la orientación de este poder. Lo que la izquierda necesita es más imaginación en su utilización de los medios, con el objetivo de transformarlos en un ámbito de confrontación agonista» (p. 142).

[177]

Este artículo se concentra precisamente en ese espacio de confrontación agonista, dejando en suspenso la discusión acerca del poder de los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública o la noción misma de poder mediático, lo cual excede los alcances del texto.

En algunas situaciones públicas de desacuerdo verbal o en tramos específicos de ese tipo de interacciones pueden aparecer instancias de confrontación entre los actores que vuelven tenso el intercambio e incluso marcan la hostilidad entre los participantes. En trabajos anteriores (Olave, 2019; Olave, Duarte, Moncayo y Acosta, 2022) se ha propuesto que la erística constituye una dimensión de la expresión del desacuerdo, una condición transversal de las relaciones sociales y, por extensión, de buena parte de las interacciones argumentativas, si bien ella misma no constituye un tipo de argumentación, sino más bien su reverso.

Por lo tanto, los usos erísticos del lenguaje no comprometen a los contendientes a resolver la diferencia, sino a permanecer en ella, esto es, a aplazar el acuerdo a través de acciones de fuerza que conducen a desplegar los recursos que el usuario sabe usar con destreza, aunque ello implique romper reglas dialécticas y suspender el desarrollo de argumentos.

Uno de esos recursos, de especial potencia, lo constituye la metadiscursividad utilizada en clave erística. La noción de metadiscursividad ha sido abordada principalmente como un fenómeno de reflexividad a través de la identificación de marcadores metadiscursivos (Ädel, 2006), un conjunto de estrategias de interacción, desde la retórica de la escritura académica (Hyland, 2005), y un procedimiento argumentativo, desde las teorías de la enunciación polifónica (García, 2018). En su concepción más general, «el discurso acerca del discurso o la comunicación acerca de la comunicación» (Vande, 1985, p. 83) manifiesta la capacidad de convertir la forma del decir —y no necesariamente el contenido de lo dicho— en el foco o problema principal de la interacción comunicativa. A partir de una perspectiva materialista del discurso, Michel Pêcheux (2016, p. 187) lo asocia con la capacidad de tomar distancia de la formación discursiva que le impone ciertos modos de decir, a través de un proceso de «contraidentificación» que:

Consiste en una separación (distanciamiento, puesta en duda, puesta en cuestión, puesta en entredicho, revuelta...) respecto de lo que el «Sujeto universal» le «da a pensar»: lucha contra la evidencia ideológica, en el terreno de esta evidencia, evidencia afectada por la negación, invertida en su propio terreno. El desvío comporta trazos lingüísticos: «lo que usted llama la crisis del petróleo», «sus ciencias sociales», «tu Santa Virgen» [...]. En suma, el sujeto [...] se contra-identifica [sic] con la formación discursiva que le impone el «interdiscurso» como determinación exterior de su interioridad subjetiva, lo que produce las formas filosóficas y políticas del *discurso-contra* (p. 187).

Así, de acuerdo con Pêcheux (2016), es inevitable que los discursos contengan huellas de los discursos anteriores que los han motivado, así como de las relaciones de fuerza en medio de las cuales han emergido.

Los usos metadiscursivos en clave de lucha entre Gustavo Petro y los periodistas adversos a su programa gubernamental ponen en cuestión la verdad de las palabras —de unos y otros—, aspiran a orientar la opinión pública y rechazan opiniones para imponer otras que las contradicen. En

[178]

la contraidentificación los discursos asumen directamente el control de la construcción de subjetividades, entendidas como «posiciones de sujeto» (Pêcheux, 2016), en clave de lucha contra los discursos que los interpelan. La subjetividad entendida a partir de este enfoque no remite al individuo que ejerce soberanamente la construcción de su propia identidad, sino al sujeto que es efecto de la interpelación ideológica, determinado sociohistóricamente en la estructura y el espacio social desde donde habla.

Finalmente, se observa que estos usos erísticos de la metadiscursividad pueden apoyarse también en la construcción de «objetos de discurso», esto es, reconfiguraciones de la realidad a la que remiten los enunciados, orientadas hacia ciertos sentidos a través de recursos lingüísticos y estrategias recurrentes encadenadas a lo largo del texto.¹ Desarrollando una tradición sociocognitiva sobre la referencia (Mondada y Dubois, 1995; Apothéloz y Reichler-Béguelin, 1995), Koch (2014, p. 47) plantea que «el discurso construye los “objetos” a los cuales remite, al mismo tiempo que es tributario de esa construcción».

