



Escuela Interdisciplinaria
de Altos Estudios Sociales
IDAES_UNSAM

“Feministas hasta la *China*”: los chimentos y las moralidades en torno a las infidelidades amorosas de mujeres de 20 a 30 años de sectores medios universitarios de la Ciudad de Buenos Aires

Alumna: Ana Calcagno

Director: Maximiliano Marentes

Co-directora: Johana R. Kunin

Presentación: 09/2024

Tesina para obtener el título de Licenciada en Antropología Social y Cultural. Carrera de Antropología Social y Cultural.

Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales. UNSAM.

“FEMINISTAS HASTA LA *CHINA*”: LOS CHIMENTOS Y LAS MORALIDADES EN TORNO A LAS INFIDELIDADES AMOROSAS DE MUJERES DE 20 A 30 AÑOS DE SECTORES MEDIOS UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.

Autora: Ana Calcagno

Firma:

Evaluadora:

Firma:

Director: Maximiliano Marentes

Firma:

Co-directora: Johana R. Kunin

Firma:

Resumen

Esta tesina se propone analizar las moralidades que mujeres feministas de 20 a 30 años de clases medias de la Ciudad de Buenos Aires (CABA) despliegan al evaluar los chimentos, en contraste con los valores y consideraciones que aplican a su vida cotidiana y a sus arreglos de pareja amorosos. A partir de los juzgamientos que estas mujeres hacen del Wandagate (un chimento respecto a una infidelidad entre Wanda Nara, Mauro Icardi y la China Suárez), observo la vinculación entre las historias de amor de la farándula y las de estas jóvenes. Indago en las resistencias, los desvíos y las agencias que ellas ofrecen cuando se apropian de las narrativas mediáticas y de los modelos de amor impresos en los chimentos.

Me pregunto: ¿de qué manera estas mujeres de 20 a 30 años de clase media universitaria que residen en la Ciudad de Buenos Aires (CABA) hacen convivir moralidades contrastantes respecto a las infidelidades amorosas? Al juzgar los chimentos, estas jóvenes aplican estrategias de distanciamiento. La hipótesis de esta tesina es que los chimentos son una de las formas en que los valores tradicionales en torno a la monogamia perviven entre mujeres de clase media que se definen feministas, como un reservorio moral y como una guía de lo que estas mujeres buscan evitar hacer en su cotidiano amoroso.

A partir de un trabajo de campo con entrevistas en profundidad, semiestructuradas y abiertas, me propongo comprender la actualización de valores tradicionales en torno a la monogamia y a las infidelidades amorosas en mujeres de 20 a 30 años de clase media universitaria de CABA, que adhieren a valores feministas en su cotidiano amoroso. Esta tesina trata de comprender esta discordancia a partir de reflexionar sobre las transformaciones que el feminismo tuvo en las nociones de amor, infidelidad y celos que tienen las mujeres de este estudio; el rol de los medios de comunicación y las redes sociales en la instalación de la agenda y, por último, las discontinuidades expresadas en los juicios que despliegan respecto al Wandagate, las particularidades que justifican esta brecha y algunas nociones generales que distancian a los chimentos de los chismes. Cada capítulo aborda cada uno de estos tópicos. En esta tesina elaboro las tácticas y puntos de desvío que permiten a estas mujeres consumir y disfrutar de chimentos “cargados de clichés machistas”.

Agradecimientos

A la universidad pública y de calidad argentina. A la UNSAM, un lugar en donde dan ganas de estar, en donde todes se involucran para que podamos concluir nuestros estudios; en donde les profesores/as incentivan a les alumnes a investigar e indagar en nuevos ámbitos. En particular a Lía Quarleri, que en el último Taller de Redacción de Tesis me escuchó, acompañó y corrigió pacientemente y posibilitó así el inicio de la escritura de esta tesina.

A Maxi, por acceder a ser mi director, por su generosidad, por su escucha desde la elección del tema, y por su paciencia, acompañamiento, aliento, confianza e imprescindibles comentarios, correcciones y sugerencias en cada paso.

A Johana por el foco de la Antropología al que invita desde la materia Teoría 3 y por acceder a ser mi co-directora, ofreciendo necesarios comentarios, correcciones y nuevos enfoques a la investigación.

A mis amigas, con las que compartimos chimentos y así inspiraron la elección del tema de esta tesina. Mis amigas que, además, se involucraron y me ayudaron en la búsqueda de posibles entrevistadas; entrevistadas con las que instantáneamente nos llevamos bien por ser amigas de mis amigas.

A las personas que accedieron a ser entrevistadas, por su tiempo, paciencia e interés en el tema, que posibilitaron este estudio.

A mis amigues y compañeros de cursada; en particular a Juli por ir juntas en nuestros primeros pasos y a Maia por acompañar el final de la cursada, con todas sus complejidades.

A Tobías por estar al pie del cañón desde el principio de la carrera, por acompañar cada paso y festejar cada una de mis alegrías y logros.

