

Narrativas del escándalo. Algunas reflexiones en torno a sus lógicas de construcción

Año
2016

Autor
Alvarado, Mayra Luz

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Alvarado, M. L. y Sanchez de Bustamante, M. (2016). *Narrativas del escándalo. Algunas reflexiones en torno a sus lógicas de construcción*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



II Congreso de la Asociación Argentina de Sociología (AAS)
Pre ALAS 2017
LAS CIENCIAS SOCIALES EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
HOY: PERSPECTIVAS, DEBATES Y AGENDAS DE
INVESTIGACIÓN
I Jornadas de Sociología de la UNVM

6 al 8 de Junio de 2016

Universidad Nacional de Villa María – Campus en Villa María

GT12: Estudios sociales de la comunicación y de los medios

Título de la ponencia: Narrativas del escándalo. Algunas reflexiones en torno a sus lógicas de construcción.

Mayra Luz Alvarado¹

Marina Sanchez de Bustamante²

Resumen:

De manera recurrente, los programas televisivos, los sitios de internet y las revistas de espectáculos y actualidad ponen a circular historias escandalosas sobre la vida íntima de personas de la farándula local. Tales relatos se concentran en actos que escapan a los límites de la moral dominante, por lo que se ofrecen como discusión pública de aquellas transgresiones que osan relativizar valores y conductas instituidos en el orden social. Como narrativa constitutiva del discurso de los medios masivos, el escándalo se configura según matrices culturales que, en función de su efectiva interpelación, convocan el seguimiento

¹ Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Maestranda en Comunicación y Cultura – UBA-FSoc.
mayraluz.alvarado@gmail.com

² Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Maestranda en Comunicación y Cultura – Becaria doctoral – IIGG-UBA/FSoc. marina.sdb@gmail.com

atento y entusiasta de las audiencias, sostén central para que la historia continúe, se profundice, se diluya o se dé por concluida.

Observamos que, en la actualidad, el escándalo como tradición narrativa de la cultura mediática se entrama con las nuevas prácticas confesionales: hoy son las propias celebridades o personajes del espectáculo quienes ofrecen dramas personales a los medios de comunicación a través de redes sociales y aplicaciones telefónicas o por medio de los micrófonos abiertos y expectantes de los programas de televisión. Es por eso que, desde una estrategia metodológica cualitativa de análisis crítico del discurso, analizaremos un reciente escándalo mediático de figuras famosas, a partir del cual nos proponemos reflexionar sobre las lógicas enunciativas de los escándalos de estrella contemporáneos para interrogar qué novedades conllevan en las modalidades y formas de construir las historias, qué tensiones morales proponen y de qué modo el público participa en su constitución.

Palabras Clave: Medios de Comunicación – Escándalo - Celebridades

Introducción

Este trabajo se propone reflexionar sobre las lógicas enunciativas de los escándalos de estrella contemporáneos a fin de interrogar qué novedades conllevan sus modalidades de construcción narrativa, qué tensiones morales expresan y de qué modo las audiencias participan en su construcción.

En primer lugar, nos interesa detenernos en la constitución del escándalo como una tradición narrativa de los medios de comunicación, con atención en las matrices culturales con las que se emparenta. En esta línea, la reflexión en torno a las características que definen el escándalo se entrama con un abordaje sobre las lógicas de rigidez y flexibilidad moral que se ponen en juego en los discursos mediáticos. Por tal motivo, revisaremos algunas propuestas que trabajan en torno de las formas de las narrativas populares y de los escándalos.

En segundo lugar, nos proponemos observar y analizar una historia ofrecida recientemente por el discurso local de los programas de televisión, sitios de internet y revistas de espectáculos y actualidad, que nos permite focalizar en lo que Lull y Hinerman (2000) identifican como “escándalo de estrella”, para reflexionar sobre distintas dimensiones que intervienen en la constitución de estos relatos: la fertilidad del caso como estrategia narrativa, las rutinas de producción periodística con atención a las prácticas profesionales desde las redes sociales, la intervención activa de las celebridades y el interés y los juicios morales que ponen a circular las propias audiencias.

El escándalo en los medios masivos como recurso narrativo

Actualmente, la presentación de escándalos en los medios masivos de comunicación parece haberse instalado como una lógica excluyente del discurso periodístico: día a día, los programas de televisión y las revistas nos ofrecen noticias, de diversa índole, cuyo valor informativo reside fundamentalmente en el efecto que busca causar en las audiencias: asombro, morbosidad, indignación. En ese sentido, el escándalo mediático implica la organización de un punto de vista narrativo donde el modo de construcción del relato periodístico centra la elección del acontecimiento en el desvío o tensión con normativas morales sociales, y configura el énfasis de la noticia en esa dirección. Al mismo tiempo, la difusión de escándalos tiene un valor económico para la estructura mercantil de los medios masivos en función de que, la efectiva interpelación y fascinación que consigue en los públicos, se traduce en ganancia económica al conseguir un consumo extendido de esos contenidos. Por lo tanto, entendemos que el escándalo puede significarse como un doble recurso para los medios de comunicación: narrativo y económico, a la vez.

