



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Discursos sobre la “alimentación saludable” : un análisis de la disputa entre la periodista Soledad Barruti y la Doctora Mónica Katz en Instagram y Twitter**

**Autores (en el caso de tesistas y directores):**

**Daiana Florencia German Rieber**

**Juan Dukuen, tutor**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis: 2023**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Discursos sobre la “alimentación saludable”. Un análisis de la disputa  
entre la periodista Soledad Barruti y la Doctora Mónica Katz en  
Instagram y Twitter.**

---

**–Tesis de grado–**

**Octubre de 2022**

**Autora: Daiana Florencia German Rieber**

**DNI: 35271025**

**EMAIL: [daiufgr@gmail.com](mailto:daiufgr@gmail.com)**

**Celular: 11-5732-4410**

**Tutor: Juan Dukuen**

**JTP – Seminario de Diseño Gráfico y Publicidad**

**EMAIL: [juandukuen@gmail.com](mailto:juandukuen@gmail.com)**

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. BREVE ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	6
3. PREGUNTA PROBLEMA, OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
4. ENFOQUE TEÓRICO METODOLÓGICO GENERAL.....	9
4a. La sociología de Pierre Bourdieu.....	9
4b. Teoría de los Discursos Sociales.....	13
4c. La Retórica Antigua de Ronald Barthes.....	16
4d. La Teoría de la Enunciación.....	16
4e. La polifonía de Bajtín.....	18
4f. Las redes sociales.....	19
5. CORPUS.....	23
6. ANÁLISIS.....	27
<u>Capítulo I: Un conflicto de larga data.....</u>	28
6.1.a: Intrusismo.....	31
6.1.b: Tu porción justa.....	33
6.1.c: Lo preocupante.....	39
<u>Capítulo II: El conflicto de los helados.....</u>	44
6.2.a: ¿Qué comemos?.....	45
6.2.b: El derecho a la información.....	51
6.2.c: La salud se cuida con matrícula.....	56
6.2.d: Soberanía alimentaria.....	67
6.2. Digresión: Colonialidad del saber vs. saber colectivo.....	72
<u>Capítulo III: Etiquetado Frontal de Alimentos.....</u>	75
6.3.a: La Ley de Promoción de la Alimentación Saludable.....	75
6.3.b: El proyecto de ley y una nueva grieta.....	76
6.3.c: Nuevos actores levantan su voz.....	80
6.3.d: ¿Será ley?.....	82
6.3.e: Es ley.....	85
7. CONCLUSIONES.....	89
8. AGRADECIMIENTOS.....	92
9. BIBLIOGRAFÍA.....	93
10. ANEXO.....	103

# 1. INTRODUCCIÓN

Esta tesina se propone indagar disputas en torno a los sentidos atribuidos a “la alimentación saludable” a partir de un análisis de un corpus de discursos producidos por la Doctora Mónica Katz, especialista en nutrición y presidenta entre 2019 y 2020 de la Sociedad Argentina de Nutrición (SAN) y la periodista Soledad Barruti “dedicada a temáticas vinculadas a la alimentación, los sistemas alimentarios y los territorios”<sup>1</sup>, en el marco de las redes sociales Twitter e Instagram. Para ello, tomamos como objeto central una disputa específica entre ambas agentes, ocurrida a lo largo de enero de 2020, que llamaremos “el conflicto de los helados”. Este conflicto se produce a partir de una publicación que hizo Barruti criticando a los helados industriales de las marcas Arcor y Nestlé y a la posición de la SAN, resaltando la falta de políticas públicas que defiendan alimentos saludables. Esto precipitó una carta documento de Katz, dando lugar a una serie de publicaciones en Instagram, pero también muestras de apoyo de uno y otro lado en Twitter, las cuales analizaremos en esta tesina. Cabe destacar que las tensiones entre sus discursos son de larga data y cada tanto hay nuevos “chispazos”. Por eso, analizaremos también cómo se llegó a esa disputa de 2020, para luego avanzar sobre sus discursos sobre la Ley 27642 de Promoción de la Alimentación Saludable aprobada el 26 de octubre de 2021 por el Congreso de la Nación Argentina.

Hemos tomado el sintagma “alimentación saludable” como objeto del discurso identificable y de amplia circulación comunicacional en redes y medios, el cual condensa aquello sobre lo que trata la disputa, visible en las tensiones entre los discursos de Katz y Barruti en torno a la Ley 27642 que incluye ese sintagma en su título, así como en diversas publicaciones de ambas contendientes<sup>2</sup>. El adjetivo modificador directo (“saludable”) del núcleo del sintagma (“alimentación”) supone no solo que hay alimentación que no es saludable, sino también que se consumen productos que ni siquiera puedan calificarse como “alimentos” (la llamada “comida chatarra”). Sobre estas y otras cuestiones objeto de disputa nos detendremos en esta tesina.

En el marco de ese análisis nos interesa también dilucidar las estrategias de legitimación que ambas agentes ponen en juego a la hora de defender determinados sentidos sobre “la alimentación saludable”, partiendo de la hipótesis de que el capital cultural de tipo escolar-académico (Bourdieu, 1999), basado en la posesión o no de títulos universitarios

---

<sup>1</sup> Ver su presentación en <https://www.revistaanfibia.com/autor/soledad-barruti/>

<sup>2</sup> Ver: <http://www.dramonicakatz.com.ar/blog/1>; <https://mobile.twitter.com/KatzDra/status/696740941860888576>; [https://elauditor.info/actualidad/soledad-barruti---no-se-come-comida--sino-productos-\\_a6095580a8af54458300596de](https://elauditor.info/actualidad/soledad-barruti---no-se-come-comida--sino-productos-_a6095580a8af54458300596de);

ligados a la Ciencias de la salud (Médica/o, Lic. en nutrición) juega un papel central en la disputa. Esto se observa especialmente en quienes desde esas disciplinas académicas acusan a la periodista de “intrusista”, “de atentar gravemente contra la salud de la población, debido a que fomenta prácticas poco saludables, se desinforma con consejos inadecuados”. Así lo señalan muchos profesionales de la salud, entre ellos la nutricionista Melanie Gutzweiler, bajo el hashtag *#TuSaludSeCuidaConMatricula*<sup>3</sup>, resaltando de este modo que es la matrícula, certificado posible gracias a la posesión de un título universitario, lo que legitima poder hablar de alimentación.

En esta tesina, desde una perspectiva que buscará integrar herramientas del análisis del discurso en una sociología del poder (Bourdieu, 2001; cf. Dukuen, 2010), cuestión que ampliaremos en el próximo apartado, será necesario considerar la existencia del anclaje institucional de una disputa discursiva por la palabra legítima sobre “la alimentación saludable”.

Podríamos decir brevemente que de un lado está la SAN, una asociación civil sin fines de lucro, que congrega a profesionales del área de la nutrición, con el objetivo de promover y difundir el conocimiento científico de temas relacionados con la especialidad. La fundó el doctor Pedro Escudero en 1941 y fue pionera en Latinoamérica. En la actualidad cuenta con más de 900 socios entre los que hay Médicos, Nutricionistas, Bioquímicos y Técnicos en Alimentos. Además, se encuentra asociada a la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires (UBA), lo cual le permite organizar actividades docentes con su aval. Por último, hay que decir que dentro de sus propósitos está “mantener el prestigio de la especialidad y velar por la defensa de sus intereses”<sup>4</sup>. Ahora hablemos de su “portavoz”, la médica especialista en Nutrición, Dra. Mónica Katz, quien estuvo en la presidencia de la SAN en el período 2019-2020. Es fundadora y directora de numerosos cursos y carreras en diferentes instituciones como el del Hospital Municipal Dr. Carlos G. Durand, la Universidad Favaloro de Ciudad Autónoma de Bs As, y hasta tiene un centro que lleva su nombre. Además es autora de los libros *“No Dieta, Puentes entre la alimentación y el placer”* (Katz, 2008), *“Somos lo que comemos”* (Katz, 2010) y *“Más que un cuerpo: Cómo descubrir tu verdadera belleza”* (Katz, 2015), entre otros. Hay que decir que el concepto “No Dieta” es tan importante en su trabajo, que hasta lo patentó como método, fue desarrollado en otro de sus libros e incluso en 2009 realizó un gran evento bajo ese nombre donde participaron más de 500 personas, con el objetivo de difundir la idea de que las dietas restrictivas no deben indicarse y para brindar herramientas para perder peso sin renunciar al placer. Es una referente en el área y esto queda en evidencia tanto porque es convocada por distintos

---

<sup>3</sup> Ver: <https://www.instagram.com/explore/tags/tusaludsecuidaconmatricula/> (9 de enero de 2020)

<sup>4</sup> Más información acerca de la SAN en: <https://sanutricion.org.ar/acerca-de-la-san/>

medios a dar su punto de vista sobre temas de actualidad que toquen la arista de la nutrición, como por la cantidad de “seguidores” que tiene en sus redes sociales: en Instagram supera los 93 mil y en Twitter los 15 mil.

Por el otro lado, está Soledad Barruti quien es periodista y escritora, trabaja en temas vinculados a la alimentación y a la industria alimentaria y lo hace de forma totalmente independiente. Es decir que, en primera instancia, ya se observa que no encontramos allí un anclaje institucional fuerte, sino más bien, una posición “independiente”. Barruti participó de programas de radio y televisión y colaboró en distintos medios gráficos como La Nación, The New York Times, Revista Gatopardo, Revista Mu y Anfibia. Actualmente es la directora de Bocado- investigaciones comestibles: una red latinoamericana de periodistas con perspectiva científica y de derechos humanos, dedicada a temáticas vinculadas a la alimentación, los sistemas alimentarios y los territorios. Sobre esa temática brindó charlas en universidades nacionales e internacionales y ciclos en todo el país y en el exterior. Su primer libro de no ficción, *“Malcomidos, cómo la industria alimentaria argentina nos está matando”* (Barruti, 2013), lleva más de 17 ediciones, y su segundo título, *“Mala Leche, el supermercado como emboscada”* (Barruti, 2018), es un “best seller” en Argentina, y es ampliamente leído en otros países de América Latina. Finalmente, en lo que respecta a las redes sociales, en Instagram cosecha más de 385 mil seguidores y en Twitter más de 37 mil.

Recapitulando, esta tesina se propone analizar las disputas en torno a los sentidos atribuidos a “la alimentación saludable” a partir de un análisis de un corpus de discursos producidos por la periodista Soledad Barruti y por la Doctora Monica Katz, presidenta de la Sociedad Argentina de Nutrición (SAN), en el marco de las redes sociales Instagram y Twitter. Desde una perspectiva que intercepta herramientas del análisis del discurso con una sociología del poder, tomaremos como objeto una disputa específica entre Barruti y Katz, ocurrida en enero de 2020, que llamaremos “el conflicto de los helados”. Daremos cuenta de los antecedentes de ese conflicto y lo analizaremos, para luego avanzar sobre una indagación en torno a la disputa por la Ley 27642/21 de Promoción de la Alimentación Saludable. A continuación, vamos a centrarnos en el estado de la cuestión y el enfoque teórico metodológico de este estudio.

## **2. BREVE ESTADO DE LA CUESTIÓN**

En este apartado mencionamos los distintos trabajos realizados con anterioridad a esta tesina que fueron de utilidad para plantear y desarrollar el tema. Sin dudas, un disparador muy importante de esta investigación fueron las tesinas de grado de la carrera Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Seleccionamos algunas por abordar temas del campo de la salud y el ambiente, otras por la metodología de análisis y también por hacer una investigación de las redes sociales, puntualmente Instagram; cuestiones todas que atraviesan esta tesina.

La investigación realizada por Nicolás Biederman (2018), *“Liberen a Camila y Hernán’. Análisis de discurso de Greenpeace Argentina en el marco de la campaña ‘Salvá el Ártico’*, fue una poderosa guía. Encontramos en su trabajo en el campo de la ecología puntos de apoyo, ya sea en la referencia a perspectivas teóricas, como en el análisis del corpus y la forma de estructurar la tesina. En lo que tiene que ver con el campo de la salud y las redes sociales, destacamos el excelente trabajo de Denisse Domke y Guadalupe Primitivo (2017), *“Ser Fit. La producción simbólica del cuerpo fitness”*. Tenerlo a mano fue de mucha ayuda ya que nuestras temáticas se cruzaban y nos permitió tener un modelo teórico-metodológico afín a nuestro objeto de estudio.

Yendo a Instagram puntualmente, se pueden mencionar las tesinas de Pablo Federico Werner Pacheco (2018), *“Instagram: una nueva forma de comunicar diseño y moda”*; la de Alejandro Martín Lavalle (2017), *“De Bajtín al Smartphone: Instagram, ¿una nueva topología espectacular?”*; la de Juan Manuel Villar Ruiz y Mariana Gregorini Pereira (2019), *“Instagram como Dispositivo: Análisis de la plataforma para la construcción de una comunicación de marca”*; la de Florencia Marano (2017), *“Cómo comunicar a través de Instagram. Análisis de estrategias comunicacionales de las marcas Todomoda y Sofía de Grecia”* y por último la de Ana Montes y María Segura (2018), *“Somos la fitfamily: construcción de la subjetividad en las cuentas fitness de Instagram en Argentina”*. La lectura de estos trabajos aportó ideas para el análisis en redes sociales como así también bibliografía complementaria.

Por fuera de los trabajos de la carrera y siguiendo en el área de las redes sociales encontramos el trabajo de Laura Martín Alonso (2018) titulado *“El valor de los influencers de alimentación saludable en Instagram”* de la Universidad de Valladolid (España) donde se realiza un estudio de estos sujetos hoy tan populares en el 2.0. También está el artículo de

David Caldevilla Dominguez (2010) sobre las redes sociales y su consumo en la sociedad digital actual, el libro de Gonzalo Alonso y Alberto Arébalos (2011), "*La revolución horizontal*" y el actual artículo sobre las redes sociales en Iberoamérica, realizado por Mora Matassi y Pablo J. Boczkowski (2020).

Por último, fueron muy enriquecedoras para darle un marco más amplio al corpus las revistas de la Sociedad Argentina de Nutrición y los libros de Soledad Barrutti, "*Malcomidos, cómo la industria alimentaria argentina nos está matando*" (2013) y "*Mala Leche, el supermercado como emboscada*" (2018).

### **3. PREGUNTA PROBLEMA, OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Pregunta problema**

¿Cuáles son las estrategias de legitimación y deslegitimación que ponen en juego la periodista Soledad Barruti y la médica Mónica Katz a la hora de disputar determinados sentidos sobre “la alimentación saludable” en las redes sociales Instagram y Twitter? ¿Qué sentidos le atribuyen a esta alimentación cada una de estas agentes?

#### **Objetivo general**

El objetivo general de la investigación será contribuir a los estudios sobre el campo de la salud y el campo del periodismo y de los diversos agentes que lo integran.

#### **Objetivos específicos**

Indagar las disputas en torno a los sentidos sobre “la alimentación saludable” entre Barruti y Katz en el marco de las redes sociales Instagram y Twitter.

Analizar las estrategias de legitimación /deslegitimación puestas en juego en esas disputas relativas a los capitales culturales y simbólicos.

#### **Hipótesis**

El capital cultural de tipo escolar-académico, basado en la posesión o no de títulos universitarios -en este caso ligado a las ciencias médicas- juega un papel central en las estrategias de legitimación entre los agentes en disputa por los sentidos de “la alimentación saludable”.

#### **4. ENFOQUE TEÓRICO METODOLÓGICO GENERAL**

En este apartado desarrollaremos los principales conceptos teóricos que organizarán y guiarán el trabajo. Si bien utilizamos referencias de distintos autores de diferentes disciplinas de las ciencias sociales, dos de ellos ocupan un lugar privilegiado a la hora de analizar el objeto de estudio: el sociólogo francés Pierre Bourdieu y el semiólogo argentino Eliseo Verón.

##### **La sociología de Bourdieu**

Las redes sociales son, en una de sus dimensiones, espacios sociales virtuales (Beltrán Riaño, 2021) donde intervienen agentes que, proviniendo de otros campos (para los casos que aquí veremos el de la salud o el periodístico) con sus respectivas trayectorias y habitus específicos, entran en disputas discursivas en esas redes virtuales por la legitimación-reconocimiento positivo (capital simbólico) de sus discursos y la acumulación concomitante de diferentes especies de capital (como el cultural de tipo académico). Así, cada vez son más los profesionales de la salud, es decir, con un título académico legitimado por el Estado, que tienen un perfil público en la red social Instagram a través de la cual interactúan de diferentes formas, como también son muchos los que sin ser profesionales de la salud, sin tener un título académico que lo legitime (tema clave en la disputa analizada en esta tesina), utilizan el medio para referirse a un área que les interesa, logrando muchas veces darle más visibilidad que los agentes legitimados para hacerlo.

Señalado esta tensión en torno a la legitimidad del agente, y por lo tanto, de “la palabra”, como un punto de conflicto, tomaremos de la sociología de Pierre Bourdieu el concepto de **campo** entendido como “una red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones” (Bourdieu, 1995: 64). Los campos son espacios sociales en donde los agentes individuales o los grupos ponen en juego los distintos capitales con los que cuentan para competir por las ganancias específicas (capitales) que allí se disputan (Bourdieu, 1987 y 1995).

Extrapolando la anterior definición a nuestro objeto de estudio y utilizando la analogía del “campo de batalla” en la cual los contendientes rivalizan por establecer un monopolio del capital, identificamos en el campo de la salud dedicado a la alimentación, “**jugadores**” con distintas orientaciones, formaciones y propósitos. Un ejemplo es la Sociedad Argentina de Nutrición (SAN), una asociación civil sin fines de lucro que congrega a profesionales del área de nutrición con el objeto de mantener, promover y difundir el conocimiento de temas relacionados con la especialidad. Con más de 900 socios entre médicos y nutricionistas -

entre otras profesiones- la entidad afiliada a la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires (UBA) tiene dentro de sus propósitos mantener el prestigio de la especialidad y velar por la defensa de sus intereses.

Cabe destacar que hay otras organizaciones y actores con características particulares que intervienen en este campo de la salud, cuyos capitales supondrán ventajas o desventajas en la disputa con la SAN. Así, podemos encontrar organismos públicos como el Ministerio de Salud de la Nación, organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud (OMS), la ya citada Facultad de Medicina de la UBA, empresas privadas y periodistas, entre otros.

Respecto al campo periodístico, vamos a hacer especial hincapié en el trabajo desarrollado por la periodista y escritora Soledad Barruti, que trabaja temas vinculados a la alimentación y la industria alimentaria. Barruti, si bien no es profesional de la salud, no es médica ni nutricionista, ha dedicado gran parte de su carrera, a través de distintos medios, a realizar investigaciones sobre una “alimentación saludable” para las personas y el planeta.

Así veremos como entre dos agentes, la SAN, encarnada aquí principalmente en su portavoz y Presidenta, la Dra. Mónica Katz, y la periodista Soledad Barruti, como una referente periodística, se presentan conflictos de intereses: en estos casos, en el marco de la producción de información sobre “alimentación saludable” producida por Katz y Barruti, ambos campos (el de la salud y el periodístico) se interceptan. Una parte del conflicto se produce porque en ese cruce colisionan reglas de juego y capitales diferentes provenientes de los diferentes campos, donde el capital escolar-académico es utilizado como una estrategia clave de auto-legitimación (Katz - campo de la salud) y de deslegitimación del contradestinatario (Barruti) por “intrusismo”.

“Cada campo prescribe sus valores particulares y posee sus propios principios regulatorios. Estos principios definen los límites de un espacio socialmente estructurado donde los agentes luchan en función de la posición que ocupan en dicho espacio, ya sea para modificarlo, ya sea para conversar sus fronteras” (Wacquant, 1995: 24).

Esto nos lleva a otro concepto desarrollado por Bourdieu, el de **capital**, al cual define como un conjunto de propiedades adquiridas socialmente por un agente. Pueden estar incorporadas, objetivadas o institucionalizadas. El autor habla fundamentalmente de cuatro especies del mismo: el cultural, el social, el económico y el simbólico. Cada una de estas especies tiene que ver con relaciones sociales, conocimientos y condiciones materiales de

existencia y poder de los agentes en los campos. De este modo, los actores ocuparán un espacio determinado en base al capital acumulado. En el caso de la SAN, consideramos que ocupa un lugar preponderante debido al categórico **capital simbólico** acumulado.

“La existencia del capital simbólico, es decir, del capital ‘material’ en tanto que no reconocido y reconocido, recuerda que la ciencia social no es una física social, sin invalidar por ello la analogía entre el capital y la energía: que los actos de conocimiento que implican el no reconocimiento y el reconocimiento forman parte de la realidad social y que la subjetividad socialmente constituida que los produce pertenece a la objetividad” (Bourdieu, 1991: 2).

Volviendo al objeto de estudio en cuestión, decíamos que esta asociación civil ocupa un espacio privilegiado en el campo debido a la legitimación de su capital por otros agentes. Para decir esto nos basamos en el capital simbólico que fue construido en base a:

-El tiempo: La SAN fue fundada en 1941 por el Dr. Pedro Escudero, es decir, lleva 81 años de vida en el campo de la salud.

-Lo novedoso: Fue la pionera en Latinoamérica.

-Su presencia en varias provincias: Su sede central está ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pero también se encuentra en Córdoba, Mendoza y Tucumán.

-Las relaciones institucionales: a nivel internacional la SAN forma parte de la Unión Internacional de Ciencias de la Nutrición (IUNS) y el Consejo Internacional de Avances de la Nutrición (ICAN). Además es miembro del Foro Intersocietario de Estudio para la Salud (FISES) y está afiliada a la ya mencionada Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires (UBA), lo que le permite organizar actividades docentes con su aval, siendo reconocida como una institución legítima por el Estado.

-Presencia en Congresos: siendo la organizadora de los Congresos Argentinos de Nutrición, uno de los eventos más importantes y convocantes en el área.

Financiamiento: cursos pagos, tanto presenciales como a distancia, congresos, diplomaturas y jornadas.

Del otro lado, en nuestro objeto de estudio, también diremos que la periodista Barruti ha logrado transformar especies de capital acumulado en capital simbólico, lo que permite que

su discurso sea reconocido como verosímil y que su voz sea una voz autorizada para temáticas relativas a “alimentación saludable”. Este capital fue construido en base al tiempo que lleva trabajando en este área, los libros editados al respecto- entre ellos, *Mala Leche* (2018) y *Malcomidos* (2013)- y su presencia constante y activa en todas las redes sociales, donde además cuenta con miles de seguidores que reproducen lo que dice, es decir, que ha generado la creencia en sus discursos, a partir de fundamentarlos en información contrastable, de fuentes periodísticas y científicas.

Como bien señala Juan Dukuen en su investigación *Las astucias del poder simbólico, las “villas” en los discursos de Clarín y La Nación*, hay agentes, mejor o peor dotados de capital simbólico, que luchan por imponer una visión del mundo “o sea por transformar los productos del poder simbólico (...) en prácticas sociales incorporadas en los agentes”. (Dukuen, 2010: 19). A lo largo de la investigación se hará presente esta constante búsqueda de reconocimiento del/por el otro en sus asimetrías, con sus efectos de dominación simbólica a la que pueden contribuir los propios dominados al otorgar de forma no consciente el reconocimiento y la creencia en la legitimidad del discurso del otro. Y nos atrevemos a decir que en las redes sociales eso se exagera aún más. En palabras del sociólogo francés, el capital simbólico “sólo existe en y por medio de la estima, el reconocimiento, la fe, el crédito y la confianza de los demás, y sólo puede perpetuarse mientras logra obtener la fe en su existencia” (Bourdieu, 1999: 6)

Así, en este tópico de la “alimentación saludable” hay ciertos agentes que son más escuchados que otros y que ejercen una mayor **dominación simbólica** sobre los demás. Hay que aclarar que cuando decimos dominación no nos referimos a la utilización de la fuerza cuerpo a cuerpo sino a una **violencia simbólica** (Bourdieu, 1991), que se hace irreconocible y se encuentra “enmascarada” bajo la forma de la legitimidad de reconocimiento del discurso científico de la SAN, que es lo que Barruti cuestiona. Un claro ejemplo de una práctica que va en ese sentido es la carta documento que le envió la presidenta de la SAN, Monica Katz, a Barruti, para que deje de nombrarla tanto a ella como a la institución que preside, ya que sus “dichos maliciosos e infundados generan desprestigio y perjuicio”<sup>5</sup>. Este punto será ampliamente desarrollado a lo largo de la tesina, sin embargo aquí sólo diremos que Katz, quien es una referente de la nutrición, busca ejercer esto que venimos desarrollando y se denomina violencia simbólica.

---

<sup>5</sup> En esta nota se encuentra la carta documento enviada por Katz a Barruti: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/carta-documento-que-paso-monica-katz-periodista-nid2324951/>

Otro de los conceptos clave para este trabajo es el de **autoridad**, la cual necesita de acciones que la reafirmen a través de valores que reconoce del grupo. No se puede obviar este punto si se desea tener un feedback o respuesta del otro lado. A partir de una lectura transversal del corpus, donde analizaremos redes sociales y artículos periodísticos, veremos aquí el rol que cumplen estas dos mujeres mencionadas anteriormente y cuál es su relación con la audiencia que las sigue. Mónica Katz y Soledad Barruti representan a públicos distintos, hablan por ellos. Pero esto es mucho más claro en el caso de Katz, de quien diremos que es la “portavoz” de la SAN en lo que refiere a la “alimentación saludable” en el campo de la salud. Cuando habla el portavoz, el grupo habla a través de él, pero a su vez el grupo existe por esa palabra y quien la pronuncia (Bourdieu, 1973). Hay una delegación de la palabra y voluntad hacia aquel (Katz) con quien el grupo o institución (SAN) se identifica.

Finalmente nos ayudará tener presente la idea bourdeana de **habitus**, como sistema de disposiciones y esquemas de pensamiento, percepción y acción, incorporado en los agentes (Bourdieu, 1991), a partir del cual producen estrategias tanto de subversión como de defensa contra el cambio (depende la posición en una disputa), tratando de alterar o reproducir un estado del campo, algo que los “jugadores” necesitan para sostener o alterar su jerarquía, poder y/o dominación. Se verá como en el caso de estudio de esta tesina, las estrategias de producción de discursos “razonables” o de “sentido común” favorecen la permanencia de algunos agentes (Katz-SAN), quienes se apoyan en títulos percibidos para deslegitimar a un otro que en algún punto buscan romper con ese *status quo* con un contradiscurso (Barruti).

### **Teoría de los Discursos Sociales de Verón**

Como ya señalamos, a través de esta investigación indagaremos disputas discursivas en torno a los sentidos sobre “la alimentación saludable”. Para ello será de suma utilidad la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón (1987) cuya doble hipótesis plantea que “toda producción de sentido es necesariamente social” y “todo fenómeno social es en alguna de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido” (125). Para Verón (1987) el análisis de los discursos sociales es la “llave” que abre el camino para estudiar la producción social del sentido. Es decir, la doble hipótesis es inseparable del concepto de discurso ya que “solo en el nivel de la discursividad el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa” (126).

Además, hay que tener en cuenta que esta producción de sentido tiene una manifestación material. En otras palabras, en nuestro rol de analistas del discurso trabajamos sobre productos: “paquetes” de materias sensibles investidas de sentido que son fragmentos de la semiosis (Verón,1987). Siendo que en las redes sociales virtuales circulan miles y miles de discursos de forma constante, nos detendremos a analizar solamente aquellos producidos por algunos profesionales de la salud y comunicadores sobre “a “alimentación saludable”. Tomando como eje central lo que llamaremos a “el conflicto de los helados” en enero de 2020, se analizarán publicaciones en el *feed* e historias en la red social Instagram, una serie de tuits que involucran a Barruti y a Katz, artículos periodísticos que hacen referencia, la entrevista que le realizamos a ambas mujeres (ver anexo) y fragmentos del libro *Mala Leche* de Barruti. Es decir, que se trabajará con una serie de configuraciones de sentido materializadas, una configuración espacio-temporal de sentido constituida en tanto corpus, por un recorte específico realizado por nosotros en tanto analistas.

La producción social del sentido es una red infinita, el sentido está en todas partes, incorporado a las materias sensibles y genera efectos. Asimismo, como señala Verón (1987), un discurso habla de otro, remite a otros discursos y es susceptible de múltiples lecturas. Con esto nos referimos a otros de los conceptos claves del autor: las condiciones de producción y condiciones de reconocimiento, las cuales nunca son idénticas.

Dicho esto, trabajaremos en el corpus seleccionado en la búsqueda de “marcas”, es decir, de aquellas “propiedades significantes cuya relación, ya sea con las condiciones de producción, ya sea con las condiciones de reconocimiento, no se encuentra especificada” (Verón, 1984: 16), que se convertirán en “huellas” cuando quede establecida esta relación con sus condiciones de producción y de reconocimiento. En palabras del semiólogo: “Para que algo sea considerado como condición de producción de un discurso o de un tipo de discurso, es necesario que haya dejado huellas en el discurso” (Verón, 2004: 41).

Antes de seguir, vale aclarar que no existen las “huellas” de la “circulación” sino que ésta se materializa en una especie de diferencia entre lo que fue la producción y los efectos de los discursos. Hay un desfase entre ellas. Y además de la multiplicidad de lecturas que habilita un texto, a la hora de analizar el corpus nos encontraremos con distintos tipos de huellas. Por ejemplo: las del autor, aquellas vinculadas al trabajo de lo inconsciente, las que mantiene con las condiciones de producción, entre otras.

En sus textos Verón diferencia lo “ideológico” y el “poder” para hablar de dimensiones en el análisis del funcionamiento de una sociedad en relación con la producción de sentido. El primero es un análisis de las huellas que las condiciones de producción de un discurso

dejaron en la superficie discursiva, y el segundo refiere a los efectos de sentido en reconocimiento. Como los efectos de sentido no son ajenos a las condiciones de producción, como son dos problemáticas que están muy ligadas,- aunque no son lo mismo- en este caso se hará foco en ambos niveles.

Vemos cómo los discursos producidos por Katz son condiciones de producción de muchos de los discursos producidos por Barruti (que operan en reconocimiento), que a su vez serán condiciones de producción de los nuevos discursos de Katz y la SAN, en la red infinita de la semiosis, de la que este es un recorte analítico, que analizaremos detalladamente con el corpus seleccionado.

Otro texto de Verón (1987b) muy importante para esta investigación es "*La palabra adversativa*". Allí el autor se refiere al discurso político como aquel que es "polémico", donde hay un "enfrentamiento" entre enunciadores, y señala destinatarios que serán "positivos" y otros "negativos". En el discurso político se construyen diversas figuras enunciativas. Está el "enunciador", que "implica una modelización abstracta que permite el 'anclaje' de las operaciones discursivas a través de las cuales se construye, en el discurso, la 'imagen' del que habla" (Verón, 1987b: 16). También hay tres tipos de destinatarios: el "positivo" o *prodestinatario*, el "negativo" o *contradestinataro* y los "indecisos" o *paradestinatarios*.

El primero de ellos, el *prodestinatario*, corresponde a aquel que participa de las mismas ideas, que comparte los valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador (Verón, 1987b), es decir, es un "partidario", y se genera un proceso de identificación que se expresa en un "nosotros" inclusivo.

En el segundo de ellos, llamado *contradestinataro*, no existe esta identificación con el enunciador y lo que es verdadero para uno es falso para el otro y viceversa. Este destinatario "negativo" tendrá una lectura "destructiva", colocándose de este modo en el lugar del "adversario".

Por último nos encontramos con los *paradestinatarios*, los "indecisos", aquellos que en algún punto están como "fuera del juego", aunque es a ellos a quien va dirigida la persuasión del discurso político.

A partir de esto, veremos a lo largo de esta tesina cómo una serie de discursos se configuran en tanto discurso de tipo político, ya que se caracterizan por tener una dimensión polémica, que encierra a las figuras enunciativas señaladas. Además, yendo más allá de los rasgos puramente discursivos sobre los que nos detendremos largamente, en términos sociológicos relativos a un anclaje institucional ligado al Estado, no podemos olvidarnos que

la SAN es una entidad que está afiliada a la Facultad de Medicina de la UBA, una institución educativa del Estado, y que interviene en las políticas relativas a la salud alimentaria, como veremos al analizar los dichos de su portavoz, la Dra Katz. En el caso de Barruti, por más que no tenga un cargo político o partidario, ni sea funcionaria de ninguna institución estatal, encontraremos como la mayoría de sus discursos apuntan a una intervención en el campo político, ya que suelen referirse a políticas públicas y a jugadores de ese campo en disputa.

### **La Retórica Antigua de Ronald Barthes**

“De la inventio parten dos grandes vías, una lógica y otra psicológica: convencer y conmover”  
(Barthes, 1993: 123).