A mi familia por acompañar, por el sostén, la distracción y en particular a mi mamá por ofrecer y garantizar la estructura necesaria para que pudiera estudiar lo que quería.

ÍNDICE GENERAL

Resumen	3
Agradecimientos	4
ÍNDICE GENERAL	5
Introducción	6
Estado del arte	8
Marco teórico	13
Metodología	14
Caracterización de las interlocutoras	16
Capítulo 1: El amor a partir del feminismo	24
Introducción	24
Devenir feministas	24
Feminismo como lente para pensar sus vínculos erótico-afectivos	27
¿Malas feministas?	32
Conclusiones	35
Capítulo 2: De chimentos y chismosas	36
Introducción	36
Accediendo a los chimentos: la televisión por redes sociales	36
Chimentos: un lugar para pensar	40
“¿Te enteraste lo de Wanda y la China?”: la sociabilidad de los chimentos	42
Conclusiones	50
Capítulo 3: Feministas hasta la <i>China</i>	52
Introducción	52
Uno: los hechos	52
Dos: ¿culpable o no?	56
Wanda, la engañada	57
La China, la zorra	59
Icardi, el infiel	63
Tres: lo jugoso/picante	65
Cuatro: lo peor de nosotros	68
Cinco: diferencias y continuidades entre chismes y chimentos	71
Conclusiones	74
Conclusiones: Ni putas ni santas o tan putas como santas	76
Recapitulación	76
Conclusiones	79
Bibliografía	82
Apéndices	87
1. Guía de entrevistas	88
2. Grilla de entrevistadas	90

Introducción

Esta tesina se propone analizar la manera en que mujeres de 20 a 30 años de clases medias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), que adhieren a valores feministas de la “marea verde”¹ y los aplican a su cotidiano y a sus arreglos de pareja amorosos², evalúan los chimentos con una moral contrastante. Una misma persona, en sus diferentes interacciones, rige su acción a partir de moralidades alternativas (y hasta opuestas) en torno a las infidelidades en arreglos de pareja amorosos. A partir de los juzgamientos que estas mujeres hacen del Wandagate, observo la vinculación entre las historias de amor de la farándula³ y las de estas jóvenes. Indago en las agencias, las resistencias y los desvíos que ellas ofrecen cuando se apropian de las narrativas mediáticas y de los modelos de amor impresos en los chimentos.

Los chimentos, en tanto historias de amor, desamor o pelea entre famosos (personalidades del mundo del espectáculo), generan interés a personas que no protagonizan dichas historias. Los chimentos circulan convirtiéndose en motivo de socialización, como excusa para iniciar una conversación, como ejemplo, como meme y como posibilitador de desconexión de la realidad. El Wandagate fue un “tema de conversación obligado”: comentado en almuerzos de trabajo, en clases de la universidad, en Twitter, en WhatsApp, incluso con personas que no suelen interesarse por los chimentos en general (como es el caso de madres de algunas de mis entrevistadas).

El Wandagate es una historia de “cuernos” —es decir, de una infidelidad que quiebra un acuerdo de exclusividad sexual/arreglo monógamo— que se dio a conocer el 19 de octubre de 2021: Mauro Icardi (futbolista argentino de 29 años que, por su contrato con el club París Saint-Germain, entonces residía en Francia) tuvo un amorío con Eugenia “la China” Suárez (actriz argentina de 30 años), mientras estaba casado con Wanda Nara (modelo, empresaria y mediática argentina de 35 años). El Wandagate tiene la particularidad de que todas las partes involucradas ya habían protagonizado chimentos ampliamente tratados en la televisión que, en general, también giraban alrededor de “cuernos”, lo cual enlaza a este chimento con una larga cadena de procesos de victimización, en donde los tres protagonistas del Wandagate han ocupado el rol de victimaries o “culpables” en el pasado.

¹La “marea verde” es una oleada del movimiento feminista que milita por los derechos sexuales y reproductivos y la autodeterminación del propio cuerpo. Las mujeres de este estudio son contemporáneas a la lucha por la despenalización del aborto, cuyo eslogan se observaba en pañuelos verdes, de allí el color que define a dicha marea.

² “Arreglos amorosos” refiere a los acuerdos que establece una pareja respecto a la exclusividad sexual.

³ Farándula se utiliza para referirse a aquellas personas que se dedican al mundo del espectáculo.