En las reflexiones actuales de la lingüística textual en Brasil los objetos de discurso son estudiados como parte central del proceso de referenciación: «Los objetos son todo aquello que es tratado en el texto, todo lo que en él es tematizado y lo que se relaciona indirectamente con lo que se focaliza en ellos, pero no como algo ya dado y listo para la interpretación, porque los objetos no son asuntos que preexisten al texto» (Cavalcante, 2022, p. 270). Eso explica que los objetos de discurso sean inestables y estén sujetos a la construcción y reconstrucción continua a través de la variedad de operaciones textuales de remisión y referencia presentes cada vez que una acción y una interacción verbal retoman esos objetos.

[179]

2. Marco metodológico

El estudio sigue los principios metodológicos del análisis del discurso como técnica interpretativa y crítica de datos textuales leídos como discursos, esto es, como articulaciones entre los textos y sus lugares sociales de producción, circulación y recepción (Maingueneau, 2014), con lo cual «su objeto no es ni la organización textual ni la situación de comunicación, sino aquello que los anuda a través de un modo de enunciación. El Análisis

¹ Algunos trabajos que utilizan la categoría de *objeto de discurso* son Ingedore Grunfeld Villaça Koch (2021), Frédérique Sitri (2006) y Elvira Narvaja de Arnoux (2011).

del discurso tendría como objetivo, entonces, indagar en esos modos de articulación» (Narvaja de Arnoux, 2019, pp. 31-32). Como método, el análisis discursivo parte de una pregunta que se plantea el analista basado en una inmersión en los datos empíricos y que trata de responder a través de hipótesis explicativas y bajo procedimientos inferenciales de orden abductivo, es decir, de encadenamiento de hipótesis durante un proceso de ida y vuelta entre el soporte teórico y los datos empíricos. A partir de indicios o huellas de regularidades capturadas en sucesivas lecturas, el procedimiento abductivo permite identificar, describir y relacionar esas huellas como indicios reveladores de lógicas de construcción de los textos analizados.

El artículo se enfoca en las formas metadiscursivas a través de las cuales el presidente de Colombia mantiene y profundiza desacuerdos con el periodismo informativo y de opinión. Para hacerlo, se relevan dos fuentes principales como corpus: i) el discurso de Gustavo Petro en la ceremonia de entrega de los premios de periodismo Simón Bolívar el 16 de noviembre de 2022; y ii) segmentos de una entrevista concedida por el presidente Petro a la revista Cambio el 12 de marzo de 2023. Ambas escenas discursivas, una oratoria y la otra dialéctica, se ubican en el primer año de gobierno Petro y son atendidas y difundidas masivamente en el ecosistema mediático colombiano. La selección de ambos materiales responde principalmente a la tematización explícita del discurso periodístico en la voz del presidente. En el primer caso, como parte del evento comunicativo —una premiación de periodistas— y en el segundo caso, como rechazo directo a algunas noticias y medios informativos en medio de la entrevista concedida.

Las decisiones analíticas están orientadas por el marco teórico referido, esto es, se focalizan las zonas metadiscursivas en los materiales seleccionados para dar cuenta del posicionamiento contraidentificatorio de Petro frente al periodismo y se rastrea la construcción textual de los objetos de discurso que presentan funciones erísticas.

3. Resultados

3.1 El posicionamiento erístico de Gustavo Petro frente al periodismo

En uno de los eventos anuales más importantes para el gremio, el 16 de noviembre de 2022 el presidente Petro inauguró la entrega de premios a periodistas colombianos destacados a través de un discurso que

[180]

avanza en sentido contrario a ese reconocimiento de la especificidad de la labor periodística. Petro, primero, insistió en el estatuto de «oficio» para el periodismo y desde ahí lo emparentó con el oficio ejercido por el político: «El oficio de Periodista y, lo que se ha convertido en un oficio, la política, el político profesional, comparten el mismo escenario, casi que los mismos rituales. Son grandes comunicadores sociales» (Petro, 2022, noviembre 16, párr. 3).

Sobre la base implícita del estatuto legal² del periodismo como oficio —y no como profesión—, Petro encuentra en la «comunicación social» la actividad que borraría la frontera entre los periodistas y los políticos. No es claro si estos últimos también habrían dejado de ser profesionales en algún momento de la historia —instante indeterminado y paralelo a la historia del periodismo en Colombia— o si bien habrían añadido el estatus de oficio a su condición de políticos profesionales. Este mismo sintagma aparece en los siguientes párrafos con cierta ambivalencia entre oficio y profesión. En todo caso, la idea de la comunicación social es expandida en el discurso más allá de los oficios en cuestión, hacia la condición humana misma: «Todo ser humano es un comunicador social. La humanidad se define, esencialmente, cada persona se define, esencialmente, porque es un ser en la comunicación, nace en la comunicación, pero *hay unos más grandes que se vuelven más grandes por los medios o por el poder*» (Petro, 2022, noviembre 16, párr. 4. *Cursiva añadida*).