Aun cuando el escándalo se observe como estrategia enunciativa de gran significación para el discurso periodístico contemporáneo, su institucionalización se remonta al siglo XIX en el contexto moderno de crecimiento de la alfabetización y de desarrollo del periodismo sensacionalista que, para convocar y entretener, configuró un estilo informativo, un modo de presentar la realidad que se volvió una marca de la prensa popular (Lull y Hinerman, 2000). En su conformación y devenir histórico, los medios gráficos sensacionalistas

apelaron a un esquema de noticiabilidad que se estabilizó y que se resume, según Díaz Nosty (2016), en la fórmula de acepción anglosajona conocida como “la triple S” –*sex, scandal, sport*–; pero dicho origen ligado tan estrechamente a la prensa amarilla, caracterizada peyorativamente en contraste con una prensa *seria*, se fue difuminando cuando los medios de tradición o pretensión ilustrada adoptaron e incorporaron paulatinamente formatos y lógicas narrativas orientados a captar la atención de las audiencias, centrados en la apelación a lo emocional (Araoz Ortiz, 2016).

El escándalo además de ofrecerse como recurso da cuenta de la inserción de los medios masivos en la esfera del orden moral y de su participación activa en el juego de la reproducción de valores y convenciones sociales; es decir, en la producción de un escándalo –como operación discursiva en la que se narran situaciones o conductas con el foco en aquello que deshonra la moral– los medios de comunicación son agentes protagonistas de la constitución de una moralidad social. De ahí que entendemos que los medios masivos pueden delimitarse como un espacio moral, donde este se expresa en principios que guían a los sujetos

“a juzgar y dilucidar el pensamiento y la acción que están orientados hacia el otro y que determinan nuestra relación con ese otro en la mismidad o alteridad, y a través de los cuales se define también nuestra pretensión de ser seres morales y humanos. Implícita y explícitamente, esta definición de la moral supone una noción de lo bueno, un conjunto de valores a los cuales uno aspira y que, en el improbable caso de su realización, definiría también como buenos a quienes se atuvieran a ellos” (Silverstone, 2010: 21).

Asimismo, en la producción de escándalos se habilita la discusión pública de reglas y normas vigentes, en un proceso en el que además de delimitar lo que está bien y lo que está mal, emergen tensiones y flexibilidades, juicios absolutos y relativizaciones, en función de las transgresiones sociales que se presentan y el contexto espacio-temporal en el que se enuncian. Los escándalos en los medios masivos, sostienen Lull y Hinerman, “proveen un significado simbólico sobre el cual los términos y límites de la moral pública son negociados dentro de la estructura provisional de la posmodernidad” (2000: 63). De ese modo, los escándalos conllevan un efecto narrativo contradictorio por el que la moral que

se reclama en sus relatos, aquella que sostiene el hilo de las historias escandalosas, al mismo tiempo se va erosionando.

Por otra parte, más allá de su inscripción en el discurso periodístico, la producción de escándalos mediáticos se presenta emparentada con otras matrices culturales; es decir que puede ser ligada a otros modelos narrativos y formas de expresión de la cultura de masas, lo que se vuelve un dato de valor para indagar y comprender la conexión de los públicos con esa forma de presentar una historia. Cuando Sunkel interroga la prensa sensacionalista – estrechamente vinculada, como señalamos, a la organización del punto de vista narrativo de lo escandaloso- detecta su conexión “con una estética melodramática que altera la separación racionalista entre temáticas serias y las que carecen de valor, que se atreve a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la ‘ideología de la objetividad’” (2002: 19; destacado en el original). Y es que el melodrama, como matriz cultural y con sus incontables variantes, opera como una poderosa fuente de intertextualidad, como una modalidad narrativa que se extiende a diversos tipos de textos.

Como “estética del asombro” (Brooks, 1976), el melodrama se configuró tempranamente como una atmósfera formativa que refrenda prohibiciones morales, provee recursos lingüísticos y reacciones para los distintos estados emocionales, despliega códigos corporales y sustenta la sensibilidad colectiva (Monsivais, 2006). Su encarnación como salvaguarda de lo moral se confronta con intersticios de escape, de ruptura con esa moral que se proclama; como señala Monsivais –en relación al melodrama cinematográfico-, su poder de representación “pone entre paréntesis (mientras dura la película) las intimidaciones moralistas” (2006: 34) cuando a las lecciones que se ofrecen las contradicen las imágenes que componen el texto.