Wanda Nara comenzó a vincularse con Icardi mientras se separaba de su ex marido, Maximiliano López, entonces amigo y compañero de equipo de Icardi cuando ambos jugaban en el club italiano Inter de Milán. Por su parte, la China Suárez ha sido retratada en diferentes medios como “robamaridos” por haber iniciado su relación con el actor chileno Benjamín Vicuña cuando éste todavía estaba casado con la modelo y conductora Carolina “Pampita” Ardohain. Pero esa no fue la única vez que la China Suárez protagonizó un “escándalo” del estilo: unos años antes comenzó su noviazgo con el actor argentino Nicolás Cabré mientras estaba casado con la actriz Eugenia Tobal. El Wandagate es definido por mis interlocutoras como un chimento “especial” por la magnitud de la polémica y el nivel de revuelo que generó. Además, se resalta como algo “particular” del caso que les protagonistas “contaban la historia”: ellos (y no terceras personas en los programas de chimentos, como suele suceder) publicaban historias de Instagram periódicamente (ver apéndice), haciendo que los consumidores estuvieran atentos a nuevos indicios.

Los chimentos suelen ser retratados como consumos femeninos y repletos de clichés machistas. A pesar de su masividad, las audiencias generan apropiaciones diversas de dicho consumo, proponiendo lecturas que permiten echar luz sobre nociones, expectativas y juzgamientos respecto al amor, desamor, fidelidad e infidelidad. La tematización de las relaciones íntimas forma parte de la sociabilidad femenina. Bajo la influencia del feminismo, las mujeres de este estudio vivencian una serie de transformaciones en sus vidas íntimas a partir del cuestionamiento del amor romántico, de los códigos sexuales y afectivos; a la vez, ejercen y ejercitan una mirada crítica sobre relaciones propias y ajenas, a veces habilitado a través de comentar chimentos.

A partir de los hechos y las lecturas que las mujeres de este estudio realizan del Wandagate⁴, me propongo comprender la actualización de valores tradicionales en torno a la monogamia y a las infidelidades amorosas en mujeres de 20 a 30 años de clase media universitaria de CABA, que adhieren a valores feministas en su cotidiano amoroso. Desde el momento en que el Wandagate salió a la luz, “la gente”⁵ tomó partido: *team* Wanda o *team* la China. El “consenso wandista” (o aquellos que se inclinaban hacia el *team* Wanda) fue total, sobre todo en los medios de comunicación. Sin embargo, a lo largo de mi investigación, encontré fisuras por debajo de este consenso que parecía unánime. De hecho, algunas de mis

⁴ El Wandagate fue un chimento extenso en cuanto al tiempo en el que transcurrió y a los hechos que se sucedieron. Por ese motivo, retomo en esta tesina aquellos hechos y personajes que las entrevistadas nombraron y consideraron relevantes.

⁵ Tomo a “la gente” como una categoría nativa presente en los medios y en el lenguaje asociado a los chimentos, que se refiere a un conjunto amplio e indeterminado de personas.

entrevistadas expresaron que, dependiendo del ámbito en el que se debatió este chimento, se permitieron “experimentar” el *team* China cuando esto sucedió en espacios más privados, tales como charlas con amigas o al ser impugnadas por una docente de la facultad durante una clase. Al respecto, resulta interesante reflexionar sobre cómo, ante el avance de una retórica de la deconstrucción de los vínculos de pareja⁶ en términos de exclusividad sexual de la mano de un feminismo del goce (Peker, 2018; Tenenbaum, 2019), la moral monógama continúa sirviendo de parteaguas para producir posicionamientos en torno a la controversia.

Entonces, ¿de qué manera estas mujeres hacen convivir moralidades contrastantes respecto a las infidelidades amorosas? Al juzgar los chimentos, estas jóvenes aplican estrategias de distanciamiento para conservar su moral, porque los chimentos, según ellas, pertenecen a “otro orden”, uno que es diferente al de su vida cotidiana. La hipótesis de esta tesina es que los chimentos son una de las formas en que los valores tradicionales en torno a la monogamia perviven entre mujeres de clase media que se definen feministas, como un reservorio moral y como una guía de lo que estas mujeres buscan evitar hacer en su cotidiano amoroso.

Estado del arte

Desde la Antropología se han abordado ampliamente los chismes, pero no los chimentos. En aquellos estudios, se considera a los chismes como una vía de entrada para el investigador a la vida social del grupo a estudiar. Esto se puede apreciar ya desde Gluckman (1963), quien resalta que el chisme es un hecho social que refuerza el sentimiento de identidad comunitaria y los valores de un grupo. Además, el autor considera que, mediante su participación en los chismes, puede ganarse la membresía a un grupo y, de esta manera, aprender, mediante los escándalos, de las posiciones y relaciones. Por su parte, Besnier (2009), en su estudio con los Nukulaelae, encuentra que el chisme, usualmente asociado al género femenino, es uno de los contextos en donde se pone en juego el prestigio, la reputación y la moralidad. El autor considera que el chisme es uno de los procedimientos que los agentes sociales emplean para producir conducta y entendimiento. Además, en el chisme se articula la moralidad porque allí se ponen en juego valores conflictivos y se negocian mediante la evaluación del peso relativo de esos valores: “el chisme es una charla moral sobre actos morales” (mi traducción). Por su parte, Fonseca (2004) coincide en que los chismes resultan una pieza fundamental para la comprensión de los sistemas de valores de un

⁶ “Vínculos de pareja” es una forma genérica y que engloba la diversidad de relaciones sexoafectivas, con diferentes niveles de compromiso afectivo y grados heterogéneos en torno a la formalización de los vínculos.

grupo. Los chismes, define la autora, son historias contadas por mujeres en “tono de entretenimiento” y conforman una “especie de folklore femenino” (mi traducción). Además, el chisme permite estudiar representaciones, porque los relatos tematizan la transgresión de la norma mediante un mensaje moral que viene acompañado del peso de la tradición: estigmatiza a los desviantes, reforzando así la norma vigente. De esta manera, sostiene la autora, se suavizan algunas de las tensiones latentes en la estructura social.