[181]

De ese modo, el oficio de comunicar, ejercido de forma natural por cualquier persona, queda condicionado y reencuadrado dentro del aspecto introducido después del conector adversativo: *los medios y el poder* diferencian la potencia de unos comunicadores con respecto a otros. Petro autocorrigió el carácter natural de esa capacidad para presentar la potencia comunicativa como un rasgo adquirido, según se destaca en la cursiva añadida. A partir de esa vinculación entre comunicación —innata— y poder mediático —adquirido—, el presidente logra diluir el periodismo en el problema más general del alcance comunicativo, esto es, de las diferencias en la resonancia de los portavoces sociales. Con ese descentramiento, la movida siguiente consiste en introducir una condición antagónica natural

² En Colombia, la Constitución Política de 1991 impulsó la abolición de la tarjeta profesional para periodistas en función del derecho a la libertad de expresión y de la autonomía del ejercicio periodístico frente al control del Estado. Una reconstrucción histórica y revisión general sobre el impacto de ese estatuto legal en el gremio puede verse en Ángela Castillo y Ronald Silva (2018).

entre periodistas y políticos: «Esa capacidad de comunicar de una manera mayor dentro de la sociedad genera una tensión permanente. Una tensión que siempre existirá mientras existe el oficio de periodista y del *político profesional*» (Petro, 2022, noviembre 16, párr. 5. Cursiva añadida).

El retome de la cuestión del oficio es interesante aquí porque muestra un retorno a la idea de estatus profesional del político en la relación tensa con el oficio del periodismo. En adelante, es esa tensión el foco del discurso. Por un lado, se trataría de un enfrentamiento connatural al estatus de ambas figuras sociales, una relación confrontativa de la que Petro no rehúye y, más bien, rescata. Por otro lado, el sintagma *político profesional* ya queda asentado antagónicamente con la figura del periodista de oficio, a través de un gesto sarcástico: «Pero esa tensión³ que hoy permanece, vuelve difícil la relación *político profesional* periodista. Un político aquí, en medio de tantos periodistas, puede correr *riesgos*. A mí me gustan los *riesgos*, entonces, por eso vine» (Petro, 2022, noviembre 16, párr. 6. Cursivas añadidas).

Ese sarcasmo responde indirectamente a las críticas incipientes que, para ese momento, ya denunciaban opinadores públicos acerca de la animadversión de Petro frente a los medios (Infobae, 2022, octubre 21; Vargas, 2022, junio 25), cuestión que escaló en los meses siguientes hasta plantear que la prensa es el nuevo enemigo político creado por el mismo presidente (Cañizález, 2023, abril 19; León, 2023, abril 4). ¿A qué «riesgos» se refiere Petro con ese embate? A los que se derivarían de los periodistas ejerciendo el oficio —y ya no la profesión— de políticos: «El político se puede transformar en periodista, *cuando hace control político, investiga, cuando presenta el debate* es un periodista. Y el periodista se puede volver político» (Petro, 2022, noviembre 16, párr. 7. Cursivas añadidas).

Sin embargo, de acuerdo con las citas precedentes a esta última, el ejercicio de cambio de roles no resultaría simétrico, pues el político profesional puede ejercer el oficio periodístico, pero el periodista, al volverse político, no podría ejercer ese oficio con estatus profesional. Efectivamente, la primera transformación es ejemplificada con las acciones que harían del político un periodista —véanse cursivas añadidas—, incluso si ellas incluyen escenarios autorreferenciales, como el de un político haciendo *control político*, pero

³ En la transcripción oficial se lee aquí «esa atención», pero el contraste con el registro audiovisual permite percibir que se trata de un equívoco por «esa tensión», sintagma que guarda mayor coherencia según la progresión temática (Presidencia de la República-Colombia, 16 de noviembre 2022).

la transformación del periodista en político carece de esa ejemplificación e introduce una ambigüedad considerable en el tercer uso de la palabra «político» —*el periodista se puede volver político*—, en el cual no es claro si ese término está sustantivando o adjetivando a la figura del periodista.

En el mismo sentido, el discurso deja aquí en suspenso un conjunto de representaciones sociales sobre el periodismo que son funcionales al posicionamiento confrontativo: no es lo mismo un periodista convertido en político —transformación que el propio presidente Petro parece admitir como una opción democrática—, un «periodista de política» —que cubre noticias sobre política, regulado por la aspiración a la objetividad— y un «periodista político» —en el sentido de «politizado», léase, sesgado—. El juego de esas representaciones sugeridas retoma el núcleo de la confrontación introducido antes: «Y esa frontera, un tanto difícil de colocar, entre el periodismo como comunicador social y la política como comunicadora social, pues *nos va a enfrentar, nos va a encontrar, siempre estaremos juntos, siempre estaremos enfrentados*» (Petro, 2022, noviembre 16, párrs. 7-8. *Cursivas añadidas*).