Teniendo en cuenta estas dos grandes vías retóricas señaladas por Barthes, analizaremos en esta tesina cómo interpelan los principales jugadores a sus destinatarios, qué herramientas utilizan, por dónde lo hacen y cuán efectivas son sus jugadas.

Pero primero diferenciamos la vía del convencer de la del conmover. Convencer, tal como señala Barthes, requiere de un aparato lógico, al que denomina la *Probatio* o campo de las “pruebas”, a partir de las cuales se busca hacer razonar a un otro. En cambio, cuando se utiliza la vía del conmover, se apela a pruebas subjetivas, morales, se piensa en el humor de quien recibe el mensaje.

Tal como veremos en profundidad a lo largo del análisis, en los discursos de Katz y Barruti se juegan esas dos estrategias discursivas en relación con aquellos que las siguen por redes sociales, aunque adelantaremos que en ambos discursos abunda el apelar a la vía emocional del conmover, que en algunos casos va acompañado de información o datos que apuntan a convencer al otro.

### **La teoría de la Enunciación**

Es en y por el lenguaje como los humanos/as se constituyen como sujetos. Para Émile Benveniste no somos sujetos que hablamos sino que somos sujetos *porque* hablamos. La teoría de la enunciación benvenistiana señala que la subjetividad se construye en el acto de apropiación de la lengua, o sea, en la enunciación. Así, el lingüista francés dice que en el enunciado se produce una especie de “imagen” de la enunciación, del que produce ese discurso (enunciador) como de aquel al que se lo destina (enunciario). Finalmente, en el enunciado se encuentran los apelativos y subjetivemas, conceptos con los que trabajaremos rastreándolos y que a continuación definiremos.

Los apelativos (cf. Perret, 2001) constituyen las diferentes formas de nombrar a un grupo o sujeto. Tienen carácter deíctico (identifican a un referente), predicativo (dice algo sobre alguien) y expresan relaciones sociales, en la medida en que vehiculizan categorizaciones e identificaciones entre agentes, grupos y clases. Son locutivos cuando designan a quien habla, alocutivos cuando refieren a quien se le habla, y delocutivos cuando remiten a aquel de quien se habla.

Para Kerbrat - Orecchioni (1993) los subjetivemas son unidades del repertorio de la lengua-sustantivos, adjetivos, adverbios, verbos- que permiten verbalizar un referente cualquiera, ya sea real o imaginario, a partir de atribuirle características afectivas, evaluativas y axiológicas. En el contexto de la teoría de la enunciación, su uso actúa como marca de la subjetividad valorativa.

Como señala Dukuen (2010), a partir de la ubicación e interpretación de estas marcas lingüísticas en el enunciado (apelativos y subjetivemas), así como de las que señalan el “yo/tu”, “aquí” y ahora” (deícticos), podremos comprender la construcción que el productor realiza de su imagen y de aquellos destinatarios. El análisis de apelativos y subjetivemas nos permite dar cuenta de las emisiones de calificación y de las acciones atribuidas (Vasilachis de Gialdino, 2003). Las acciones atribuidas son las prácticas que en el discurso se le atribuye a las “villas” y sus habitantes. Las emisiones de calificación son las formas en que se los adjetiva.

Sin embargo, hay que decir, que el problema que le presenta la teoría de la enunciación benvenistiana a un enfoque discursivo en intersección con una sociología del poder, es su carga “subjetivista”: “la ilusión del sujeto como origen del sentido” (cf. Pêcheux, 1978; Maingueneau, 1980; Vitale, 1994). “Dado que las ‘responsabilidades’ sobre la enunciación recaen sobre el sujeto, este es representado por la teoría como un personaje racional, libre e independiente que puede hacer tal o cual construcción de sí o del mundo en el enunciado, a partir de su apropiación de ‘la lengua’” (Dukuen, 2010: 30).

En esta tesina consideramos que el sujeto no es el “responsable” directo de sus discursos, como si fueran producto de su elección, libre y racional. Los “sentidos” que surgen del análisis de las marcas lingüísticas, son producto de estrategias de poder simbólico que operan en y por los discursos, cuyos fundamentos sociales están mediados por las posiciones y tomas de posición de los agentes y de sus luchas en los campos de producción cultural y política. En nuestro caso, por ejemplo, la disputa en torno a la legitimidad del discurso sobre la “alimentación saludable”, reenvía directamente en el caso de la Dra. Katz, a la estrategia de afirmación del capital escolar-académico proveniente del

campo de la salud y las ciencias médicas, contra Barruti como desposeída de ese capital, proviniendo ella del campo periodístico, siendo acusada de “intrusismo”. Volveremos sobre esto en el análisis.

### **La polifonía de Bajtín**

En esta tesina también analizaremos la producción de polifonía así como la construcción de campos semánticos.

El concepto de polifonía fue acuñado por Mijaíl Bajtín (1980) para dar cuenta de una característica particular que presentan las novelas de Dostoievsky: la multiplicidad de voces que se encuentran en ellas. A partir de la recuperación de la obra de Bajtín, en los años 60, por parte de Julia Kristeva, su uso fue extendido a otros géneros discursivos. Siguiendo a Elvira Arnoux (1990), se define a la polifonía como la estrategia mediante la cual en un discurso se introducen “otros”, a través de diferentes operaciones, entre las cuales se destacan la cita directa e indirecta.

El discurso directo ocurre cuando un mensaje es transmitido de manera literal, es decir, sin cambiar el contenido ni la manera como fue expresado. Se trata de una reproducción fidedigna de la voz de un otro que, comillas mediante, produce un efecto de “objetividad” y le transfiere la responsabilidad de lo dicho al sujeto del enunciado citado. En cambio, el discurso indirecto no es una reproducción exacta sino una interpretación del discurso al que se refiere. Se expresa con las propias palabras el contenido del texto ajeno. Así, se disminuye el efecto de objetividad que sucede con el estilo directo.

Los campos semánticos (Vitale, 1994) son redes de relaciones donde se van definiendo las palabras al asociarse con otras. De esta forma, los campos semánticos actúan como “paradigmas significantes”, donde las palabras van articulándose unas con otras –en el orden del sintagma- redefiniendo relacionalmente su sentido posible (ampliar en Dukuen, 2010).

En conclusión, entendemos por discurso a un texto o enunciado que analíticamente ha sido relacionado con sus condiciones sociales productivas (Verón, 1987). Los discursos construyen categorías, identificaciones (Brubaker y Cooper, 2001), representaciones que se pueden presentar como verosímiles, objetivas, reales y a partir de determinadas estrategias discursivas operan en la producción discursiva de los agentes sociales como tales. El análisis nos permite dar cuenta de formas de funcionamiento de agentes e instancias de poder simbólico en el discurso, en el marco de luchas en campos específicos (Dukuen, 2010).

Dicho todo lo anterior, vale una aclaración: desde nuestro punto de vista, al cruzar a) teorías del discurso que buscan analizar las figuras enunciativas en el orden discursivo político (sea el caso de las figuras señaladas por Veron en el texto “La palabra adversativa” que aquí retomamos) y b) teorías sociológicas que se preguntan por las prácticas y relaciones de poder entre agentes específicos “de carne y hueso” (sea el caso de la teoría de Bourdieu), se produce una tensión entre relaciones de comunicación sociológicas entre agentes (Katz y Barruti) y relaciones entre “figuras del discurso” (la construcción discursiva de enunciativa, enunciataria, etc... como efectos de estrategias discursivas). Hemos tratado de sobrellevar esta tensión de la mejor manera posible en la escritura. Juzgará el lector si lo hemos logrado.

### **Las Redes Sociales**

Por último, pero no menos importante, debemos hablar de las redes sociales virtuales (Beltran Riaño, 2021) ya que es en plataformas (Instagram y Twitter) pertenecientes a ese universo donde se desarrolla nuestro análisis para la tesina.

Para eso hay retroceder hacia mediados de la década del 1990 -al año 1997 para ser más precisos- cuando, con Internet ya disponible, se creó la primera red social del mundo llamada Six Degrees<sup>6</sup>. Lo que Andrew Weinreich creó fue una especie de directorio electrónico que conectaba al usuario con sus conocidos y, a su vez, a las personas que estos conocían y así sucesivamente en una progresión geométrica. Lo llamó Six Degrees (Seis Grados), un nombre basado en la hipótesis que sostiene que cada persona en este planeta está conectada a otra por no más de seis vínculos de relación. “El desafío es construir una comunidad, es encender una llama. Este es un servicio que pueden usar para hacer sus vidas más eficientes”<sup>7</sup>, señaló Weinreich, su creador, el día del lanzamiento. Si bien la aplicación cerró en 2001, cimentó las bases de lo que hoy conocemos como redes sociales.

Siguiendo en la línea del tiempo, a principios del milenio empezaron a surgir páginas dirigidas a la interacción entre usuarios: Friendster, MySpace, Orkut y hi5. Muchas de las redes sociales más populares hoy en día también surgieron en esa época, como LinkedIn y Facebook.

---

<sup>6</sup> <http://sixdegrees.com/>

<sup>7</sup> Información obtenida en el portal de Marketing 4 Ecommerce:  
<https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>

Pero ¿qué son las redes sociales virtuales? Son estructuras virtuales formadas en Internet por personas u organizaciones que entran en interacción comunicativa a partir de intereses o valores en común. Las redes sociales virtuales permitieron que esos conjuntos de personas se encontraran en un entorno virtual, pudieran intercambiar información (fotos, videos, documentos, entre otros) y hasta conocer otros individuos, ampliando aún más su red de relaciones. Más específicamente, siguiendo a Beltran Riaño (2021), las redes sociales virtuales (RSV) como medio tecnológico son una serie de interfaces en las cuales “se despliegan diversas herramientas y mecanismos para la interacción”. Debido a su carácter multimodal, cada interfaz interactiva comprende imágenes, textos, sonidos, es decir, formas simbólicas como recursos semiodiscursivos (gramaticales, argumentativos y semióticos), socioantropológicos y técnico-tecnológicos, que van a constituir capitales simbólicos desplegado en las RSV, que “pueden determinar un capital político con carácter pragmático en la intención performativa de cada interfaz de interacción de la RSV”. Para Beltran Riaño, la perspectiva de Bourdieu permite entender cómo en las RSV se crea un campo de fuerzas por efecto de estos recursos que pone a circular. Ellos “se constituyen en materia prima sobre la cual se van dando forma a los diversos capitales que se instauran en el interior de la RSV por efecto de los modos de interacción allí desarrollados (red/usuario, usuario/usuario)”. Un ejemplo del capital simbólico en las redes se observa cuando un contenido es intervenido por los recursos técnicos de la RSV, “por ejemplo, en la promoción de marcadores valorativos para el fomento de la popularidad (los “me gusta”, o el número de comentarios recibidos a una determinada publicación) (...) se configuran en capital cultural del usuario, según sea el impacto del mensaje calculado por la valoración de los demás usuarios” (Beltran Riaño, 2021: 249-252).

“La relación entre usuarios de plataformas como las redes sociales pasa de ser vertical a ser horizontal, posibilitando una igualdad ficticia, que propicia el caldo de cultivo necesario para que cualquier internauta se convierta tanto en emisor, produciendo sus propios contenidos, como transmisor” (Caldevilla, 2010: 55).

Hay distintos tipos de redes sociales- de relaciones, de entretenimiento, profesionales y de nicho, entre otras- y entre las más populares del planeta se encuentra Facebook, que al 2022 roza los 3.000 millones de usuarios en todo el mundo, según el último informe Digital 2022 realizado por We Are Social y Hootsuite. Un año más, la red social de Mark Zuckerberg se mantiene en el podio, y le siguen Youtube (con casi 2.500 millones de usuarios) y Whatsapp (2000 millones). En el caso de Instagram, si bien se encuentra en el top 5 de este ranking y creció un 21% respecto al 2021, cosecha 1.440 millones de usuarios. Por su parte, TikTok fue la que más creció a nivel mundial, con 1.023 millones de

usuarios, un 45% más que el año anterior. Por último, podemos mencionar a Twitter, que tras años de estancamiento, en 2022 registró un 23% de crecimiento y alcanza los 486 millones de usuarios<sup>8</sup>.

Hoy en día estamos en un momento de expansión, las plataformas se redefinen constantemente, incorporando novedades, agregando funciones y vinculándose entre sí. Aunque sin lugar a dudas las redes sociales encontraron un espacio de crecimiento favorecido por la sofisticación de los dispositivos de telefonía celular, la ampliación del ancho de banda, el incremento en la velocidad de navegación y que se hiciera masivo el servicio de wifi.

En el caso de esta tesina, nos vamos a enfocar en las redes sociales Instagram y Twitter, ya que han sido aquellas en las cuales se ha producido la disputa entre Katz y Barruti.

Instagram fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger en la ciudad de San Francisco (Estados Unidos), y lanzada como aplicación y red social el 6 de octubre de 2010, alcanzando los 25 mil suscriptores en el mismo día del lanzamiento. Fue tal el éxito que tuvo la aplicación, que en 2012 uno de los creadores de Facebook, Mark Zuckerberg, decidió comprar Instagram por, aproximadamente, mil millones de dólares en efectivo y acciones. Esta red social fue ideada como un espacio donde los usuarios pueden subir fotos y videos utilizando distintos filtros a través de sus teléfonos celulares, tabletas y luego apareció la posibilidad de usarla desde la computadora. La aplicación creció en muy poco tiempo y continuamente incorpora nuevas actualizaciones. “Bringing you closer to the people and things you love”<sup>9</sup>, dice en la descripción del usuario que tiene esta red social.

Enfocándose en los jóvenes y los creadores porque, según ellos mismos lo destacan, “son ellos quienes marcan las tendencias”,<sup>10</sup> Instagram se actualiza constantemente de acuerdo al contexto que se vive. Tal fue lo que sucedió con la pandemia del coronavirus en 2020, que mantuvo a gran parte de la sociedad en sus hogares, que esta red social aprovechó para introducir una variedad de novedades a propósito del aumento en su uso.

Muchos pueden preguntarse por qué es tan popular actualmente y la respuesta la podemos encontrar en uno de los primeros artículos sobre Instagram donde The New York Times lo analizaba así: “La respuesta probablemente radique en la facilidad de uso de Instagram y el

---

<sup>8</sup> Para conocer más de este informe Digital 2022 realizado por We Are Social y Hootsuite ver en: <https://www.hootsuite.com/es/resources/digital-trends-q3-update>

<sup>9</sup> “Acercandote a la gente y a las cosas que amas” (Traductor del Instagram)

<sup>10</sup> Disponible en: <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-reels-and-shop-tabs>

equilibrio de simplicidad, velocidad y filtros artísticos. Instagram también facilita el envío de fotos a otras redes sociales, como Twitter, Facebook y Foursquare”<sup>11</sup>.

En el caso de Twitter hay que retroceder un par de años en la historia ya que esta red social fue lanzada por Jack Dorsey en julio de 2006. A partir de un servicio de comunicación bidireccional se podía compartir información de forma rápida, fácil y gratuita a través de los llamados “tweets”.

Comenzó siendo una plataforma donde se permitían posts de 140 caracteres y recién en 2017 se amplió al doble, 280. A diferencia de Instagram y Facebook, aquí el centro está puesto en lo breve de la escritura y la destreza enunciativa por sobre la imagen.

A partir de la pregunta “¿Qué está pasando?”, Twitter invita a los usuarios a compartir sus opiniones en torno a los temas más diversos. Así mismo, esta red social tiene un espacio donde encontrar las tendencias, que se construyen a partir de que miles y miles de usuarios hablan de ese tema.

En esta red social abundan las noticias, las opiniones personales sobre los temas del momento y sin dudas es el espacio donde más interactúan los políticos de turno. Hay que decir que a medida que comenzó a crecer, la plataforma ideada por Dorsey agregó la posibilidad de incluir imágenes, links, videos, GIF, encuestas y emojis. Además, permite la articulación con Facebook e Instagram.

Finalmente, tal como se puede leer en el artículo “*Redes sociales en Iberoamérica*” (Matassi- Boczkowski, 2020), “las tecnologías de redes sociales fueron un buen soporte (...) porque crearon un contexto donde los ciudadanos pudieron (y pueden) tener acceso a información más detallada y a través del diálogo colectivo”<sup>12</sup>. Otro punto interesante que plantea este texto, y que abordaremos en esta investigación, es hasta qué punto pueden las redes sociales influir consistentemente en los procesos participativos y de toma de decisión colectiva.

---

<sup>11</sup> Disponible en: <https://bits.blogs.nytimes.com/2010/12/21/instagram-quickly-passes-1-million-users/>

<sup>12</sup> Disponible en: <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/ene/matassi-boczkowski.pdf>

## **5. CORPUS**

Para indagar las disputas en torno a los sentidos atribuidos a “la alimentación saludable” entre los discursos de la periodista Soledad Barruti y de la Doctora Monica Katz, en tanto presidenta de la Sociedad Argentina de Nutrición (SAN), en el marco de las redes sociales Instagram y Twitter, es necesario hacer un recorte y aislar algunos fragmentos de la semiosis. Así, a partir de ciertas “marcas” veremos cómo esos discursos producen reenvíos en las instancias de producción y reconocimiento.

Nuestro recorte comienza a partir de una disputa específica entre ambas agentes ocurrida en el transcurso del mes de enero del 2020, al cual llamaremos “el conflicto de los helados”, y finaliza con la aprobación de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable en octubre de 2021. Si bien existe un historial de disputas entre ambas que se remonta a 2013 -a los que haremos alusión-, y cada tanto hay nuevos “encontronazos”, el mencionado conflicto fue más contundente y terminó involucrando a otros jugadores que sumaron su “opinión” al respecto.

Hay que decir que en gran parte del período del que se ocupa la tesina, Katz fue la presidenta de la SAN. Estuvo al mando de la asociación en el período 2019-2020. Es por ello que en el trabajo se la mencionara con este cargo.

El conflicto entre Katz y Barruti se produce a partir de una publicación que hizo Barruti en su cuenta personal de Instagram criticando a los helados industriales de las marcas Arcor y Nestlé, a la SAN y resaltando la falta de políticas públicas que defiendan alimentos saludables. Esto precipitó una carta documento de Katz y dio lugar a una serie de publicaciones en esta red social, pero también muestras de apoyo de uno y otro lado en Twitter.



Con una mano en la boca y en primer plano la marca e información nutricional de cada uno de los helados, Barruti hizo público su descontento sobre estos postres que consumen grandes y chicos. A través de un texto plagado de ironías, llamados a cambiar los hábitos de consumo y con el uso de apelativos y subjetivemas, la periodista da comienzo a una “catarata” de publicaciones en el “feed” y en “historias” de su Instagram, como de la SAN, de Katz y de otros agentes que se vieron interpelados por la temática. Esta no fue una contienda más ya que, como se mencionó anteriormente, tuvo una escalada legal donde se le exigía a la comunicadora no nombrar más a la médica. “Me pide que no la nombre y eso está muy mal, porque yo soy periodista, trabajo en temas vinculados a la alimentación hace mucho tiempo, y la SAN no es un grupo de personas comiendo masitas y jugando a las cartas, es una sociedad civil que tiene relación por ejemplo con la UBA”, dice en una parte del video<sup>13</sup> que subió Barruti al recibir este documento notificadorio por parte del abogado de Katz. Así, creemos que esta disputa tiene una riqueza discursiva que no encontraremos en otras anteriores o posteriores.

Durante el período señalado, los dichos de una y otra salieron del ámbito de las redes sociales personales para tomar lugar en los titulares de los principales portales digitales, que se hicieron eco y cubrieron el conflicto desde el comienzo. Así lo destacó por ejemplo Infobae en una nota el 18 de enero de 2020: “Desde hace años, entre la nutricionista y

<sup>13</sup> Disponible en: <https://www.instagram.com/p/B7W6P85FB4/> (15 de enero de 2020)

presidenta de la Sociedad Argentina de Nutrición Mónica Katz, y la periodista Soledad Barruti, que suele escribir sobre alimentación, las cosas no están nada bien”<sup>14</sup>.

Algo en lo que Katz y Barruti coinciden -aunque desde diferentes perspectivas- y de lo que nos ocuparemos en el análisis que presentaremos en el apartado siguiente, es en su crítica a los “influencers”, personas que cuentan con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales, pueden llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca. Ninguna de las dos se identifican con estos agentes y, por el contrario, los critican: “El de las recomendaciones de alimentos hechas vía redes, por parte de gente sin matrícula ni certificado habilitante, es un fenómeno global, se lo denomina intrusismo y es algo que nos está preocupando mucho”, le dijo a PERFIL la doctora Katz.<sup>15</sup> Por su parte, Barruti escribía esto en su cuenta de Instagram: “Hasta hace poco para vender un comestible hacía falta un ingeniero, un diseñador y un publicista. Ahora se necesitan influencers: famosos o nutricionistas que, por unos cientos de miles, presentan lo que sea como pócima mágica mientras la marca que sea los presenta a ellos, embajadores de su reino zombi”<sup>16</sup>.

A los efectos del análisis, distinguiremos tres subperíodos con particularidades propias: un primer momento que comprende el historial de intercambios entre ambas agentes, ya que creemos necesario “retroceder” para comprender mejor sus discursos actuales. De este modo, nos trasladaremos al conflicto sucedido en 2013 y luego en 2018. El segundo momento incluirá el desarrollo de la disputa puntual de 2020, a la que ya hicimos referencia como “el conflicto de los helados”. Y finalmente, el último subperíodo será sobre el Etiquetado Frontal de Alimentos, que se convirtió en ley el 26 de octubre del 2021<sup>17</sup>.

Analizaremos especialmente los discursos de Katz y Barruti en distintos soportes. Fundamentalmente lo haremos a través de lo publicado en Instagram, en sus cuentas personales y de la SAN. Incluiremos a otros agentes que intervienen en el conflicto sobre la “alimentación saludable”, cuando sean pertinentes para iluminar aspectos de la disputa central. También vamos a trabajar con Twitter, haciendo foco en los discursos de los

---

<sup>14</sup>

<https://www.infobae.com/sociedad/2020/01/18/la-nutricionista-monica-katz-hablo-de-su-pelea-con-soledad-barruti-no-busco-censurarla-me-sentaria-a-debatir-con-ella/>

<sup>15</sup>

<https://www.perfil.com/noticias/ciencia/nutricionistas-contralos-consejos-poco-saludables-de-influencers.phtml?rd=1&rd=1>

<sup>16</sup> <https://www.instagram.com/p/B9FtUzXldiP/> (27 de febrero de 2020)

<sup>17</sup> Este proyecto tiene como objetivo garantizar el derecho a la salud y una alimentación adecuada. Busca dar información nutricional que sea comprensible, tanto en alimentos como en bebidas, para resguardar los derechos de los consumidores y advertirlos sobre los excesos de grasas, sodio y azúcares en los productos, con la finalidad de combatir enfermedades como la obesidad, la hipertensión y los riesgos cardíacos. Ver: <https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/salud/ley-de-etiquetado-frontal>

agentes mencionados. Otro soporte serán los artículos periodísticos que hacen alusión tanto a la disputa entre Katz y Barruti como así también a la ley de etiquetado frontal. Así mismo, utilizaremos publicaciones de la web y de la revista digital de la SAN, y nos apoyaremos en las entrevistas que realizamos a Barruti y Katz para esta tesina.

## 6. ANÁLISIS

En este apartado analizaremos los sentidos que la periodista Soledad Barruti y la Doctora Monica Katz atribuyen a la “alimentación saludable” en sus discursos, en el marco de las redes sociales Instagram y Twitter. Para ello indagaremos fragmentos de la semiosis seleccionados en busca de “huellas” que den cuenta del proceso de producción de sentido que engendró esos discursos.

Como ya hemos señalado en el enfoque teórico-metodológico, las redes sociales son un espacio donde intervienen actores de diferentes campos, habitus y disputas por la acumulación del capital cultural legítimo. Retomando algunos conceptos desarrollados por Bourdieu, en esta tesina se mostrarán los conflictos discursivos que se generan entre las agentes en juegos de poder en torno a la “alimentación saludable” y para ello nos ubicaremos tanto en el campo de la salud como en el periodístico.

El análisis de los discursos sociales será la “llave” para indagar estas disputas de sentido. Así, la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón será una de las herramientas que utilizaremos. Trabajaremos con la noción de figuras enunciativas ya que creemos que el discurso desplegado por estas agentes se inscribe en la tipología política, que se define por la construcción de los destinatarios en tanto relación polémica.

“Es evidente que el campo discurso de lo político implica enfrentamiento, relación con un enemigo, lucha entre enunciadores. Se ha hablado, en este sentido, de la dimensión polémica del discurso político. La enunciación política parece inseparable de la construcción de un adversario”. (Verón, 1987b: 16).

Con la teoría sobre el discurso político de Verón señalaremos la “estrategia enunciativa” de las agentes a la hora de interactuar con sus “seguidores” en las redes sociales. Analizaremos qué agentes aparecen ocupando en el discurso el rol del *enunciador*, el *prodestinatario*, el *paradestinatario* y el *contradestinatario* y si se producen cambios en esas figuras discursivas.

Otra vía de investigación será ver cómo estas mujeres interpelan a su público, qué herramientas utilizan y cuán efectivas son sus jugadas. Se analizarán sus estrategias discursivas y para ello incorporaremos los desarrollos de Ronald Barthes sobre el convencer y conmover, y la teoría de la enunciación para dar cuenta de los subjetivismos y apelativos utilizados en los discursos.

## Capítulo I: Un conflicto de larga data

Para comenzar vale señalar que los intercambios entre Soledad Barruti y Mónica Katz- como representante de la SAN- vienen desde hace tiempo, aunque a comienzos del 2020 alcanzaron su punto más alto. Los “encontronazos” entre ambas comenzaron el 16 de diciembre de 2013 cuando ambas fueron invitadas al programa del periodista Jorge Lanata, en Radio Mitre, ese día conducido por Jorge Fernández Díaz. En ese entonces Katz no ocupaba el cargo de presidenta de la SAN sino que coordinaba el Grupo de Trabajo Obesidad de la asociación.

Allí Barruti fue convocada para presentar su libro recién editado, *Malcomidos*, y por su parte, Katz ya había publicado *Somos lo que comemos* tres años antes<sup>18</sup>. “Creo que ella me copió. Mi libro desentrañaba cómo se hace para que algo sea delicioso, los secretos ocultos... Yo no soy para nada pro mercado, soy pro salud”, dice Katz en una nota para el diario digital Infobae, que evoca la disputa de larga data, pero que se centra sobre todo en la voz de Katz<sup>19</sup>. Empezamos el análisis por aquí. La respuesta de Katz nos remite a la producción social de sentido que consiste en una red significativa siempre infinita. “Ella me copió”. ¿Qué quiere decir eso? Tomando como marco la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón, debemos señalar que siempre otros textos forman parte de las condiciones de producción de un texto, o dicho de otro modo, “todo proceso de producción de un texto es un fenómeno de reconocimiento” (1995: 19). Entonces, la acción de “copiar” le atribuye a Barruti un subjetivema marcado negativamente, que en caso de libros sujetos a la Ley de Propiedad Intelectual 11.723<sup>20</sup>, reenvía a Barruti en tanto contradestinataria al horizonte de un delito, conocido como “plagio”. Veremos que la acusación de “intrusismo” será otra acción atribuida marcada en un horizonte similar. Al mismo tiempo, también en reconocimiento aparecen huellas de la polifonía, en la medida en que Katz al defenderse rotundamente (“para nada”) de ser “pro-mercado”, supone no solo el sentido negativo de la relación mercado-alimentos sino también la falsedad de esa acusación por parte de Barruti, constituyéndose en el discurso como una enunciadora positiva, a favor (pro) de la salud. Oponiendo el mercado a la salud, ambos se constituyen como subjetivemas en refracción, uno negativo y otro positivo, reenviando a una tensión intrínseca a la disputa que vamos a analizar.

---

<sup>18</sup> Cabe aclarar que aquí no haremos un análisis comparativo entre ambos libros, ya que excede ampliamente esta tesina, sino que el foco estará puesto en los sentidos que le atribuyen una y otra a la “alimentación saludable”.

<sup>19</sup> Todas las citas directas refieren a esta nota publicada en Infobae el 18/01/2020: <https://www.infobae.com/sociedad/2020/01/18/la-nutricionista-monica-katz-hablo-de-su-pelea-con-soledad-barruti-no-busco-censurarla-me-sentaria-a-debatir-con-ella/>

<sup>20</sup> [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/como\\_enfrentar\\_el\\_plagio.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/como_enfrentar_el_plagio.pdf)

Siguiendo con el análisis de la entrevista aparecida en Infobae, Katz dice que Barruti lo que hace es “pegarle a todos los alimentos” y en consecuencia se “trenzaron”. Se hace evidente el juego del lenguaje de la “pelea”, en la medida en que se atribuye una acción violenta a Barruti, que derivó en la pelea, significada con otra acción atribuida a ambas, pero que opera entre la metáfora y la metonimia, atemperando la violencia: es claro que a los alimentos no se les “pega”, sino que, en todo caso, se los critica por un determinado motivo. Lo que nos conduce a señalar que los discursos de Barruti no apuntan a criticar a la comida en sí (como indica la atribución realizada en el discurso de Katz) sino a criticar a las marcas-empresas, instituciones y personalidades que los producen y promocionan. Es decir, que este desplazamiento sobre el objeto del discurso es clave porque indica un pasaje del producto (el alimento) a las condiciones económicas de producción que lo hacen posible: marcas-empresas, etc....

En la misma nota de Infobae, Katz señala “yo represento un poder hegemónico de una ideología opuesta a la de ella. Yo creo en el placer, en que el mercado de alimentos se regula con políticas públicas, no con libros únicamente”. Esto opera en continuidad con la retórica polémica que encontraremos a lo largo de la disputa, en la medida en que se atribuye oposición ideológica entre enunciativa y contradestinataria, la primera se atribuye el lado del placer, lo que en el marco de las oposiciones ideológicas implicaría lo contrario en la contradestinataria, atribuyendo a Barruti la publicación de libros como una acción necesaria pero insuficiente (“no...únicamente”) en la medida en que sino deslegitimaría la propia producción de libros, y poniendo el eje en las políticas públicas como regulación del mercado de alimentos (algo clave en la disputa, como veremos con la Ley de etiquetado frontal).

Incluso apoyándose en sus propias palabras, se observa que Katz representa, es una de las portavoces, de un poder hegemónico en el campo de la salud: es fundadora y directora de numerosos cursos y carreras en diferentes instituciones como el del Hospital Municipal Dr. Carlos G. Durand, la Universidad Favaloro y hasta tiene un centro que lleva su nombre. Además, fue la presidenta de la SAN en el periodo 2019-2020, una asociación que forma parte de importantes instituciones nacionales e internacionales, como ya señalamos. Entonces, es una referente en el área y esto queda en evidencia tanto porque es convocada por distintos medios de comunicación para dar su punto de vista sobre temas de actualidad que toquen la arista de la nutrición (es decir, que es reconocida como una voz legítima), como por la cantidad de “seguidores” que cosecha en sus redes sociales (en Instagram supera los 86 mil y en Twitter los 16 mil).

En el marco de la polémica, Katz relata cómo se “trenzó” con Barutti: “Yo le dije que, si como ella sostenía, todo era malo, ¿qué comemos? **Ella acorrala a la gente. Para mí, los humanos nacemos con derecho a sentir placer al comer.**<sup>21</sup> No es un ejercicio intelectual. Y lo que te gusta, en porciones adecuadas, puede ser parte de un plan saludable”.

En primera instancia, nuevamente se observa la atribución de una acción negativa violenta (como anteriormente la de “pegar”) a la contradestinataria, “acorralar”. Pero esta vez tiene como objeto a la “gente”, no a cosas. El uso de la polifonía es evidente, cuando en el discurso de Katz se produce una inserción de la voz ajena (de la contradestinataria), atribuyéndole sostener que “si todo era malo” la pregunta retórica sobre “¿Qué se comía?” supone que la respuesta sería “nada”. Esta estrategia polémica y política, parece remitir al discurso del otro al absurdo. Apelar a una suerte de derecho humano, de nacimiento, al placer (reenvía a referencias biológicas, no arbitrarias, en el cual el “para mí” matiza en tanto opinión, pero siempre en tanto discurso legítimo de una médica) que estaría siendo negado en el discurso de Barruti, va en esa dirección. También la atribución, vía negación, de la condición puramente intelectual del planteo de Barruti, le quita realismo (mediante el supuesto de la oposición dualista entre intelectual-real, ideal-material) dando sí una respuesta, relativa al ámbito de la nutrición, que luego será discutida como “porción justa”. Volveremos sobre esto.