Es por eso que la producción de narrativas escandalosas en los medios encuentra una gran afinidad con la estructura melodramática: la lógica irreductible de un maniqueísmo radical, la exposición de un conflicto entre el bien y el mal, la puja por la restitución de la verdad (Brooks, 1976) son recursos narrativos inscriptos en la estructura tradicional del universo melodramático, extendidos por el tejido de los dispositivos y productos en los que la matriz hizo carne.

Si el problema de una confrontación con la moralidad social constituye la base de producción mediática de un escándalo, y la organización del relato acude al melodrama como tradición narrativa, otros elementos tienen que confluír para que un acontecimiento tome el estatus de escándalo. Por medio de la observación y análisis de noticias disímiles, Lull y Hinerman delimitaron un decálogo de criterios específicos a partir de los cuales una situación es factible de producirse en los medios masivos como un escándalo: (1) las normas sociales que reflejan la moral dominante deben ser transgredidas; (2) las transgresiones deben ser ejecutadas por personas específicas (3) que llevan a cabo acciones cuyo ejercicio expresa intereses y/o deseos personales; (4) esas personas deben ser identificadas como perpetuadoras del acto; (5) tiene que ser evidente que la actuación fue intencional o descuidada y (6) deben ser acusados o señalados como responsables; (7) las acciones ejecutadas tendrán consecuencias diferenciales en quienes estén involucrados; y, finalmente, (8) las revelaciones deben circular amplia y reiteradamente en los medios de comunicación y (9) narradas como historias que (10) logran un importante interés y discusión en las audiencias (2000: 71-73).

A partir de la concepción de los escándalos como recursos narrativos y económicos de los medios de comunicación, de su inscripción en un orden moral que no sólo reproducen sino que constituyen –aunque también erosionan– activamente, y del estrecho vínculo que mantienen con el melodrama como lenguaje que atraviesa distintos procesos culturales ofreciéndose como un dispositivo pedagógico de lo moral, revisaremos distintas dimensiones con las que, en tiempos recientes, se fue configurando un escándalo mediático centrado en la ruptura amorosa de una pareja célebre de las revistas y la televisión.

Algunas dimensiones en la configuración de un escándalo de estrellas

“Vi lo peor que podía ver una mujer”. El mensaje privado que, vía *Twitter*, la modelo argentina Carolina *Pampita* Ardohain le envió a un periodista de espectáculos resonó con velocidad en la prensa y los programas televisivos dedicados a hablar sobre celebridades de la farándula local. El periodista que lo recibió advirtió a la modelo que difundiría el diálogo en el que obtenía la confirmación de que el marido de Ardohaín, el actor chileno Benjamín

Vicuña, mantenía un vínculo erótico con otra mujer (también del mundo del espectáculo) y que la propia Pampita los descubrió durante un encuentro sexual.

La constitución y difusión de esta historia, que la prensa bautizó como “el escándalo Pampita-Vicuña”, se inició en el discurso periodístico con rumores de crisis matrimonial a mediados del 2015 y devino, con la irrupción de la modelo en un motorhome en el que su marido mantenía relaciones sexuales con otra mujer, en el escándalo mediático de cierre del año. Y no sólo los programas y publicaciones de chimentos aportaron al armado de un relato que ocupó varias semanas en los medios de comunicación: “¡Escándalo! Pampita descubrió a Benjamin Vicuña con la China Suarez” (La Nación, 2015)ⁱ, informó el sitio web del diario *La Nación* unas horas después de que la información se difundiera como primicia en el programa *Me gusta la tarde* de Canal 26.

Ubicamos “el escándalo Pampita-Vicuña” dentro de la categoría que Lull y Hinerman denominan “escándalo de estrella” (2000: 81) que tiene lugar cuando el comportamiento privado de una personalidad del espectáculo es revelado por los medios de comunicación en función de que se excedieron los límites de alguna norma social. Este tipo de narrativas escandalosas da cuenta de que aunque se contemple cierta tolerancia moral para las conductas de los famosos, están expuestos a una inspección atenta no sólo de los medios masivos sino también de las audiencias que siguen las historias, opinan en las redes sociales y conversan sobre ellas en los ámbitos que habitan.