El paralelismo de la cita le añade un acento épico a la idea de la confrontación periodismo-política, con los agentes desplazados y un destino inevitable y cíclico. Si no hay manera de escapar de ese antagonismo, lo que resta es asumirlo como parte del juego democrático. Este reemplazo de la aspiración al consenso por el mantenimiento de la tensión y la profundización del disenso entre unos y otros actores públicos constituye un posicionamiento particular al que se denomina «erístico», por hacer de la permanencia en el desacuerdo un modo de interacción que sigue sus propias reglas. En el caso del discurso analizado, el presidente Petro cierra ese posicionamiento acudiendo a una interrogación retórica múltiple y a una referencia directa a la continuidad de su disenso con la prensa:

Y entonces, ¿Un periodismo independiente de los poderes económicos? Problema. Y, entonces, ¿Cómo se ejerce? ¿Y, cómo se mantiene? ¿Y, cómo se vive de él? Y, entonces, ¿Qué papel tiene que ver el surgimiento de las redes? ¿Propicia esa independencia? O, ¿la profundiza? ¿Qué es hoy, en el siglo XXI, una prensa independiente del poder? [...]

Dejó ahí un poco el planteamiento, porque *es lo que he discutido durante muchos años* siendo parlamentario y dirigente político (Petro, 2022, 16 de noviembre, párrs. 24-25. *Cursivas añadidas*).

[183]

En el encadenamiento de esas preguntas retóricas hay más de contradicción que de interrogación. El punto principal que aparece como crítica en ese escenario es la dificultad —¿imposibilidad?— de pensar en un periodismo que sea independiente del poder económico y la visión de las redes sociales como canales alternativos de información y opinión.

Este último cuestionamiento indirecto es clave para conservar el antagonismo con la «gran prensa», pues introduce la contradicción en clave temporal: el viejo periodismo, sesgado y pagado por las corporaciones, frente al nuevo periodismo *del siglo XXI*, con la posibilidad de ser *independiente del poder económico*. El uso frecuente de Twitter por parte de Petro parece responder a esta construcción antagónica, aupada además por la animadversión que provoca el «presidente tuitero» entre la opinión periodística colombiana (López, 2022, octubre 6; Duarte, 2023, febrero 1.º).

3.2 La fuerza del objeto de combate «relato periodístico»

En este apartado se rastrea el funcionamiento erístico del discurso presidencial en algunos tramos especialmente tensos de una entrevista ofrecida al medio digital Cambio el 12 de marzo de 2023. Los tramos fueron elegidos porque muestran ese funcionamiento a través de la reiteración del sintagma *relato periodístico*, con presencia hasta casi el final de la entrevista —1:37:38, de una duración total de 1:41:4—.

El sintagma relevado constituye un objeto de discurso (Koch, 2014; Mondada y Dubois, 1995), es decir, su referencia no preexiste a la actividad cognitivo-interactiva de los hablantes, sino que se va construyendo durante la interacción verbal y remite metadiscursivamente a esa misma actividad luego de ser introducido como objeto textual por primera vez en el minuto 24:46, como reconstrucción (Koch, 2014, p. 49) reformulada del sintagma *informe periodístico* construido en el minuto 24:21:

(24:21) **Petro:** *el informe periodístico* terminó cambiando la historia | porque no era [...] sino que era [...]

(24:46) **Petro:** [...] y el *relato periodístico* vincula incluso eso con [...] | y junta todo (Cambio, 12 de marzo de 2023).

Es decir que una vez introducida la referencia —externa a esta entrevista— a un informe periodístico particular, adverso al presidente, el objeto textual es reactivado por una forma referencial que conserva el

[184]

modificador adjetival, pero reformula *informe* por *relato* desplazando el sentido de lo informativo-objetivo —la noticia neutral— a lo narrado-arbitrario —la noticia sesgada—. Esa reconstrucción aparece en los siguientes momentos de la entrevista, como se observa en el siguiente encadenamiento de *relato-relator periodístico-relato periodístico*:

(40:42) **Petro:** [...] nada tiene que ver con lo que ustedes ponen en la prensa | porque van hilando un *relato* con la intención de | en cierta forma | desprestigiar al gobierno | pero no es cierto || cómo es que *el relator periodístico* no liga eso con [...].

(44:40) **Petro:** entonces | pongan *el relato* como es | al derecho [...].

(49:55) **Petro:** no | es que eso no se está ni planificado... ni pensado ni hablado || eso es *un relato periodístico* (Cambio, 12 de marzo de 2023).

En todos esos momentos la introducción del objeto se da como reacción en forma de corrección frente a las afirmaciones expresadas por los periodistas. La primera como instrucción, la segunda como negación. Esa condición reactiva y correctiva del objeto *relato periodístico* es la clave para la estabilización de su sentido en las demás apariciones del sintagma. En cada una de ellas se rechazan las afirmaciones de los periodistas a través de la reiteración del objeto de discurso:

[185]

(59:32) **Periodista:** se ve una | un poco un rompimiento- si le soy sincero entre- entre usted [y-].

(59:38) **Petro:** [-no] eso es un *relato periodístico*.