Cabe destacar que a pesar de que prima la primera persona del singular, muchas veces se apela a un nosotros inclusivo, como tratando de incorporar al lector en el relato. Para ello se utiliza también como estrategia discursiva el conmovedor (Barthes, 1966), desde la identificación, con un otro que vive experiencias similares. Esto se ve muy claramente en el uso del “nacemos”, referido al derecho al placer humano, apuntando tanto a reforzar a un prodestinatario, como a dar argumentos a un paradestinatario que estaría “siguiendo” la disputa para definir su posición en el marco de la oposición ideológica entre ambas. Katz es una defensora de este concepto de “placer”. Tanto es así que patentó su filosofía de “No dieta”, lo desarrolló en sus libros, e incluso en 2009 realizó un gran evento bajo ese nombre donde participaron más de 500 personas con el objetivo de difundir la idea de que las dietas restrictivas no deben indicarse y para brindar herramientas para perder peso sin renunciar al placer. “Hay que legalizar el placer de comer, porque todos nacimos con derecho a comer y a sentir placer al hacerlo”, dice Katz en el apartado “No Dieta”<sup>22</sup> de la página web del centro de salud que comanda y se dedica al tratamiento de las patologías asociadas con la nutrición. De hecho, el eslogan es “Más placer, menos kilos”. Más adelante veremos cómo esta toma de posición es también objeto de disputa con Barruti.

---

<sup>21</sup> Negritas en el original

<sup>22</sup> <http://www.centrodrazkatz.com.ar/nodieta.php>

## a. Intrusismo

Tras el encuentro en 2013, en octubre de 2018 Katz y Barruti volvieron a la polémica, aunque esta vez fue vía Twitter. La primera en “arrojar la piedra” fue la médica. Lo hizo etiquetando (arrobando) el usuario de la comunicadora, y utilizando dos hashtag (#) para que el mensaje les llegue a más personas<sup>23</sup>. Hay que decir que para ese entonces, en 2018, la periodista ya había publicado sus dos libros sobre la industria alimentaria argentina- *Malcomidos* y *Mala Leche*- que muy pronto se transformaron en best sellers.



En este “tuit” de Katz podemos observar la acusación de “intrusismo nutricional” (obsérvese el signo exclamativo que cierra el primer sintagma). Al arrobar a Barruti, se le atribuye una acción negativa mediante una construcción lingüística que compone un subjetivema adjetivado, “intrusismo nutricional”, acción que inmediatamente define, en un tono pedagógico, es decir explicándole las consecuencias de sus acciones como comunicadora. El verbo “intervenir” es ambiguo ya que puede ser pensado como una acción que contribuye (positiva) o que obstaculiza y perjudica (negativa) una acción más amplia: “la gestión de la salud pública”. Creemos que de la definición de “intrusismo” que se da en el segundo el sintagma, se deriva el carácter de obstáculo y perjuicio que genera esa comunicación-intervención “no experta” en un metacampo, como la salud pública, donde el Estado, las instituciones educativas titulantes y los colegios profesionales, constituyen una frontera infranqueable bajo la figura jurídica del “ejercicio ilegal de la medicina”<sup>24</sup>. El deíctico de lugar “ubicarse”, es bien interesante, ya que podría ser parte de un campo semántico con “intrusismo”, exponiendo con claridad que la acción implica la entrada ilegítima en un campo ajeno.

En relación a todo esto, tengamos en cuenta que Katz construye deícticamente su nombre y su arroba en el discurso, utilizando el título (“Dra. Monica Katz @KatzDra”), por lo tanto se

<sup>23</sup> El hashtag está formado por palabras claves que las personas utilizan para marcar el tema del contenido que comparten en redes sociales. Se compone de una palabra o una serie de palabras. Estas etiquetas se caracterizan por estar precedidas por el símbolo numeral (#).

<sup>24</sup> Ver el posteo realizado por la SAN en Instagram el 17/12/2019: <https://www.instagram.com/p/B6MUVtTFkeq/>

reconoce y busca ser reconocida (capital simbólico) en esa condición de poseedora de un capital académico que le da su condición de experta (que le niega a Barruti, por falta de título). Entonces, Katz se presenta en el discurso como referente en el campo de la salud, que acumula un categórico capital simbólico. Es esta acumulación del capital lo que le permite detentar una posición privilegiada, ser la “portavoz” ante determinadas circunstancias que lo ameritan y así dar su opinión cuando intervienen (como “intrusos”) agentes externos en el campo. Así, se genera un conflicto de intereses, ideas, saberes o, en términos de Bourdieu, de capitales, que irán en la misma dirección de los discursos que circulan en las redes sociales, donde Barruti y Katz exponen dos visiones y prácticas diferentes. Estas buscan posicionarse como discursos legítimos disputando un capital simbólico y teniendo ambas adherentes-paradestinatarios y adversarios-contradestinatarios.

En base a ésta disputa de sentidos, es que encontramos en los discursos de profesionales de la salud, en este caso la Dra. Katz, un enfrentamiento con las apropiaciones del saber, donde se ponen en juego el conocimiento científico proveniente de la formación académica en salud (“expertos”) vs. el conocimiento práctico/vivido producto de la investigación periodística (“sin ser expertos”), en función de imponerse dentro de un campo, donde lo que se busca es apropiarse y/o reconfigurar (depende del caso) el capital simbólico legítimo (Bourdieu, 2007), para posicionarse como dominante dentro de esta lucha y así establecer las reglas para convertirlas a fines de sus intereses<sup>25</sup>. Acusar de “intrusismo” es una estrategia de defensa ortodoxa de barrera de entrada a un campo (sin títulos reconocidos por el campo no se entra), contra la heterodoxia, es decir, contra aquellxs que buscan producir un saber alternativo, desde otras profesiones-capitales (en este caso el periodismo) sobre un objeto-discurso de saber en disputa “la alimentación saludable”. Entonces, podríamos decir brevemente que Katz utiliza la noción de “intrusismo nutricional”, y la define para señalar negativamente a todo aquel que se ubica en el lugar de experto- en este caso, profesional de la salud- sin serlo.

Una encuesta nacional que realizó en 2019 la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) y la consultora Voices<sup>26</sup>, dice que casi tres de cada diez argentinos (el 27%) sigue en redes a *instagramers* que publican tips y consejos sobre alimentación. Además, el 35% manifestó seguir las recomendaciones sobre dietas de algún influencer.

---

<sup>25</sup> Recordemos que para el sociólogo francés (2007), el capital simbólico es toda especie de capital cuando es reconocido como legítimo. Para Bourdieu el motor de los juegos sociales es la búsqueda de reconocimiento, es decir, de la acumulación de capitales específicos que puedan ser reconocidos mediante atributos de gloria, honor, crédito, reputación, notoriedad, etc (Bourdieu, 1999).

<sup>26</sup>

<https://www.uade.edu.ar/media/iekb1vum/informe-cis-2019-n-6-salud-y-alimentaci%C3%B3n-saludable-issn-2618-2173.pdf>

Continuando con estadísticas de esta investigación, este comportamiento es más usual entre las mujeres (30% vs. 24% de los hombres), los más jóvenes (35% de los que tienen entre 16 y 29 años) y los sectores socioeconómicos medios (31% vs. 28% en alto y 24% en bajo, respectivamente). A su vez, esta es más frecuente cuanto más alto es el nivel educativo alcanzado (22% entre quienes poseen educación primaria, 32% en educación secundaria y 34% entre quienes cuentan con algún tipo de educación superior).

Podemos encontrar también esta preocupación por el “intrusismo” en un artículo en el portal digital Infobae (17/01/2020) donde cita la palabra de distintos especialistas de la salud: “El gran problema radica en que éstas celebridades pueden haber o no leído, pueden o no haber investigado pero lo cierto es que no realizaron una carrera universitaria, no poseen un título habilitante ni una matrícula para ejercer influencias en la población, ni tampoco están preparados para determinar qué riesgo pueden correr las personas según sus propias vulnerabilidades al recibir un mensaje que parecería que vale para todos”<sup>27</sup>.

De este modo se puede ver cómo, desde el campo de la salud, la posesión de un título reconocido por el campo, es habilitante para hablar, comunicar y difundir una opinión y/o información a través de las redes sociales y otros medios de comunicación. Lo que se disputa aquí, y también entre Barruti- Katz, es la legitimidad del saber, donde el saber legal, correcto y aceptado es aquel que pasó por una institución educativa que otorga un certificado reconocido por el estado, donde consten los estudios realizados.

En conclusión, Barruti es señalada por Katz de hacer “intrusismo nutricional”, es decir, que es una “intrusa” en el campo de la salud o, en otras palabras, alguien que se ha introducido en un lugar sin derecho o autorización. La enunciativa utiliza un apelativo para designar a alguien que se está entrometiendo donde- en teoría- no le correspondería. En el caso del tuit citado, si derivamos del verbo el sustantivo (“intrusa”) es un apelativo alocutivo, y lo hallaremos con frecuencia a lo largo del análisis: lo aplican distintos profesionales de la salud para denominar a todos aquellos agentes que sin pertenecer al campo de la salud ni contar con título académico habilitante alguno, alzan su voz para cuestionar lo que predicán quienes cuentan con este capital cultural de tipo académico.

## **b. Tu porción justa**

Veamos qué le respondió Barruti a Katz a través de twitter:

---

<sup>27</sup>

<https://www.infobae.com/salud/2020/01/17/preocupa-a-medicos-y-nutricionistas-que-cada-vez-mas-personas-sigan-consejos-alimenticios-de-influencers/>



La periodista interpeló directamente a Katz al citar un concepto que la especialista en nutrición aplica hace años: “Tu porción justa”. Más adelante volveremos sobre esto.

Primero hay que decir que Barruti se construye aquí como una enunciativa que utiliza la retórica del conmover para generar en el paradesinatario cierta persuasión y un medio para obtener crédito y confianza. Así, apela a los sentimientos y emociones para dar más entidad a la lógica de convencer (Barthes; 1993: 123), que se basa en argumentos racionales. Este registro afectivo lo encontramos en el hecho de que señala mediante una serie de subjetivemas que estamos en una situación “atroz”, “con enfermedades”, destacando a “los chicos” como “principales víctimas”. El panorama actual que describe no es alentador sin embargo apela a que se revierta.

Utilizando el esquema propuesto por Eliseo Verón en *La palabra adversativa* (1987b), haremos un primer pantallazo de las figuras enunciativas del discurso político, y por lo tanto polémico, de la periodista. Diremos que el discurso político es polifuncional, ya que a la vez tendrá como objetivo el refuerzo dirigido al prodestinatario, la polémica con el contradestinatario y la persuasión del paradesinatario.

En primer lugar está la figura de la enunciativa, daremos cuenta de la construcción en el discurso de la “imagen” del que habla. En este caso nos referimos a cómo Barruti se representa a sí misma en el discurso que produce, con un lenguaje coloquial, en comparación con el discurso de Katz -donde se dan definiciones en tono pedagógico desde un lugar de “saber”.-Se observa que se identifica en el discurso con su nombre y apellido, sin referencias a títulos ni profesiones (como sí lo hace Katz). Podemos ver cómo habla en primera persona del plural- “nos llevó”, “dejemos”, “trabajemos”- nosotros inclusivo que es a) objeto de un impersonal “sistema alimentario actual”, y b) sujeto de acciones negativas, como el “cinismo” de “Tu porción Justa”, donde pareciera ser un inclusivo “relativo”, ya que está atribuido a Katz, su contradestinataria. Podríamos pensar que el inclusivo vuelve a potenciarse incluyendo al pro destinatario (seguidores) y al paradestinatario que se intenta persuadir, en la propuesta-consigna (obsérvese el modo imperativo en los verbos “dejemos” y “trabajemos”-) de “trabajar por un sistema mejor”: como colectivo de identificación, donde se comparten las mismas ideas, valores y objetivos, reenvía ideológicamente a una salida colectiva (no individual, como en el “tu” de “Tu porción justa”). Estamos frente a un discurso crítico de tipo *socio-económico-estructural*. Volveremos sobre esto.

Pero ahora volvamos al título de este apartado: “Tu porción justa”. Esta es una campaña publicitaria que lanzó la empresa Arcor en septiembre de 2018 en la cual plantea que “una vida saludable es una vida equilibrada en la que darse un gusto y cuidar la salud van de la mano”. De este modo, rotuló varios de sus productos con una etiqueta frontal de color verde con la frase “Tu porción justa” e indicando cuál es la porción diaria recomendada “de eso que te gusta y te hace bien”<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Para más información de “Tu porción Justa”:  
<https://www.arcor.com/ar/tu-porcion-justa/como-es-el-programa-tu-porcion-justa-de-arcor>



Imagen tomada de la carátula del Documento donde Arcor informa sobre el programa “Tu porción justa”<sup>29</sup>

Según destacan en el programa, sus objetivos son brindar al consumidor alternativas de productos envasados en porciones individuales con un límite de peso y calorías establecido, facilitando así la autorregulación para una alimentación, según dicen, variada y equilibrada. Además, se proponen educar al consumidor proporcionándole la información sobre el tamaño sugerido de la porción de los alimentos.

Entre las razones que se esgrime en “Tu porción justa”, se cita a la Organización Mundial de la Salud (OMS), la cual recomienda trabajar sobre la reducción del tamaño de las porciones para combatir la obesidad. Además señalan que cada persona tiene un “crédito” de calorías para consumir alimentos opcionales, que necesitan “ayuda” para autorregular la porción adecuada, para que sea en su “justa medida” y prevenir así el aumento de peso. Finalmente, el plan diseñado por Arcor destaca que “moderando tan solo en 100 kcal/día el consumo de alimentos opcionales es posible prevenir el aumento de peso (concepto de “energy gap”)” ya que “la supresión del placer en la alimentación conduce al descontrol alimentario (las personas no aprenden a automoderarse)”<sup>30</sup>.

¿Por qué Barruti cita este programa en su respuesta a Katz? ¿Será que la Doctora está involucrada en esta campaña y con esta cita, en la que se la acusa de “cínica”, se la está exponiendo?. En efecto, Katz no solo participó de encuentros auspiciados por la marca, sino que además explica la importancia del manejo de las porciones en una alimentación que se

<sup>29</sup> <https://www.arcor.com/ar/uploads/downloads/590b145c980551406a8b0746d75d2e70.pdf>

<sup>30</sup> <https://www.arcor.com/ar/tu-porcion-justa/como-es-el-programa-tu-porcion-justa-de-arcor>

dice saludable. La interdiscursividad entre el discurso de Katz, el de Arcor, y la condición de reconocimiento crítica y polémica en las palabras de Barruti, es elocuente y cristaliza los reenvíos entre condiciones de producción y reconocimiento -según en qué “lugar” de la semiosis nos ubiquemos. Incluso antes de esta campaña, Katz ya hacía referencia a “la porción justa de placer” (es condición de producción de la campaña de Arcor), en una nota de Infobae de agosto de 2017 (un año antes de la campaña). Allí habla del “método no dieta”, donde “se come de todo, pero con cinco reglas de oro”. En sus palabras: “Es válido incorporar todos los días una porción pequeña de aquello que te gusta. Papas fritas, chocolates, lo que sea. Pero poco. ¿por qué poco? porque no es la última cena y se busca estar fantástico”<sup>31</sup>.

Así, se puede ver como el placer tiene medidas (la negación de la dieta con el “no”, opone placer y dieta) y hay que encontrar la porción adecuada para no pasarse porque, como dice la especialista en nutrición, “no es la última cena”. Con esta huella del discurso vemos cómo Katz utiliza como condición de producción la cena de Pascuas entre Jesús y sus apóstoles en el Nuevo Testamento, pero también reenvía al imaginario literario y cinematográfico de la última cena de los condenados a muerte, para referirse en este caso a no comer como si luego adviniera la muerte.

Como se puede ver en esta cita, el discurso de Katz interpela al lector con quien en reiteradas ocasiones busca generar empatía, en este caso también en un tono más coloquial. Se da por sentado un conocimiento de las preferencias de aquel que está “del otro lado” y se busca convencer con “el método”, el paradestinatario (al que se le habla directamente a un “vos” con el “te gusta”) y de los alimentos que “gustan” (como es el caso de las papas fritas o el chocolate). Diremos entonces que en los discursos de Katz, tanto en sus redes sociales como en las notas periodísticas, tiende a prevalecer una retórica de “cercanía” afín a las vías del conmovedor para convencer (incluyendo referencias científicas pero siempre en un tono coloquial).

Hay que destacar que la campaña de Arcor ha sido criticada por especialistas de salud pública por tener no solo mensajes engañosos y riesgosos, sino que además contradicen las recomendaciones de organismos de derechos humanos y organizaciones de salud pública como la OMS y la Organización Panamericana de la Salud (OPS). Tal es así, que en noviembre de 2018 la Fundación Interamericana del Corazón (FIC) Argentina y la Fundación para el Desarrollo de Políticas Sustentables (FUNDEPS) se presentaron ante

---

<sup>31</sup> Nota Infobae:

<https://www.infobae.com/tendencias/nutriglam/2017/03/09/metodo-no-dieta-comer-de-todo-pero-con-5-reglas-de-oro/>

Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires, a cargo de Walter Martello, a fin de denunciar al Gobierno en todos sus niveles por permitir la campaña publicitaria y solicitar la intervención de la Defensoría.

“Los alimentos ultraprocesados que la campaña de Arcor publicita no son inocuos para la salud debido a que varias de sus características nutricionales, metabólicas, sociales, económicas y ambientales de los productos ultraprocesados los afectan: Son nutricionalmente desequilibrados; poseen alta densidad energética; pueden crear hábitos de consumo y adicción ; se promueven y se ofrecen por mecanismos que son engañosos, pretendiendo imitar a los alimentos naturales o platos tradicionales, usando aditivos que reproducen aromas, sabores y colores; crean una falsa impresión de ser saludables, mediante la adición de vitaminas sintéticas, minerales y otros compuestos, lo que permite a los fabricantes hacer 'alegaciones de salud', que son falsas; entre otras”<sup>32</sup>.

Entonces, si “entre las condiciones productivas de un discurso hay siempre otros discursos” (Verón, 1987: 129), vemos cómo el discurso producido por Arcor para su campaña “Tu porción justa” tiene como una de sus condiciones de producción un discurso lanzado anteriormente por Katz, que a su vez genera una respuesta tanto en Barruti como de distintas fundaciones, organismos y entidades que denuncian esta publicidad “engañosa”.

Continuemos analizando el ida y vuelta entre los discursos de Barruti y Katz. Al mensaje de Barruti, con aquel que empezamos este apartado, la Doctora responde lo siguiente: “Cinismo es la ausencia de #placer en el debate!”<sup>33</sup>.

Nuevamente aparece el concepto de placer en el discurso de Katz, quien es -como dijimos- la autora del libro *No Dieta, puentes entre la alimentación y el placer* (Katz, 2008). Este significante nos remite a los desarrollos del creador del psicoanálisis, el médico austríaco Sigmund Freud, que hemos leído en reiteradas oportunidades en la Carrera de Cs de la Comunicación en la que se inscribe esta tesina. El principio de placer es un concepto que aparece tempranamente en la teoría psicoanalítica, y tiene que ver con una búsqueda que el ser humano realiza para satisfacer sus necesidades o, en otras palabras, para evitar aquello que no le genera placer, alejar el dolor o displacer: “En el alma existe una fuerte tendencia al principio de placer, pero ciertas otras fuerzas o constelaciones la contrarían, de suerte que el resultado final no siempre puede corresponder a la tendencia al placer” (Freud, 1984: 9).

---

<sup>32</sup> Denuncia presentada por la FIC y la FUNDEPS: <https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2018/11/Denuncia-Arcor-FINAL-FIC-ARGENTINA-FUNDEPS.pdf>

<sup>33</sup> Tweet de Katz: <https://cutt.ly/mv08Dr0>

Ya habíamos señalado que la nutricionista se refiere al acto de comer como “algo tan humano, natural e imprescindible, además de fuente primaria de placer”<sup>34</sup>. Lo dice al desarrollar en qué consiste el curso del método “No Dieta” que lleva adelante. Con su “filosofía”- así la llama- propone perder peso sin renunciar a este “placer primario”, y “comer rico”.

Entonces, cuando Katz retoma la acusación de “cinismo” y la devuelve (ambas se acusarían de mentir con desvergüenza)<sup>35</sup> en una polifonía intrínseca a un “debate” (ella misma reconoce el intercambio como eso) la afirmación del #placer (con el hashtag), no solo se opone a “dieta” (de ahí la contrapropuesta de la “no dieta, de la que ya hablamos), sino también a la propuesta que calificaba anteriormente como “intelectual” de Barruti (de la que ya hablamos) donde el placer se encuentra del lado de la realidad-materialidad de los cuerpos que se alimentan. Además, se mantiene el tono exclamativo y pedagógico del tuit, donde nuevamente da una definición “Cinismo es...”, en plan de afirmar el lugar del saber, pero de un saber que apunta a resolver en la práctica la tensión entre la dieta y el placer. Encontramos que la apelación al placer implica un discurso en la vía del conmovir para empatizar con los seguidores (en este caso de Twitter) paradestinatarios y prodestinatarios, a partir de colocarlo en el centro del debate, como un factor importante y opuesto al discurso crítico de tipo *socio-económico-estructural* de Barruti, a la hora de discutir una alimentación saludable.

### **c. Lo preocupante**

---

<sup>34</sup> Curso Método No Dieta: <https://cutt.ly/ev04Cv7>

<sup>35</sup> Desvergüenza en el mentir o en la defensa y práctica de acciones o doctrinas vituperables.



Soledad Barruti    
@solebarruti



Es preocupante que profesionales de la salud sean comunicadores públicos de sus negocios privados llegando al punto de utilizar su matrícula para publicitar productos y marcas. Hasta de golosinas!



**Dra. Mónica Katz** @KatzDra · 30 oct. 2018

@solebarruti Quien comunica interviene en la gestión de la #SaludPública!  
#Intrusismo nutricional es ubicarse en lugar de experto sin serlo.

11:09 a. m. · 30 oct. 2018 · Twitter for iPhone

24 Retweets 1 Citar Tweet 86 Me gusta

Continuando con el “ping pong” de tweets, nos encontramos con esta respuesta de Barruti, cuyo discurso está marcado por la utilización oposicional de apelativos y subjetivemas. Para comenzar, volvemos a encontrarnos con una interdiscursividad en el uso del exclamativo (!) y el imperativo que componen un escenario de denuncia; en la apuesta por dar definiciones (en disputa por la reasunción del tono pedagógico, del orden del saber, que esgrime con antelación la contradestinataria, Katz) muy visible en el uso conjugado del verbo “ser” (definir *qué son* las cosas y las personas) pero manteniendo la diferencia en la afirmación de un tipo de discurso socio-económico estructural, al usar apelativos que indican grupos de profesión (y no personas individuales). En ese orden, se ve la asociación entre apelativos en primera instancia positivos, “profesionales de la salud” y “comunicadores públicos” que se negativizan no solo por estar antecedidos por una “preocupación”, sino especialmente al ser asociados a acciones atribuidas vía subjetivemas, que se presentan como opuestas (“negocios privados”), implicando la oposición entre “lo público-la salud” (como “desinteresado” económicamente, del orden del “bien común”) y lo “privado-los negocios” como “interesados” económicamente (Bourdieu, 1997). Esto se vuelve aún más claro cuando la oposición se especifica en otras acciones atribuidas, donde se atribuye el uso de la matrícula, es decir, aquello que certifica públicamente la legalidad y legitimidad de la “profesión” (el capital cultural académico “experto” que la Dra. Katz esgrime contra Barruti al acusarla de “intrusismo”) para publicitar “negocios privados”: productos, marcas, “hasta de golosinas”. En el discurso de Barruti se construye esta oposición como una estrategia de deslegitimación profesional, mostrando las contradicciones intrínsecas en las que caen esos

“profesionales”, en las que se incluiría a Katz (recordemos el comentario previo sobre el cinismo de “Tu porción justa”), pero si nombrarla, probablemente para evitar un juicio. Podemos pensar que en el discurso de Barruti se los acusa de no respetar las reglas del campo de la salud, ya que utilizan aquello que los legitima como profesionales -la matrícula- para obtener un lucro a través de la promoción de determinados productos alimenticios, los cuales irían en contra de la “alimentación saludable” que dicen proteger. Volveremos sobre este punto más adelante.

Siguiendo a Bourdieu, “cada campo prescribe sus valores particulares y posee sus propios principios regulatorios” (Wacquant, 1995: 24). Sin embargo, hay agentes que buscan acrecentar su capital económico, e incluso simbólico externo (heteronomía), apelando a principios de otros campos, como el económico, lo que podría generar un conflicto de intereses internos al campo (por ejemplo, ser acusados por otros colegas de “comerciantes”, contra el juramento hipocrático) o externos al campo, en este caso ser acusados de utilizar su capital académico (la matrícula, que da legitimidad a la palabra experta) en la comunicación pública (que podríamos ubicar en el campo periodístico) para rentabilizarlo (transformación de capital académico en capital económico). Recordemos que la SAN y en este caso quien va a ser a partir de 2019 su presidenta (la Dra. Katz) es un agente relevante en el campo de la salud, es decir, posee un considerable capital simbólico acumulado y ejerce poder simbólico, con capacidad de producir “visiones y divisiones sociales, o sea, de formas de ordenar, de clasificar el mundo” (Dukuen, 2010: 15). Como la comunicación pública es una de las vías para producir esas clasificaciones alimenticias, se comprende la acusación y preocupación de Barruti, por los “efectos” de esos discursos.

Veamos qué le responde la Dra. Mónica Katz a Soledad Barruti:



**Soledad Barruti** ❤️❤️ @solebarruti · 30 oct. 2018

Es preocupante que profesionales de la salud sean comunicadores públicos de sus negocios privados llegando al punto de utilizar su matrícula para publicitar productos y marcas. Hasta de golosinas!



**Dra. Mónica Katz** @KatzDra · 30 oct. 2018

@solebarruti Quien comunica interviene en la gestión de la #SaludPública! #Intrusismo nutricional es ubicarse en lugar de experto sin serlo.



**Dra. Mónica Katz** @KatzDra · 30 oct. 2018

Es preocupante publicar libros con impacto emocional sobre la población para ganar dinero y popularidad! El que quiere cambiar genera leyes. No estigmatiza alimentos.



Nos encontramos con una interdiscursividad muy fuerte en esta respuesta de Katz, donde vemos la dialéctica entre condiciones de producción y de reconocimiento: Katz retoma el tono de su primer tuit, al mismo tiempo que la respuesta de Barruti (hay clara polifonía), que también lo retomaba, entrando en una interdiscursividad que por iteración, produce un efecto irónico. El tono pedagógico va girando a la denuncia, la exclamación y el modo imperativo en la segunda oración, a lo que se le suma el mismo comienzo, el “es preocupante”. Entonces, ¿Qué es lo preocupante? En el discurso de Katz, es la acción atribuida a la contradestinataria -sin nombrarla directamente- que entra en contradicción con otros subjetivemas, siguiendo la lógica de la interdiscursividad: “publicar libros con impacto emocional sobre la población”, una acción que se negativiza, se vuelve “preocupante”, porque su objetivo (el adverbio “para”) apunta a acrecentar el interés-capital económico e incluso simbólico: “...ganar dinero y popularidad!”. Es decir que contradice nuevamente el interés público e incluso la responsabilidad que conlleva (por eso la “preocupación” por el “impacto emocional”) en una apelación a la vía del conmovedor frente a una “población” -que se nombra mediante ese apelativo neutro y generalizante- como un paradesinatario objeto de una acción emocional preocupante. Prevalece la retórica del conmovedor sobre el convencer, para generar en el paradesinatario persuasión y empatía, apelando a las emociones y sentimientos como espacios de vulnerabilidad a proteger de acciones como las que se le atribuye a la contradestinataria, aunque no se la nombre.

La contradestinataria, construida como quien acciona, sin ser nombrada directamente, es interpelada en un tono aleccionador, propio en este caso del modo imperativo, donde se le dice lo que tiene que hacer, es decir, cómo debe modificar su acción y en qué dirección. Apuntando al tweet de Barruti que ya analizamos, donde el sistema aparecía como un responsable, impersonal, que había que trabajar para “mejorar”; el discurso de Katz apunta a señalar la dirección del “cambio”, en este caso oponiendo la acción positiva -de orden estructural- consistente en “generar leyes”, contra una acción negativa (que reenvía a la crítica a “tu porción justa”): “no estigmatiza alimentos”.

¿Qué significa estigmatizar? ¿Con qué sentido aparece en el discurso de la Dra. Katz? ¿Se estigmatizan los alimentos? ¿Cómo? Estas son solo algunas de las preguntas que nos planteamos, pero empezamos por desarrollar lo que significa. Según la Real Academia Española (RAE), estigmatizar es “marcar a alguien con hierro candente”, también refiere a “imprimir milagrosamente a alguien las llagas de Cristo”, y por último “afrentar, infamar”<sup>36</sup>. El concepto deriva de estigma, cuyo origen etimológico se halla en el vocablo latino “stigma”, y podemos entenderlo como una señal o huella en el cuerpo. Figurativamente se utiliza este verbo para referirse a una persona que queda “marcada” socialmente por una acusación, por la que se pone en duda su honra, moral y estima. El gran sociólogo Ervin Goffman (2006), publicó en 1963 “Estigma. La identidad deteriorada”, donde señala que el estigma es “un atributo profundamente desacreditador” que debe ser considerado relacionalmente, ya que “un atributo que estigmatiza a un tipo de poseedor puede confirmar la normalidad de otro y, por consiguiente, no es honroso ni ignominioso en sí mismo” (...) “Es un estigma, en especial cuando él produce en los demás, a modo de efecto, un descrédito amplio, a veces recibe también el nombre de defecto, falla o desventaja” (12-13). Estigmatizar sería entonces marcar a alguien, ya sea físicamente o de manera simbólica, e inferimos que en este caso la doctora hace referencia a esta segunda forma, aunque nos estemos refiriendo aquí a cosas, “alimentos”, no a personas. Así, Katz acusa a la escritora de estigmatizar alimentos en sus libros de alcance masivo. Es decir, de escribir páginas enteras marcándolos, desacreditándolos y rechazándolos. Veamos, a modo de ejemplo, un fragmento de lo que escribe Barruti en la introducción de *Malcomidos, cómo la industria alimentaria argentina nos está matando*:

“La carne que comemos tiene cada vez más grasas saturadas, antibióticos y Escherichia coli. Los pollos y huevos, menos nutrientes y más bacterias. Las frutas y verduras están repletas de venenos peligrosos que casi nadie controla, pero que tarde o temprano nos llegan a todos, incluso a los que comen frutas y verduras orgánicas”. (Barruti, 2013: 13)

---

<sup>36</sup> <https://dle.rae.es/estigmatizar>

No es objeto de este trabajo hacer un análisis de los libros de Barruti aunque podemos observar que señala lo que sucede con cada uno de estos alimentos que usualmente están presentes en la nuestra alimentación (el uso del nosotros inclusivo es claro: “nos llegan”). A partir de un trabajo de campo, yendo al territorio y conversando con cada uno de los protagonistas, la periodista expone en *Malcomidos* la intervención de la industria, la mutación que sufrieron ciertos alimentos y las consecuencias que esto tiene para la salud del ambiente y las personas.

Finalmente encontramos tres puntos en común entre ambos tweets. En primer lugar, ambas representan una autoridad en sus campos y lo que opinen sobre determinado tema es de incumbencia para su seguidores/as. Esto sucede porque ellas/os en las redes sociales les otorgan la creencia, el reconocimiento (capital simbólico) para eventualmente re-presentarlos, hablar en su nombre. La delegación del poder de la palabra en la figura portavoz está más clara en el caso de Katz, porque entre 2019-2020 va a tener el cargo institucional de Presidenta de la SAN, representante de una asociación civil con importante capital simbólico acaparado.

En segundo lugar, en las dos está presente una preocupación por los efectos de sus discursos. Es tal esa preocupación, que la manifiestan al comienzo de sus discursos con el “es preocupante” que indica la acusación en torno al discurso de la contradestinataria. De más está decir, que lo que lo que inquieta a una es totalmente distinto a lo que no deja tranquila a la otra, de allí que exista una disputa y acusaciones cruzadas.

Por último, está presente en ambos tweets la acusación cruzada de la búsqueda del interés económico, el “lucro”. “Comunicadores públicos de negocios privados”, dice en una parte Barruti; “para ganar dinero y popularidad”, la responde Katz en su cuenta personal de Twitter. Hay acusaciones cruzadas de heteronomía, es decir de responder intereses que no son los del campo al que pertenecen (campo de la salud y campo periodístico), sino al económico, lo cual opera como una estrategia de deslegitimación.