En relación a las modalidades enunciativas que sustentaron la configuración de la historia Pampita-Vicuña, observamos el formato de caso, esto es: “algo que sucede a nivel individual o microsocioal y que es expuesto mediante una estructura discursiva eminentemente narrativa” (Ford y Longo, 1999: 246), que comporta en sí mismo una lógica argumentativa anclada en un juicio moral. Esa modalidad casuística, señalada por Ford y Longo como una transformación generalizada en términos de estrategias enunciativas mediáticas, cumple la misma función que la argumentación al “dar una interpretación del mundo y, en muchos casos, imponer una regla de acción” (1999: 259). En tal sentido, en los debates televisivos y artículos periodísticos en los que se difundió “el escándalo Pampita-Vicuña” el encuadre moral revistió juicios negativos sobre conductas que se apartan de la

monogamia, pero también sobre la exposición pública de estas situaciones que, en todo caso, se entendió que debían resolverse en el ámbito de lo privado y de la intimidad.

Una particularidad de la lógica con que se despliegan los escándalos de estrella en la actualidad es que la trama narrativa, el avance de cada capítulo de la historia que presentan los medios masivos, se establece con la participación activa y voluntaria de sus protagonistas. Al momento de abordar el escándalo, la conductora de *Me gusta la tarde* (*Canal 26*) –Pilar Smith- estableció, mirando a cámara, una suerte diálogo con Ardohaín, quien a medida que se desarrollaba el envío televisivo publicaba advertencias desde su cuenta oficial de *Twitter* e intercambiaba mensajes con varios periodistas a la vez:

Nosotros estamos simplemente informando lo que nos cuenta gente que estuvo allí, Pampita. Yo no te estoy diciendo que estuve ahí, que lo ví. Estamos dando una información. Y tampoco te estamos juzgando Pampita, ni a vos ni a Benjamin. Simplemente estamos contando una situación que varias personas, desde distintos lados, coinciden [en relatar].ⁱⁱ

Minutos más tarde, un panelista del programa comentó que, mientras la conductora explicaba la versión del escándalo obtenida de sus fuentes, otro periodista -Lío Pecoraro- había difundido el dato por *Twitter* como una información aún no confirmada (“18:20 Otra versión más. Pampita habría encontrado infraganti a Benjamín Vicuña y la China Suarez dentro del motorhome @canal26noticias”) y que la misma Ardohaín calificó con un “me gusta” el post, lo que –coincidían en el piso televisivo- implicó un aval a la información.

La intervención continua de los protagonistas en la configuración del escándalo *Pampita-Vicuña* se desplegó por *Twitter* en donde Vicuña publicó un post con una estructura similar a un comunicado para la prensaⁱⁱⁱ luego de las tempranas intervenciones de Ardohaín en esa red social y de sus continuos exabruptos que siguieron en los días subsiguientes^{iv}. Asimismo, los tres protagonistas del escándalo concedieron aparecer en algunos espacios televisivos para hablar sobre el tema; así, por ejemplo, *Pampita* respondió las preguntas de Marcelo Tinelli y Angel de Brito en *Showmatch*^v; Vicuña fue esquivo pero aceptó hablar con un cronista de *Canal 13* que lo abordó en un aeropuerto^{vi}; y Suarez se sometió a una entrevista^{vii} con el periodista Jorge Rial en su programa de chimentos *Intrusos*.

De ese modo, con ciertas diferencias respecto al grado de exposición consentido, fueron los personajes principales de esta historia quienes abrieron las puertas de su privacidad e invitaron a los conductores y panelistas a que debatan sobre cada detalle de su vida íntima. En tal marco, las rutinas profesionales y las tramas narrativas se construyeron con dependencia del minuto a minuto televisivo, del interés social por conocer en extremo la vida ajena, de las guardias periodísticas, de las actualizaciones en los perfiles digitales y de los *trendic topics* en las redes sociales. Y es que como lógica de producción narrativa contemporánea, los escándalos se alimentan de las prácticas confesionales abiertas por Internet, las cuales transforman las reglas de constitución del yo con la emergencia de un auto-relato donde prima “la prioridad de la actualización permanente de las informaciones” (Sibilia, 2008: 132). El modo de llevar adelante esta forma de representarse, de comunicarse, de mostrarse a sí mismo, de construirse es, como indica la autora, a través de las *Short Story*. Y el discurso periodístico apela al rastreo constante de tales narrativas del yo que funcionan como recursos para ampliar el universo del relato, lo que permite dar continuidad a la historia no sólo a partir de nuevos hechos, sino también a partir de lo que otras personalidades públicas expresan en torno a lo acontecido; de este modo, se escribió sobre intervenciones en Twitter del ex novio de Eugenia Suarez -el cantante español David Bisbal^{viii}- y de la actriz Eugenia Tobal^{ix} -ex esposa del padre de la hija de Suarez- sugiriendo que se mofaban de su inclinación a irrumpir en las relaciones de otras parejas; también se compilaron los *tweets* de distintos periodistas y famosos^x que criticaban con sarcasmo la disposición de *Pampita* a develar detalles y las contradicciones entre las versiones que ofrecía cada miembro de la pareja.