(1:03:33) **Petro:** [...] es primo, pero eso lo pueden cambiar en *el relato periodístico* [...].

(1:03:35) **Periodista:** pero lo dijo Cielo Rusinque | no [no el periodista].

(1:03:36) **Petro:** [los- los primos no se-] sí pues se equivocó | es primo || él no es funcionario de la alcaldía.

(1:06:55) **Petro:** *el relato periodístico* debe mostrar el contexto [...] (Cambio, 12 de marzo de 2023).

En todos los tramos la corrección del decir periodístico es un contragolpe metadiscursivo con el cual la voz presidencial convierte el

objeto de discurso *relato periodístico* en un objeto de combate. Se disputa la definición de la realidad por la cual interrogan los periodistas, pero también los discursos mismos que son evaluados negativamente, puestos bajo sospecha de uno y otro lado, y que tratan de desestabilizar al interlocutor, visto como contraparte. El siguiente segmento, ya avanzada la entrevista, con sus solapamientos e interrupciones deja ver un momento particularmente tenso de la interacción a partir de una operación de desenfoque (Koch, 2014, p. 49) en la cual uno de los periodistas intenta introducir un nuevo objeto de discurso —*crisis ministerial*— que será rechazado por el presidente una vez más a través del objeto de combate ya estabilizado:

(1:17:09) **Periodista 1:** la semana ha estado tan movida que la crisis ministerial parece ya | digamos [...].

(1:17:12) **Petro:** ¿Cuál crisis ministerial?

(1:17:14) **Periodista 1:** exacto | eso ya pasó hace rato.

(1:17:16) **Petro:** yo no he visto crisis [ministerial].

(1:17:17) **Periodista 1:** [eso | eso ya] pasó hace rato || [Si se van tres ministros...].

(1:17:17) **Periodista 2:** [pues si se van tres ministros hay crisis ministerial] Ese es | ese *el relato periodístico*.

(1:17:23) **Periodista 1:** Ese es *el relato periodístico*.

(1:17:24) **Periodista 2:** pero no con usted sino con todos.

(1:17:25) **Petro:** es *relato periodístico*.

(1:17:27): **Periodista 1:** bueno | entonces | luego de ese *relato periodístico* que llevó a la salida de tres ministros [...] (Cambio, 12 de marzo de 2023).

La estabilización del objeto de combate deja su huella a partir del minuto 1:17:17, cuando los periodistas introducen en su propio discurso el sintagma en cuestión y operan con él de manera concesiva. Esa estabilización significa que el objeto termina siendo aceptado e incorporado por los contendientes como un arma útil y en uso activo durante el combate verbal. En el breve intercambio final, en el que Petro

reafirma el objeto —1:17:25: es *relato periodístico*—, queda claro que no está dispuesto a nombrar de otro modo la realidad que los periodistas refieren y que estos últimos utilizan la concesión y el sintagma mismo sólo como una estrategia para continuar interrogando, pero no como una manera genuina de darle la razón a la contraparte o de cambiar de postura. De hecho, tanto en la versión audiovisual como en la textual (Cambio, 2023, marzo 11) se anota la presencia de risas sarcásticas de los tres participantes, en clave de burla mutua. El desacuerdo seguirá profundizándose en los siguientes tramos, ahora con cuestionamientos y evaluaciones negativas directas contra las acciones y decisiones del presidente, por ejemplo:

(1:26:44) **Periodista:** no tiene sindéresis digamos que usted diga vamos a [tener un fiscal independiente y nombre a su abogado en la terna]

(1:26:48) **Petro:** [mire ojo, ojo con] Héctor Carvajal porque también hay *relatos periodísticos* [...].

(1:29:56) **Petro:** el- el *relato periodístico* que acabas de hacer tiene un pequeño desliz [...] (Cambio, 12 de marzo de 2023).

[187]

En ambos momentos el cuestionamiento al presidente Petro es desestimado a través del sentido de narrativa sesgada que activa el objeto de combate *relato periodístico*. Más allá de la legitimidad de las críticas por parte de los periodistas, aquí se repara en el mecanismo metadiscursivo que avanza como contracrítica y contraidentificación, y que se va convirtiendo en un razonamiento correctivo a lo largo de la progresión textual, formulable del siguiente modo:

Usted sostiene [un dato] **A**

Yo [contradigo/me opongo/niego]: **-A**

A no es [una información periodística] **B sino** [un relato periodístico] **C**

C degrada a D [el oficio periodístico];

Usted debe corregir A(C) con B

reconociendo que -A = B

Con lo cual el contenido de la reacción adversa por parte del político como «comunicador social» contendría la información veraz que ha sido reemplazada por relatos periodísticos. Estos últimos reducen el oficio a una mera narrativa politizada de los asuntos públicos. Por supuesto, es muy poco probable que un periodista acepte este razonamiento —es decir, que $-A=B-$, por lo tanto, el desacuerdo queda garantizado.