Respecto a la moralidad con que están cargadas las temáticas que abordan los chismes, Damasceno da Silva Santana (2022), en su estudio entre los Kariri-Xocó, sostiene que el chisme aborda “temas polémicos” y que son una parte sustancial de la vida diaria, fundamental en la relación entre las personas. Los chismes son comentarios no públicos, transmitidos de boca en boca, que se “propagan” rápidamente al llamar la atención de los interlocutores y provocar reacciones. Los chismes hablan sobre elecciones y acciones de alguien evitando la acusación directa. Además, son una forma de actualización de saberes y moralidades porque transmiten directrices para la vida. De esta manera, la autora considera que tienen potencial para poner en evidencia “insatisfacciones colectivas” (mi traducción). Sirimarco (2017) considera que el chisme permite decir evaluaciones morales de los otros sin entrar en enfrentamientos directos, porque los protagonistas de las acciones no están presentes. Los chismes se alimentan de conductas en discusión por lo que son un espacio de ejercicio para la censura moral. El chisme no necesariamente aborda hechos verdaderos, sino que expresa lo que podría haber pasado en un contexto determinado, con sus lógicas propias. Al expresar lo posible, los chismes se vuelven socialmente significantes porque articulan interpretaciones de las personas sobre el mundo. Estos juicios se elaboran a partir de experiencias biográficas, y son una manera de ordenar y elaborar los eventos y las relaciones cotidianas.

Otro aspecto de los chismes resaltado en los estudios antropológicos es su intencionalidad de cuidado y control. Stølen (2014) entiende que el compartir chismes es un mecanismo de cuidado e intercambio de consejos, pero también de control social. La interpretación de estos es incluso más relevante que los hechos a los que el chisme refiere, porque permite tanto el intercambio de información como la evaluación moral de las prácticas ajenas, en donde podemos identificar valores y nociones compartidas, así como las discrepancias. Kunin y Faccio (2021) analizan esta “práctica ordinaria de control social” en el contexto de la gestión de la pandemia del COVID en agrocuidades argentinas. Las autoras consideran que la categoría de “cuidado” justifica la circulación de información sobre terceros bajo la forma de chismes, en una “red de control social informal” que tematiza

información “pública, discreta y no secreta”. El chisme difunde temas de preocupación pública, pero esta “red” reencausa los acontecimientos y los ordena para encuadrar nuevas situaciones bajo formatos conocidos. A su vez, regula los comportamientos evitando la confrontación abierta que podría afectar más radicalmente las reputaciones de las personas o grupos.

Por otro lado, esta tesina se propone tratar el rol de los medios de comunicación en la conformación de la opinión pública, en la formación de la agenda y el cotidiano de los consumidores, para poder comprender así el papel que los medios han tenido en la formación de los *teams* rivales en el Wadagate. Para ello, a continuación, abordo algunos de los estudios sobre medios y opinión pública que se han hecho hasta el momento.

En cuanto al proceso de construcción de la opinión pública, Noelle-Neumann (1995[1980]) considera que su formación parte de la observación que hace el individuo del entorno social, en donde las personas generan ideas del reparto y del éxito de las opiniones y, en consecuencia, adoptan determinada disposición a exponer sus propias opiniones en público y, así, adaptan sus convicciones (o toman partido). Esta es la arquitectura de consentimiento, que a su vez tiene como efecto la persuasión, pero también la coacción: un “bando” toma ventaja, mientras que el otro retrocede; los primeros se expresan y los segundos guardan silencio para no ser excluidos o rechazados. De esta manera, se forma una “espiral de silencio” que va instalando una opinión dominante. Para Noelle-Neumann, la opinión pública puede expresarse en público sin riesgo a sanciones y, por eso, en ella puede fundarse la acción en público: la opinión pública es “nuestra piel social”. Así, en el caso analizado, el *team* China cae en la espiral del silencio y avanza, en este mismo movimiento, el *team* Wanda.