Un punto relacionado con los escándalos de estrella es que los desvíos de las celebridades se interpretan, además de con relación a la moralidad reinante, en articulación con el “sistema de imagen” (Lull, 1997) que configura el perfil público de cada famoso. De este modo, la atribución de valores y actitudes con que se constituye la imagen de una persona popular también interviene en el nivel de impacto y de noticiabilidad que ofrece una acción, práctica o conducta considerada socialmente como inapropiada. En el relato del escándalo *Pampita-Vicuña* varios antecedentes de las dimensiones profesionales e íntimas de las personas involucradas confluyen en el valor de la historia que presentaron los medios masivos a fines de 2015: por un lado, el vínculo sentimental entre Vicuña y Ardohaín se

ofreció durante varios años en las portadas y artículos de revistas de actualidad como una historia de una pareja ideal que disfrutaba de la vida familiar y los logros profesionales: ambos con carreras exitosas, le hicieron frente a adversidades y tragedias personales como el juicio de divorcio de la modelo (cuya sentencia la declaró adúltera por haber iniciado la relación sentimental con Vicuña cuando aún estaba casada con el polista Martín Barrantes^{xi}) y como la muerte de la hija mayor de ambos³; ante tales situaciones, como así también cuando nacieron sus hijos o con la notoriedad que alcanzaban en los aspectos laborales, los discursos periodísticos destacaban la relación de la pareja basada en el “apoyo mutuo”^{xii}. Al mismo tiempo, varios rumores de supuestos amoríos con compañeras de elencos fueron alimentando la imagen de Vicuña como un esposo adúltero^{xiii} y la de Ardohaín como una obsesiva de los celos capaz de defender a su familia “con uñas y dientes”^{xiv}. Sumado a esto, la imagen de la actriz Eugenia Suarez –además de sustentarse en sus continuas intervenciones en éxitos televisivos y en campañas publicitarias de indumentaria- se erigió a partir de sus numerosos romances, entre los cuales se incluye al padre de su hija, Nicolás Cabré, con quien inició el vínculo amoroso unos meses después de que el actor se casara con Eugenia Tobal y ésta perdiera un embarazo^{xv}, lo que implicó –ya en aquel momento- manifestaciones de rechazo hacia la figura de Suarez por quedar envuelta en una situación de adulterio.

Dice Monsiváis que el adulterio, un tópico clave del melodrama como matriz narrativa que alimenta los escándalos mediáticos sobre los famosos, otorga “la posesión de un juicio moral irrefutable” (2006: 30) porque ofrece comodidad y reconforta a las audiencias: la pronta confirmación del romance entre Vicuña y Suarez^{xvi} ancló con fuerza la caracterización del actor como un “infel adicto al sexo”^{xvii} y de su joven novia como una “rompe hogares”^{xviii}. La emotividad melodramática de las narrativas del escándalo centradas en este tipo de desvíos morales resultan centrales en los modos de interpelación que se proponen a las audiencias porque, siguiendo a Martín Barbero (1983), la matriz melodramática opera desde una veta profunda del imaginario colectivo, en tanto fusiona una memoria narrativa y gestual que proviene de tradiciones como los relatos y los espectáculos populares. En ese sentido, los escándalos mediáticos, como formas contemporáneas del melodrama en clave de chimentos, habilitan códigos que los públicos

³ Blanca Vicuña falleció en 2012 a raíz de una neumonía hemorrágica.

reconocen porque se configuran en torno a la memoria narrativa en la que fueron educados, de la que extraen “una parte considerable de su educación sentimental y su entrenamiento gestual y verbal en materia de infortunios de la vida” (Monsiváis, 2006: 27); y que se traduce en reacciones emotivas, a partir de la empatía y/o rechazo hacia los protagonistas, como la conmoción, el asombro, los juicios de valor, desde el magma moralizante que encuadra los relatos.