## **Capítulo II: el conflicto de los helados**

La segunda parte de nuestro análisis hará foco en una disputa entre la periodista Soledad Barruti y la Doctora Monica Katz -ya presidenta de la SAN-, que llamaremos “el conflicto de los helados”. Siguiendo el orden temporal, iremos exponiendo lo dicho por las agentes en el marco de las redes sociales Instagram y Twitter, y algunas repercusiones que tuvieron en medios digitales, en este acontecimiento transcurrido a lo largo de enero de 2020.

Una primera observación del corpus del período dará cuenta de una multiplicación considerable de los mensajes generados por ambas, como así también las notas periodísticas que hablan sobre este conflicto. Además, encontraremos otros agentes que intervinieron en la disputa dando su opinión, poniéndose de uno y otro lado. No es un dato menor que muchos de ellos ocupan un lugar privilegiado en los campos desde los que hablan.

Tal como trabajamos el corpus en el apartado precedente, buscaremos en los posteos en las redes sociales y en los artículos periodísticos, las huellas que permitan acercarnos al proceso de producción de los discursos. A diferencia de lo que se expuso sobre el conflicto en el apartado anterior, aquí se mediatiza mucho más, “saltando” no solo del ámbito de las redes sociales a los “medios tradicionales”, sino que también tiene su correlato en el campo judicial con una carta documento, la participación de abogados y la solicitud de un “bozal legal”. De esto modo, creemos necesario seguir apoyándonos en la sociología de Bourdieu para entender cómo ambas “jugadoras” se mueven en su campo acaparando capital simbólico, como así también para comprender por qué ciertas voces son más escuchadas que otras, la dominación que ejercen y cómo se entrecruzan los distintos campos.

Adelantaremos- a riesgo de equivocarnos, tal vez- que las propiedades significantes que nos llevarán a las marcas del discurso se vuelven más evidentes que en corpus analizado en el capítulo anterior, como así también son más los discursos que se retoman, donde uno es condición de producción del otro y queda en evidencia esta red infinita de producción social del sentido, que es la semiosis. Ya no solo se observa a través del lenguaje escrito, de tweets carentes de imágenes, sino que ahora encontraremos videos, *stories*, fotos y placas a partir de las cuales las agentes se responden entre sí, otros agentes opinan y además interpelan con más fuerza a los usuarios de estas redes sociales.

#### **a. ¿Qué comemos?**

“El cocktail que ofrecen todos es el mismo: agua y azúcar o jarabe de maíz de alta fructosa y jarabe de glucosa, más aceites y colorantes, emulsionantes, conservantes y perfume con regulador de la acidez. Una especie de gaseosa sin gas congelada y envuelta en ideas de frutas que no, no tienen, o en “cremas” logradas con leche en polvo, grasa, suero de queso, más azúcar, más aceites y texturizantes y etcéteras comunicados con siglas y números tipo droga sintética que logran taponarnos los sentidos”<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> <https://www.instagram.com/p/B7CDulxlwZ4/>

Este es tan solo el comienzo de la publicación que realizó la periodista Soledad Barruti en su *feed* de Instagram el 7 de enero de 2020 (al que reenviamos para ampliar)<sup>38</sup> donde tematiza los ingredientes de helados industriales de las marcas Arcor y Nestlé, resaltando la falta de políticas públicas que garanticen el acceso a una alimentación saludable- como la Ley de Etiquetado Frontal que abordaremos en el próximo capítulo- y donde critica abiertamente el papel que juegan en todo esto tanto la Sociedad Argentina de Nutrición, su presidenta Mónica Katz y el Congreso de la Nación.

La comunicadora recurre a la utilización de la ironía para describir de qué están elaborados los helados realmente y con qué objetivo se utilizan esos ingredientes. En su discurso se pueden encontrar diversas marcas de la subjetividad valorativa. Por ejemplo, al utilizar los subjetivemas “droga sintética” o “cocktail” los emparenta a otros productos ingeribles que no son postres para niños y adolescentes, sino sustancias ilegales (“drogas”) que dañan a la salud. Estos significantes manifiestan lo desconocido que se encuentra entre aquellas cosas que componen este alimento, a lo que no se logra entender a simple vista (la referencia a siglas y números es clave, porque rompe con el lenguaje común, haciéndose incomprensible salvo para expertos en química) y por eso “logran taponarnos los sentidos”. Nuevamente aquí otro subjetivema negativizado, que en este caso se utiliza para referenciar las consecuencias del consumo de este producto. En el discurso de Katz, esto sería un ejemplo de la “estigmatización de alimentos” que ella critica. Por eso es interesante ver el ida y vuelta en el cual se juega la disputa por el sentido de la “alimentación saludable”.

Así, develando “la fórmula mágica” de estos helados, Soledad intenta convencer a los paradesinatarios que no lo consuman, ni ellos ni se lo compren a sus hijos. No utiliza solo pruebas científicas, sino que también apela a lo emocional: “Es amor: por ustedes y por las personitas a las que aman”. Su discurso no implica solamente un pedido para no comer esos helados, sino que tiene que ver con cortar el “impulso consumista” de ultraprocesados donde se nos vende, según ella, “cualquier cosa”. Y en ese vender “cualquier cosa” entran las multinacionales arriba mencionadas, a las cuales también acusa de “hacer lo que se les canta” con las personas y el planeta. Este punto, reenvía al encuadre de su discurso en términos *socio-económicos estructurales*, tal como lo señalamos más arriba: partiendo de los productos, devela sus condiciones de producción en el entramado de las empresas, el mercado, la SAN, el Estado: “el sistema”.

Para decir esto último informa que estas empresas, las cuales ocupan un lugar privilegiado dentro del campo de la producción de alimentos: “son líderes de ultraprocesados (...) que

---

<sup>38</sup> <https://www.instagram.com/p/B7CDulxlwZ4/> (7 de enero de 2020)

provocan la diabetes tipo 2 o la hipertensión que ya padecen ninxs de 8 años. Además tienen detrás una cantidad de tambos industriales y monocultivos tóxicos de los que sacan los pocos ingrediente que usan. Finalmente lideran un lobby que obtura políticas públicas necesarias como rotulado frontal, límite a las publicidades, kioscos saludables”. Nuevamente en el discurso de Barruti se encuentra la *estrategia discursiva del convencer*, a partir del aporte de pruebas sobre los daños que ejercen en la salud del ambiente y las personas, estas compañías líderes en la producción de comida. Los subjetivemas “ultraprocesados”, “monocultivos tóxicos”, “industrial” ligados a la provocación de enfermedades en niños, producen un campo semántico *de la alimentación para la muerte*, como lo indica el primer libro de Barruti (2013) en su subtítulo, al señalar “cómo la industria alimentaria argentina nos está matando”.

Podemos hipotetizar que esta *estrategia del convencer* se comprende en la medida en que al ser Barruti acusada de “intrusismo” desde el campo de la salud, por falta del capital académico legítimo en ese campo (recordemos el hilo de tweets de Katz), el reconocimiento se gana apostando por el *capital cultural de la objetividad*, basado en la publicación de información “objetiva” (“los datos” de fuentes confiables, que reenvían a la publicación de sus dos libros, notas periodísticas en la Revista Anfibia, etc.) valiosa como marca de *autonomía* especialmente en el campo periodístico, donde la acusación de heteronomía, es decir, de responder a intereses económicos y/o políticos (no periodísticos), es habitual. (cf Dukuen. 2010). En ese sentido, vemos una contienda entre capitales, difícil de saldar ya que responden a legitimidades diferentes: el capital académico del campo de la salud (matrícula mediante), que no debe permanentemente ser refrendado (el título y la matrícula, como capital objetivado institucionalmente, suponen el saber de quien lo porta), vs. el capital cultural de objetividad, del campo periodístico, que debe permanentemente ser expuesto mediante pruebas cuando disputa un saber de otro campo, como es en este caso.

Avanzando con el análisis del discurso de Barruti, además de señalar que estas empresas lideran un lobby que obtura políticas públicas necesarias como el rotulado frontal, el límite a las publicidades y kioscos saludables, vuelve a hacer referencia al concepto de la “porción justa” que se desarrolló más arriba, que es parte de una campaña publicitaria de Arcor, que a su vez tiene como condición de producción lo elaborado al respecto por la especialista en nutrición, Dra. Mónica Katz, como ya señalamos previamente. Sin embargo, lo que se expresa en el discurso de Barruti sobre este rotulado verde está en las antípodas del sentido positivo que la multinacional de bandera le otorga.

“Somos el único país que tiene el rotulado “la porción justa”: un sello verde que se posa sobre el mismo jarabe de maíz, aceite y aditivos. Chatarra que promocionan como “la cuotita de placer diario”

que deberás comer para estar dentro de los límites de normalidad de la cultura zombi. Una propuesta bendecida por la presidenta de la Sociedad Argentina de Nutrición y sostenida en el Congreso en presentaciones tan bizarras como los comestibles que defienden. Tan brutas como este sistema brutal que sería re re gracioso si no fuera que nos está matando.”<sup>39</sup>

Así, en el discurso de Barruti estos alimentos son considerados como “chatarra”, un subjetivema que reenvía en su literalidad a los desechos de hierro y metal, y que se utiliza con una carga valorativa negativa, para indicar que es un tipo de alimento que es tan artificial y nocivo para la salud como sería comer hierro y metal (sustancias inorgánicas) en la vereda opuesta de la alimentación saludable (orgánica). Se hace referencia en el interdiscurso, al placer, retomando la polifonía con la propuesta de Katz. Con ironía se usa el diminutivo entre comillas (“cuotita”, subjetivema que reenvía al mercado), señalando que esta propuesta opera de forma imperativa para mediante el consumo, “estar dentro de los límites de la normalidad de la cultura zombi”. Aparecen nuevamente índices de un campo semántico ligado a la muerte, a una sociedad muerta en vida, con una falta de voluntad propia y comportamiento autómatas. A lo largo de la investigación veremos cómo estos dos últimos significantes aparecen reiteradas veces en sus publicaciones. Barruti cierra esta publicación haciendo alusión en el discurso, nuevamente, a que la presidenta de la SAN “bendice” esta propuesta alimentaria (no la nombra, entendemos que para evitar juicios) y que además esto es sostenido en el Congreso de la Nación, con presentaciones “bizarras”, “brutas”, que liga con otras emisiones de calificación- subjetivemas negativos, al “sistema brutal” (en la línea del discurso de crítica socio-económico-estructural que sostiene). Se tensa en este planteo el orden del saber experto, en la medida en que acusa de “bruta” (con un apelativo-emisión de calificación que apunta a la falta de inteligencia y saber de Katz (sin nombrarla) incluso atribuyéndole una acción religiosa, “bendecir”, ajena y contraria a la acción racional científico-objetiva de las pruebas (que el discurso de Barruti, por oposición, sí estaría esgrimiendo, por la estrategia del convencer). Al acusarla de “bizarra” abre el costado “gracioso” de las acciones atribuidas, pero que se clausura en el cierre del *campo semántico de la alimentación para la muerte*, con la atribución de estar matando(nos) (las empresas, la SAN) apelando al nosotros inclusivo que ubica a la enunciadora junto al prodestinaradio y al paradestinario, como víctimas.

Esta primera exposición invita a pensar las figuras enunciativas que se construyen en el discurso de Soledad Barruti a lo largo del conflicto que investiga esta tesina, en el marco de las redes sociales Twitter e Instagram. Creemos oportuno comenzar a desglosarlas para entender mejor el ida y vuelta entre ambas agentes.

---

<sup>39</sup> <https://www.instagram.com/p/B7CDulxlwZ4/>

Barruti, en tanto figura enunciativa, le “habla” a distintos destinatarios con los cuales construye un reconocimiento diferente. A partir de un relevamiento de sus publicaciones, encontramos que en la posición discursiva construida como *prodestinatario* se ubican una serie de médicos, otros profesionales de la salud, biólogos, ambientalistas, feministas, defensores del ambiente, nutricionistas (más bien con perspectiva vegetariana y/o vegana), periodistas, personalidades de la cultura, ciertas ONGs, activistas, las “Periodistas Argentinas”, Unicef Argentina, la Fundación para el Desarrollo de Políticas Sustentables (FUNDEPS) y otros *influencers*. Con estos prodestinatarios se “habla el mismo idioma”, comparten los mismos sentidos sobre lo que es y no es una “alimentación saludable”.

En otro espacio discursivo se encuentran aquellos a los cuales se intenta “seducir” a partir del discurso adversativo-político, que no están ni a favor ni en contra de sus propuestas- o al menos no lo manifestaron abiertamente en redes sociales- y a quienes Barruti les “habla” de forma directa para que -según el caso- cambien sus hábitos de consumo, establezcan políticas públicas y que la información sobre lo que comemos esté al alcance de todos. En este caso nos referimos a los paradestinatarios, entre los que se encuentran el Estado (como figura englobante), el ciudadano “común”, la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires, otras facultades de medicina y nutrición, el Ministerio de Salud de la Nación- y de las provincias también- la Defensoría de Niños, Niñas y Adolescentes, la Organización Mundial de la Salud, la Organización Panamericana de la Salud, la Fundación Interamericana del Corazón (FIC) Argentina, entre otros. Se trata de persuadirlos para, de algún modo, “integrarlos al juego” y que tomen partido, al pasar de paradestinatarios a prodestinatarios.

Finalmente nos topamos con aquellos “contrincantes” donde hay inversión de la creencia: “... lo que es verdadero para el enunciador es falso para el contradestinatario...” (1987b: 17). Sin dudas aquí ubicamos a la Sociedad Argentina de Nutrición y su representante, Mónica Katz, pero también aparecen como contradestinatarios el médico Alberto Cormillot, otros nutricionistas que pertenecen a la SAN, los supermercados y la industria láctea en general: la multinacional agroalimentaria francesa Danone, Nestlé, las empresas de bandera La Serenísima y Arcor, la multinacional estadounidense Pepsico, y la productora de sal argentina, Celusal. Veamos ahora cómo estas empresas y la SAN quedan expuestas por el discurso de Barruti en una de las tantas historias de Instagram.



Este video de Instagram, del 15 de enero de 2020, es parte de una seguidilla de *stories*- la número 41 para ser precisos- que la comunicadora le dedicó al tema que estamos tratando en este apartado, y se encuentran bajo la denominación de “MónicaKatz” en *historias destacadas*<sup>41</sup> de su perfil. Con este apelativo que refiere al nombre y apellido de a quien alude la historia en el marco del discurso polémico, tenemos muy claramente definido el contradestinatario. Aquí podemos ver como juega con la ironía -un recurso retórico muy presente en su comunicación- para referirse a la relación que existe entre las compañías alimenticias y la SAN, como “solo amor”, dando a entender exactamente lo contrario (es decir, alguna forma de interés económico relativo al lobby). Además, como muchas personas utilizan las redes sociales sin sonido, se refuerza el mensaje también a través de una escritura en letras de gran tamaño, para no dejarlos afuera e involucrarnos en el conflicto. Por otro lado, se busca robustecer la comunicación a partir de la presencia de la autora de *Malcomidos* frente a la cámara, con un léxico cotidiano, hablando en primera persona y sin la intermediación de una placa con texto. Y resaltamos esto ya que en plataformas como esta los usuarios consumen más este tipo de contenido, donde a quien “siguen” se muestra a través de *historias* de manera natural, hablándole a la cámara desde el interior de su casa. “Este año, con la pandemia y gran parte del mundo refugiándose en

<sup>40</sup> <https://www.instagram.com/stories/highlights/17869098721579960/>

<sup>41</sup> Las historias destacadas permiten a los usuarios expresar su identidad agrupando historias que ellos consideren relevantes e incluyéndolas en su perfil. Estarán disponibles durante todo el tiempo que deseen sus propios creadores. Se sitúan debajo de la biografía en los propios perfiles de los usuarios presentándose a través de círculos

su lugar, hemos visto una explosión de videos cortos y entretenidos en Instagram”, señala el Director de Instagram, Adam Mosseri<sup>42</sup>.

Tomando esta captura como ejemplo (que será la primera de varias que analizaremos en esta investigación) se ve cómo desde un mismo discurso se le puede hablar a los distintos tipos de destinatarios (*pro, para, contra*), acrecentando al mismo tiempo la identificación, apelando a una persuasión y también dándole “material” al adversario.

## **b. El derecho a la información**

Según el Instituto Interamericano de Derechos Humanos, el derecho a la información es un derecho humano fundamental para el desarrollo pleno de una sociedad democrática, “componente clave del derecho a la libertad de pensamiento y expresión”<sup>43</sup>. Consiste en la posibilidad de toda persona a buscar y recibir información en poder de órganos, entes y empresas públicas, exceptuando los casos de secreto de Estado o de acceso que es restringido por la Constitución o por una ley. Es un derecho multiplicador de otros derechos. “El derecho a la información está destinado a garantizar la plena posibilidad de investigación e indagación de fuentes, más aún cuando ellas son públicas” (Loreti, 1995: 21).

Consideramos oportuno comenzar de esta forma el nuevo apartado ya que la disputa entre Barruti y Katz tiene un nuevo “condimento”: el legal. Sucede que la publicación de “los helados” que acabamos de analizar tuvo mucha repercusión, tanto en redes sociales como en portales digitales, distintas personas opinaron al respecto, y una de ellas fue quien preside la SAN (Katz), la cual además le envió una carta documento a la periodista.

Con la firma de su abogado, Hernán Frajad, la intima “en forma inmediata de recibida la presente se abstenga de nombrar o de referirse” a su representada a través de redes sociales y/o medios de comunicación. Y agrega: “Le hago saber que las opiniones médicas vertidas por la doctora Mónica Katz poseen fundamentos científicos y se encuentran respaldados por la mejor evidencia científica. Sus dichos maliciosos e infundados generan desprestigio y perjuicio”. De no hacerlo, señala, iniciará acciones penales.<sup>44</sup>

Sobre la carta documento enviada, Katz señaló, en una entrevista que le realizaron en Infobae<sup>45</sup> (18/01/2020) que ella no quería que utilicen a su persona “para hacer sus

---

<sup>42</sup> Nota donde Mosseri señala las nuevas funciones de Instagram: <https://www.iproup.com/innovacion/18287-instagram-se-renueva-estas-son-sus-nuevas-funciones> (12 de noviembre de 2020)

<sup>43</sup> Disponible en: <https://acortar.link/XliqsV>

<sup>44</sup>

<https://www.infobae.com/sociedad/2020/01/18/la-nutricionista-monica-katz-hablo-de-su-pelea-con-soledad-barruti-no-busco-censurarla-me-sentaria-a-debatir-con-ella/>

<sup>45</sup> [Idem.](#)

investigaciones y denuncias”. Y aunque entiende que ese es el trabajo de un comunicador, añade “pero todo el tiempo las liga a mi persona y a la sociedad que presido. En un momento me harté”. El “pero” en tanto conjunción adversativa, contrapone lo afirmado previamente. Esto permite comprender lo que afirma luego: “Yo no soy sinónimo de nutrición, de alimentación, las investigaciones las puede hacer sin mí. Intenté que deje de nombrarme en cada cosa que dice, pero lo convierte en un acto de censura”. ¿En qué sentido afirma no ser sinónimo? ¿Por qué se despega de esos términos? ¿Quién la considera así?

Para responder estas interrogantes debemos volver a la sociología de Bourdieu. Recordemos que los agentes e instituciones del campo se distribuyen en el espacio social en base al volumen y la estructura de sus capitales (Bourdieu, 1987). Que Katz sea considerada como “sinónimo de la alimentación y la nutrición” se debe en parte a que, como hemos dicho, ocupa un lugar preponderante en el campo de la salud, acaparando un categórico capital simbólico<sup>46</sup> que permite que sea Presidenta de la SAN. Además, la doctora en nutrición es legitimada por el reconocimiento de sus colegas, los medios de comunicación que la convocan en reiteradas oportunidades para hablar de su *expertise*, sus estudios universitarios cumplen esa tarea también, los lugares en los que trabajó y trabaja, las instituciones que la convocan para llevar adelante eventos, la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires y fundamentalmente la asociación civil que preside la legitima a la hora de hablar de nutrición o “alimentación saludable”. Dicho esto, actúa como supuesto de sus dichos que tanto “propios” como “ajenos” al campo de la salud, “amigos” y “enemigos” la consideran “sinónimo” de nutrición y alimentación, y no da lo mismo lo que ella comunique al respecto. Su intento de desapego es relativo, lo que posibilita el reconocimiento de sus pares y del público en general y redundando tanto en su capacidad de acumular capitales (cultural, económico y simbólico) como de la institución de la cual es presidenta.

A partir de la entrevista que le realizan a Katz, se puede notar que quiere evitar lo que sería más que un sinónimo, una sinécdoque, donde una parte (ella en tanto profesional) es tomada por el todo (la nutrición, la alimentación). ¿Y por qué quiere evitarlo? Quizás para tener más libertad de acción en el campo, para moverse sin problemas, para evitar confrontar con otros jugadores y no tener la necesidad de rendirle cuentas a nadie. O

---

<sup>46</sup> “Cuando las propiedades de un agente son reconocidas como legítimas devienen capital simbólico, o sea, transmutan en honor, respeto, estima, reconocimiento” (cf. referencia a Bourdieu en Dukuen, 2010: 13).

también se puede hipotetizar que para evitar que sea “convertido en un acto de censura” (como señala en el discurso haciendo referencia a ella mediante el sujeto tácito), no apunta a que Barruti evite hablar del tema, sino que la identifique con él.

Continuando con el análisis, la respuesta por parte de Barruti llegó el 15 de enero de 2020, a través de un video de casi 4 minutos en su cuenta personal de Instagram, donde comunicó que recibió la carta documento de Katz. Así comienza:

“Me pide que no la nombre y eso está muy mal, porque yo soy periodista, trabajo en temas vinculados a la alimentación hace mucho tiempo, y la SAN no es un grupo de personas comiendo masitas y jugando a las cartas, es una sociedad civil que tiene relación por ejemplo con la UBA, y partir de su importancia hacen investigaciones, congresos, están en la Legislatura, en los medios de comunicación...”<sup>47</sup>.

Lejos de sentir temor, de no cuestionar más a los alimentos ultraprocesados, Barruti le envió un mensaje a sus seguidores cargado de apelativos y subjetivemas. Con una sonrisa en su rostro, el documento en sus manos, cierta soltura en su cuerpo y sin mostrarse preocupada, explicó que lo que le está pidiendo (ella=Katz) es que ejerza una censura previa en sus trabajos. En una especie de juego de posicionar “quién es quién” en la disputa, mediante afirmaciones sobre el ser, el señalamiento en primera persona “yo soy periodista” y el largo tiempo de trabajo en el tema, opera como una apuesta de legitimación desde el campo periodístico, donde la autocensura está “muy mal” porque contradiría el capital simbólico de la objetividad basada en la difusión de información fundamentada. Entonces, nuevamente observamos como más o menos explícitamente lo que está en juego es la legitimidad/legitimación de las agentes y sus discursos. Además, Barruti destaca el lugar que tiene la SAN en el campo de la salud y la relación que mantiene con importantes instituciones como la UBA, la Legislatura, los medios de comunicación. “La SAN no es un grupo de personas comiendo masitas y jugando a las cartas”, apela a la ironía mediante una contraposición haciendo referencia a que no son personas anónimas divirtiéndose, sino que sí ocupan un lugar de poder en el campo de la salud y que claramente sus acciones y decisiones tienen repercusiones: por sus ligazones institucionales, tiene, lo que llamamos poder simbólico, es decir, capacidad de producir visiones y divisiones sociales, categorizaciones (Bourdieu, 2001) sobre la “alimentación saludable”.

Esta acción legal también llevó a que organizaciones, sindicatos, asociaciones y ciudadanos, entre otros, manifestaran su solidaridad con una u otra a través de las redes sociales. Tal es el caso del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA) quienes, el 16

---

<sup>47</sup> <https://www.instagram.com/p/B7W6P85FB4-/> (15 de enero de 2020)

de enero de 2020 y a través de un tuit, hicieron alusión a la libertad de expresión y señalaron que “ningún lobby empresarial puede estar por encima del derecho a la comunicación”<sup>48</sup>.

Tres días después, Katz hizo un pequeño descargo a través de una publicación en el *feed* de Instagram destinado a sus seguidores y personas que empatizan con ella: “Gracias a todas las personas que me apoyan y entendieron que la carta documento no fue censura sino un pedido de que se informe responsablemente! Discutamos ideas basándonos en evidencia científica. Gracias”<sup>49</sup>. No es el objetivo ser redundante en el análisis, pero al lector no se le escapará que la referencia al capital académico (“evidencia científica”) como legitimación de sí es al mismo tiempo por contraposición deslegitimación del otro (Barruti), que “no informa responsablemente”. También es muy visible en el agradecimiento la apelación a los *paradestinatarios*, lo cual forma parte de una estrategia que consiste en mostrarse reconocida en su lucha.

La doctora en nutrición también se refirió al conflicto en una entrevista que le realizaron del medio La Nación<sup>50</sup>. Allí se puede encontrar semejanzas con lo que dijo en la ya citada nota del portal Infobae, al señalar, por ejemplo, que ella no es la alimentación, ni la nutrición ni la industria. Por otro lado, resulta interesante el modo en que nombra la trayectoria para justificar el lugar que ocupa en el campo: “Soy una señora grande, trabajé 23 años gratis en un hospital público”. Se utilizan como argumentos para que no se la nombre más ni el cargo que desempeña. Aunque la cantidad de años trabajados en instituciones públicas no son necesariamente garantes de la calidad de un profesional, sin dudas la apelación al tiempo en la profesión (tal como en el caso de Barruti) se utilizan como estrategias de legitimación de su lugar y voz en el campo de la salud.

Volvamos al tema del derecho a la información. Barruti es periodista y escritora, trabaja en temas vinculados a la alimentación y a la industria alimentaria. Su materia prima es la información y el campo en el que ejerce sus investigaciones es el del periodismo en salud ¿Qué significa entonces esta carta documento? ¿Qué consecuencias tiene un bozal legal en un profesional de la comunicación?

“No es mi derecho a decir lo que se me da la gana, es el derecho de ustedes a saber, a tener acceso a esa información. Pedir que un periodista no informe es pedir censura”, argumenta Barruti más adelante en el video que publicó en Instagram<sup>51</sup>.

---

<sup>48</sup> <https://twitter.com/sipreba/status/1217928821162356736> (16 de enero de 2020)

<sup>49</sup> <https://www.instagram.com/p/B7eUKMYBUzh/> (18 de enero de 2020)

<sup>50</sup> <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/carta-documento-que-paso-monica-katz-periodista-nid2324951/>

<sup>51</sup> <https://www.instagram.com/p/B7W6P85FB4-/>

Consideramos que la carta documento significa en una de sus dimensiones, un modo de violencia eufemizada, irreconocible pero sumamente efectiva. Parafraseando a Bourdieu (1991) está presente y a la vez enmascarada. Quien la envía, en este caso Katz, en algún punto está marcando su autoridad, muestra que se encuentra un “escalón más arriba” en el campo de la salud, por el *reconocimiento* del capital académico (del que se deriva, por la negativa, la acusación de intrusismo hacia Barruti) que busca hacer desconocer el compromiso con los lobbys, etc. Así ordena por ello a través de un abogado que no mencione más su nombre. Lo que se ejerce es violencia simbólica que, pese a ser suave e ignorada a veces como tal, es efectiva y “el modo de dominación más económico por ser el más conforme con la economía del sistema” (Bourdieu, 1991: 10) Y como esta autoridad no puede perpetuarse sin ser objetivada, aparece el recurso legal: principio de objetivación del orden social = el derecho como violencia simbólica legítima amparada por el Estado permite reafirmarla, conforme a los valores que reconocería la sociedad (la ley).

Esta disputa discursiva específica en torno a la censura, circuló y fue leído por múltiples agentes, quienes como *pro* y *contradestinatarios* en el pasaje del reconocimiento a la producción, expusieron sus propios discursos en el mundo 2.0. Tal fue el caso de las *Periodistas Argentinas*, quienes como muestra de apoyo a su colega, escribieron: “El debate se enriquece con libertad de expresión. Mordazas, nunca más”<sup>52</sup>.

Las consecuencias que tiene un “bozal legal” en el periodismo es la autocensura (el subjetivema metafórico sería entonces un eufemismo legal), el no hablar de ciertos temas por miedo a la “represalia” que puede venir de quien lo solicitó de forma legal. Esto repercute no solo en quien informa sino también en quien quiere tener acceso a esa información para poder saber, aprender y tomar decisiones (pro y paradestinatarios), ya que como bien señala el lema del 2021 del Día Mundial de la Libertad de Prensa, “la información es un bien común de todos”<sup>53</sup>.

En esta línea, Barruti es consciente de los derechos que tiene a la hora de ejercer el periodismo y así lo manifiesta en el documento que le respondió a Katz, el cual fue enviado a través de la empresa estatal Correo Argentino, y que luego compartió a través de las historias de Instagram<sup>54</sup>.

En primer lugar, Barruti rechaza la carta documento por “improcedente, maliciosa, ilegítima y abusiva”, marcando mediante esos subjetivemas negativos, acciones atribuidas que reenvía a la jerga legal que permiten justamente rechazarla por ilegítima. Acto seguido

---

<sup>52</sup> <https://acortar.link/LoNU2Y> (16 de enero de 2020)

<sup>53</sup> <https://es.unesco.org/commemorations/worldpressfreedomday/2021>

<sup>54</sup> <https://www.instagram.com/stories/highlights/17869098721579960/> (17 de enero de 2020)

señala que su actividad como periodista profesional está amparada por el derecho a la libertad de expresión, y lo respalda citando tanto a la Constitución Nacional como a tratados internacionales de derechos humanos, es decir, otorgando pruebas. En segundo lugar, manifiesta que sus análisis son sobre la actividad pública que desarrolla Katz y la entidad que ella preside, vinculado a los temas de interés público, haciendo luego referencia al derecho de los consumidores y usuarios a la información “adecuada y veraz”. A esta altura del análisis, el lector notará que la referencia de fondo es la legitimación en el capital simbólico de la objetividad, como reconocimiento del capital cultural relativo a la profesión periodística, como ejercicio de la búsqueda de información bien fundamentada, “veraz”.

Recordemos que el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece a la libertad de expresión como un derecho fundamental: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”<sup>55</sup>.

Teniendo en cuenta ese derecho como necesidad social que no se debe vulnerar, este modo de violencia choca con el derecho a la información garantizado por la Constitución Nacional. Barruti les informa a sus seguidores, a través de un video, que seguirá haciendo su trabajo, que este documento le da “más ganas” de ejercer su profesión, que los avances más fuertes y radicales de la industria alimentaria tienen que ver con la ignorancia de la población y no acceso a la información, y que continuará comunicando para que así todos puedan tomar mejores decisiones. “Esto me indica que tal vez debo más profundamente incluso poner mi mirada en ciertos espacios, porque donde hay tanto vértigo a que se meta un periodista es porque algo más hay”, concluye Barruti su publicación sobre la carta documento. Es decir que, dirigiéndose a sus *para y pro destinatarios*, este discurso utiliza el pedido del “bozal legal” como un índice que refuerza la importancia de su profesión y su denuncia en el “conflicto de los helados” relativa a los lobbys, las complicidades entre la SAN, Katz y las industrias alimenticias.

### **c. La salud se cuida con matrícula**

Continuando en un orden cronológico, volvemos a mencionar una nota publicada pocos días después en Infobae (17/01/2020) bajo el título “Preocupa a médicos y nutricionistas

---

55

<https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights#:~:text=Art%C3%ADculo%2019,por%20cualquier%20medio%20de%20expresi%C3%B3n>.

que cada vez más personas sigan consejos alimenticios de influencers<sup>56</sup>. Si bien no se nombra a la periodista, se puede intuir que su realización en este momento tiene que ver con el conflicto con la doctora en nutrición. La analizaremos a continuación y luego vamos a ver cómo impactó en las redes sociales de la SAN, de Katz y de algunos especialistas en nutrición, esta preocupación por quienes informan sobre la misma temática sin tener un título habilitante en el campo de la salud.