Por otra parte, para comprender el rol de los medios en este consenso, Lippman (2003[1964]) hace una distinción entre la “Opinión Pública” (en singular y mayúscula), que está impresa en los medios, y las “opiniones públicas”, aquellas sostenidas por las personas. El autor considera que los medios reflejan e intensifican la Opinión Pública (*team* Wanda) que, a su vez, organiza y condiciona a las “opiniones públicas”, debido al recorte intencionado que los medios realizan de la realidad. Lippman entiende que las personas son consumidores y reproductores de la opinión pública, pero no productores. Sin embargo, como veremos, el caso analizado aquí demuestra lo contrario.

Para matizar el rol de los medios, Lazarfeld (1993[1985]) se manifiesta en contra de la teoría de la aguja hipodérmica, teoría dominante en el momento en que escribe. Ésta considera que los medios son omnipotentes, es decir, que su influencia es determinante: un

estímulo en los medios despierta respuestas en los individuos, sin mediaciones. En cambio, Lazarfeld considera que los medios refuerzan y sostienen predisposiciones latentes, que están relacionadas al grupo social al que pertenece la persona. En esta línea, McCombs (2006) postula que los medios no nos imponen qué pensar, pero sí sobre qué pensar; forman el recorte de lo real y son un mecanismo de conocimiento del entorno. Noelle-Neumann (1995[1980]) coincide en que los medios marcan la agenda y el tono en el que se habla de un tema, lo que condiciona las opiniones que dan o no los individuos. De esta manera, se transfiere la importancia desde la agenda mediática a la agenda de la opinión pública. Al respecto, McCombs considera que a través de los medios de comunicación las personas se enteran de los temas más importantes del momento, incorporando la agenda de los medios a la propia, en un proceso de aprendizaje continuo sobre asuntos públicos. Así, los efectos de la comunicación de masas constituyen un conjunto de experiencias personales que se solapan, pero que no son idénticas entre sí.

En esta línea, García Canclini (1995) define el lugar de los consumidores de la industria cultural como un espacio activo y productor de sentido, ponderando la importancia del consumo cultural como un espacio para pensar. El consumo, entonces, puede ser considerado como un elemento que permite echar luz sobre ciertos contextos y dinámicas particulares de los consumidores. De forma específica, Justo von Lurzer (2017) sostiene que, mediante los chimentos, se instalan y discuten tópicos sobre géneros y sexualidades, además de que así se produce y se difunde información socialmente relevante. Agrega que la celebridad también es una formación cultural en la que se procesan transformaciones sociales con las que las audiencias se identifican y sensibilizan.

De la misma manera en que la agenda mediática no se inserta en la vida de los consumidores sin mediaciones, a continuación, repongo algunos autores que indagan la forma en que los consumidores incorporamos los modelos de amor impresos en los medios. Illouz (2009) sostiene que gran parte de la forma en la que amamos está precodificada por los relatos amorosos que aparecen en los medios de comunicación. La autora considera que existe un proceso en donde la historia amorosa se vuelve espectáculo y el límite entre lo real y la representación se difumina, favoreciendo la identificación con los “ídolos románticos”. La autora, además, afirma que esto tiene gran impacto en el imaginario romántico de los jóvenes, a quienes ayuda a orientarse en la moral cambiante, ofreciendo mapas cognitivos sobre el comportamiento romántico. Sin embargo, Marentes (2019) matiza esta idea, sosteniendo que los medios de comunicación consolidan y legitiman la utopía amorosa, pero que los consumidores se la reapropian, no sin resistencias. En este sentido, considero

necesario ver la experiencia práctica, la vivencia, las apropiaciones a través de las que los televidentes resignifican y hasta logran aprovechar, para beneficio propio, el contenido y los mensajes propuestos por los medios de comunicación -o “las vidas humanas influidas por los medios de comunicación de masas”, en palabras de Abu-Lughod (2006)-.

De esta manera, mientras que algunas perspectivas señalan el componente moralizante de los chimentos, que construyen el conflicto a partir de roles que refuerzan estereotipos de género tradicionales –Wanda como “la buena madre y esposa” y la China Suárez como “la inescrupulosa robamaridos” (Huespe, 2021)–, veremos que las entrevistadas ofrecen mediaciones en torno a estas interpretaciones, al tiempo que desarrollan un distanciamiento crítico al respecto.

Para finalizar este apartado, recorro los estudios realizados sobre los chimentos⁷ y las definiciones que ofrecen, además de sus justificaciones respecto a que este es un espacio de construcción digno de estudio, que ha sido abordado en gran medida desde el campo de la comunicación social (Alvarado, 2014; Alvarado, y Silba, 2014; Justo von Lurzer, 2017 y Justo von Lurzer, Rovetto y Spataro, 2018). El foco estuvo puesto en el contenido y en las narrativas de los chimentos, en su recepción por parte de determinadas audiencias femeninas y en el rol de los chimentos en la configuración de identidades. Resulta interesante que las mujeres de esta tesina no se identifican a partir de su consumo de chimentos, del que por momentos se distancian. En los trabajos mencionados se considera a los chimentos como espacios de construcción, reproducción y articulación de sentidos y normativas sobre las relaciones de género y sociosexuales. Al respecto, Justo von Lurzer (2017) dirá que los chimentos permiten indagar en los imaginarios de una época en torno a las relaciones afectivas y sexuales, los roles e identidades de género y elecciones sexuales, la conyugalidad y la “extraconyugalidad”, las modalidades de paternidad y maternidades, entre muchos otros. También sostiene que en los chimentos existe una intimidad pública, por lo que es posible hurgar en las historias de vida, vínculos afectivos, familiares y los conflictos que mantienen con sus colegas del espectáculo.