Si las historias escandalosas de los medios motivan opiniones y conversaciones cotidianas de los seguidores sobre los detalles y hechos que se van develando en el acontecer de la producción del relato, los acontecimientos que se constituyen como noticia también son apropiados por los públicos, reelaborados en piezas digitales de contenido conformadas por imagen y texto conocidas como “memes” y difundidas por las redes sociales con el objetivo de lograr un efecto cómico acerca de lo acontecido. Con relación a los memes del escándalo Pampita-Vicuña, las producciones de los usuarios de las redes sociales se centraron en declaraciones de las dos mujeres hechas al periodismo. Las burlas que pusieron el foco en las aseveraciones de Pampita (“Entré al motorhome y vi lo peor que una mujer puede ver”) aludieron a consideraciones estéticas como la falta o el mal gusto (y esto incluyó desde ojotas con medias a imágenes de varones famosos en tanga), y sugirieron –con una carga semántica en clave sexista– el rechazo de las mujeres hacia las tareas domésticas (con imágenes de una plancha y de platos sucios) y el interés femenino por el dinero de sus parejas (a partir de la foto de una billetera vacía)^{xix}. En cuanto a las declaraciones de Suarez sobre la situación transcurrida en el vehículo, la actriz proclamó haber sido agredida física y verbalmente por Ardohaín mientras “estaba comiendo una palta, tapada con una manta amarilla que me traje de Nepal”, lo que estimuló producciones visuales en las que el fruto se asoció a los genitales masculinos o al coito sexual^{xx}. Resulta atendible que si bien hubo otros tópicos que encarnaron en memes (fotos íntimas de Vicuña y Ardohaín, capturadas por una cámara de seguridad, con las que Pampita objetó que estuviesen separados^{xxi}), la conducta adúltera de Benjamin Vicuña no tomó relevancia en estas creaciones, lo que nos lleva a interpretar que el giro retórico de la comicidad social se concentró en valorar las acciones de las mujeres, estabilizando una escena de disputa o competencia por un varón codiciado por ambas.

A modo de cierre

El objetivo de este trabajo fue pensar en torno a las formas contemporáneas con las que el discurso periodístico configura noticias centradas en escándalos. Al referir este fenómeno como “narrativas del escándalo”, una expresión que habíamos utilizado en una reflexión anterior (Alvarado, Sanchez de Bustamante: 2015) sin contemplar un rastreo de sus antecedentes, pensamos que la categoría tiene potencialidad para dar cuenta de una lógica periodística que no puede reducirse a los textos ni al periodismo centrado en las informaciones del espectáculo y/o a los chimentos exclusivamente. No obstante, nos detuvimos en la configuración de los escándalos de estrella porque algunas de sus especificidades se vinculan al campo de “la fama”, una dimensión que se articula con otros objetos que investigamos⁴.

En relación a estrategias enunciativas contemporáneas, observamos que los escándalos de estrella dan cuenta de algunas transformaciones o desplazamientos en las rutinas profesionales periodísticas cuando la búsqueda informativa se concentra en atender lo que ocurre en las actualizaciones de los perfiles digitales y cuando son las propias celebridades las que se someten al escrutinio público de su intimidad al aportar detalles de lo acontecido, fotografías, comentarios sarcásticos. De esa forma, los guiones narrativos de los medios masivos parecen ir constituyéndose en el vivo televisivo a partir de que los datos se van chequeando a través de las redes sociales o las aplicaciones telefónicas simultáneamente a la enunciación del hecho informativo. Y con la apertura del universo narrativo hacia otras figuras que –por tener o haber tenido alguna relación con los protagonistas o por expresar alguna opinión respecto a lo sucedido- habilitan debates, redacción de artículos o informes televisivos que ensanchan el desarrollo del escándalo ofrecido.

Entendemos que, en gran medida, el mecanismo central para que las historias se sostengan se vincula con el interés de las audiencias: con su seguimiento atento, sus opiniones en

⁴ Nuestros trabajos actuales versan, por un lado, sobre la articulación entre la fama, la política y los programas de chimentos devenidos en espacios de discusión política (Alvarado) y, por el otro, sobre narrativas biográficas de la maternidad de mujeres famosas en los programas televisivos y las revistas de actualidad y espectáculos (Sanchez de Bustamante).

ámbitos de circulación cotidiana, por la potencia de intercambio comunicacional que los escándalos estimulan en virtud del rechazo o la empatía que generan. Son los propios públicos los que intervienen y participan en la constitución de estos relatos que, inscriptos en una matriz de tradición popular como el melodrama, despiertan operaciones de identificación, ayudan a transitar las penurias personales y a dar sentido a las experiencias de vida de los sujetos que, además, ponen en juego las mismas prácticas confesionales en giros retóricos cómicos que si bien muchas veces reproducen el escarnio moral hacia las conductas desviadas, en otras ocasiones ridiculizan la rigidez de las normativas culturales.