En primer lugar, vuelve a aparecer “intrusismo profesional”, la acción atribuida para referirse a aquel que se “mete” en un espacio que no le compete y opina sin legitimación. Leyendo la nota, encontramos que el marco legal que habilitaría o no a hablar sobre estas temáticas de salud sería la matrícula médica. “La salud se cuida con matrícula”, dicen médicos y licenciados en Nutrición en modo campaña de difusión frente a los mensajes impulsados por “no profesionales” en el marco de las redes sociales<sup>57</sup>. El registro de los datos personales avalados por una institución educativa donde se cursaron los estudios habilitaría, según ellos, el poder dar voz y voto, aunque, señalan, que “la nutrición es una ciencia, no es una opinión”, lo que a partir de la clásica oposición platónica entre *doxa* y *episteme*, da a entender que no hay mucho margen para discusión. Bourdieu se refiere a esta posesión de un título habilitante al oponerlo a la autoridad personal, que no puede ser delegada ni transmitida hereditariamente. El título, al ser un instrumento de evaluación de la posición de los agentes, permite establecer relaciones de equivalencia (o de conmensurabilidad) al dar el mismo valor a todos los detentores del mismo y al excluir mediante una frontera muy clara, a quienes no lo tienen (Bourdieu, 1991: 17).

“En los últimos años se produjo el fenómeno de piedra libre para hablar sobre nutrición y alimentación pero eso se agravó últimamente, cuando personalidades populares con gran cantidad de seguidores, por ser modelos, panelistas, profesores de gimnasia, coach health, periodistas o simplemente no siendo nada pero habiendo logrado un cuerpo supuestamente perfecto, comenzaron a usar sus redes como un medio de comunicación y transmisión de mensajes que muchos intentan seguir, sin saber si son recomendaciones realmente saludables o servirán personalmente para ellos”, dice, en la nota de Infobae arriba citada, la médica especialista en Nutrición, Virginia Busnelli, de quien se aclara al lado su número de matrícula nacional, para respaldar, aún más, que lo afirmado proviene de una persona que cursó unos estudios universitarios que avalan que esté allí dando su visión como referente del campo.

---

<sup>56</sup>

<https://www.infobae.com/salud/2020/01/17/preocupa-a-medicos-y-nutricionistas-que-cada-vez-mas-personas-sigan-consejos-alimenticios-de-influencers/>

<sup>57</sup> Ver: <https://www.instagram.com/explore/tags/tusaludsecuidaconmatricula/>

De lo citado se pueden sacar varias líneas de análisis. En primer lugar, encontramos una enumeración de apelativos referidos a profesiones para referirse a aquellas personas que no son profesionales de la salud y sin embargo interactúan con un gran público a través de las redes sociales en temas objeto de esas profesiones. Estas “personalidades populares” (es decir, en este caso, quienes son *reconocidas* por la cantidad de seguidores, no por la calidad legitimada de sus saberes) no estarían legitimadas para crear contenido sobre alimentación saludable y se desincentiva a que sigan sus recomendaciones. La especialista en nutrición manifiesta su preocupación por el crecimiento de agentes que transmiten este tipo de mensajes y resalta que en el último tiempo se produjo “piedra libre”, es decir, una salida de su “escondite” (siguiendo la metáfora del juego) para todos aquellos que querían opinar sobre la temática. Una salida del escondite y una masiva entrada al mundo de la comunicación digital de aquellos que no pertenecen al campo de la salud, siendo jugadores de otros campos.

En segundo lugar, no se puede dejar pasar la mención que se hace sobre los “seguidores”. Como se afirmó en el enfoque teórico metodológico, en las redes sociales intervienen agentes de diferentes campos con sus respectivos *habitus* y disputas por la acumulación del capital específico, legítimo en cada campo. En el corpus en cuestión, hay tanto profesionales de la salud como aquellos que no lo son, difundiendo información y creando una diversidad de contenido sobre “alimentación saludable”. Algunos tienen la cuenta verificada de Instagram y/o Twitter<sup>58</sup>, otros no, pero muchos de ellos con gran cantidad de “seguidores” atentos a lo que se comparte constantemente allí. Así, los “seguidores” legitiman el lugar que ocupan estos jugadores en el campo donde se batalla por la acumulación del capital.

Bajo una óptica “bourdeana”, diremos que los profesionales de la salud que se manifiestan ven afectadas sus prácticas individuales y colectivas, y así alzan su voz para defender aquello que es razonable en su campo contra la “intrusión”, de aquello que traspasa los límites de estas regularidades. Esto tiene que ver con la noción de *habitus*, el cual tiende a excluir, sin utilizar violencia, las “locuras” (“esto no es para nosotros”), es decir, las conductas destinadas a ser negativamente sancionadas porque son incompatibles con las condiciones objetivas (Bourdieu, 1991: 7). Traemos esto a colación ya que justamente el *habitus* es lo que permite habitar las instituciones, apropiárselas, y mantenerlas activas. Es por medio de él entonces que la SAN encuentra su realización como institución subjetiva,

---

<sup>58</sup> A través de un pequeño sello azul con una tilde se asegura que las cuentas son quienes afirman ser, es decir, es una forma que tienen las personas para saber que son auténticas aunque no por ello más importantes que las demás.

mediante los agentes que la representan cuidando las fronteras del campo, de la avanzada del intrusismo.

Continuando con el análisis, hallamos una clara referencia a Barruti a partir del uso de un apelativo delocutivo por parte de la nutricionista Busnelli, quien es consultada por este crecimiento de “influencers” que hablan sobre alimentación saludable. Si bien no aparece el nombre y apellido -ni el de ningún otro comunicador probablemente para evitar sanciones legales- se puede inferir que por el momento en el que fue realizada la entrevista, y por el lema de “cuidar la salud con matrícula” -que aparece reiteradas veces en las publicaciones de la SAN- se trata, entre otros, de la autora de *Malcomidos*. Busnelli alerta por las consecuencias de seguir rígidas inclinaciones alimentarias que surgen en el ámbito de las redes sociales, y entre los apuntados se encuentran “periodistas con alta tendencia fanática”. Nótese el adjetivo (des)calificativo con el cual se apela para semantizar negativamente a quienes practican una profesión que supone racionalidad en la búsqueda de información, al asociarla a prácticas puramente emocionales (no racionales) y desmedidas (reforzadas por el sintagma “alta tendencia”) en la defensa de una posición.

Para estos profesionales de la salud hay ciertos límites que se están pasando no solo al difundir un mensaje sobre alimentación, sino más que nada cuando se establece el contacto personal con los seguidores, al brindar consejos, dar charlas y talleres. “Esto claramente se define como intrusismo profesional, ya que son actividades profesionales reservadas al título ejercidas por personas no autorizadas, y que atentan gravemente contra la salud de la población”, dice Busnelli, y continuación se señala la necesidad de que exista una regulación en redes sociales por parte del código penal. No solo habría un vacío legal que habilitaría esta difusión de información y encuentro cercano entre “seguidores” e influencer, sino que estas personas lo hacen de forma irregular, entrometiéndose en el campo que no les corresponde y afectando, según afirma Busnelli, la salud de aquellos que los siguen. Vemos con claridad el mismo tipo de argumentación defensiva del campo de la salud, que en las apelaciones al intrusismo realizadas por Katz, por lo tanto remitimos a ese análisis. Esta interdiscursividad se puede pensar como una “defensa de cuerpo”, es decir, como un discurso de la ortodoxia en defensa de las barreras de entrada del campo de la salud.

Al final del artículo que estamos analizando, -que en ningún momento apela a una polifonía que incluya la otra “campana”, es decir, a los agentes que como Barruti difunden contenido sobre alimentación saludable sin título médico, se aborda el tema de las redes sociales como un espacio de “desinformación incontrolada, con falsos mitos y datos incorrectos altamente peligrosos para la salud”. Estas palabras de la Agencia de Calidad de Internet

(IQUA) son tomadas por la nutricionista Busnelli como una estrategia discursiva del convencer para respaldar lo sostenido más arriba sobre el intrusismo nutricional.

Pasemos ahora a ver de qué manera la Sociedad Argentina de Nutrición construyó su discurso sobre el conflicto de interés con aquellos que sin contar con el capital cultural de tipo académico alzan su voz, utilizan sus medios digitales, interpelan de distintas formas, para hablar sobre alimentación saludable. “Aquellos” a los que hacemos referencia no son una masa homogénea que produce un mismo discurso, sino todo lo contrario: son distintos agentes, con diferentes formaciones y capital cultural, pero que comparten una misma causa y un mismo medio para llevarlo a cabo.

Hecha esta aclaración, analizaremos aquí una seguidilla de publicaciones del *feed* de la SAN que se produjeron entre el 17 de diciembre de 2019 y el 9 de enero de 2020. Y si bien el “estallido” con Barruti fue a principios de enero, consideramos conveniente observar lo que ya se sostenía días atrás, debido a que la comunicadora representa a una persona - popular, por supuesto- que sin contar con un título médico aborda estas temáticas y deconstruye mitos populares.



En esta primera publicación del 17 de diciembre de 2019 podemos ver el tono pedagógico de las definiciones, que ya analizamos anteriormente, donde se toma al paradesinatario-seguidor de la SAN como alguien que no sabe de ciertos temas y se lo

<sup>59</sup> <https://www.instagram.com/p/B6MUvtTFkeq/>

debe informar. ¿Por qué decimos esto? ya que primero con signos de pregunta y en mayúsculas (como para llamar la atención mediante ampliación de la visibilidad) se señala ¿QUÉ ES EL INTRUSISMO NUTRICIONAL? y luego lo define en pocas palabras, ya en minúsculas, con una pequeña bajada donde se deja asentada la posición de la SAN sobre este tema. Como bien advertía Foucault (2002), la disputa se vuelve una relación de “poder-saber”, donde integrantes de distintas disciplinas, algunos nutricionistas y médicos, por un lado, y otros profesionales de la salud, comunicadores, entrenadores y creadores de contenido, por otro lado, luchan por construir e imponer una definición legítima de la alimentación saludable utilizando especialmente como apuesta, la posesión (o no) de un capital cultural académico, como lo es “el título”, la “matrícula” en una clara defensa de cuerpo profesional. Utilizando un apelativo delocutivo, sin nombrar a nadie puntual, en la publicación se señala como “intrusos” a aquellos que se introdujeron en un espacio que no les pertenece, sin “autorización”, y de este modo disputan la legitimidad y legalidad del saber. Cabe preguntarse acá cuál es el límite ¿Cuáles son los mecanismos discursivos que se ponen en disputa? Sin dudas se está disputando el saber y eso en parte se debe a la ampliación del universo del discurso público que generan las redes sociales. De este modo, queda claro que quien ejerce esta actividad denominada “intrusismo nutricional”, está realizando algo que es ilegal. También destacamos en el hilo de mensajes, a la derecha de la publicación, como la SAN utiliza la mayúscula para destacar el NO al intrusismo nutricional, como una actividad de la institución, cerrando el sintagma con un signo de exclamación. Si bien no es el objeto de este trabajo analizar el hilo de mensajes que implican a seguidores, se puede ver uno de ana\_restelli, que apelando a la ironía mediante una serie de preguntas retóricas, cuestiona la posición de la SAN contra el intrusismo.

El 18 de diciembre de 2019, es decir, al día siguiente, la SAN publica en Instagram: “Cada profesional de la salud posee un campo de trabajo en el que se ha capacitado”<sup>60</sup>. Para destacar el mensaje, el texto ocupa la mitad del espacio y aparece en imprenta mayúscula. Cada cual debe ocupar su lugar en el campo, cumpliendo así los principios regulatorios y valores que prescriben. Sin embargo, como bien señala Wacquant (1995) en su exégesis de la obra de Bourdieu, el campo es un espacio de conflictos y competición. Y esta no es la excepción. Continuemos con el análisis. Al lado del texto se puede ver una imagen con el bolsillo de un delantal blanco y un estetoscopio rodeado de alimentos naturales (verduras y legumbres). Vale señalar que en “División de signos”, Charles Sanders Peirce hace referencia al símbolo como una ley, o una regularidad. “Su Interpretante debe ser susceptible de la misma descripción; y también debe serlo el Objeto inmediato en su totalidad, o significado. Pero una ley necesariamente rige a individuos, o está ‘incluida’ en

---

<sup>60</sup> <https://www.instagram.com/p/B6OuGUSgs1B/>

ellos, y prescribe algunas de sus cualidades. Por consiguiente, puede darse que un Índice sea constituyente de un Símbolo, y que un Icono lo sea también” (Peirce, 1974: 55). En este caso, estos elementos médicos constituyen como símbolos una regularidad en el campo de la salud. Entre los alimentos que asoman de ese mismo bolsillo del delantal, no hay alimentos industriales ni “ultraprocesados”, sino una selección de aquellos que simbolizan lo “saludable”, lo “sano”, “fit”, y así vemos una zanahoria, una chaucha, un brócoli y un espárrago. Así, apelando a dos símbolos distintivos de la medicina que al ponerse junto a los alimentos, mediante el *anclaje* de la imagen por el discurso escrito (cf. Barthes, 1992), refuerzan el efecto de cientificidad que implica la barrera al “intrusismo”.

Otra de las herramientas de trabajo típicas de los profesionales de la salud es el sello, elemento pequeño, rectangular, que viene a representar el diploma médico, la especialidad y la matrícula, y que desde el punto de vista legal significa el compromiso del profesional por lo que prescribe (en el caso del médico) o con lo que indica. Tan importante es en términos simbólicos, que aparece en la tercera publicación de esta seguidilla que realiza la SAN, el 20 de diciembre de 2019.



Después de hacer el juramento hipocrático, el Estado otorga un título habilitante a los profesionales de la salud. Hablamos de la matrícula, referenciada en un número de registro que les da la posibilidad de trabajar pero también la responsabilidad a la hora de actuar. En el posteo podemos ver cómo se utiliza este registro para interpelar en la campaña contra el “intrusismo nutricional”. Vemos el hashtag #NOALINTRUSISMONUTRICIONAL, que ahora acompaña el sello. ¿Qué significado tiene? Apelando al imperativo, se busca demostrar que

<sup>61</sup> <https://www.instagram.com/p/B6S2YF6lCd/>

la salud estará “cuidada” por quienes tienen matrícula: la imagen del sello opera como una suerte de metonimia, porque sugiere la acción de certificar el saber mediante el poder de recetar, ya que el mismo tiene el aval de instituciones educativas reconocidas por el Estado, y eso es garantía de “verdad” y “seguridad”. Tal como señala Bourdieu en *Los modos de dominación*, la objetivación que efectúa el título- y todas las formas de poderes- “en el sentido de prueba escrita de cualificación que confiere crédito o autoridad” (Bourdieu, 1991: 18), lleva a que las relaciones de poder y dependencia ya no se fundamenten en la interacción entre las personas, sino que ahora será en la objetividad de las instituciones y los títulos socialmente garantizados que las legitiman. Por lo cual, se utiliza el poder que otorgan tanto el Ministerio de Salud (nacional y/o provincial) como la facultad donde se cursaron los estudios, para justificar un discurso sostenido en el marco de un conflicto con agentes que no pertenecen al campo de la salud y cuestionan el capital simbólico.

La SAN refuerza su discurso a través de la siguiente bajada: “El Ministerio de Salud de la Nación otorga matrícula profesional que habilita el ejercicio y posee un registro único de profesionales de la salud habilitados para atender la salud de los/las argentinos/as”. Es decir, todo aquel que no se encuentre en ese registro, que es único, realizado por la institución de mayor jerarquía legal en materia de salud en la Argentina, no puede ingresar a este campo ya que si lo hiciera, sin contar con el título y matrícula habilitante, estaría incurriendo en un acto por fuera de la ley y las instituciones estatales. A esta altura de la tesina, queda claro que este es uno de los ejes centrales de la disputa, y una estrategia constante de defensa de cuerpo del lado de la SAN y lxs profesionales que adhieren a ella.<sup>62</sup>

Luego vinieron una serie de publicaciones donde el foco se puso en las consecuencias, negativas, que generan los y las “intrusos/as”. Se habla de complicaciones sanitarias y éticas, de que se pone en riesgo la vida de las personas, que se genera confusión para interpretar la información sobre alimentos y nutrición, y falta de diagnóstico de una enfermedad existente<sup>63</sup>. Con una apelación retórica a la vía del convencer (Barthes, 1966), con argumentos “objetivos”, se opone a este conocimiento “práctico”, un saber científico legítimo y certificado.

---

<sup>62</sup> Obsérvese nuevamente en el hilo de mensajes, la ironía con la que comenta tano.guerrero apelando a un cuestionamiento burlesco de la literalidad.

<sup>63</sup> <https://www.instagram.com/p/B6iWpScI8jV/> // <https://www.instagram.com/p/B7CWHimFUZn/> // <https://www.instagram.com/p/B7HplkpE3hR/>

Cabe recordar que la SAN lleva más de 80 años en el campo, un tiempo ampliamente superior a otras instituciones de la misma materia<sup>64</sup>, y suficiente para construir un importante capital simbólico, que no solo buscan proteger sino también expandir. Eso se sustenta con su presencia en varias provincias de la Argentina, a partir de los lazos internacionales con importantes entidades y con los miles de socios que la integran y participan activamente. Dicho esto, se puede entender otra de las publicaciones que realizaron, en este caso el 7 de enero: “El intrusismo en nutrición pone en riesgo la vida de las personas y el trabajo de los expertos en nutrición”<sup>65</sup>. Dejando a un lado la primera parte de la oración (que ya fue analizada anteriormente), se infiere hacia el final del sintagma una defensa relativa al trabajo, y lo que se busca es preservar el capital económico como resultado de una profesión que genera exclusividad (es decir, señala quienes pueden ejercerla y quienes no) basada en título y la matrícula. Utilizando un alerta por la circulación de discursos no legítimos, tanto en redes sociales como en otros espacios de encuentro, se ve a estos agentes como rivales en la definición de las prácticas de la “alimentación saludable”.

Otro punto a destacar es que el discurso de ciertos agentes del campo de la salud busca construirse borrando las marcas del “yo” de la enunciación, es decir, los deícticos de persona, que puedan dar cuenta de la inscripción del sujeto emisor en el enunciado. Esta desaparición tiene que ver con el efecto de objetividad que se intenta construir en este tipo de discurso, basado en la apelación a la ciencia. Por contraste, aquellos jugadores “fuera de campo” que opinan sobre la alimentación saludable desde el conocimiento práctico, no legitimado mediante certificación, nos ponen en muchos casos frente a otro tipo de discurso, donde prima el uso de la primera persona del singular, e incluso del plural, con deícticos recurrentes, apelando en algunos casos a la experiencia personal. Fue el caso que analizaron Domke y Primitivo (2019) en su tesina sobre el “Diario de una chica FIT” a la que remitimos.

Siguiendo con el texto “*La palabra adversativa*” de Verón y a partir de todo el análisis que se fue haciendo en este trabajo, consideramos oportuno señalar ahora las figuras enunciativas que quedaron pendientes, es decir, las que se desprenden del discurso de quien preside la Sociedad Argentina de Nutrición.

En primer lugar se encuentran aquellos destinatarios vistos como un “otro positivo”, a quienes va dirigido el discurso político y donde existe un “colectivo de identificación” (Verón, 1987b). En el corpus analizado encontramos en la posición discursiva construida como prodestinatario a algunos médicos y nutricionistas; a la Unión Internacional de Ciencias de

---

<sup>64</sup> Como Fundación Sanar y la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas (AADYND).

<sup>65</sup> <https://www.instagram.com/p/B7CWHimFUZn/> (7 de enero de 2020)

la Nutrición (IUNS); el Consejo Internacional de Avances de la Nutrición (ICAN); la industria láctea en general; la multinacional agroalimentaria francesa Danone; la de bandera La Serenísima; la empresa multinacional estadounidense Pepsico; Arcor; la productora de sal argentina, Celusal; el Consejo Argentino sobre Seguridad de Alimentos y Nutrición; y desde ya, la Sociedad Argentina de Nutrición<sup>66</sup>.

En segundo lugar, están los agentes identificados en el rol de paradestinatarios. Estos son la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de Buenos Aires, otras facultades de medicina y nutrición, el Ministerio de Salud de la Nación, la Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA), la Organización Mundial de la Salud, entre otros. Estos agentes no creen ni descreen del mensaje de Katz pero, como señala Verón, este “tercer hombre” resulta de una característica estructural del campo político en las democracias, y en este caso vemos que son instituciones importantes y con influencia en el campo de la salud. Creemos que la identificación de estos actores como paradestinatarios se condice con el hecho de que es en estos espacios donde se forman los futuros profesionales, se producen importantes investigaciones y tomas de decisiones. Aquellos que concurren a estas instituciones podrían ser los próximos en sumarse a las filas de la SAN, apoyar el discurso de su presidenta o, todo lo contrario, ubicarse en un espacio donde existe otra mirada de la alimentación saludable. Si bien están como “fuera de juego”, su decisión por uno u otro discurso produciría cambios trascendentales en la relación de fuerzas que constituye la disputa que estamos analizando<sup>67</sup>.

En tercer lugar nos encontramos con aquellos que en el discurso son representados como quienes descreen o, directamente, están en contra de los postulados de la enunciadora. Ocupan este rol de contradestinatarios los ambientalistas, un grupo de feministas que militan el antiespecismo, las Periodistas Argentinas, nutricionistas con perspectiva vegetariana/vegana, ciertos *influencers*, algunos médicos y desde ya la periodista Soledad Barruti, entre otros. Las cualidades que se le atribuyen a quienes ocupan este espacio en el discurso son las opuestas a las del colectivo de identificación “nosotros inclusivo” formado por el enunciador y prodestinatario. Estos destinatarios negativos tienen, en palabras de Verón, una lectura “destruccionista” que define su posición de adversario. Las acciones que

---

<sup>66</sup> Algunos de estos prodestinatarios son mencionados por Soledad Barruti en una de sus historias sobre “MonicaKatz”, que se encuentran destacadas en su perfil. La que hacemos referencia es la número 43: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17869098721579960/>. Otro ejemplo para ver cómo Arcor se posiciona en el lugar de prodestinatario de Katz: <https://www.arcor.com/ar/alimentos/la-variedad-te-hace-bien>

<sup>67</sup> Podemos ejemplificar la figura de paradestinatario en uno de los tantos cursos que dictó/dicta Katz. Acá la invitación a uno de ellos, desarrollado en febrero de 2020 en la Universidad Favaloro: <https://www.instagram.com/p/B8uQrJHnVVy/?hl=es>. También es ilustrativa esta jornada que se desarrolló en la SAN sobre “Intrusión en Nutrición”: [https://www.instagram.com/p/B\\_VoSCYjMou/](https://www.instagram.com/p/B_VoSCYjMou/)

emprenden, ya sea por medios virtuales o presenciales, son objeto de ataque por parte del discurso de Katz y de la SAN y suelen señalarse como parte de “Intrusismo Nutricional”<sup>68</sup>.

Finalmente, una de las últimas comunicaciones que se produjeron en el perfil de la SAN en el período señalado fue la siguiente:



Si tomamos esta publicación como objeto de análisis, podemos notar que se produce una contraposición -la conjunción “y” la marca- entre **a)** el desarrollo de los medios de comunicación, internet y las redes sociales, que permitirían “facilitar” la búsqueda de soluciones para la salud y **b)** el “Intrusismo Nutricional”. Obsérvese que **a)** no contiene ni subjetivemas ni apelativos con carga negativa, por lo tanto podemos suponer que es el lado positivo del desarrollo de los medios, lo cual en un análisis relacional con **b)** muestra la diferencia ya que “intrusismo nutricional” es una acción atribuida cargada de un subjetivema negativo que indica una actividad ilegal, como vimos hasta ahora. Los discursos de corte pedagógico que viene desarrollando la SAN días anteriores permiten hacerles saber a quienes son sus seguidores el sentido negativo de la construcción sintagmática “Intrusismo Nutricional”. La “agudización del intrusismo nutricional”, es habilitada por la ampliación del acceso a la producción pública de información donde agentes “fuera de campo” producen contenidos no legitimados por el campo de la salud.

Para finalizar no podemos dejar de mencionar el encuentro que sucedió en marzo del 2020 entre Soledad Barruti y el Doctor Alberto Cormillot, quien aparece como contradestinatario de los discursos de Barruti. Fueron invitados por la *Revista Viva* de Clarín para conversar,

<sup>68</sup> Algunas publicaciones donde podemos encontrar a estos contradestinatarios:

<https://www.instagram.com/p/B68wQ02hE10/?hl=es> //

<https://twitter.com/mariaFFreijo/status/1217911105730859008> //

<https://twitter.com/NANCYPAZOS/status/1217809495432232962>

<sup>69</sup> <https://www.instagram.com/p/B7E8dMZIV2J/> (8 de enero de 2020)

desde ópticas totalmente distintas, sobre el sistema alimentario de los argentinos. La nota se publicó el 12 de abril de 2020<sup>70</sup>.

“Entre tantas grietas insalvables, luego de que una gran cantidad de ‘profesionales’ de la nutrición emprendieran campañas públicas y privadas para que no me dieran más espacio en los medios, pasando por ese altísimo momento en que Mónica Katz quiso poner un bozal legal invitándome luego públicamente a debates a los que nunca se animó, celebro que este encuentro se haya dado”, señala Barruti en un posteo en su cuenta de Instagram<sup>71</sup>, donde invita a sus seguidores a que lean la nota.

En un discurso donde se encuentran marcas de la subjetividad valorativa y apelativos delocutivos (“gran cantidad de ‘profesionales’ de la nutrición”), Barruti hace referencia a la seguidilla de publicaciones de la SAN que acabamos de analizar y se contenta por el intercambio que tuvo con una persona que piensa muy distinto a ella. “Grietas insalvables”, “intercambio civilizado”, “sobrevivir”, “batalla” y “resistencia” son algunos de los subjetivemas que encontramos en su largo posteo, en el cual construyen un campo semántico (Vitale, 1994) de la guerra. Esto se refuerza con una de las fotos que acompaña la nota: se los ve cruzados de brazos, uno frente a otro y con miradas desafiantes. Por si no se llegaba a comprender su significado, el epígrafe lo refuerza: “Barruti vs. Cormillot: dos puntos de vista sobre lo que comemos los argentinos”. El versus, contribuye, sin lugar a duda, al campo semántico de la guerra. Si bien Barruti reconoce que está de un lado de la “grieta” o, mejor dicho, de un tipo de pensamiento sobre lo que es la alimentación saludable, se alegra por la conversación “civilizada”, es decir, de poder exponer cada uno lo que piensa sin que eso condujera a una medida cautelar. Aunque en este encuentro no hubo “sangre” ni personas heridas, tampoco sucedieron cambios de postura. “Hubo momentos en que el debate nos hizo reír”, dice Barruti, quien destacó que la comunicación sucedió desde el respeto.

#### **d. Soberanía alimentaria**

¿Qué es la soberanía? ¿Qué es algo soberano? ¿Cómo se puede lograr? ¿Hay algún precio que pagar? ¿Por qué es tan necesaria? Estas son tan solo algunas de las preguntas que nos surgen a la hora de comenzar este apartado sobre la soberanía, pero en relación a la alimentación, es decir, la “soberanía alimentaria”.

---

<sup>70</sup> [https://www.clarin.com/viva/peligro-mesa-argentinos-comemos-mal-0\\_4gVtl5anj.html](https://www.clarin.com/viva/peligro-mesa-argentinos-comemos-mal-0_4gVtl5anj.html)

<sup>71</sup> [https://www.instagram.com/p/B-4W\\_7sDxtA/](https://www.instagram.com/p/B-4W_7sDxtA/) (12 de abril de 2020)

Se entiende por soberanía alimentaria “el derecho de cada pueblo, comunidad y país a definir sus propias políticas agrícolas, pastoriles, laborales, de pesca, alimentarias y agrarias, que sean ecológicas, sociales, económicas y culturalmente apropiadas a sus circunstancias exclusivas. Esto incluye el derecho real a la alimentación y a la producción de alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho de tener alimentos y recursos para la producción de alimentos seguros, nutritivos y culturalmente apropiados, así como la capacidad de mantenerse a sí mismos y a sus sociedades” (Foro de ONG/OSC, 2002).

El concepto fue lanzado en 1996 en el Foro de la Organización de la Sociedad Civil de Roma, y surgió de la mano de la organización mundial Vía Campesina, movimiento internacional que coordina 182 organizaciones campesinas, pequeños y medianos productores, mujeres rurales, comunidades indígenas, gente sin tierra, jóvenes rurales y trabajadores agrícolas migrantes de 81 países. La declaración final de ese foro –“Beneficio para pocos o comida para todos”– se presentó en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación organizada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en ese mismo año<sup>72</sup>.

En el capítulo final de su segundo “best seller”, Mala Leche, Barruti se refiere al concepto de soberanía alimentaria. Allí hace foco en la importancia de buscar la comida real, fresca y diversa de la mano de la agricultura familiar, ya que será el modo de “salir” de la producción agroindustrial y la superproducción de ultraprocesados. “Redestinarles a ellos las mejores tierras sería un modo directo de terminar en gran medida con el hambre y la malnutrición ya que es a ellos, trabajadores mal pagos del campo o habitantes de zonas rurales, a quienes este sistema productivo ya no emplea, a quienes más los afecta.” (Barruti, 2018:425)

Entre los prodestinatarios representados en el discurso de la periodista, es decir, entre aquellos con quienes comparte las mismas ideas, valores, creencias y con quienes persigue los mismos objetivos, se encuentra Flavia Broffoni, una activista, politóloga y co-fundadora de Rebelión o Extinción Argentina. La mencionamos en este apartado ya que a partir de lo que llamamos el “conflicto de los helados”, Broffoni resaltó el trabajo de investigación de Barruti a favor de la soberanía alimentaria y así lo comunicó a través de Twitter el 16 de enero de 2020:

---

<sup>72</sup>Para ver más sobre soberanía alimentaria:  
<https://www.teseopress.com/diccionarioagro/chapter/soberania-alimentaria/>



Flavia Broffoni cita un tuit de la Revista Cítrica dedicado a la disputa entre ambas mujeres y el pedido del “bozal legal”, cuestiones que ya analizamos. Tanto en su mensaje como en el de la revista se encuentran subjetivismos negativos que señalan acciones atribuidas: el “cierren la boca” que la SAN exige, que es considerada una “amenaza”, se contraponen al “abrirla de par en par”. La emisión de calificación “paparruchada” enmarcada en un sintagma imperativo, indica el poco fundamento de la demanda, reenvía a que el pedido de “bozal legal” tiene un trasfondo mayor, relativo a las cinco empresas que Barruti denuncia. Al mismo tiempo, el *tweet* de Broffoni define de qué “bando” se colocan estas personas (contradestinatarias) y ella misma (prodestinataria). Y es que Barruti no se queda en la teoría de lo que representa la soberanía alimentaria, sino que la lleva al terreno de la práctica, a partir de una convocatoria a una charla junto a otra periodista y una médica pediatra, como se observa en la publicación de Instagram del 4/02/2020, a la que haremos referencia a continuación.

<sup>73</sup> <https://twitter.com/FlaBroffoni/status/1217970501806706688> (16 de enero de 2020)



Vemos cómo se apela al recurso de la polifonía (Arnoux, 1990) para introducir las voces de quienes la “siguen” y reaccionan a sus preguntas. A través de la cita directa, comillas mediante, la enunciadora le transfiere la responsabilidad de lo dicho al sujeto del enunciado citado. *“Hervía las salchichas en su envase”*; *“Las comía crudas”*; *“Las usaba para rellenar tartas”*; *“Las cocinaba en el microondas envueltas en servilletas de papel, después les metía mayonesa”*; *“Mi mamá incluía en el menú semanal cazuela de panchos”*, son algunas de las respuestas que le mandaron a Barruti sobre qué hacían con las salchichas, y que ésta decidió compartir como disparadores de la necesaria “deconstrucción alimentaria”, tema al que hace referencia en sus libros, redes sociales y charlas. Sin colocarse en un escalón por encima, ni juzgar estas confesiones, la periodista reconoce que ella también comía salchichas. *“A mi me ilusionaba envolverlas en masa de empanada, meterlas al horno y dárselas a mi hijo no bien empezara a comer”*, dice, auto citándose, y reconociendo que hizo lo mismo con su hijo. *“Ni se me ocurría mirar qué había ahí adentro, mucho menos qué había pasado para que esa salchicha existiera como algo de lo más normal”*, le cuenta Barruti a sus seguidores.

Habla de cocinar “con amor”, de un plato que se lo hacía su madre y ella lo replicó luego con su hijo. Así, recreando una escena que sucede en muchas familias, donde se pasa una receta de generación en generación, no solo empatiza con quienes la leen, sino que en cierto punto también la humaniza, ya que muestra que ella también tuvo una alimentación que no era saludable y que, así y todo, la disfrutaba mucho.

En un posteo cargado de apelativos y subjetivemas, utiliza la estrategia discursiva del conmoover y muestra que se identifica con quienes la leen, que vivió experiencias similares

<sup>74</sup> <https://www.instagram.com/p/B8J2lfYldhN/>

de las cuales aprendió. Siguiendo a Barthes, se puede afirmar que utiliza esta retórica para generar en el destinatario cierta persuasión y confianza, apelando a los sentimientos y emociones, con el fin de dar más entidad a la lógica de convencer.