Las investigaciones mencionadas se distancian de ciertas representaciones sociales instaladas, que dan por sentado que en el consumo de programas de chimentos solo existe alienación, pasividad y vacuidad de la mujer que los consume, como meros reproductores de patrones sexistas y objetos banales de la cultura masiva sin funciones sociales relevantes. Las

⁷ Alvarado (2014) define al chimento como un relato sobre determinados comportamientos de una tercera, que es transmitido entre dos o más personas y que aborda temas vinculados, en su mayoría, con la vida privada de diversas figuras de la televisión y el espectáculo local.

autoras valoran estos espacios que habilitan y producen sentidos, y su análisis parte desde la perspectiva de tener en cuenta el valor que estas elecciones tienen para los sujetos que las realizan, dejando de lado la mirada organizada en torno al prejuicio o la descalificación. Así, se manifiestan a favor de considerar al consumo televisivo de manera activa y que permite a sus consumidoras dar sentido a sus prácticas, relaciones y modos de actuar. Esta perspectiva es central en la presente tesina.

Marco teórico

Tal como plantea Justo von Lurzer (2017), una premisa de este estudio es concebir a los medios masivos como tecnologías de género y de sexualidades, que ponen en marcha estrategias de pedagogía moral, que a su vez tienen la intención de despertar una respuesta moral en la audiencia. Para poder comprender esta respuesta, que por momentos es esquivada en las mujeres de este estudio, Noel (2013) considera que el cálculo moral no necesariamente forma parte de la racionalidad que precede a la acción, pero que sí está presente en la justificación *ex post* de un determinado comportamiento, cuando éste es impugnado. Los actores sociales son capaces de sostener valores alternativos o incluso contradictorios en diversos escenarios porque estos son movilizados según una lógica más afín a la del sentido práctico, pero sosteniendo la apariencia de consistencia moral.

En esta tesina trabajo el tema de los estereotipos de género, para lo que recuperé a Lippmann (2003[1964]). El autor plantea que la adaptación de las personas a los diferentes ambientes sociales se da por intermedio de ficciones o representaciones, y no a través del conocimiento directo. Los estereotipos, entonces, funcionan como atajos frente a la compleja realidad y actúan junto con las predisposiciones ya presentes en las personas.

Asimismo, se abordan las percepciones sobre la infidelidad femenina, para lo que Pitt-Rivers (1954[1989]) propone el concepto de “vergüenza”, que es contextual, cultural, histórico, generacional, etc. El autor sostiene que en Grazalema –municipio español en donde el autor llevó a cabo su trabajo de campo– la conducta es evaluada según el sexo, existiendo tipos ideales para cada uno. Los juicios morales son expresados en el idioma ideal femenino, asociado a la belleza y a la “vergüenza”. La “vergüenza” es muy admirada en las mujeres, es una cualidad moral persistente, aunque puede perderse y no es recuperable; es la esencia de la personalidad. Su presencia o ausencia es detectada a partir de la evaluación ética de la conducta por parte de otras personas, quienes se encargan de no dejar sin comentario aquellas conductas de vecinos de las que se sentirían culpables, añadiendo qué harían si estuvieran en

esa situación. La “vergüenza” se refiere al respeto a la estructura moral de la comunidad, a las reglas de la interacción social en que tiene lugar, a la sensibilidad hacia la opinión o reputación de los otros sobre uno. El “sentir moral del pueblo” aplica una poderosa sanción a la infidelidad, porque el matrimonio es parte fundamental del orden social. Por ello, quien tiene “vergüenza” acepta las sanciones de la opinión pública, mientras que el “sinvergüenza” no acepta o abusa de tales reglas y lo hace de modo llamativo, enfrentándose al mundo.

Por último, retomo el análisis de Skeggs (2019[2004]), quien propone el concepto de “respetabilidad” para referirse a un discurso normativo y un modo de evaluar prácticas sexuales y de establecer, legitimar y mantener distinciones entre grupos. La “respetabilidad” es propiedad de *otres* y una preocupación constante de quienes no la tienen; es un estándar al que aspirar porque no ser respetable significa tener poco valor social. El acceso diferencial a los mecanismos para generar, resistir y mostrar la “respetabilidad” implica juicios de clase, de género y de sexualidad, por lo que existen diversas maneras en que las mujeres afrontan la demanda de “respetabilidad”. Desde esta perspectiva, en esta tesina propongo que distanciarse y criticar las actitudes y acciones de una “persona no respetable”, como es el caso de la China, podría ser leído como un mecanismo que las mujeres de este estudio tienen a la mano para que ellas sí puedan serlo.