Para finalizar, y pensando en cómo la dimensión moral constitutiva de los escándalos entra en tensión con los escenarios espacio-temporales en los circula, encontramos que el propio relato sobre el triangulo erótico Pampita-Vicuña-Suarez, perdió potencia en cuanto a escándalo moral y flexibilizó su condena cuando la figura de la mujer desquiciada por el engaño de su marido, abandonó la disputa por el varón codiciado e inició una seguidilla de supuestos romances –aludidos y reiterados en los mismos espacios mediáticos que se ocuparon del escándalo con su exmarido- desplazando el discurso de acérrima defensa de la institución familiar para exhibir transformaciones en las formas que constituyen las subjetividades femeninas actuales en lo referido a la decisión de buscar y encontrar el placer en los vínculos erótico-afectivos.

Referencias

Alvarado, Mayra y Sanchez de Bustamante, Marina (2015): “Narrativas del escándalo: mujeres, cultura de masas y lógicas morales”. *8vas Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani*. Universidad de Buenos Aires (4 al 6 de Noviembre).

Araoz Ortiz, Leandro. (2016). Del estigma del negocio al negocio del estigma. La prensa popular argentina y su recuperación empresarial e institucional. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 9(1), 8-23. Doi: [dx.doi.org/10.12804/disertaciones.09.01.2016.01](https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.01.2016.01)

Brooks, Peter (1976): “La estética del asombro”, en *The Melodramatic Imagination*, New Haven, Connecticut: Yale University Press.

Díaz Nosty, Bernardo (2016). “El acontecer en clave de espectáculo. La banalización del periodismo”. *Cuadernos de periodistas* [online]. Recuperado de <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-banalizacion-del-periodismo/> (Fecha de consulta: 11/3/2016).

Ford, Aníbal y Longo, Fernanda (1999): “La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público” en Ford, Aníbal comp.: *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires: Norma.

Lull, James (1997): *Medios, comunicación y cultura: aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Lull, James y Hinerman, Stephen (2000): En búsqueda del escándalo. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, diciembre, año/vol. V, número 010. Universidad de Colima. Colima, México. pp. 61-93.

Martín-Barbero, Jesús (1983): “Memoria Narrativa e industria cultural”, en *Comunicación y cultura*, Nro. 10, México D. F.: Universidad Autónoma Metropolitana.

Monsiváis, Carlos (2006): “Se sufre porque se aprende. De las variedades del melodrama en América Latina”, en Dussel, Inés y Gutierrez, Daniela (comps.): *Educación la mirada. Políticas y pedagogías de la imagen*. Buenos Aires: Manantial, FLACSO, OSDE.

Sibilia, Paula (2008): *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Silverstone, Roger (2010): *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis en los medios*. Buenos Aires: Amorrortu.

Sunkel, Guillermo (2002). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Editorial Norma.