4. Discusión

La disputa entre el presidente Gustavo Petro y un sector del periodismo es funcional a la aparición de un modelo competitivo entre políticos del Poder Ejecutivo y periodistas de los «grandes medios» (Casero Ripollés, 2008, p. 116), modelo interaccional que para el caso de Colombia se ha visto ampliado por la llegada de un presidente que se autoidentifica como progresista y de izquierda.

Es precisamente ese aspecto de la identificación de Petro en el que se cristaliza más claramente su esfuerzo por rechazar aquellas críticas que lo vincularían con sectores y prácticas del poder político más tradicional. Frente a eso que recibe como embates de la prensa y de sus contradictores, el presidente contragolpea metadiscursivamente a través de un posicionamiento erístico explícito y el uso de objetos discursivos de combate, como el construido a través del sintagma «relato periodístico».

Sin embargo, estos procesos de «contraidentificación», como lo plantea Mónica Zoppi-Fontana (2005, p. 41), al significar negativamente las identidades defendidas —es decir, *yo no soy eso que usted dice que soy*—, corren el riesgo de quedar «presas» de las representaciones adversas y de las evaluaciones negativas que enfrentan.

El avance del gobierno en curso muestra la expansión de un discurso público, tanto político como periodístico, concentrado cada vez más en esas confrontaciones entre Petro y los medios que, además, obtienen la atención y el consumo —digital— de tribunas amplias (Rincón, 2024, julio 7). Esa atención por parte de la ciudadanía, ávida del espectáculo competitivo y del despliegue de acciones de fuerza discursiva, parece ser uno de los principales efectos de las disputas en el campo mediático y en la percepción del ejercicio presidencial.

[188]

Conclusiones

Este artículo se propuso analizar las formas metadiscursivas a través de las cuales el presidente de Colombia, Gustavo Petro, mantiene y profundiza desacuerdos con el periodismo informativo y de opinión nacional. Se abordaron dos discursos de diferente género —conferencia y entrevista— y modalidad —oratoria y dialéctica—. Ambas escenas discursivas se ubican en el primer año de gobierno y adelantaron el tono que adquiriría la relación del presidente con la prensa durante el desarrollo de su periodo gubernamental.

Aunque la relación entre Petro y los medios de comunicación —especialmente, los de opinión— usualmente se ha definido en clave adversarial, los hallazgos demuestran que se trata de una relación más próxima a un modelo competitivo de la interacción gobernante-periodistas. En efecto, el control sobre la discursividad periodística y la disputa permanente por la agenda tienen mayor relevancia en el posicionamiento del presidente que el avance de una simple descalificación de los medios, gratuita e inmotivada. En el mismo sentido, es difícil sostener que el grueso de la prensa actualmente ejerce una vigilancia y escrutinio al poder gubernamental desde la independencia de intereses o desde el equilibrio informativo, pues su posición a menudo se ve comprometida por los financiadores y la afinidad con sectores políticos adversos al gobierno.

[189]

No es una relación adversarial, entonces, basada en la desconfianza del presidente sobre las élites dominantes, en la extensión de la lucha de clases o en su carácter «populista» (Uribe, 2024, p. 165), sino que se trata de una interacción de orden competitivo, en la cual los actores pugnan por legitimarse como portavoces de las mayorías, ganar el favor de la opinión pública e instalar sus propias narrativas; eso sí, a través de acciones discursivas de fuerza más que de debates argumentados, como es propio de las interacciones erísticas.

Las relaciones erísticas son una expresión clara del desacuerdo público, pues se trata de interacciones en las cuales los participantes se concentran en contrariar lo dicho por sus contrapartes, reales o imaginadas. Para ello, los interlocutores no emplean argumentos que les permitan llegar a conclusiones contrarias a las posiciones de sus contrincantes, sino que más bien desplegarán una serie de elementos discursivos y metadiscursivos

que crean nuevas áreas de tensión o amplifican las ya existentes a través del ecosistema mediático.

Queda pendiente, entre otros asuntos aquí apenas esbozados, detenerse en este último aspecto, la mediatización de la relación erística entre el presidente y los periodistas, porque puede añadirle otras funciones al contra periodismo presidencial en el orden de la instalación de la agenda mediática y la espectacularización de la —lucha— política en nuestra región. Desde esta perspectiva, la pregunta tal vez más interesante no es si un presidente demócrata *debe* —¿puede?— corregir a los periodistas, sino el efecto de esas correcciones en la profundización de los desacuerdos públicos.