Metodología

Mi interés en el entramado temático de esta tesina comenzó cuando leí “El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo” de Illouz (2009) en el marco de un círculo de estudio. Por otra parte, siempre me intrigaron los chimentos. Aunque nunca los consumí desde los programas de televisión, suelo estar al tanto de ellos y sus repercusiones. En mis círculos de sociabilidad pasamos gran cantidad de tiempo “chusmeando” sobre dramas cercanos y lejanos, conocidos y desconocidos. Al mismo tiempo, me intriga por qué a algunas personas nos interesa husmear en la intimidad ajena y más aún si se trata de personas con las que uno no interactúa, o sea, aquellas personas famosas que solo se “conoce” a través de medios o redes.

Llevo adelante la investigación a partir de un trabajo de campo con entrevistas en profundidad, semiestructuradas y abiertas. Según las entrevistadas, las charlas que los chimentos despiertan son “de distensión”, relajadas, en los intersticios de la rutina y la problemática diaria. Esto sucede, entonces, en un campo sin anclaje espacial, institucional o siquiera grupal preexistente. A pesar de ello, las mujeres de este estudio autoadscriben de

forma nativa al colectivo que es objeto de la investigación (Fasano, 2014). Seleccioné a mis entrevistadas a partir de la afinidad e interés que demostraron con el tema de este trabajo. El Wandagate salió a la luz el 16 de octubre de 2021 y las entrevistas fueron realizadas entre septiembre de 2022 y diciembre de 2023. La búsqueda de entrevistadas comenzó como un pedido a amigas mías, que me refirieron con conocidas, compañeras de trabajo y amigas suyas. Luego, en base a la estrategia de “bola de nieve”, pedí a las entrevistadas que me contactaran con potenciales entrevistadas de entre sus círculos de sociabilidad con quienes comparten chimentos y así llegué a algunas de mis entrevistadas.

La entrevista se convierte en un instrumento valioso ya que, como decía, los chimentos suelen ser tema de conversación y de debate. Archetti (2003) sostiene que la moralidad no es silenciosa, sino que debe articularse en el discurso y la narración. Los juzgamientos que las mujeres de este estudio despliegan son discursos morales e incluyen procesos de orientación, por lo que deben ser narraciones públicas. Las entrevistas fueron pautadas de forma virtual o presencial según las preferencias y posibilidades de estas mujeres. En estas entrevistas, además, reconstruyo las trayectorias de vida etnobiográficas en torno a sus historias de amor y al vínculo con los chimentos.

En una primera instancia de las entrevistas⁸, consulté datos biográficos/demográficos, tales como nivel de estudios, edad, trabajo y preguntas por la televisión, el cable, plataformas de *streaming* (como por ejemplo, Netflix) y redes sociales (como Instagram y Tik Tok) y las rutinas asociadas a ellas. Luego, pasé a consultar sobre sus trayectorias amorosas: inicios, desenlaces, arreglos y contratos que han establecido. Luego, pregunté por los chimentos “calientes” del momento, haciendo foco en el Wandagate: consulté por cuáles vías se habían enterado de la polémica, con quiénes lo habían comentado, cuáles habían sido las opiniones de su entorno. Más tarde inicié una sección de preguntas en torno a los chimentos en general: intereses, gustos y disgustos y parejas de famosos admiradas (o no). Después, otro bloque abocado a las infidelidades: qué pasaría en el caso de un hipotético triángulo amoroso, qué están habilitados a hacer los famosos y qué las personas de a pie. Por último, consulté a mis entrevistadas respecto a cómo sucedió su acercamiento al feminismo, las transformaciones vividas a partir de ellos y sus militancias. Decidí ubicar a último momento las consultas respecto al feminismo para que quedaran lo más “alejadas” posibles de los juzgamientos de los chimentos, pensando que así evitaría ser tendenciosa y obtener respuestas sesgadas.

⁸ En el apéndice 1 se encuentra la guía de preguntas de las entrevistas.

En un principio, la pregunta que guiaba mi investigación era: ¿De qué modos los jóvenes de 20 a 30 años de clase media de CABA consumen los chimentos sobre famosos? ¿De qué manera estos jóvenes vinculan los chimentos de la farándula con sus propias historias amorosas? Luego de varias entrevistas, me vi obligada a reflexionar sobre la segunda de estas preguntas, dado que las mujeres de este estudio no encontraban ningún punto de encuentro entre sus historias de amor y las de personalidades conocidas del mundo del espectáculo. Valentina⁹ llegó a decirme que los chimentos “son todo lo que no quiere ser”, por lo que reformulé mi interés alrededor de las moralidades contrastantes que estas mujeres exponían durante las entrevistas en el pase entre el juzgamiento de chimentos de personalidades conocidas del mundo del espectáculo y de chismes de personas de su entorno.