Materiales consultados

- ⁱ La Nación. (2015). “¡Escándalo! Pampita descubrió a Benjamín Vicuña con la China Suárez” [online]. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1853829-escandalo-pampita-descubrio-a-benjamin-vicuna-con-la-china-suarez> (Fecha de consulta: 13/3/2016).
- ⁱⁱ Canal26Argentina. (2015, Diciembre 12). Canal 26 -Pampita:" ¿Descubrió a Vicuña con "La China"? [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mmo6nRySwFs> (Fecha de consulta: 20/3/2016).
- ⁱⁱⁱ Ciudad.com. (2015). “Benjamín Vicuña y un fuerte descargo luego de que Pampita lo sorprenda con la China Suárez: ‘Llevo varios meses separado’” [online]. Recuperado de http://www.ciudad.com.ar/espectaculos/benjamin-vicuna-fuerte-descargo-luego-pampita-sorprenda-china-suarez-llevo_68410 (Fecha de consulta: 20/3/2016).
- ^{iv} Ciudad.com. (2015). “Pampita acusó públicamente a la China Suárez por Twitter, en medio del escándalo con Vicuña... ¡y la arrojó!” [online]. Recuperado de http://www.ciudad.com.ar/espectaculos/pampita-acuso-publicamente-china-suarez-twitter-medio-escandalo-vicuna%E2%80%A6-arrobo_68418 (Fecha de consulta: 26/3/2016).
- ^v Tele Show Argentina. (2015, Diciembre 14). Pampita contó, al borde del llanto como la está pasando - Showmatch 14/12/2015 [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=XjmXacQ8C70> (Fecha de consulta: 23/3/2016).
- ^{vi} Tele Show Argentina. (2015, Diciembre 14). “Benjamín Vicuña habló del escándalo de infidelidad que involucra a la China Suárez y a Pampita” [online]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7XcxfOLf0aM> (Fecha de consulta: 23/3/2016).
- ^{vii} Chimentos. (2015, Diciembre 16). Habló la China Suárez en Intrusos por el Episodio con Pampita y Vicuña-16/12/15. ” [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Y2zhNE_anE (Fecha de consulta: 23/3/2016).
- ^{viii} Ciudad.com (2015). “David Bisbal y un sugestivo tweet en medio del escándalo de la China Suárez, Pampita y Vicuña: su aclaración” [online]. Recuperado de http://www.ciudad.com.ar/espectaculos/david-bisbal-sugestivo-tweet-medio-escandalo-china-suarez-pampita-vicuna_68513 (Fecha de consulta: 23/3/2015).
- ^{ix} Exitoina (2015). “El sugestivo tuit de Eugenia Tobal y... ¿un ‘palito’ para la China Suárez?” [online]. Recuperado de <http://exitoina.perfil.com/2015-12-14-375089-el-sugestivo-tuit-de-eugenia-tobal-y-un-palito-para-la-china-suarez/> (Fecha de consulta: 26/3/2016).
- ^x El Trece (2015). “¡Arden las redes! Los tuits de los famosos después de que Pampita publicara fotos íntimas con Vicuña” [online]. Recuperado de http://www.eltrece.com.ar/articulo/arden-las-redes-los-tuits-de-los-famosos-despues-de-que-pampita-publicara-fotos_082910 (Fecha de consulta: 26/3/2016).
- ^{xi} Infobae (2008). “Se comprobó que Pampita fue adúltera” [online]. Recuperado de <http://www.infobae.com/2008/09/18/404238-se-comprobo-que-pampita-fue-adultera> (Fecha de consulta: 11/4/2016).
- ^{xii} Primicias Ya (2011). “Pampita: Estoy muy enamorada de Benjamín, pero ya no me desvela el casamiento” [online]. Recuperado de <http://www.primiciasya.com/primicias/Pampita-Estoy-muy-enamorada-de-Benjam237n-pero-ya-no-me-desvela-el-casamiento-20110831-93113.html> (Fecha de consulta: 11/4/2016).
- ^{xiii} Los Andes (2015). “Las supuestas infidelidades de Vicuña: ¿celos o realidad? [online]. <http://www.losandes.com.ar/article/las-supuestas-infidelidades-de-vicuna-celos-o-realidad> (Fecha de consulta: 14/4/2016).
- ^{xiv} Infobae (2010). “Tras el escándalo de Punta, habló Pampita” [online]. Recuperado de <http://www.infobae.com/2010/01/07/493988-tras-el-escandalo-punta-hablo-pampita> (Fecha de consulta: 14/4/2016).
- ^{xv} Gente (2012). “Nico & Eugenia. Estos besos nunca fueron de ficción” [online]. Recuperado de <http://www.gente.com.ar/actualidad/estos-besos-nunca-fueron-de-ficcion/17719.html> (Fecha de consulta: 14/4/2016).

^{xvi} Gente (2016). “China Suárez y Benjamín Vicuña: ¿romance confirmado? [online]. Recuperado de <http://www.gente.com.ar/actualidad/china-suarez-y-benjamin-vicuna-romance-confirmado/19291.html> (Fecha de consulta: 20/4/2016).

^{xvii} Big Bang! News (2015). “En la mente de un infiel: Vicuña, el ‘depredador serial adicto al sexo’” [online]. Recuperado de <http://www.bigbangnews.com/farandula/En-la-mente-de-un-infiel-Vicuna-el-depredador-serial-adicto-al-sexo-20151214-0015.html> (Fecha de consulta: 20/4/2016).

^{xviii} Todo Noticias (2016). “Fans de la China Suárez, indignados por el romance con Vicuña: ‘¡Lo juraste por tu hija!’” [online]. Recuperado de http://tn.com.ar/show/basicas/fans-de-la-china-suarez-indignados-por-el-romance-con-vicuna-lo-juraste-por-tu-hija_658115 (Fecha de consulta: 20/4/2016).

^{xix} Primicias Ya (2015). “Humor en Twitter. Los memes de la pelea de Pampita, Vicuña y la China Suárez” [online]. Recuperado de <http://www.primiciasya.com/primicias/Los-memes-de-la-pelea-de-Pampita-Vicua-y-la-China-Suarez-20151214-0007.html> (Fecha de consulta: 5/5/2016).

^{xx} Storify La Razon (s/f). “La China Suárez y su palta estallaron en Twitter” [online]. Recuperado de <https://storify.com/larazoncom/la-china-suarez-y-su-palta-estallaron-en-twitter> (5/5/2016).

^{xxi} El Trece (2015). “El escándalo se hizo humor: los mejores memes de las fotos íntimas de Pampita y Benjamín Vicuña” [online]. Recuperado de http://www.eltrecetv.com.ar/articulo/el-escandalo-se-hizo-humor-los-mejores-memes-de-las-fotos-intimas-de-pampita-y_082912 (Fecha de consulta: 5/5/2016).