Referencias bibliográficas

1. Ädel, Anneli. (2006). *Metadiscourse in L1 and L2 English*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/scl.24>
2. Apothéloz, Denis et Reichler-Béguelin, Marie-Jose. (1995). Construction de la référence et stratégies de designation. En: Berrendoner, Alain et Reichler-Béguelin, Marie-Jose (eds.). *Du syntagma nominal aux objets-de-discours* (pp. 227-271). Université de Neuchâtel. <https://doi.org/10.26034/tranel.1995.2643>
3. Cambio. (12 de marzo de 2023). «No lo crié, esa es la realidad»: Gustavo Petro sobre su hijo Nicolás. Entrevista exclusiva. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=2hykcaTyEDE&ab_channel=CAMBIO
4. Cambio. (2023, marzo 11). Habla el presidente Gustavo Petro. <https://cambiocolombia.com/poder/habla-el-presidente-gustavo-petro>
5. Cañizález, Andrés. (2023, abril 19). Petro está colocando a los medios de prensa en un ring de boxeo. *Diario de Cuba*. https://diariodecuba.com/internacional/1681916737_46544.html
6. Cañizález, Andrés y Lugo, Jairo. (2007). Telesur: Estrategia geopolítica con fines integracionistas. *CONfines de relaciones internacionales y ciencia política*, 3 (6), pp. 53-64.
7. Casero Ripollés, Andreu. (2008). Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 111-128.
8. Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
9. Castillo, Ángela y Silva, Ronald. (2018). *20 años de la abolición de la tarjeta profesional para periodistas en Colombia: periodismo ¿oficio o profesión?* https://doi.org/10.48713/10336_18220
10. Cavalcante, Mônica Magalhães. (2022). Referenciação. Em: Cavalcante, Mônica Magalhães e Brito, Mariza Angélica Paiva (eds.). *Linguística textual. Conceitos e aplicações* (pp. 269-330). Pontes.

11. Cortés, Carlos. (2022, abril 3). El periodismo por Petro. La Silla Vacía. <https://www.lasillavacia.com/opinion/el-periodismo-por-petro/>
12. Dagnino, Evelina. (2001). Cultura, ciudadanía y democracia. Los discursos y prácticas cambiantes de la izquierda latinoamericana. En: Escobar, Arturo; Álvarez, Sonia y Dagnino, Evelina (eds.). *Política cultural y cultura política, una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos* (pp. 113-130). Instituto Colombiano de Antropología e Historia.
13. Díaz, Heidy Milena. (2015). Gustavo Petro: entre medios y política. El poder de la representación de los discursos mediáticos. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, D. C.
14. Duarte Sandoval, Laura. (2023, febrero 1.º). Trinando mando. *El Espectador*. <https://www.pressreader.com/colombia/el-espectador/20230201/281496460427508>
15. Fuentes, Yeimi y Avilán, Juan Camilo. (2024). *Análisis de los sesgos ideológicos en la cobertura de la Revista Semana sobre el Gobierno de Gustavo Petro*. (Tesis inédita de pregrado). Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá, D. C.
16. Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP). (2025). Sitio web. Filtro de búsqueda «Petro». <https://flip.org.co/busqueda-y-resultados?value=PETRO>
17. García Negroni, María Martha. (2018). Argumentación y puntos de vista evidenciales citativos: Acerca de la negación metadiscursiva en el discurso político. *Oralia*, 21 (2), pp. 223-242. <https://doi.org/10.25115/oralia.v21i2.6715>
18. Gaudichaud, Frank; Webber, Jeffery y Modonesi, Massimo. (2019). *Los gobiernos progresistas latinoamericanos del siglo XXI. Ensayos de interpretación histórica*. UNAM.
19. Gerstlé, Jacques. (2005). *La comunicación política*. LOM.
20. Gómez, Ava y Ramos, Juan. (2015). Medios Comunitarios en Bogotá. Indignación en tiempos de cólera. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 1 (2), pp. 149-168. <https://doi.org/10.15304/ricd.1.2.2668>
21. Hyland, Ken (2005). *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. Continuum.
22. Infobae. (2022, octubre 21). Gustavo Petro compartió una entrevista de Rafael Correa que intimida a medios de comunicación colombianos. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/10/21/gustavo-petro-compartio-una-entrevista-de-rafael-correa-que-intimida-a-medios-de-comunicacion-colombianos/>
23. Koch, Ingedore Grunfeld Villaça. (2014). *As tramas do texto*. Contexto.
24. Koch, Ingedore Grunfeld Villaça. (2021). A construção de objetos-de-discurso. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 2 (1), pp. 7-20. <https://doi.org/10.35956/v.2.n1.2002.p.7-20>
25. La Silla Vacía. (2024, diciembre 20). Petro critica artículo de La Silla y estigmatiza al medio. <https://www.lasillavacia.com/en-vivo/petro-critica-articulo-de-la-silla-y-estigmatiza-al-medio/>

26. León, Juanita. (2023, abril 4). Sin Uribe, Petro encuentra en los medios el culpable que necesita. *La Silla Vacía*. <https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/sin-uribe-petro-encuentra-en-los-medios-el-culpable-que-necesita/>

27. López Bueno, Sofía. (2022, octubre 6). ¿«Tuitero» o Presidente?: el debate sobre las opiniones de Petro. *El País*. <https://www.elpais.com.co/contenido-premium/tuitero-o-presidente-el-debate-sobre-las-opiniones-de-petro.html>