Algo que nos llamó la atención de esta publicación es que la enunciativa tiene la misma pose que en aquella que dio origen al gran conflicto con la presidenta de la SAN<sup>75</sup> y desde donde partió este análisis. Podemos verla tapándose la boca y nariz, un gesto que lleva a pensar que lo que exhibe entre sus manos es desagradable a los sentidos y malo para consumir.

Soledad invita a “salir de ahí”, de este tipo de alimentación que “se lleva puesto desde el disfrute hasta el instinto de supervivencia”. Dice que es urgente pero también es posible. Habla de “deconstruir” y “reconectar” con la comida de “verdad”. En su discurso hay críticas a diversos agentes, a los cuales no se menciona puntualmente pero se puede inferir que tiene que ver con una falta de políticas públicas y una desregulación del mercado. Al final de todo convoca a una jornada con otras mujeres profesionales a la cual llamaron #DeconstrucciónAlimentaria<sup>76</sup>.

Investigando sobre la convocatoria de Barruti, Sabrina Critzmann y Natalia Kiako, nos anoticiamos que no era la primera ni la única vez que se juntaban a dar un curso para cambiar hábitos y romper mitos. Así, llegamos a un artículo publicado en noviembre de 2019 en lavaca.org,<sup>77</sup> donde estas tres mujeres se refieren a qué es comer sano, “normal” y las trampas de la industria alimentaria. “Una pediatra, una licenciada en Letras y una periodista realizan un curso para cambiar hábitos y romper mitos”, se señala en el copete, mostrando también cómo hay profesionales del campo de la salud que acuerdan con Barruti, en una asociación que pone en tela de juicio el discurso de cierre academicista de la SAN y brinda capital simbólico académico a la lucha encabezada por Barruti. Ni el del 2019 ni el del 2020 son simplemente cursos de cocina sino que plantean una recorrida que parte por la “colonización” que dicen que genera la publicidad en la sociedad. Afirma Barruti: “Toda esta conversación se produce en un país que logró volver a tener el hambre en agenda, gracias a lo que hacen y dejan de hacer políticos, empresarios, corporaciones, bancos, financistas, fondos monetarios y otras entidades con fines de lucro”. Así, nos encontramos con diversos agentes que aparecen ubicados como contradestinatarios de su discurso. En ambos casos Barruti hace hincapié en la necesidad de democratizar la

---

<sup>75</sup> <https://www.instagram.com/p/B7CDuXlwZ4/>

<sup>76</sup> Si bien el término reenvía en el campo académico a la filosofía de Derrida, en este caso -como en otros usos contemporáneos no académicos- parece utilizarse como sinónimo de “crítica”. Según la RAE, deconstruir es “deshacer analíticamente algo para darle una nueva estructura”.

<sup>77</sup> <https://lavaca.org/mu141/la-cocina-rebelde-deconstruccion-alimentaria/>

información para que sea la herramienta a la hora de exigir políticas públicas. Y esto tiene que ver con la soberanía alimentaria.

Ahora, luego de la lectura y análisis del corpus en cuestión, estamos en condiciones de comenzar a responder lo que nos cuestionamos al principio de este apartado sobre la soberanía. Se puede afirmar que la soberanía alimentaria no es algo que se logre de la noche a la mañana, que tiene que ver con las luchas de poder dentro del campo y entre campos (por ejemplo, entre agentes del campo de la salud, del periodístico, de la política...) y en un espacio social más amplio que es el campo del poder, donde el metacampo del Estado juega un papel central, entre otras cosas, por la posibilidad de dictar leyes al respecto (volveremos sobre esto con el tratamiento de la llamada “Ley de etiquetado frontal”).

“Pareciera que para solucionar el hambre no hay que tener una sociedad más informada, que se fortalezca en su soberanía alimentaria, sino que tiene que haber caridad en el sistema”, señala Barruti en la nota citada más arriba y publicada en lavaca.org y esto lleva a pensar en la potencialidad de las redes sociales como espacios para que circule la información y haya más agentes, provenientes de distintos campos, involucrándose y tomando la palabra. Desde ya que no es “gratis” hablar de ciertos temas, donde hay jugadores que ejercen una posición de autoridad, poder y dominación en el campo. Así lo reconoce la periodista: “Había perfiles que trataban de deslegitimarme, pero eran los mismos perfiles que aparecían elogiando los productos de Danone (...) una chica que trabajaba en una de esas empresas me contó cómo las contratan para armar los ataques”. No es difícil observar cómo se compone en este discurso, que retoma el campo semántico de la guerra, al que hacíamos referencia páginas atrás. Con esto Barruti refiere a los *trolls*<sup>78</sup>, a los cuales liga con la multinacional agroalimentaria francesa, un importante contradestinatario de sus discursos.

Esto nos lleva a pensar que así como la matrícula abre puertas y legitima el trabajo de los profesionales de la salud, luchas como la emprendida por Soledad Barruti abren otras puertas, cuestionan la autoridad y marca una nueva agenda de temas en el campo.

#### **e. Digresión: Colonialidad del saber vs. saber colectivo**

¿Cómo se construye el conocimiento? ¿Por qué colocamos ciertos saberes por encima de otros? ¿Qué papel juegan las instituciones en esto?

---

<sup>78</sup> Un troll (o en español, trol) es un término que se suele usar para referirse a una persona que se dedica a realizar comentarios provocadores y crea controversia en las redes sociales. Es una figura negativa, habitualmente anónima, que se encuentra en distintas redes sociales y a la que se supone han empleado para tal fin.

Este apartado surgió luego de entrevistar en julio de 2022 a Soledad Barruti (ver anexo) quien nos llevó a hacer estas y otras preguntas en relación a nuestro vínculo con la comida y la alimentación. Lo planteamos como una digresión porque las entrevistas a Barruti y Katz, que se encuentran en el anexo, no son parte del corpus, sino que surgieron como la posibilidad de darle un marco más amplio al conocimiento de fondo que permite otorgarle fundamento a la tesina.

Barruti plantea el concepto de “colonialidad del saber” que, según lo que dice, tiene como condición de producción a la “colonialidad del poder”. A continuación, señala que “este saber experto, cada vez es más reducido, más particular y es más eficiente a una parcela”. En primer lugar, en la noción de “colonialidad del poder” encontramos huellas de otro discurso, aquel desarrollado por Anibal Quijano, un sociólogo y teórico político peruano. Este autor lo utilizaba para caracterizar un patrón de dominación global propio del sistema moderno, capitalista, originado con el colonialismo de Europa a comienzos del siglo XVI.

“Se funda en la imposición de una clasificación racial/étnica de la población del mundo como piedra angular de dicho patrón de poder, y opera en cada uno de los planos, ámbitos y dimensiones, materiales y subjetivas de la existencia cotidiana y a escala social. Se origina y mundializa a partir de América. Con la constitución de América (Latina), en el mismo momento y en el mismo movimiento histórico, el emergente poder capitalista se hace mundial, sus centros hegemónicos se localizan en las zonas situadas sobre el Atlántico -que después se identificarán como Europa-, y como ejes centrales de su nuevo patrón de dominación se establecen también la colonialidad y la modernidad. En otras palabras: con América (Latina) el capitalismo se hace mundial, eurocentrado y la colonialidad y la modernidad se instalan, hasta hoy, como los ejes constitutivos de ese específico patrón de poder” (Quijano, 2007b: 93-94).

Podemos ver como para Barruti sucede una dominación de saberes, donde aquel que cuenta con una matrícula termina siendo más escuchado que aquel que tiene el saber práctico, aprendido y heredado de generación en generación. “Eso es algo que conviene al poder de turno, que es el que dice, el que particiona el conocimiento según sus propias necesidades, y que hace que parezca más poder el saber impartido con una matrícula en una universidad sobre alimentación, que después te devuelve nutricionista, que el saber de una abuela que estuvo toda su vida cocinando y que sabe perfectamente qué darle a sus nietos si se sienten mal”. Nuevamente aparece la dicotomía de conocimiento práctico vs conocimiento científico y el poder que tienen las instituciones para avalar el saber y de este modo legitimar a algunos sujetos como referentes en la materia.

La comunicadora además señala que esto a su vez le conviene al “poder de turno” y con esto entendemos que hace referencia a aquellos políticos que gobiernan al país en un momento determinado. Es decir, que el campo de la política también se interrelaciona con el campo de la salud y sus jugadores de acuerdo a las necesidades de cada uno.

Se puede entender así que esta dominación, en términos bourdeanos, se realiza de forma “disimulada”, invisible, con la intervención de ciertas instituciones encargadas de legitimar el conocimiento y mantener ciertas prácticas dentro del marco de lo razonable y posible. El “te devuelve” nutricionista que dice la periodista es un subjetivema que nos lleva a pensar al sistema educativo como una “máquina cultural” de producción y legitimación del conocimiento y de los agentes que son moldeados por esa “máquina”, objetivada en los títulos escolares. Así, “el capital encuentra las condiciones para su plena realización sólo con la aparición del sistema escolar, que otorga títulos.” (Bourdieu, 1991: 6)

Luego Barruti afirma que aquellas abuelas que con la práctica aprendieron a combinar las comidas para alimentar de forma saludable a sus nietos, hacen del evento alimentario, un evento más “mundano”, es decir, más terrenal, relacionado con las cosas sencillas y cotidianas. Y a su vez en esa mundanidad, según sus palabras, es más democrático, para el acceso de todos de forma libre y gratuita. Así ella destaca que la comida siempre fue un “saber colectivo”, que se fue dando de pueblo en pueblo y que sin embargo en “algún momento se deslegitimó por quienes se erigían como un saber mayor por encima de eso”.

Para seguir analizando lo que la periodista denomina como “grieta”, es decir, como una hendidura o separación marcada entre dos cosas, en este caso, el saber como algo de todos y heredado, y por otro lado la voz del especialista legitimado por una institución, veamos qué dijo Katz, con quien también conversamos en julio de 2022 (ver Anexo).

La ya entonces ex presidenta de la SAN se manifestó a favor de quien habla desde una postura contracultural, que no todos tienen que ser políticamente correctos, pero afirmó que no se pueden legitimar todos los discursos y definió a los expertos como aquellos que pasaron por una formación universitaria, que investigaron, que realizaron una tesis y que finalmente “hayan sentado el culo”. Se puede ver cómo las instituciones académicas y el tiempo pasado en ellas, ocupan un lugar importante para la especialista en nutrición ya que son estos espacios los que garantizarán un saber que para ella deben ser respetados.

Si bien ambas hacen referencia al significante “experto”, observamos que el universo conceptual al que aparece ligada esa palabra es diferente en cada caso. Barruti en algún punto duda de la *expertise* de este saber cuando dice este “supuesto saber experto” y

destaca que son un “puñado” de personas que dicen qué, cuándo y cómo comer. En el caso de Katz, ella se identifica con este concepto, al cual asocia con la investigación a lo largo del tiempo y la legitimación a través de un título universitario.

### **Capítulo III: Etiquetado Frontal de Alimentos**

#### **a. La ley de Promoción de la Alimentación Saludable**

“El pueblo argentino tiene derecho a la información, a conocer cómo se alimenta, nuestros hijos e hijas tienen que crecer con una alimentación sana, necesitamos avanzar hacia la soberanía alimentaria. AHORA ES CUANDO.”<sup>79</sup> Esto forma parte de una carta pública<sup>80</sup> denominada #ExcesoDeLobby, de la cual la periodista Soledad Barruti es una de las firmantes, para que se trate el Etiquetado Frontal de Alimentos. Este es un proyecto que apela a una alimentación más saludable, para el cual trabajaron activamente muchos agentes del campo de la salud, como así también de otros campos y terminó convirtiéndose en ley el 26 de octubre del 2021. Desarrollaremos primero una mirada sobre esta normativa para luego analizar la disputa específica entre Barruti y Katz tanto cuando todavía era un proyecto como cuando se aprobó y reglamentó.

La ley de Promoción de la Alimentación Saludable 27.642<sup>81</sup>, más conocida como ley de Etiquetado Frontal, tiene como objetivo garantizar el derecho a la salud y una alimentación adecuada. Busca dar información nutricional que sea comprensible, tanto en alimentos como en bebidas, para resguardar los derechos de los consumidores y advertirlos sobre los excesos de grasas, sodio y azúcares en los productos, con la finalidad de combatir enfermedades como la obesidad, la hipertensión y los riesgos cardíacos.

A través de sellos formados por octógonos de color negro con borde y letras blancas en mayúsculas, los ciudadanos argentinos contarán-cuando se implemente- con información precisa que les permitirá elegir sus productos con conocimiento. Aquellos que tengan nutrientes y valores energéticos superiores a lo establecido por la ley deberán incluir en la cara principal un sello de advertencia según corresponda. Así se podrá leer: “exceso en azúcares”; “exceso en sodio”; “exceso en grasas saturadas”; “exceso en calorías”; “contiene edulcorantes, no recomendable en niños/as” y “contiene cafeína, evitar en niños/as”.

---

<sup>79</sup> [https://www.instagram.com/p/CUqtqoHsz\\_/](https://www.instagram.com/p/CUqtqoHsz_/) (5 de octubre de 2021)

<sup>80</sup> Carta pública:

<https://uniondetrabajadoresdelatierra.com.ar/2021/10/05/carta-publica-basta-de-excesodelobby-leydeetiquetadoy/>

<sup>81</sup> <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/252728/20211112>

También establece que este tipo de productos no pueden tener publicidad comercial dirigida a niños y adolescentes ni pueden ser vendidos en entornos escolares. Además, los artículos con más de un sello de advertencia no van a poder incluir figuras públicas, regalos ni dibujos animados que llamen la atención de los menores en su frente.

Hay que decir que el rotulado de envases de alimentos en nuestro país es regulado por el Código Alimentario Argentino (CAA), pero su contenido no incluye una perspectiva de prevención de enfermedades sino que sus disposiciones son higiénico sanitario, bromatológico y de identificación comercial.

Por otro lado, desde hace años que en la Argentina existe el rotulado nutricional en forma de tablas de composición. Sin embargo, tal vez por su tamaño pequeño, porque no se comprende tan fácilmente, o debido a que la lectura de las etiquetas de los alimentos es una práctica poco frecuente en nuestro país, no termina de cumplir la función de informar a la población sobre los componentes principales, y así de este modo puedan realizar una selección más consciente de los alimentos que ingieren.

Previo a la pandemia, sólo el 30% de la población admitió leer la tabla de información nutricional, según datos de la segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud<sup>82</sup> publicada en 2019. Con la cuarentena, ese número descendió aún más. Según un relevamiento hecho por la consultora Quiddity, en plena pandemia solamente el 21% lee las etiquetas siempre; el 52% lo hace a veces y un 27% no lo practica nunca. El relevamiento incluyó a 1200 personas de todo el país y fue realizado entre septiembre y octubre del 2020<sup>83</sup>.

¿Y qué opinó la ciudadanía en relación a una ley de etiquetado frontal? Según la investigación de Quiddity, nueve de cada diez argentinos creen que es muy o bastante importante que exista esta ley para que la información nutricional esté a la vista.

A lo largo de este último capítulo analizaremos los discursos de Mónica Katz y Soledad Barruti, quienes se posicionaron en un lugar distinto respecto a esta ley. También destacaremos la importancia de que nuevos actores levanten su voz sobre este tema. Finalmente presentaremos las posiciones de Katz y Barruti sobre la ya vigente “ley de etiquetado frontal” en los alimentos.

## **b. El proyecto de ley y una nueva grieta**

---

<sup>82</sup> [https://cesni-biblioteca.org/wp-content/uploads/2019/10/0000001565cnt-ennys2\\_resumen-ejecutivo-20191.pdf](https://cesni-biblioteca.org/wp-content/uploads/2019/10/0000001565cnt-ennys2_resumen-ejecutivo-20191.pdf)

<sup>83</sup> Para saber más sobre el estudio realizado por Quiddity:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/etiquetado-frontal-cuan-cerca-estamos-argentina-poder-nid2480346/#:~:text=El%20proyecto%20que%20se%20est%C3%A1%20grasas%20trans%2C%20az%C3%BAcar%20o%20calor%C3%ADas>

En una nota del 11 de septiembre del 2020, cuando el Ministerio de Salud de la Nación señalaba que iría por un sistema gráfico de advertencias sobre los alimentos, la presidenta de la SAN le explicó a Infobae<sup>84</sup> que el etiquetado- que finalmente se adoptó- no ha mostrado en el mundo un impacto sanitario, ya que, según dice, a las personas le dejan de impactar los productos de góndola con la etiqueta negra ya que “todos la tienen”. Asimismo, manifiesta su descontento porque el etiquetado abarca al producto terminado y no a los ingredientes. Katz se mostró preocupada por el impacto emocional que esto puede llegar a tener en los más chicos: “No puedo evitar pensar en, por ejemplo, que mis nietos van a entrar a un supermercado y verán las góndolas llenas de productos con etiquetas negras que yo quiero que consuman porque considero que son óptimos para su crecimiento pero que quizás son altos en azúcar, como lo puede ser un pan integral o un yogur. Me preocupa mucho cómo va a impactar en la cabeza del consumidor que un producto que está bueno en sí mismo tenga esa advertencia”.

Así, hablando en primera persona, ejemplificando con su vida personal en una situación cotidiana, vemos en su discurso una estrategia para empatizar con quien la lee y de este modo buscar más adeptos en su pensamiento. Se construye como enunciativa utilizando como estrategia un registro afectivo con el enunciatario, a quien busca convencer mediante la vía del conmovedor señalada por Barthes -a la que ya hicimos referencia. Katz no solo está en contra de estos sellos, sino que además ella quiere que sus familiares consuman estos alimentos ya que considera que son “óptimos para su crecimiento”. Cabe preguntarse por qué dice que “está bueno” un alimento que en un futuro no tan lejano tendrá uno, dos o tal vez hasta tres octógonos negros con mensajes que señalan que está por encima del límite que establece el perfil de nutrientes recomendados por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), es decir, que no es bueno para la salud de nadie y menos que menos, para los niños.

Para respondernos esto no hay que ir muy atrás en el tiempo y apelar al interdiscurso en su dimensión específica de condiciones de producción de este discurso de Katz. Recordemos lo que indicamos más arriba en esta tesina, sobre la campaña publicitaria de la empresa Arcor, “Tu porción justa”, donde a través de un sello verde se señala que ese comestible es el equilibrio entre darse un gusto y cuidar la salud. Ese discurso producido por la empresa de bandera tiene como una de sus condiciones de producción un discurso realizado anteriormente por Katz, como ya vimos Así, se puede esbozar una hipótesis: los sellos negros competirían con los verdes, que aparecen en las golosinas que produce Arcor y

---

84

<https://www.infobae.com/tendencias/2020/09/11/etiquetado-frontal-negro-que-significa-y-que-implica-para-la-alimentacion-de-los-argentinos/>

avala la SAN. Con lo cual puede ocurrir que cuando se implemente (mientras escribimos estas palabras todavía no ocurrió) los octógonos negros le digan “chau” a “Tu porción justa”. Por otro lado, consideramos que estos mensajes de alerta por exceso de ciertos nutrientes pueden desincentivar las compras de esos comestibles, lo que terminaría generando una disminución en las ventas y en consecuencia afectaría el capital económico de las empresas. Nos referimos puntualmente a Arcor por el vínculo que tiene con la SAN y con Katz. La empresa de bandera aparece como prodestinatario de los discursos de Katz en tanto enunciadora. Es decir, hay un colectivo de identificación entre ellos, atributos compartidos que los alinean en un “nosotros inclusivo”.

Del otro lado aparece la opinión de la periodista Soledad Barruti. A través de un video de pocos segundos publicado el 23 de diciembre de 2020 en su cuenta de Instagram<sup>85</sup>, expone los logos de las instituciones que apoyan la ley de etiquetado frontal: la Federación Argentina de Graduados en Nutrición, la Organización Panamericana de la Salud, la Organización Mundial de la Salud, Unicef Argentina, la Fundación InterAmericana del Corazón y la Fundación Sanar. Además, muestra las caras de aquellos profesionales de la salud de Argentina que no solo se posicionan en contra, sino que promocionan algunos productos que en un futuro tendrán los octógonos negros en su envase. Así podemos ver a Mónica Katz, presidenta de la SAN, en una presentación en Arcor; a Sergio Britos, Profesor Adjunto en la Carrera de Nutrición, investigador reconocido y además director del Centro de Estudios sobre Políticas y Economía de la Alimentación (CEPEA), con un fondo de las galletitas Cerealitas; a Romina Pereiro, licenciada en Nutrición y columnista de salud en distintos programas de televisión, con un yogurt de la marca Activia en sus manos; y a Virginia Busnelli, médica especialista en Nutrición, con varios yogures Ser. Estos son sus contradestinatarios.

Tanto en el video como en el copy del posteo, Barruti afirma que su tratamiento en la cámara de Diputados está sufriendo “alto lobby en contra”, y que estos profesionales de la salud dicen tener “ideas mejores” que el proyecto de ley actual. El subjetivema “lobby”, acción atribuida negativizada que ya analizamos páginas atrás, refiere a un grupo de personas influyentes que se encuentran organizadas para presionar en favor de determinados intereses. En este caso tiene que ver con distintas empresas, instituciones y otros agentes que ocupan lugares importantes en los campos de la salud, los alimentos y la política. Ella utiliza ese significante para contarle a más personas lo que está sucediendo “puertas adentro” con este proyecto y que de otro modo los ciudadanos no se enterarían.

---

<sup>85</sup> <https://www.instagram.com/p/C.JJ3StYltsw/> (23 de diciembre de 2020)

Utilizando el recurso de la ironía, expone cómo están vinculados con algunas reconocidas marcas de alimentos aquellos que se posicionan en contra. Esto nos lleva a pensar que tal vez su rechazo tiene que ver con cierta pérdida de capital económico y la afectación de sus prácticas individuales en el campo. Encontramos que estos médicos y nutricionistas son aquellos que identificamos más arriba como contradestinatarios de su discurso, es decir, están en la vereda opuesta, y bajo ningún concepto van a cambiar su opinión. Por otro lado, con respecto a las instituciones que se posicionan a favor del etiquetado frontal, vemos que algunas de ellas fueron identificadas como paradestinatarios de los discursos de Barruti cuando ocurrió “el conflicto de los helados”, y en este momento la enunciativa los ubica discursivamente como *prodestinatarios*, es decir, que comparten el mismo posicionamiento sobre este proyecto de salud pública.

Al hacer un análisis exhaustivo de las cuentas de Instagram de las referentes mencionadas en materia de alimentación saludable, vemos que el intercambio que se busca generar con sus seguidorxs es totalmente distinto. En el caso de Katz, quien para ese entonces ya no era la presidenta de la Sociedad Argentina de Nutrición<sup>86</sup>, se puede observar como únicamente comparte un *screenshot*- o captura de pantalla- de una nota sobre el etiquetado frontal que salió en el diario La Nación y para la cual fue entrevistada<sup>87</sup>. Lo interesante de este posteo es que no solo no emitió su opinión en el copy ni escribió nada sobre el proyecto de ley, sino que directamente cerró la charla. ¿A qué nos referimos con esto? a que inhabilitó los comentarios en la publicación. Únicamente se puede poner me gusta o compartirla con otras personas. Este cierre al diálogo no es la primera vez que aparece en su cuenta, sino que lo encontramos también cuando hizo referencia al intrusismo<sup>88</sup> y en el momento en que menciona la carta documento enviada a Soledad Barruti<sup>89</sup>. Esta acción nos conduce a pensar que a Katz no le interesa abrir al debate en ciertos temas, el convencer a “indecisos” con sus publicaciones, sino que en estas le habla a aquellos que piensan como ella, a otros profesionales de la salud que también están hartos del “intrusismo” y a quienes también se posicionan en contra del etiquetado frontal de alimentos. Es decir que busca hablarse a sus prodestinatarios. El *like* -acción análoga al *me gusta* en Facebook-, que se representa con la figura de un corazón y que reciben estas publicaciones, se comprende como un modo de apoyo a su discurso. Hay que decir que las características propias de Instagram habilitan la producción de discursos verbales como

---

<sup>86</sup> Estuvo al mando de la institución en el período 2019-2020. Este dato lo obtuvimos al empezar a ver algunas noticias donde se la mencionaba como “ex presidenta” de la SAN, por una publicación en el feed de la institución(<https://www.instagram.com/p/Cl6vZ7Xj2GN/>), al ingresar al sitio web, y luego nos lo confirmó ella cuando la entrevistamos. Sin embargo, queremos aclarar, no hallamos ninguna publicación al respecto en su cuenta personal de Instagram.

<sup>87</sup> [https://www.instagram.com/p/CGngRN0Mj\\_5/](https://www.instagram.com/p/CGngRN0Mj_5/) (21 de octubre de 2020)

<sup>88</sup> Katz sobre el intrusista en nutrición <https://www.instagram.com/p/B6id5vEH6Xe/> (26 de diciembre de 2019)

<sup>89</sup> <https://www.instagram.com/p/B7eUKMYBUzh/> (18 de enero de 2020)

visuales. Estos últimos se suceden a través de recursos icónicos-indiciales que forman parte de las gramáticas de producción propias de la interfaz (corazones, “fueguitos”, likes, etc). Y así podemos hablar de una producción de feedback simbólico.

Con 64 votos afirmativos, 3 negativos y ninguna abstención, el jueves 29 de octubre de 2020 el Senado le dio media sanción al proyecto de ley. El tema, para ese entonces, llevaba más de cuatro años de estudio, debate y resistencias en el país. Ahora debía ser tratado en la Cámara de Diputados.

La iniciativa alcanzó dictamen a partir de 15 proyectos de diferentes legisladores de distintas provincias y partidos políticos. Y aunque tuvo como autores a la senadora Anabel Fernández Sagasti (Frente de Todos) y al senador Julio Cobos (UCR), también se posicionaron en contra otros legisladores de sus partidos. Tal es el caso de la senadora Silvia Elías de Pérez, del radicalismo, y Beatriz Mirkin (Frente de Todos).

### **c. Nuevos actores levantan su voz**

Salimos del campo de la salud, el del periodismo y del campo de la política por un instante y nos ubicamos en el gastronómico. ¿Por qué? porque reconocidos chefs del país y el colectivo de cocineros ACELGA (Asociación de Cocineros y Empresarios Ligados a la Gastronomía Argentina) hicieron circular en las redes sociales un video de apoyo a la ley. “¡Necesitamos la Ley de etiquetado de alimentos ya! Señores legisladores, no podemos esperar más. La salud de nuestros hijos está en juego. Los alimentos deben decir claramente en su envase los ingredientes que tienen y el efecto que causan en nuestros cuerpos”, escribió en su cuenta de Instagram<sup>90</sup> el cocinero y jurado de Masterchef, Germán Martitegui, acompañando el video en cuestión. Además, el etiquetado frontal contó con el apoyo de asociaciones de consumidores. Tal es el caso de la ONG Consumidores Argentinos.

Con esto podemos ver como hay nuevos agentes que levantan su voz y se posicionan sobre el tema. Esto es importante ya que muchos de ellos son referentes en el campo gastronómico y tienen llegada a una gran audiencia gracias a programas de televisión de aire y de sus redes sociales. Por ejemplo el ya mencionado Martitegui, Dolli Irigoyen, Cristophe Krywonis, Roberto Petersen, Donato De Santis y Narda Lepes. Estos agentes, que interpelan a grandes audiencias, pueden comprenderse como prodestinatarios de los discursos de Barruti. Y hablando de eso, nos encontramos con una publicación que la periodista realizó en su cuenta de Instagram el 2 de abril de 2021<sup>91</sup>. Allí compartió un video

---

<sup>90</sup> <https://www.instagram.com/p/CGnPnb2Ad3T/> (21 de octubre de 2020)

<sup>91</sup> <https://www.instagram.com/p/CNLaz-nFmS/> (2 de abril de 2021)

elaborado por la Fundación Sanar y el espacio de activismo y militancia socioambiental de Argentina, Conciente Colectivo, para pedir la sanción de la ley de etiquetado frontal. A lo largo de sus dos minutos aparecen reconocidas actrices y actores, modelos, como así también una gran referente del feminismo como es la escritora y politóloga, María Florencia Freijo, dando distintas razones de por qué es necesaria esta ley. “Hoy en góndola se venden como opciones saludables diseños comestibles que esconden grandes cantidades de azúcares y la normativa actual permite no declararlos”; “porque somos lo que comemos, no podemos comer sin decidir y no podemos decidir sin información” y “no queremos comer más mentiras, necesitamos un etiquetado claro ya” son solo algunos de los mensajes de estos jugadores de otros campos, donde se observa, un encadenamiento argumentativo entre subjetivemas relativos al ser, el comer, el decidir, la información, que podríamos pensar como una nueva propuesta de configuración de la relación saber-poder (contra la “mentira” en los discursos como los de Katz, la SAN y la industria alimentaria) impulsada a partir del apoyo a la ley de etiquetado. Así, Barruti, que es condición de producción de este discurso (pero también Katz, no sin ironía, ya que “somos lo que comemos” es el título de su libro) apela al recurso de la polifonía Arnoux (1990) para introducir voces de “otros”. Que aparezcan hablando a cámara, en modo *selfie* o autorretrato, produce un efecto de “objetividad” ya que se reproduce la voz y el rostro de un otro, a quien se le transfiere la responsabilidad sobre lo dicho.

Por otra parte, también aparece su propia voz, ya que al final del video, en los últimos 15 segundos, se puede ver a la periodista Barruti interpelando a la Cámara de Diputados para que traten la ley “con urgencia”. “Necesitamos que legislen para los 45 millones de habitantes y no para un puñado de empresas”, señala Barruti volviendo sobre una contraposición- que ya analizamos como *crítica socioeconómica estructural*- y les habla a aquellos que están en su casa, a quienes les dice que “pueden hacer algo”. Así los invita a ingresar a la web [activacongreso.org](http://activacongreso.org) para que exijan la ley.

El paradesinatario es la construcción en el discurso de aquel al que hay que convencer para que se sume a la posición defendida por el enunciador/a. Vemos que los paradesinatarios construidos en el discurso de Barruti son, a menudo, agentes de la política. Creemos que esta identificación tiene que ver con el hecho de que sus cargos los ubican en posición de producir cambios en la salud pública que le preocupa, siendo el metacampo del Estado el lugar central donde se dirimen las leyes. Y esa interpelación vuelve a aparecer en el copy del posteo, donde los direcciona a ingresar a una página para exigirles la ley de etiquetado claro a los legisladores.

Luego de observar discursos donde, en la gran mayoría de los casos, se apela a los sentimientos de las personas para que entiendan la importancia de contar con una ley como ésta, encontramos que la estrategia discursiva de la periodista tiene ambos ingredientes: se busca conmover al destinatario, al cual se pretende motivar, pero también apunta a un convencimiento a partir de brindar pruebas (sus propios libros, entrevistas, charlas, cursos y artículos actúan como tal). Algo para resaltar de esta publicación es que le pone nombre y apellido, es decir, identifica al “lobby” que viene denunciando hace tiempo. Así menciona a algunos actores de la industria láctea como La Serenísimas, Danone, Nestlé y Ferrero, de quienes dice que están haciendo lo posible para que la ley no salga o, si sale, que sea una “versión tan turbia que ni los afecte”.

#### **d. ¿Será ley?**

Continuando con la investigación en las redes sociales de Katz y Barruti, hallamos, nuevamente, que Katz se refiere al etiquetado de los alimentos en su cuenta de Instagram (el 15 de agosto de 2021) a partir de compartir allí simplemente la nota que le hizo el diario Clarín. Así, podemos ver la captura de pantalla de la misma, la invitación a leerla y ninguna opinión desarrollada<sup>92</sup>. Eso sí, acá está habilitado el espacio para que sus seguidores dejen un comentario. La creadora del método “No Dieta” dice, entre otras cosas, en la entrevista, que “un sistema de advertencias con octógonos negros y ningún otro color demoniza los alimentos porque advierte sobre lo negativo y no permite resaltar lo positivo”<sup>93</sup>. El “demoniza” nos recuerda al “estigmatiza”, un subjetivema que encontramos en el discurso de la representante de la SAN al comienzo del análisis. Según la RAE, demonizar es atribuir a alguien o algo cualidades o intenciones en extremo perversas o diabólicas. Se puede ver cómo con este verbo se atribuyen características negativas que apuntan por elevación a las posiciones de Barruti y de quienes sostienen la aprobación de la ley, sus contradestinatarias.