28. Maingueneau, Dominique. (2014). *Discours et Analyse du discours. Introduction*. Armand Colin.

29. Mondada, Lorenza et Dubois, Danièle. (1995). Construction des objets de discours et catégorisation: une approche des processus de référénciation. En: Berrendoner, Alain et Reichler-Béguelin, Marie-Jose (eds.). *Du syntagma nominal aux objets-de-discours* (pp. 273-302). Université de Neuchâtel. <https://doi.org/10.26034/tranel.1995.2644>

30. Mouffe, Chantal. (2021). *Agonística. Pensar el mundo políticamente*. Fondo de Cultura Económica.

31. Narvaja de Arnoux, Elvira. (2011). El objeto «socialismo» en el discurso político de Hugo Chávez. En: Arroyo, Gustavo y Matienzo, Teresita (comps.). *La argumentación* (pp. 41-75). Prometeo.

32. Narvaja de Arnoux, Elvira. (2019). El Análisis del discurso como campo académico y práctica interpretativa. En: Londoño, Óscar Iván y Olave, Giohanny (coords.). *Métodos de análisis del discurso* (pp. 17-38). Ediciones de la U.

[192]

33. Niño, Ludwing. (2024). *Consenso y encuadre noticioso en hechos de gobierno: ¿El periódico El Tiempo alimentó un disenso entre Gustavo Petro y su ministro de Educación, Alejandro Gaviria?* (Tesis inédita de pregrado). Universidad Externado de Colombia, Bogotá, D. C.

34. Olave, Giohanny. (2019). *Análisis del discurso en disputas públicas. Retorno a la Erística*. UIS.

35. Olave, Giohanny; Duarte, Johan; Moncayo, Jerónimo y Acosta, Cristian. (2022). *Análisis del discurso político: combates verbales de Gustavo Petro*. UIS.

36. Palacio, Jonathan. (2024). *La imagen de Gustavo Petro en las portadas de la Revista Semana durante la campaña presidencial 2021-2022*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Externado de Colombia, Bogotá, D. C.

37. Pêcheux, Michel. (2016). *Las verdades evidentes*. Centro Cultural de la Cooperación.

38. Petro Urrego, Gustavo. (2022, noviembre 16). Palabras del Presidente Gustavo Petro en la entrega de los premios de Periodismo Simón Bolívar [versión oficial escrita]. *Presidencia de la República de Colombia*. <https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Palabras-del-Presidente-Gustavo-Petro-en-la-entrega-de-los-premios-de-Perio-221116.aspx>

39. Presidencia de la República-Colombia. (16 de noviembre 2022). Presidente Petro en la entrega del Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar 2022 - 16/

nov/2022. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/embed/F2pJkUE9JmM?rel=0>

40. Rincón, Omar. (2024, julio 7). Petro en los medios, ¿y el país? *Razón Pública*. <https://razonpublica.com/petro-los-medios-pais/>

41. Saavedra, Ana María. (2023, febrero 13). Petro el tuitero vs. medios de comunicación. *Diálogo Político*. <https://dialogopolitico.org/agenda/petro-tuitero-vs-medios>

42. Sitri, Frédérique. (2006). La construction des objets de discours à la lumière de la thématization: les constituants thématiques multiples. *Linx*, 55. <https://doi.org/10.4000/linx.396>

43. Ulloa, Alejandro. (2025). La comunicación fallida: la lucha por la hegemonía política y la hegemonía mediática, durante el «gobierno del cambio». *Revista Boletín REDIPE*, 14 (2), pp. 35-60. <https://doi.org/10.36260/73g0xz13>

44. Uribe Rincón, Catalina. (2024). Petro, medios y desconfianza sistemática. En: Bruzzone, Daiana; Ricaurte, Paola y Rincón, Omar (eds.). *Más derechos, menos derechas. Acerca de la comunicación y la democracia en América Latina* (pp. 151-184). Clacso.

45. Vande, William. (1985). Some Exploratory Discourse on Metadiscourse. *College Composition and Communication*, 36 (1), pp. 82-93. <https://doi.org/10.58680/coc198511781>

46. Vargas, Emmanuel. (2022, junio 25). ¿Qué podrá esperar la prensa de Petro? *La Silla Vacía*. <https://www.lasillavacia.com/red-de-expertos/red-de-ciencia-e-innovacion/que-podra-esperar-la-prensa-de-petro/>

47. Waisbord, Silvio. (2012). Democracy, Journalism and Latin American Populism. *Journalism*, 14, pp. 504-521. <https://doi.org/10.1177/1464884912464178>

48. Zoppi-Fontana, Mónica. (2005). Identidades (in)formales. Contradicción, procesos de designación y de subjetivación en la diferencia. *Revista Versión*, 14, pp. 13-57.

[193]