Por su parte, la cuenta de la SAN tiene una forma distinta de comunicar el tema del etiquetado. A diferencia de lo que sucedía con el “intrusismo nutricional”, por el cual realizaron un gran número de posts y dejaron asentada su opinión, en este caso son solo dos publicaciones y no aparece la toma de posición a simple vista, sino que hay una invitación a una jornada para ver el panorama actual en la región latinoamericana.<sup>94</sup>

---

<sup>92</sup> [https://www.instagram.com/p/CSmKPndrFe\\_/](https://www.instagram.com/p/CSmKPndrFe_/)

<sup>93</sup>

<https://www.clarin.com/opinion/monica-katz-nuevo-etiquetado-alimentos-va-tener-mayor-impacto-sanitario- 0 63 GpRPtUT.html>

<sup>94</sup> <https://www.instagram.com/p/CPmMAMAtPWII/> (1 de junio de 2021)

Al hacer un análisis en el marco de las redes sociales, hay herramientas propias de la plataforma que son utilizadas para transmitir mensajes. Así, se puede ver a Soledad Barruti con un filtro<sup>95</sup> que no solo le cambia los tonos de la cara, sino que además le agrega un octógono negro que dice “Que sea ley”, ya que hay dictamen por mayoría y va a ser tratado en la Cámara de Diputados<sup>96</sup>. Hay que decir que en el último año de debate del proyecto, se crearon varios filtros en Instagram para invitar a las personas a hablar sobre el tema desde sus redes sociales y participar de manera activa.

“No está en la tapa de los diarios, ni es urgente para los canales de noticias: pero la naturaleza colapsa a alta velocidad, como nuestros cuerpos. Y la principal causa para ambos fenómenos (inseparables) es el sistema alimentario. Tenemos que cambiar el menú. Reconectar. Recibir otra información que la de la mentira empaquetada en colores brillantes.”<sup>97</sup>, señala Barruti en un discurso el 9 de agosto de 2021, donde se hace presente la retórica del conmovedor. Con gran cantidad de apelativos y subjetivemas, invita a leer una investigación que realizaron para el portal digital Bocado, que es una red latinoamericana de periodistas con perspectiva científica y de derechos humanos, de la cual es la directora, y se dedican a temáticas vinculadas a la alimentación y los territorios. Al hablar del colapso de la naturaleza y de los cuerpos, como acciones atribuidas por subjetivemas que operan por analogía (naturaleza-cuerpo) apela a los sentimientos de las personas, a que se conmuevan, que les llegue el mensaje y desde allí pasen a la acción, que sería cambiar las elecciones alimentarias y tener más información de los productos que se compran a partir de un etiquetado claro. Con el sintagma “mentira empaquetada en colores brillantes” hace alusión de forma negativa, como un engaño, a los paquetes de comestibles para niños como cereales, galletitas y otros dulces que habitualmente tienen muchos colores que llaman su atención y llevan personajes divertidos que buscan el contacto visual de los más chicos. Podemos afirmar esto también por la foto que acompaña el posteo, donde hay una niña sujetando un paquete de color verde brillante y por detrás vemos envases azules, rojos y amarillos, muchos de ellos con dibujitos conocidos como el tigre de las Zucaritas de la marca Kellogg’s. Por otro lado, cuando señala que no está en la tapa de los diarios ni es urgente para los canales de noticias, se refiere a que no es un tema que sea prioridad, dando a entender que juega allí el “alto lobby en contra” de las empresas que suele denunciar. Eso lo reafirma cuando al final dice “no lo van a leer en ningún otro lado. Posta”,

---

<sup>95</sup> Un filtro es una herramienta que tiene Instagram en la parte de Stories o Historias. Con esto las personas pueden cambiar el aspecto de su cara o añadirle una característica especial, pero también son utilizados para cambiar los colores y la iluminación de fotos y videos. Hoy en día hay muchísimos filtros disponibles en esta red social.

<sup>96</sup> <https://www.instagram.com/p/CRSKLjiM-nG/> (13 de julio de 2021)

<sup>97</sup> <https://www.instagram.com/p/CSXJu8KLPZE/> (9 de agosto de 2021)

dando cuenta de su autonomía, un capital clave en la producción de la creencia en la objetividad del discurso periodístico, como capital a defender.

En su discurso se refiere a las “marcas” como aquellas que “operan” en el cerebro, estómago y en la política, un subjetivema que le da más fuerza al mensaje que busca transmitir. ¿Qué concluyo con esto? Que estas empresas realizan un trabajo de inteligencia, investigan los hábitos de consumo de la población, para saber cómo llamar la atención de sus comensales tanto con el packaging como con el sabor. Con respecto a la política, el “operar” nos lleva a pensar en negociaciones, especulaciones y demás conversaciones que se suceden puertas adentro en el marco del lobby del que ya hablamos reiteradas veces en la tesina y que reaparece incesantemente como denuncia en los discursos de Barruti.

Por último, quisiéramos hacer un breve comentario sobre lo que compartió la periodista el 5 de octubre de 2021 en su cuenta de Instagram, día en el que por falta de quórum no se pudo tratar la Ley de Promoción de Alimentación Saludable en Diputados.



98

A partir del análisis de este posteo, identificamos como contradestinatarios de sus discursos a aquellos diputados que no acudieron a la sesión donde se iba a tratar la ley. Por otro lado, vuelve a aparecer el concepto de “lobby”, en este caso acompañado de la palabra “exceso”,

<sup>98</sup> <https://www.instagram.com/p/CUp5gVDr0YK/>

y entendemos que indica la acción atribuida, entre otros, a distintas empresas de la industria láctea y azucarera, a quienes ya había denunciado que estaban haciendo lo imposible para que esta ley no salga, en complicidad con algunos políticos. Cabe agregar que la autora de Mala Leche aparezca en la imagen con su hija más pequeña no es un dato menor ya que parte del proyecto contempla que ciertos alimentos y bebidas no alcohólicas que contengan al menos 1 sello de advertencia, no pueden ser vendidos ni promocionados en los establecimientos educativos de los niveles inicial, primario y secundario, un efecto de sentido que apunta a una defensa de los más chicos/as.

Finalmente, se puede ver una diferencia en el modo en que Katz y Barruti abordaron el tema del etiquetado frontal en sus cuentas de Instagram. Barruti, con una gran cantidad de posteos, suma su reflexión y deseos, mientras que Katz se limitó a hacer pocas publicaciones y sin comentario alguno. Hipotetizamos que en este segundo caso puede deberse a mantener una posición que no aparezca como una militante en contra, sino como una profesional de la salud que presenta sus reparos de forma sosegada, tratando de evitar así ser incluida en el marco del lobby denunciado por Barruti y sus prodestinatarixs.

#### **e. Es ley**

Con 200 votos a favor, 22 negativos y 16 abstenciones, luego de varias horas de debate, después de un año de recibir la media sanción del Senado y tras la intervención de 70 diputados, el 26 de octubre de 2021 se aprobó la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable.<sup>99</sup> La norma tiene por objetivo que en los envoltorios de los alimentos se adviertan los excesos de componentes que pueden ser nocivos para la salud como azúcares, sodio y grasas saturadas, entre otros. La ministra de Salud, Carla Vizzotti, se manifestó a favor del proyecto: “Es una ley muy importante para la salud, ya que favorece el acceso a la información y eso es muy importante para la toma de decisiones de la población, en relación a la prevención de enfermedades no transmisibles, tanto para los niños como para las personas adultas”<sup>100</sup>. Sin embargo, su reglamentación no fue instantánea. Recién 5 meses después, el 23 de marzo de 2022, fue reglamentada mediante el decreto 151/2022 publicado en el Boletín Oficial<sup>101</sup>.

¿Y qué dijeron las protagonistas de esta tesina? En primer lugar, la Sociedad Argentina de Nutrición se limitó a informar - incluso utilizaron ese verbo- sobre la aprobación de la ley en

---

<sup>99</sup> <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/259690/20220323>

<sup>100</sup> <https://www.telam.com.ar/notas/202110/572869-salud-carla-vizzotti-etiquetado-frontal-alimentos.html>

<sup>101</sup> <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-151-2022-362577>

su cuenta de Instagram<sup>102</sup>. Quien fue su presidenta no publicó nada al respecto en Instagram, y en la red social Twitter retuiteó las opiniones (en contra) de algunos seguidores que la *arrobaron*<sup>103</sup>, y compartió la entrevista que le hicieron en el programa Es por ahí, que se emite por América,<sup>104</sup> donde expuso lo que piensa sobre la nueva ley y las carencias que, según ella, tiene.

En el caso de Soledad Barruti, estuvo presente en el Congreso de la Nación en el momento de su aprobación y así lo compartió con todos sus seguidores a través de un vivo en Instagram<sup>105</sup>.

Sobre el final de esta investigación, entrevistamos a la médica especialista en Nutrición, Mónica Katz (ver anexo), con quien hablamos, entre otras cosas, sobre esta nueva ley: “En secreto, tomando café, muchos te dicen lo que hay que decir: que la ley de etiquetado es una vergüenza. Ahora, en redes no lo dicen”. Así destaca cómo ella fue de las pocas del campo de la salud que se opuso a esta ley, se hizo cargo y lo dijo abiertamente, tanto en conversación con los medios de comunicación como a través de las redes sociales.

A continuación se refirió a una campaña nacional impulsada por organizaciones de la sociedad civil, entre las que se destacan varias instituciones que identificamos más arriba como prodestinatarios o incluso paradestinatarios de los discursos de Barruti. Katz nombró esta iniciativa, “Que no te tapen los ojos”, donde a través de imágenes de personas con los ojos tapados con etiquetas que dicen “natural”, “light”, “2x1”, “menos azúcar”, entre otras, señalaban que era su derecho saber qué tiene lo que comemos. Así, tomó este discurso como condición de producción y destacó que “te tapan los ojos con este etiquetado”, un subjetivema que hace alusión a que con la nueva ley no te dicen la verdad sobre los alimentos que elegís y ocultan ciertas cosas.

“A mi me da vergüenza ser argentina cuando voy a España, Italia, Francia, Suecia, Israel y Canadá, que no pueden creer que adoptamos esto”, dice Katz y luego se refiere a la implementación de los octógonos negros en otros países de Latinoamérica. Después hace una analogía con la vacuna de la gripe aviar y la experimentación -que dice que hacen- con la población de África. “Me da la impresión de que nos dejaron experimentar en Latinoamérica con un etiquetado porque total somos de cuarta, somos sudacas y si morimos no importa”. ¿Qué quiso decir con esto? A través del subjetivema “sudacas”, Katz se refiere a que los argentinos somos vistos como inferiores en relación a otros, que

---

<sup>102</sup> <https://www.instagram.com/p/CVjPnLrsaH1/> (27 de octubre de 2021)

<sup>103</sup> Por ejemplo: <https://twitter.com/cannolifan/status/1453487365582950403> (27 de octubre de 2021)

<sup>104</sup> <https://twitter.com/AmericaTV/status/1453389291409793025> (27 de octubre de 2021)

<sup>105</sup> <https://www.instagram.com/p/CVhAwDglHKu/> (26 de octubre de 2021)

seguramente sean los países del “primer mundo”, aquellos que mencionó antes. Si bien a principios de los 80’- cuando muchos exiliados por las dictaduras latinoamericanas llegaron a España- este significante no era considerado un insulto, actualmente muchos lo asocian a tal. Incluso la Real Academia Española dice que es una expresión despectiva para referirse a los oriundos de Sudamérica<sup>106</sup>.

Katz señala que con esta ley solo se etiqueta lo envasado, dejando de lado muchos alimentos que son altos en grasas, azúcares y calorías. Manifestó que ella propuso otra cosa, un QR con información, el cual se podría escanear desde el celular, y que por esto la tildaron de “oligarca”, es decir, de persona con poder e influencia, que pertenece a un grupo selecto.

Al analizar la conversación que tuvimos con Barruti (ver anexo) en lo que refiere a la legislación, encontramos una conexión de la Ley de etiquetado frontal con palabras como “buena”/ “abre puertas”/ “cuestionarse”/ “curiosidad”/ “salva” / “cosas nuevas” / “mejores” / “oportunidad” / “acceso” / “posibilidad”. De este modo, se construye un campo semántico (Vitale, 1994) alrededor de nociones positivas que hace a la alimentación saludable y que hacen referencia a lo nuevo, que contrastan con el universo de significantes con los que Katz define la ley.

“Sí, yo creo que es una ley buenísima, creo que es una ley, y que eso nos abre las puertas a muchas personas que nunca se cuestionaron a cuestionarse, a tener curiosidad, salva a las criaturas de los peores productos -se supone- porque va a evitar ciertas publicidades y demás, entonces es una buena herramienta como para plantearnos cosas nuevas y mejores. (...) Creo que es una buena oportunidad para hacer buena educación alimentaria, para que las personas por primera vez miren cosas que nunca miraron, para que salgan de las escuelas algunos productos que están como naturalizados y que se consumen diariamente, y para plantear un acceso a otra información que hoy en día está tapada por kilómetros de publicidad”.

En relación a los sellos “Tu porción justa” en algunos productos de Arcor, Barruti sentenció: “se supone que deberían desaparecer”. A continuación, comentó que una de las cosas por las que se opuso la SAN es que no podrían poner sus sellos de “aval”, es decir, sellos que según la periodista se compran y que “eso les pincha un negocio gigante”. Sin embargo, imagina que estos jugadores van a “inventar” otros. De este modo, reforzamos lo que decíamos apartados más arriba, que la llegada de los octógonos negros a los envases

---

<sup>106</sup> <https://dle.rae.es/sudaca>

incide en el capital económico de algunas empresas y en el de la especialista en nutrición y también tiene consecuencias en el capital simbólico de ambos.

En conclusión, si bien todavía falta que se implemente la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, al entrevistar a una de las portavoces del campo de la salud y a una de las referentes en el periodismo en temáticas de alimentación y salud, está claro que se genera un conflicto entre ideas, intereses y saberes, es decir, capitales -en términos de Bourdieu-, y esto va de la mano de los diferentes discursos que circulan en las redes sociales, exponiendo dos visiones y prácticas disímiles dentro de cada uno de los campos, las cuales buscan constantemente posicionarse como legítimas disputando un capital simbólico, teniendo ambas posturas adherentes y adversarios.

## **7. CONCLUSIONES**

En este apartado final presentaremos las conclusiones de esta tesina de grado, en relación con los objetivos de la investigación propuestos. Estos consistían, en primer lugar, en contribuir a los estudios sobre el campo de la salud y el campo del periodismo y de los diversos agentes que lo integran. Específicamente, indagar las disputas en torno a los sentidos sobre “la alimentación saludable” entre Barruti y Katz, en el marco de las redes sociales Instagram y Twitter, y analizar las estrategias de legitimación/deslegitimación puestas en juego en estos conflictos relativos a los capitales culturales y simbólicos.

Desde el momento en el que decidimos investigar sobre este tema, en el año 2020, hasta el día de la fecha, “la alimentación saludable” fue ocupando cada vez más espacio en los medios de comunicación, redes sociales y también en el día a día de las personas. El modo de producción de los alimentos, el qué hay detrás de cada paquete y el saber qué es lo que nos metemos en la boca, fue tomando cada vez más protagonismo.

Analizar este conflicto sirvió como caso testigo y para comprender de manera exhaustiva y cercana la dinámica que se presenta cuando agentes sin un título habilitante intervienen en un campo de la salud dominado por los profesionales matriculados, para emitir su opinión en desacuerdo con ellos. Fue ejemplificador respecto a la disputa por la legitimidad y legalidad del saber.

Nos apoyamos especialmente en la sociología de Bourdieu para poder analizar las disputas entre agentes (especialmente la Dra. Katz y la periodista Barruti) tanto en el interior de los campos de la salud y periodismo, como la interrelación de estos y otros campos. Fue vital esta bibliografía para poder comprender las dinámicas que se suceden donde los agentes buscan no solo mantener sus capitales sino también acrecentarlos, poniendo barreras a la entrada de otros agentes, lo cual se pudo observar claramente con la disputa en torno al “Intrusismo nutricional”, clave en esta tesina. A lo largo de éste trabajo, observamos como los mecanismos de búsqueda de “reconocimiento”, en palabras de Bourdieu, se han desplazado a las diversas plataformas digitales, en especial Instagram, a través de la cual se ponen en juego estrategias que conllevan a adquirir un determinado poder simbólico y prestigio social.

La Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón, y la posibilidad de analizar el interdiscurso entre condiciones de producción y reconocimiento, fue sin dudas una “llave” para indagar las disputas en torno a los sentidos sobre “la alimentación” entre los profesionales de la salud y aquellos que no lo son, pero buscan intervenir desde el campo periodístico. Como hemos visto, los discursos de Soledad Barruti referían a los de Mónica

Katz, y viceversa, componiendo un tipo de disputa que enmarcamos en el discurso político. Aquí se propusieron algunas posibles lecturas, teniendo en cuenta el objeto de estudio en cuestión, el cual describimos y analizamos apoyándonos en la teoría de la enunciación, lo que nos permitió a su vez describir deícticos, subjetivemas y apelativos en tanto emisiones de calificación y acciones atribuidas que componen diferentes estrategias discursivas en las polémicas analizadas.

Pudimos observar que los discursos de Katz y Barruti se proponían no solo reforzar su lazo con aquellos con quienes coinciden (sus prodestinatarios), sino que también buscan persuadir a otros (paradestinatarios) y contestarles a aquellos “adversarios” (contradestinatarios).

La “alimentación saludable” es un significante susceptible de diversas lecturas, dependiendo del capital académico, cultural, social, económico, los intereses particulares de cada uno y el espacio que cada agente ocupa en el campo analizado. En el caso de Barruti y Katz, que tienen un considerable capital simbólico acumulado visible en sus repercusiones en los medios de comunicación más importantes como en sus redes sociales, las hace relevantes en sus respectivos campos y desarrollaron ciertas ideas sobre lo que implica una alimentación de este tipo, que hace que sean más escuchadas e interpelan a más individuos.

Nos encontramos a lo largo del análisis con discursos de Katz y de la SAN donde se señalaba como saber legítimo y válido, asociado a la legalidad vía matrícula, al conocimiento científico sostenido por quien hizo su paso por una institución educativa que expende títulos relativos al campo de la salud. Esto aparecía como excluyente a la hora de legitimar o deslegitimar lo dicho por los otros agentes. Es decir, que el capital escolar de tipo académico referido al campo de la salud juega un papel central en la disputa, sobre todo como barrera de entrada al campo. De este modo, pudimos apoyar la hipótesis planteada al comienzo de la investigación: El capital cultural de tipo académico, basado en la posesión o no de títulos universitarios- en este caso ligado a las ciencias de la salud- juega un papel central en las estrategias de legitimación entre los agentes en disputa por los sentidos de “la alimentación saludable”. Vimos como la figura del “intruso” es valorada negativamente desde el discurso de Katz y la SAN ya que es aquel que ingresa a un lugar sin autorización (el título-la matrícula), que cruza ciertos límites que llevan a la “ilegalidad”, por ejemplo, al referirse a la “alimentación saludable” a través de las redes sociales con miles de “seguidores”. Es interesante como en la contienda saber-poder, el capital cultural de la objetividad que sostiene el discurso de Barruti (autonomía frente al lobby, discurso crítico basado en fuentes confiables que incluyen información científica) se vuelve un capital

simbólico que permite dar la lucha en una intersección entre el campo de la salud y el periodístico, donde incluso se juega la noción misma de “verdad” en torno a lo que es o no la “alimentación saludable”. Al tono pedagógico de Katz, con su *estrategia legalista* anti “intrusismo” y las apelaciones al principio del placer, se le opone la estrategia discursiva de Barruti que llamamos *crítica socio-económica estructural*, por salir de la mirada individualista del “placer” e ir a un planteo estructural que identifica los fundamentos del problema (la industria alimenticia) y busca soluciones colectivas y también estructurales, como la Ley de etiquetado frontal que analizamos al final de esta tesina. En este cruce entre campos, no es menor tener en cuenta la escalada de la disputa que llevó al intento de imponer un bozal legal, por parte de Katz, que colisionó con el derecho a la información como derecho humano<sup>107</sup>.

Finalmente, proponemos algunas líneas de investigación interesantes pero que sobrepasaban los límites de esta tesina de grado. Por un lado, la investigación que realiza Soledad Barruti en su libro *Mala Leche* -sobre la industria láctea y la comida ultraprocesada- es un terreno de gran riqueza para introducirse, leer, y analizar los discursos de los jugadores de distintos campos sobre los sentidos que la sociedad le otorga a la leche de vaca a partir de los discursos que circulan, desde distintos campos, donde se destacan los supuestos beneficios que otorga a la salud. Por otro lado, y en línea con la temática alimentación y salud, consideramos sumamente interesante indagar el rol del marketing y la publicidad para vender los productos alimenticios. En este caso entran en juego otros campos y agentes, con otras reglas de juego, que sin embargo se interrelacionan. Este tema podría trabajarse a partir de un podcast, donde se reproducirían distintas publicidades de alimentos, además de convocar a referentes del tema.

---

<sup>107</sup> [https://www.cels.org.ar/common/documentos/acceso\\_informacion\\_como\\_derecho.pdf](https://www.cels.org.ar/common/documentos/acceso_informacion_como_derecho.pdf)

## 8. **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar agradezco haber tenido la posibilidad de pasar por la universidad pública, la prestigiosa Universidad de Buenos Aires; a la carrera de Ciencias de la Comunicación por “abrirme la cabeza”, nutrirme de conocimientos y preguntas. A los y las docentes, que muchas veces lidiaron con las dificultades del sistema educativo, y con esfuerzo y vocación pusieron las clases como prioridad. Mi respeto y admiración para ellos y ellas.

A mi tutor, Juan Dukuen, por la predisposición, el acompañamiento y empujarme a cerrar este ciclo, pese a la pandemia y los cambios laborales.

¡A la querida Fsoc! Sus pasillos, los apuntes interminables, el olor a pan relleno, las paredes empapeladas por las agrupaciones estudiantiles, sus aulas y el frío en invierno y el calor en verano...me hizo muy feliz esta facultad y me dio compañeras que hoy son grandes amigas. Gracias Azu, Andre, Deni y Romi por estar tan presentes en el cierre de esta etapa, por ayudar a organizarme y sus palabras de aliento.

Al resto de mis amigos y amigas, que siempre me preguntaban “Y, ¿cuándo entregas la tesis?” así me liberaba para estar al 100% con ellos. Les agradezco por empujar y enseñarme a confiar más en mí.

A Vane, Emi y Sebi, que me acompañaron en este largo camino.

Y finalmente a mis papás, Ali y Jaimito, por apoyarme desde el amor y el respeto en todo lo que emprendo y estar ahí, ciegamente, dándome la seguridad que necesito y la contención más hermosa. Sin dudas ellos fueron muy importantes en este ciclo que hoy está cerrándose.

Para concluir señalo que hacer este trabajo significó muchísimo a nivel personal, ya que el comer de una forma cada vez más consciente y saludable para con el planeta, es una de las cosas que me interpelan y definen hace varios años. Escribir esta tesina, analizar los discursos y entrevistar a Soledad Barruti y Mónica Katz, no fue un simple “cumplir” con un trabajo para poder recibirme, sino que cierro un ciclo haciendo una investigación acorde a mis preocupaciones e intereses actuales, donde el activismo y la militancia socio ambiental ocupan un gran espacio en mi vida.

## 9. **BIBLIOGRAFÍA**

- Abramovich, Víctor y Courtis, Christian (2000). El acceso a la información como derecho. Anuario de Derecho a la Comunicación, Año 1 Vol. 1. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Alonso, G.; Arébalos, A. (2011), La revolución horizontal, Buenos Aires, Libros en red.
- Arnoux, E. (1990). La polifonía. Curso completo de semiología y análisis del discurso IV. Buenos Aires: Ediciones Cursos Universitarios.
- Bajtín, M. (1980). Estética de la creación verbal. México: Siglo XXI.
- Barruti, S. (2018). Mala Leche. El supermercado como emboscada, Bs, As, Editorial Planeta.
- Barruti, S. (2013). Malcomidos, cómo la industria alimentaria argentina nos está matando, Bs, As. Editorial Planeta.
- Barthes, R. (1993) La aventura semiológica, Barcelona, Paidós.
- Barthes, R. (1992) Lo obvio y lo obtuso, Barcelona, Paidós.
- Beltrán Riaño, D. E. (2021). Redes sociales virtuales: la interacción comunicativa humana devenida en técnica. *Enunciación*, 26(2), 244–254.
- Benveniste, É. (1987). El aparato formal de la enunciación. Problemas de lingüística general II. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1991). El sentido práctico, Madrid, Taurus.
- Bourdieu, P. (2001) ¿Qué significa Hablar? Madrid, Akal.
- Bourdieu, P. (1999). Meditaciones pascalianas, Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, P. (1999). “¿Es posible un acto desinteresado?” en Razones Prácticas, Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, P. (1973). Formas de acción política y modos de existencia en grupos. Comunicación a la Asociación Francesa de Ciencias Políticas. Recuperado de <http://pierre-bourdieu.blogspot.com/2008/02/formas-de-accin-poltica-y-modos-de.html>
- Brubaker, R. y Cooper, F. (2001) “Más allá de la identidad”. En Apuntes de Investigación del CECYP, Año 5, N° 7. Bs., As.
- Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>
- CIS (2019). Informes de Opinión Pública CIS UADE-VOICES! Salud y Alimentación saludable. Centro de Investigaciones Sociales (CIS). Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy. ISSN 2618-2173. Septiembre 2019.

- Dukuen, J. (2010). Las astucias del poder simbólico. Las “villas” en los discursos de Clarín y La Nación. Buenos Aires: Koyatún.
- Foucault M. (2002) Vigilar y castigar, Bs, As, Siglo XXI.
- Freud, S. (1984), Más allá del principio de placer. J.L. Etcheverry (Trad.) En: Obras Completas: Sigmund Freud (Vol. XVIII pp. 1-62) Buenos Aires: Amorrortu. (Trabajo original publicado en 1920).
- Goffman, E. (2006) Estigma. La identidad deteriorada. Bs. As, Amorrortu.
- Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Katz, Mónica en “No dieta. Puentes entre la alimentación y el placer”; Libros del Zorzal, 2008.
- Kerbrat- Orecchioni, K. (1993). La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje. Buenos Aires: Edicial.
- Loreti, D. (1995) El Derecho a la Información. Relación entre medios, público y periodistas.
- Matassi, Mora; Boczkowski, Pablo J. (2020). “Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión”. El profesional de la información, v. 29, n. 1, e290104. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>
- Maingueneau, D. (1980) Introducción a los métodos del análisis del discurso, Buenos Aires, Hachette.
- Peirce, C. (1974) La ciencia de la Semiótica. Buenos Aires. Nueva visión.
- Pêcheux, M (1978) Hacia un análisis automático del discurso, Madrid, Gredos.
- Quijano, A. (2007) “Colonialidad el poder y clasificación social”. en S. Castro-Gómez y R. Grosfoguel (Eds.) *El Giro Decolonial: Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Pontificia Universidad Javeriana / Siglo del Hombre Editores, Bogotá (págs. 93-126).
- Van Peborgh, E. (2012), Odisea 2.0: las marcas en los medios sociales, 1ª ed., Buenos Aires, La Crujía.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2003). Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales, Barcelona, Gedisa.
- Verón, Eliseo (1987): “Lo ideológico y la científicidad”, “Discursos sociales” y “El sentido como producción discursiva” de *La semiosis social*, Buenos Aires, Gedisa.
- Verón, Eliseo (1974): “Para una semiología de las operaciones translingüísticas”, revista Lenguajes nro2, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Verón, E. (1995). Semiosis de lo ideológico y del poder. *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

- Verón, E. (2004). Diccionario de lugares no comunes. *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1987b). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.
- Vitale, A. (1994) “Las instituciones en dos formaciones discursivas ante el Golpe de Estado de 1966”, En Mangone C. y Warley J. (eds.) *El discurso político: del foro a la televisión*, Buenos Aires, Biblos.
- Wacquant, L. (1995). Introducción. En P. Bourdieu y L. Wacquant, *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Zizek, S. (1992) “Che voi?”. En: *El sublime objeto de la ideología*, SXXI, México.
- Alonso, G.; Arébalos, A. (2011), *La revolución horizontal*, Buenos Aires, Libros en red.

### **Sitios webs:**

- América TV [@AmericaTV] (27 de octubre de 2021) Etiquetado frontal: de qué se trata la Ley [Tuit]. Recuperado de: <https://twitter.com/AmericaTV/status/1453389291409793025>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (7 de enero de 2020). ¿Heladito? [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7CDuXlwZ4/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (15 de enero de 2020). Carta documento [Video de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7W6P85FB4-/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (4 de febrero de 2020). #DeconstruccionAlimentaria [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B8J2IfYldhN/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (27 de febrero de 2020). Hasta hace poco para vender un comestible hacía falta un ingeniero, un diseñador y un publicista. Ahora se necesitan influencers [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B9FtUzXldiP/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (12 de abril de 2020). Hoy en @revistavivaclarin sale esta entrevista compartida que tuvimos hace varias semanas con Alberto Cormillot. [Imagen de Instagram]. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/B-4W\\_7sDxtA/](https://www.instagram.com/p/B-4W_7sDxtA/)

- Barruti, S. [@solesbarruti]. (5 de octubre de 2020). #ExcesoDeLobby Carta Publica [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CUqtqoHsz/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (23 de diciembre de 2020). La ley de etiquetado frontal de alimentos con octágonos negros que tiene que ser tratada en @diputados.argentina en extraordinarias está sufriendo alto lobby en contra. [Video de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CJJ3StYltsw/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (2 de abril de 2021). Etiquetado claro ya [Video de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CNLaz-nFfmS/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (13 de junio de 2021). Hay dictamen [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CRSKLjiM-nG/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (9 de agosto de 2021). No está en la tapa de los diarios, ni es urgente para los canales de noticias: pero la naturaleza colapsa a alta velocidad, como nuestros cuerpos. [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CSXJu8KLPZF/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (5 de octubre de 2021). Que la cuenten como quieran. No dar quórum a la ley de #EtiquetadoClaroYa es estar en contra de la ley. Y solo se está en contra de esta ley por #ExcesoDeLobby. Dan vergüenza [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CUp5gVDr0YK/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (5 de octubre de 2021). #ExcesoDeLobby Carta Publica [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CUqtqoHsz/>
- Barruti, S. [@solesbarruti]. (26 de octubre de 2021). Es ley. En Argentina tendremos #etiquetadofrontal [Video de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CVhAwDglHKu/>
- Bilton, N. (21 de diciembre de 2010) Instagram supera rápidamente el millón de usuarios. The New York Times. Recuperado de: <https://bits.blogs.nytimes.com/2010/12/21/instagram-quickly-passes-1-million-users>
- Carta Pública – BASTA DE #ExcesoDeLobby: #LeyDeEtiquetadoYA (s.f.) UTT. Recuperado de: <https://uniondetrabajadoresdelatierra.com.ar/2021/10/05/carta-publica-basta-de-excesodelobby-leydeetiquetadoya/>
- ¿Cómo es el programa Tu Porción Justa de Arcor? (s.f.) Arcor. Recuperado de: <https://www.arcor.com/ar/tu-porcion-justa/como-es-el-programa-tu-porcion-justa-de-arcor>
- Decreto 151/2022. Promoción de la alimentación saludable (22 de marzo de 2022). Recuperado de: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/259690/20220323>

- D'Ambra, A. (11 de septiembre de 2020) Etiquetado frontal negro: qué significa y qué implica para la alimentación de los argentinos. Infobae. Recuperado de: <https://www.infobae.com/tendencias/2020/09/11/etiquetado-frontal-negro-que-significa-y-que-implica-para-la-alimentacion-de-los-argentinos/>
- De La Hera, C. (2 de junio de 2022) Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución. Marketing4eCommerce. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Dra Mónica Katz Las dietas no funcionan (s.f.) Katz. Recuperado de: <http://www.dramonicakatz.com.ar/blog/1>
- Dra Mónica Katz [@KatzDra] (8 de febrero de 2016) La #Alimentacion saludable es una sola e incluye #alimentos de variadas fuentes. [Tuit]. Recuperado de: <https://mobile.twitter.com/KatzDra/status/696740941860888576>
- Dra Mónica Katz [@KatzDra] (30 de octubre de 2018) @solebarruti quien comunica interviene en la gestión de la #saludpública [Tuit]. Recuperado de: <https://acortar.link/zgU3oQ>
- Dra Mónica Katz [@KatzDra] (30 de octubre de 2018) Cinismo es la ausencia de #placer en el debate! [Tuit]. Recuperado de: <https://cutt.ly/mv08Dr0>
- Dra Mónica Katz [@nodieta\_katz]. (26 de diciembre de 2019) #Repost @sanutricion with @make\_repost [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B6id5vEH6Xe/>
- Dra Mónica Katz [@nodieta\_katz]. (18 de enero de 2020) . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7eUKMYBUzh/>
- Dra Mónica Katz [@nodieta\_katz]. (18 de febrero de 2020) Informes: @universidadfavaloro [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B8uQrJHnVVy/?hl=es>
- Dra Mónica Katz [@nodieta\_katz]. (21 de octubre de 2020) Para leer la nota completa: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/etiquetado-frontal-cuan-cerca-estamos-argentina-poder-nid2480346> [Imagen de Instagram]. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CGnqRN0Mj\\_5/](https://www.instagram.com/p/CGnqRN0Mj_5/)
- Dra Mónica Katz [@nodieta\_katz]. (15 de agosto de 2021) .Leé la nota completa en @clarincom [Imagen de Instagram]. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CSmKPndrFe\\_ /](https://www.instagram.com/p/CSmKPndrFe_/)
- Flavia Broffoni [@FlaBroffoni] (16 de enero de 2020) La Sociedad Argentina de Nutrición amenaza con demandar a quien más lejos ha llegado en el país con

investigaciones a favor de la soberanía alimentaria. [Tuit]. Recuperado de: <https://twitter.com/FlaBroffoni/status/1217970501806706688>

- Garabetyan, E. (5 de enero de 2020) Nutricionistas contra los consejos poco saludables de "influencers". Perfil. Recuperado de: <https://www.perfil.com/noticias/ciencia/nutricionistas-contra-los-consejos-poco-saludables-de-influencers.phtml?rd=1&rd=1>
- German Martitegui [@germanmartitegui]. (21 de octubre de 2020) NECESITAMOS LA LEY DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS YA!!!! [Video de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CGnPnb2Ad3T/>
- GingerCookie [@cannolifan] (27 de octubre de 2021) No me como el verso de es un primer paso. Miles de leyes que quedan en eso, un primer paso lleno de grises legales. [Tuit]. Recuperado de: <https://twitter.com/cannolifan/status/1453487365582950403>
- Himitian, E. (19 de octubre de 2020) Etiquetado frontal: cuán cerca estamos en la Argentina de poder saber con facilidad lo que comemos. La Nación. Recuperado de: <https://acortar.link/w028Z7>
- Hootsuite y We Are Social (julio de 2022) Informe Global Sobre el Entorno Digital 2022 (actualización de julio). Hootsuite. Recuperado de: <https://www.hootsuite.com/es/resources/digital-trends-q3-update>
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos. ¡El derecho a la información en acción! Recuperado de: <https://acortar.link/Xljqsv>
- Lancaster, C (2 de septiembre de 2021) Proceso de verificación en Instagram. Instagram. Recuperado de: <https://about.instagram.com/es-la/blog/announcements/understanding-verification-on-instagram>
- La variedad te hace bien (s.f.) Arcor. Recuperado de: <https://www.arcor.com/ar/alimentos/la-variedad-te-hace-bien>
- Ley N° 27642. Promoción de la alimentación saludable. 12 de noviembre de 2021. Recuperado de: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/252728/20211112>
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos- Presidencia de la Nación. Cómo reconocer y enfrentar el plagio. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/como\\_enfrentar\\_el\\_plagio.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/como_enfrentar_el_plagio.pdf)
- Ministerio de Salud y Desarrollo Social-Presidencia de la Nación (2019) Segunda Encuesta Nacional de Nutrición y Salud. Recuperado de: <https://fagran.org.ar/documentos/seccion/organismos-nacionales/2020/01/2-encuesta-nacional-de-nutricion-y-salud-ennys-2/>

- Monton, D. (junio de 2020) Soberanía alimentaria (América Latina, 1996-2020). Recuperado de: <https://www.teseopress.com/diccionarioagro/chapter/soberania-alimentaria/>
- Mosseri, A. (12 de noviembre de 2020) Introducing Reels and Shop Tabs. Instagram. Recuperado de: <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-reels-and-shop-tabs>
- Naciones Unidas (s.f.) La Declaración Universal de Derechos Humanos. Recuperado de: <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights#:~:text=Art%C3%ADculo%2019,por%20cualquier%20medio%20de%20expresi%C3%B3n>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (2002) Informe de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación: cinco años después. Recuperado de: <https://www.fao.org/3/y7106s/y7106s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (s.f.). Día Mundial de la Libertad de Prensa. Recuperado de: <https://es.unesco.org/commemorations/worldpressfreedomday/2021>
- Periodistas Argentinas [@PeriodistasdArg] (16 de enero de 2020) Apoyamos y respaldamos la posición de nuestra colega @solebarruti .Por el derecho a la información: [Tuit]. Recuperado de: <https://acortar.link/LoNU2Y>
- Qué es No dieta. Centro Doctora Katz. Recuperado de: <https://www.centrodrakatz.com.ar/nodieta.php>
- Rodgers, N. (14 de agosto de 2021) Mónica Katz: “El nuevo etiquetado de los alimentos no va a tener mayor impacto sanitario”. Clarín. Recuperado de: [https://www.clarin.com/opinion/monica-katz-nuevo-etiquetado-alimentos-va-tener-mayor-impacto-sanitario-\\_0\\_63GpRPtUT.html](https://www.clarin.com/opinion/monica-katz-nuevo-etiquetado-alimentos-va-tener-mayor-impacto-sanitario-_0_63GpRPtUT.html)
- SiPreBA - Sindicato de Prensa de Buenos Aires [@sipreba] (16 de enero de 2020) Manifestamos nuestra solidaridad con la compañera @solebarruti Exigimos respeto a la libertad de expresión y garantías para desarrollar el periodismo libremente. Ningún lobby empresarial puede estar por encima del derecho a la comunicación [Tuit]. Recuperado de: <https://twitter.com/sipreba/status/1217928821162356736>
- Schejtman, N. (10 de abril de 2020) Peligro en la mesa: ¿por qué los argentinos comemos mal? Revista Viva. Recuperado de: [https://www.clarin.com/viva/peligro-mesa-argentinos-comemos-mal-\\_0\\_4gVtI5anj.html](https://www.clarin.com/viva/peligro-mesa-argentinos-comemos-mal-_0_4gVtI5anj.html)

- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (17 de diciembre de 2019) . La SAN dice NO al intrusismo nutricional! [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B6MUVtTFkeq/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (18 de diciembre de 2019). Asegurate de conocer dónde se ha formado el/la profesional en nutrición que te atiende . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B6OuGUSgs1B/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (20 de diciembre de 2019). La SAN le dice #noalintrusismonutricional . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B6S2YE6ICd/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (26 de diciembre de 2019). #noalintrusismonutricional . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B6iWpSci8jV/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (7 de enero de 2020). #noalintrusismonutricional . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7CWHimFUZn/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (8 de enero de 2020). #noalintrusismonutricional . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7E8dMZIV2J/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (9 de enero de 2020). ¿Qué consecuencias pensás que genera el intrusismo nutricional? . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7HplkpF3hR/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (23 de abril de 2020). Para ver el programa e inscripción visitá: [www.sanutricion.org.ar](http://www.sanutricion.org.ar) [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/B7HplkpF3hR/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (17 de diciembre de 2020). ¡Bienvenidos! . [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/Ci6vZ7Xj2GN/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (1 de junio de 2021). Te invitamos a la Jornada de etiquetado frontal de alimentos: Panorama actual en la región latinoamericana. [Imagen de Instagram]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CPmMAMAtPWI/>
- Sociedad Argentina de Nutrición [@sanutricion]. (27 de octubre de 2021). La SAN informa que la \*Ley de Promoción de la Alimentación Saludable\* fue aprobada en el día de ayer por la Cámara de Diputados, la cual incluye entre otros aspectos, el

etiquetado frontal de alimentos. [Imagen de Instagram]. Recuperado de:  
<https://www.instagram.com/p/CVjPnLrsaH1/>

- Tu porción Justa. Arcor. Recuperado de: <https://www.arcor.com/ar/tuporcionjusta>
- (9 de marzo de 2017) "Método no dieta": comer de todo, pero con 5 reglas de oro. Infobae. Recuperado de:  
<https://www.infobae.com/tendencias/nutriglam/2017/03/09/metodo-no-dieta-comer-de-todo-pero-con-5-reglas-de-oro/>
- (12 de noviembre de 2018) Denuncia ante la Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires por la campaña "Tu porción justa". Fundación InterAmericana del Corazón Argentina. Recuperado de:  
<https://www.ficargentina.org/wp-content/uploads/2018/11/Denuncia-Arcor-FINAL-FIC-ARGENTINA-FUNDEPS.pdf>
- (19 de noviembre de 2019) La cocina rebelde: Deconstrucción alimentaria. Lavaca. Recuperado de:  
<https://lavaca.org/mu141/la-cocina-rebelde-deconstruccion-alimentaria/>
- (17 de enero de 2020) Carta documento: qué pasó entre Mónica Katz y la periodista Soledad Barruti. La Nación. Recuperado de:  
<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/carta-documento-que-paso-monica-katz-periodista-nid2324951/>
- (17 de enero de 2020) Preocupa a médicos y nutricionistas que cada vez más personas sigan consejos alimenticios de influencers. Infobae. Recuperado de:  
<https://www.infobae.com/salud/2020/01/17/preocupa-a-medicos-y-nutricionistas-que-cada-vez-mas-personas-sigan-consejos-alimenticios-de-influencers/>
- (18 de enero de 2020) La nutricionista Mónica Katz habló de su pelea con Soledad Barruti: "No busco censurarla, me sentaría a debatir con ella". Infobae. Recuperado de:  
<https://www.infobae.com/sociedad/2020/01/18/la-nutricionista-monica-katz-hablo-de-su-pelea-con-soledad-barruti-no-busco-censurarla-me-sentaria-a-debatir-con-ella/>
- (12 de noviembre de 2020) Instagram se renueva: una por una, sus nuevas funciones para potenciar el entretenimiento y el eCommerce. iProUP. Recuperado de:  
<https://www.iproup.com/innovacion/18287-instagram-se-renueva-estas-son-sus-nuevas-funciones>

- (7 de mayo de 2021) Soledad Barruti: “No se come comida, sino productos”. El Auditor. Recuperado de: [https://elauditor.info/actualidad/soledad-barruti---no-se-come-comida--sino-productos - a6095580a8af54458300596de](https://elauditor.info/actualidad/soledad-barruti---no-se-come-comida--sino-productos-_a6095580a8af54458300596de)
- (26 de octubre de 2021) Vizzotti defendió el proyecto de Etiquetado Frontal: "Es muy importante para la salud". Telam. Recuperado de: [https://www.telam.com.ar/notas/202110/572869-salud-carla-vizzotti-etiquetado-frontal -alimentos.html](https://www.telam.com.ar/notas/202110/572869-salud-carla-vizzotti-etiquetado-frontal-alimentos.html)

## 10. ANEXO

### Entrevista directa a Soledad Barruti realizada en julio de 2022 por Daiana German Rieber

**¿Por qué crees que no necesitás tener un título como médica o nutricionista para hablar de alimentación saludable?**

Yo creo que no hay ningún motivo por el cual una persona sana debe externalizar el conocimiento de la alimentación y enajenarla en un experto. Me parece que eso es justamente parte del problema que hace que hoy en día la comida sea un obstáculo para la salud y no algo que nos sirve. Creo que esos conocimientos están atravesados por un montón de información falsa, que es justamente la información que muchas veces sostiene a esta misma industria de expertos. Y esta información está dada por publicidad de marcas de las que les interesa que nos comportemos como comensales, en vez de ser comensales pasamos a ser consumidores, sobre todo de sus productos, entendiendo nuestra alimentación como un tetris de eventos en los cuales se van insertando sus distintas ofertas a las que nosotros nos tenemos que adaptar. Porque esto no son cosas que están pensadas para nuestra alimentación, sino que son cosas que hacen que nosotros tengamos que ecualizar nuestra comida no según nuestro deseo sino como una lista de ingredientes, nutrientes y demás que nunca fueron parte de la comida humana.

Comer siempre fue un evento más bien cultural, que tiene que ver con los territorios y con los sentidos y con la cultura aplicada desarrollada en ese territorio. Entonces para mí es lo contrario de la alimentación saludable. Hay una idea de comida saludable, es una comida que se vuelve cuando vos necesitás un experto para que te diga qué comer y de qué manera o que la comida se vuelva un acto neurótico, ansioso, enajenado.

Como parte de recuperar ese poder, esa libertad, es adentrarnos ahí donde hacen que nuestros eventos fisiológicos, culturales e íntimos tienen que estar mediados por un saber que ni siquiera está comprobado que sea un saber sino todo lo contrario.

**¿Qué le dirías vos a aquellos que te deslegitimaron? Que dijeron “porque Soledad no estudió ni medicina ni nutrición, no puede escribir los libros que escribió, ni hablar de que la leche hace mal y que no se puede tomar la leche” ¿Qué le dirías a ellos?**

Hay un concepto que es muy interesante que es el de la colonialidad del saber, que viene de la colonialidad del poder, que para mí es un concepto que estructura muy bien cómo van

sustrayendo los conocimientos. Así, este saber experto, que cada vez es más reducido, es más particular, es más eficiente a una parcela que se vuelve profundamente ignorante. Porque está el que sabe solo del tornillo que hace a esta mesa y después desconoce todo el mundo en general. Y la idea de que entonces va a haber como una especie de saber que se va haciendo de una sumatoria de saberes cada vez más eficientes y particulares de una sola cosa, y entonces el que habla de tornillos solamente por hablar de tornillos.

Eso es parte de algo que conviene por sobre todas las cosas al poder de turno, que es el que el que dice, el que particiona el conocimiento según sus propias necesidades y que hace que parezca más saber el saber impartido con una matrícula en una universidad sobre alimentación, que después te devuelve nutricionista, que el saber de una abuela que estuvo toda su vida cocinando y que sabe perfectamente qué darle a sus nietos si se sienten mal, cómo combinar tal comida con tal otra. Eso hace al evento alimentario como un evento mucho más mundano y a la vez en esa mundanidad mucho más democrático y mucho más posible para acceso de todos, acceso libre y gratuito.

La comida siempre fue eso, es un saber colectivo que se fue dando de generación en generación, de pueblo en pueblo, de territorio en territorio y que en algún momento se deslegitimó por quienes se erigían como un saber mayor por encima de eso.

Entonces hay como una grieta que es insostenible en la praxis. Porque vos lo que ves es que en la práctica en realidad, cuando está mediado por este supuesto saber experto, se supone que el conocimiento, que nuestra alimentación en las ciudades está mediado por este saber experto, y es el lugar en donde las personas más enfermas están por lo que comen y por lo que no comen y lo están comiendo eso. Mientras en los lugares en donde la comida siempre fue lo que es y lo que debería seguir siendo, las personas nunca tuvieron ninguno de los problemas que se introducen en nuestro sistema.

Entonces el habernos secuestrado de esos saberes para ponerlos en un lugar en donde solamente hay como un puñado de expertos que nos puede decir qué es lo que es lo que tenemos que comer, cuándo y cómo, es perfecto para sostener nuestra imposibilidad de llegar a eso.

Yo realmente creo que hay que hacer las lecturas sobre los saberes que hacen a nuestra vida cotidiana alrededor de la colonialidad del poder. El poder dice qué es lo que está bien, qué es lo que no, qué es lo que es ciencia y qué es lo que no, qué es lo que es experto, y qué es lo que es una pelotudez. Lo hacen en todo hasta que según solamente el sistema

que establece el poder de turno como algo legítimo, puede dar por buena alguna de las cosas.

Durante miles de años las abuelitas dieron sopa de pollo cuando una persona tiene gripe. Hoy en día la ciencia ya estableció, según este saber experto, qué de esos compuestos son buenos para la gripe. Una vez que se llega a eso, sí, deja de ser una pelotudez el conocimiento. Pero si no antes, como es un conocimiento bastardo, porque es un conocimiento de los pueblos que no está basado en la construcción del conocimiento según el método científico, sino que simplemente desde el uso, costumbre y saber colectivo, se descarta, se oprime y se reemplaza por otro que estaría más comprobado.

Entonces da más calcio el yogur de La Serenísima que una dieta basada en la milpa, en cualquier tipo de colectivo que comió así durante años y nunca tuvo ningún problema de osteoporosis. Porque ese está dentro del sistema del saber científico, se estableció cuánto calcio tiene y en el otro nadie lo puso, entonces hay como una división ahí de conocimientos.

Por el otro lado, sin dudas hablando de lo que puede o no puede hablar un periodista, lo que hay en la mayoría de estas personas es un desconocimiento absoluto de lo que es el trabajo de un periodista, que no habla en pos de su propio saber, sino que da voz a otras a fuentes que tienen ese saber, ese conocimiento, esa información. Mis dos libros son eso. Después mi trabajo de divulgación como comunicadora sigue siendo siempre ese. O sea, yo no tengo el saber de mi abuela en la comida, voy como tratando de aprender ciertas cosas. Creo que mi abuela sabe más de alimentación saludable que Mónica Katz, sin dudas, no hay nada que a mí me vaya a convencer de lo contrario porque la veo a Mónica y veo lo que hace con la comida y lo que hace mi abuela con la comida. No hace falta ni probar una receta de Mónica ni de sus discípulas que cocinan con 25 sobres de edulcorante. Todo es atroz.

Lamentablemente la idea de que la nutrición es es un evento que se limita al momento en el que vos te metes una cosa en la boca, que es un puñado de nutrientes, olvida que la alimentación está atravesada por, por ejemplo, un montón de intereses que hacen a la economía, a la política, a la geoingeniería del mundo, todas las problemáticas que atraviesan a la alimentación. Por ejemplo, transformando un alimento en una huerta de producción convencional donde a una frutilla le ponen 35 venenos. Eso es imposible que te lo enseñe en la escuela de nutrición porque ahí te van a enseñar lo bueno que es la frutilla. Ahora, te hace falta saber como nutricionista qué procesos atravesó esas frutas esas frutilla hasta llegar a la mesa, porque esa frutilla no es la frutilla que dice el libro que es. La idea de

la abstracción de los alimentos de sus contexto, de su coyuntura y de lo que los deteriora en este momento, hace que la nutrición parezca más un recorte de la realidad que luego nunca va a terminar teniendo los efectos que quieren tener, porque no tienen el realmente el conocimiento porque es una reducción, es como una especie de “zoom in” a un factor de la comida y se olvidan de todo lo otro. Ni hablar de que la comida no es solamente un evento alimentario, sino que la comida es un evento político y es un evento agrícola. Si vos escindis a la comida esas dos cosas, también nos estás privando de saber que nosotros cuando comemos no estamos comiendo solamente alimentos, estamos comiendo todo lo que rodea a esos alimentos, muchas veces también estamos comiendo personas porque estamos desapareciendo una cantidad de personas o envenenando una cantidad de personas que nos vuelve más parecidos a caníbales.

**¿Qué te aportó a vos el trabajo de campo? De ir a ver cómo se producen los pollos, todo lo que es la industria láctea...**

Obviamente es el trabajo profesional, pero después es información que a mí como persona me vuelve una persona mucho más posible para para moverme, me vuelve una persona más libre en sus posibilidades y en sus elecciones que una persona que no tiene esa información. No saber es el pasaporte de entrada para terminar como un zombie de supermercado comiendo lo que justamente te dicen los expertos, que siempre están patrocinados por las marcas. La idea de alimentación saludable no es, es alimentación basada en marcas, eso es lo que hace Mónica Katz, y lo que hacen todos sus discípulos, porque es una persona que trabaja para las marcas. Yo me acuerdo la primera vez que escuché el nombre de Mónica Katz fue en un congreso de Coca-Cola, que no en un congreso de Coca-Cola donde te hablaba Coca Cola, era un congreso de hidratación, así se llamaba, iban a hablar los expertos sobre hidratación.

Otra de las cosas que no hay que soslayar es que esta gente tiene estos intereses y tienes estas relaciones con las marcas, entonces cuando hablan no hablan desde un conocimiento libre de conflictos interesantes sino del corazón mismo del conflicto de interés, que los hace trabajar para que nosotros recibamos la información conveniente a esas marcas. Nosotros estamos educados para ser consumidores eficientes, saludables de esos productos y esos problemas.

**¿Qué va a pasar con lo de tu porción justa con las etiquetas negras? ¿van a desaparecer?**

Se supone que debería desaparecer. En otros países hubo como una avanzada para que no puedan convivir y acá también. De hecho una de las cosas por las que se opuso la Sociedad Argentina Nutrición a la ley es a no poder poner sus sellos de aval, los sellos de aval son sellos que se compran. Tu porción justa es un sello de aval porque está patrocinada por Mónica, desarrollada por ella, ella participó del evento que lo anunció. Esos sellos se supone que van a estar prohibidos y que no van a poder convivir con lo demás, y eso les pincha un negocio gigante.

Me imagino que van a inventar otros, siempre se inventan. Una ley no es una conquista fija, es una cosa que luego se pelea todos los días. Van a encontrarle la manera porque la industria alimentaria no puede dar alimentos de verdad y esa es una de las cosas más como importantes cuando hablas de alimentación saludable. Por un lado, es la alimentación como un evento humano hecho en base a productos que son tejidos vivos que van a ser parte de nuestros tejidos vivos, y del otro lado son ingredientes químicos puestos para engañar a nuestro cerebro y que no pueden alimentar a nuestro cuerpo. Esos productos químicos que pueden ser también administrados en forma de vitaminas, minerales y de cosas, haciendo una ecualización que pareciera que llegan a la cantidad de nutrientes que nosotros necesitamos, se mostraban hasta ahora ineficientes al momento de alimentarnos de una manera real. Entonces, ahí va a haber también como siempre una brecha gigante entre la posibilidad que tienen las marcas, y quienes las apoyan, y lo que tiene la comida real. Hablar de nutrientes y hablar de eso es muy conveniente para que la industria siempre parezca como que es mejor y más eficiente a la hora de alimentarnos que la comida.

**¿Vos estás conforme con la ley que se aprobó que se reglamentó y que ahora falta poco para que se implemente?**

Sí, yo creo que es una ley buenísima, creo que es una ley, y que eso nos abre las puertas a muchas personas que nunca se cuestionaron a cuestionarse, a tener curiosidad, salva a las criaturas de los peores productos -se supone- porque va a evitar ciertas publicidades y demás, entonces es una buena herramienta como para plantearnos cosas nuevas y mejores. La ley no es una guía de compras, vos no pasas a buscar entre los que no tienen sellos los mejores productos, que en muchos casos lamentablemente se vendió así, y en muchos países las personas pasan a comprar entonces los productos sin sellos y las marcas entran una carrera por quitarle los sellos a sus productos. Creo que es una buena oportunidad para hacer buena educación alimentaria, para que las personas por primera vez miren cosas que nunca miraron, para que salgan de las escuelas algunos productos

que están como naturalizados y que se consumen diariamente, y para plantear un acceso a otra información que hoy en día está tapada por kilómetros de publicidad.

### **¿Crees que quizás nos vamos a poder alimentar mejor?**

Tenemos la posibilidad de tener herramientas nuevas para cosas nuevas.

### **¿Qué lugar ocupan las redes sociales en tu trabajo hoy en día?**

Son un buen lugar de denuncia, un buen lugar para hacer red ante algunas situaciones muy particulares, también son un lugar muy arbitrario de visibilización. Hay cosas que de repente se ocultan, se manipulan en la manera en la que se muestran y a quién se segmenta. Es un lugar que tiene por momentos muchas ventajas con respecto a los medios convencionales, porque puedes hablar de una manera más libre, pero por otro lado esa libertad muchas está condicionada a las arbitrariedades del algoritmo y todo lo que plantea. Las publicaciones te muestran menos cosas que tienen determinadas palabras, menos cosas críticas que hablan como del mundo de colores, y eso me parece que es un problema para un trabajo como el mío que pretende ser bastante crítico e implacable en esa crítica.

### **Entrevista directa a Mónica Katz realizada en julio de 2022 por Daiana German Rieber**

### **¿Desde cuándo y hasta cuándo fuiste presidenta de la Sociedad Argentina de Nutrición?**

Los cargos durante dos años, 2019 a 2020 creo que fue. Podés estar cuando quieras, siempre que pase un período.

### **¿Lo disfrutaste?**

No lo disfruté nada porque yo me di cuenta de grande que quería cambiar el mundo, que mucha gente no se anima a decir porque no se banca los palos, y que y que acá tenés que decir lo políticamente correcto.

Yo no es que desestimo el conocimiento que venga del que nos del que no pasó por la facultad, pero no se puede legitimar todos los discursos, si hay que respetarlos y en este mundo, en el mundo del todes, del lenguaje inclusivo, de aceptar todos los géneros, está bárbaro, en algunas cosas, por ejemplo aceptarnos en diferentes géneros, pero no todo lo mismo en discurso científico. Pero en este mundo en donde ya venís condicionado por la

inclusión y la diversidad... una cosa la diversidad de cuerpos, una cosa la diversidad de género y otra cosa es que cualquiera opine cualquier cosa y vale lo mismo, por eso lo pasé mal. Porque si yo como presidenta de la SAN que no tenía un sponsor de alimentos, yo me ocupé de sacar todos los sponsor para que no sea conflictivo.

Yo trabajé para Arcor y varias, ojalá me llamarán más. ¿Cómo cambiás el mundo si alguien que sabe nutrición y comportamiento alimentario no lo ayuda? Alguna vez Arcor me dijo “quiero ser más saludable”. Entonces hicimos varias líneas. Y una de las líneas que pide la Organización Mundial de la Salud es porcionar.

Estamos en una sociedad de discursos absolutamente fragmentados y en donde me parece fascinante que los discursos hegemónicos caigan. Yo estoy a favor de eso, estoy a favor del que habla desde una postura contracultural porque estamos en el mundo de la políticamente correcto, y creo que hay tres áreas, tres tipos de gentes que tiene que no ser políticamente correcto: son los expertos en un área, pero de verdad expertos, que hayan pasado por una formación, que hayan hecho una tesis, que haya investigado que se hagan docentes, que hayan pasado por la facultad, que hayan sentado culo; los periodistas; y los artistas.

**¿Qué lugar ocupan en este fanatismo y en tu vida como profesional las redes sociales? ¿Crees que se exagera el fanatismo?**

Depende en qué red social, Twitter si porque es el lugar del odio, del hater, LinkedIn es otra cosa. Twitter es el lugar de cancelar a alguien, la cultura de la cancelación. Por eso te digo que pasar por la presidencia fue una desilusión porque el Ministerio de Salud ni te escucha por más documentos serios, que le des y no es este gobierno. Yo estoy hace 43 años en la nutrición argentina y es un fenómeno sistemático, ellos hacen la agenda. Por un lado yo decía “vamos a influenciar más las cosas, porque yo tengo ganas de cambiar, tengo ideas..”, ellos siguen haciendo lo que ellos tenían en agenda. Esto pasó con Mauricio Macri, con Cristina Fernández y pasa ahora con Alberto Fernandez. Es una desilusión. Y por otro lado, muy poca gente tiene ovario para decir e ir contracultura.

Empresas como Arcor me han buscado porque miraron que soy la única que pienso diferente. Diferente de los que se animan a decir, porque el problema hoy es lo políticamente correcto.

En secreto, tomando café, muchos te dicen lo que hay que decir, por ejemplo la ley de etiquetado es una vergüenza. Ahora, en redes no lo dicen. Y lograron una campaña, “te están tapando los ojos”, te tapan los ojos con este etiquetado. Porque el etiquetado que adoptamos en Argentina lamentablemente, que viene con Macri y Fernández lo selló. A mí me da vergüenza ser argentina cuando voy a España, Italia, Francia, Suecia, Israel y Canadá, que no pueden creer que adoptamos esto.

### **¿Por qué crees que es una vergüenza este etiquetado?**

Ya está recontra aprobado. Solo etiquetás lo envasado asumiendo que el azúcar de más, el sodio, la grasa y las calorías vienen de lo etiquetado. ¿No comprás medialunas? ¿pizza? ¿hamburguesas? ¿helado? nada de eso viene envasado. Y está estudiado en Argentina que la mitad del sodio, la caloría, la grasa, viene de no envasado. ¿Qué vas a lograr de las nuevas generaciones? A los viejos no los engañás. Doña Rosa sabe que ella compra pizza, no está envasada y eso no va a tener etiqueta. Mostaza o Mc Donald no tienen etiquetado y la gente se lo morfa y es una porquería.

### **Tal vez tendrían que legislar para que haya...**

Yo lo propuse: QR, para que vos tengas derecho a la información y no le cueste caro al pobre panadero de la esquina. Es barato, es una aplicación gratuita poner un QR con información. Y dijeron que yo era oligarca porque los pobres no tienen QR. Pero si con cualquier celular sacás una foto y tenés un QR. Es un país muy complejo, no pasa en otros lados.

Mirá en Inglaterra me acuerdo que estaba con un grupo de gente muy piola de la cultura, escritores, sociólogos, licenciados en comunicación, periodistas, y yo les preguntaba cómo es en Inglaterra, si es lo mismo un Influencer que postea muchas cosas a mi instagram. Y me dijeron que un influencer es una famosa, como Angelina Jolie o Jennifer Aniston. Un experto es el que tiene el conocimiento científico disponible, que mañana cambia, no importa. Era tan clara la diferencia que tienen ellos. El discurso científico en Inglaterra pasa por otro lado.

### **¿Vos te considerarás influencer?**

Sin duda mi opinión tiene mucho peso, por eso tengo mucho cuidado en lo que digo. Siempre me preguntan las chicas jóvenes “¿cómo hago?” Les digo en principio “estudiá,

formate y empecé a usar las redes” y está buenísimo. Pero no fue una intención mía ser influencer, no fue intencional. A partir de mi lugar empecé a usar Facebook, después fue Twitter y después fue Instagram. Es un momento muy complejo porque hoy la ideología mata la técnica, la emoción mata la evidencia científica, la emoción mata los hechos y es muy tremendo porque vos te encontrás como sola en donde donde vos querés decir la verdad, porque es un hecho de que la gente come cosas no envasadas y sin embargo la comunicación en vía pública era una persona con los ojos con los ojos tapados. Y me acuerdo que me llaman de muchos medios usted, “¿Usted qué opina?”, y uno tiene la ilusión de que la gente escuche otra cosa y pase algo en la discusión parlamentaria.

Me acuerdo que en los días previos a eso entro en una reunión del Ministerio y me ocupo a propósito en el Zoom de ser la primera de hacer las preguntas en el chat. Y lo primero que pregunté es de dónde provienen las calorías en relación a los envasado y lo no envasado. No las contestaron, leyeron la tercera.

De alguna manera la sensación que te da es que no hay salida. No hay salida para este discurso y no hay salida para el país o para los países que hacen esto. Porque se adoptó en México, en Uruguay, en Chile, Latinoamérica solamente. Me acuerdo en una reunión dije “me parece esto como la vacuna experimental de la gripe aviar”, cuando agarras África para experimentar. Bueno, a mí me da la impresión de que nos dejaron en Latinoamérica experimentar con un etiquetado porque total somos de cuarta, somos sudacas y si morimos no importa, si morimos de obesidad no importa. Ningún lugar del mundo adoptó esto. Suecia tiene una cerradura que es negra, igual que acá, pero tiene una verde, si vos tenés algo bueno. Acá no se puede comunicar lo bueno. Israel tiene redondeles rojos si tenés sodio alto, pero tenés redondeles verdes si tenés algo bueno. Acá en Latinoamérica y Argentina adoptaron esto aunque los expertos nos opusimos. O por ejemplo no se te ocurra decir que la obesidad es una enfermedad porque estás patologizando, discriminando y estigmatizando a la gente. El discurso hoy es complejo y como poca gente se anima a decir lo políticamente incorrecto, quedas atrapado en redes en esa cultura de la cancelación, en donde la gente que no te conoce y no tiene ganas de investigar quién es cada uno.

En la Argentina lamentablemente, por la historia que tenemos de la dictadura, no pasa en otros países como España, aunque estuvieron a Franco, es más importante la ley de Libertad de Expresión, que la libertad de defender la figura de una persona.

El periodismo es un poder hegemónico entonces si a vos te hizo un reportaje un medio tradicional no vale tanto como el influencer. Yo misma no le creo siempre a la televisión y al

diario, yo también desconfío porque tengo pensamiento crítico. Mínimame dos fuentes, la regla básica del periodismo. Bueno la gente no quiere fuentes, se hartaron de las controversias en nutrición, entonces yo ahora empecé a decirle a mis colegas jóvenes “omega 3 sí o no” no va más, porque al no experto no les sirve la controversia eterna. Pero no tengo la solución, ojalá la tuviera, de cómo salir de esta pluralidad de voces que confunden, esta cacofonía de voces, esto que decía Umberto Eco que la información mata la información. No soy muy optimista en esto.