Además de la revisión bibliográfica, relevé los chimentos del momento y sus repercusiones en las diferentes redes sociales, con énfasis en aquellos que las entrevistadas trajeron a colación en las entrevistas. Esto permite, al mismo tiempo, explorar las “derivadas” de los diferentes chimentos.

Caracterización de las interlocutoras

En un principio, pensaba entrevistar tanto a hombres como a mujeres para así tener mayor amplitud y diversidad entre mis interlocutores. Sin embargo, al solicitar entre mis círculos de sociabilidad posibles entrevistadas, el acceso al universo femenino fue tan abrumador que decidí cerrar este objeto de estudio. Además, yo misma pertenezco al recorte de este estudio (mujeres de 20 a 30 años de clase media universitaria de CABA) lo que me dio acceso a este mundo, porque las mujeres entrevistadas son conocidas de amigas mías. Por este motivo, fue necesario mantener un cuidadoso equilibrio entre la cercanía con las entrevistadas, lo que me habilitó un entendimiento y conocimiento interno, y la distancia crítica. Al mismo tiempo, mi pertenencia social habilita un entendimiento que es clave al compartir y juzgar chimentos (Gluckman, 1963). Siempre teniendo en cuenta que, tal como argumenta Haraway (2000), desde la objetividad feminista, elaboramos conocimientos situados desde una perspectiva parcial. Además, es relevante buscar esta perspectiva desde puntos de vista que nunca conoceremos de antemano y que, agrega Haraway, prometen algo extraordinario.

⁹ Los nombres de las entrevistadas son ficticios con el fin de garantizar la confidencialidad.

Dentro de este grupo, intenté buscar variedad entre las interlocutoras: hay mujeres solteras y en pareja; que viven con sus padres, con sus parejas o solas; que tienen distintos trabajos, tanto en instituciones públicas como privadas, y diferentes carreras en distintas universidades (todas ellas de gestión pública). A continuación, describiré a las diez mujeres que entrevisté para este estudio, las cuales fueron 5 de forma presencial y otras 5 virtuales.

Las mujeres de 20 a 30 años, nacidas entre 1992 y 2002, se encuentran en una edad bisagra, en tanto crecieron con la televisión, pero ya desde su infancia y adolescencia temprana contaban con Internet en sus hogares, deviniendo “nativas digitales” (Esner Areas, 2015). Al mismo tiempo, estas mujeres jóvenes vivieron en su adolescencia el primer “Ni una Menos” y la “marea verde” que le siguió¹⁰. McRobbie, en su estudio sobre las mujeres jóvenes y el contrato sexual posfeminista, entiende que a ellas “se les invita a reconocerse como sujetos privilegiados del cambio social” (2007:118). Formar parte del universo socioeconómico de clase media universitaria se relaciona con las posibilidades materiales de ascenso social a partir de canales como la educación universitaria. De allí que, aun cuando los estudios superiores no sean criterios determinantes para la adscripción de clase, se lo toma como un indicador aproximado *–proxy–* en tanto la carrera de “hacerse a sí mismo” continúa operando como una marca cultural de las clases medias argentinas contemporáneas (Adamovsky, Vargas y Visacovsky, 2014).

Oriana¹¹ tiene 30 años y es Licenciada en Administración de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Vive con su novio, en Flores y se considera “100% capitalina”. Nuestra entrevista tuvo lugar en un café en dicho barrio. Trabaja desde su casa, de forma virtual, como líder de proyecto en el área de sistemas de una empresa que organiza eventos. Tiene televisión y está ubicada en “el centro de su casa”, en el living, pero no tiene cable; consume a elección, por YouTube. Sostiene que al enterarse de los chimentos a través de redes sociales y no mirar mucha televisión, no consume “el chimento más crudo, más de los 90s”. Sin embargo, se considera a sí misma como una “*deep chimentos*”. Llegué a Oriana porque es la novia del hermano de una amiga de la facultad. Ella se entusiasmó con el tema de mi tesina y, además, empatizó conmigo porque se había recibido hacía muy poco y entendía las dificultades del último tramo de la carrera. Por eso, ella me contactó con Lila, una ex compañera de trabajo con quien compartía chimentos en el horario del almuerzo. Cuando me

¹⁰ El 3 de junio de 2015 sucedió el primer “Ni una menos” en Argentina. Esta es una consigna y una movilización feminista, destinada a visibilizar la violencia por motivos de género.

¹¹ En el apéndice 2 hay un cuadro que sintetiza la información de cada una de las entrevistadas.

crucé con Oriana en un cumpleaños, sacó el tema de nuestra entrevista y así una amiga de ella me pasó el contacto de su prima, Sara, para que la entrevistara.

Lila tiene 25 años y vive sola en Villa Crespo hace pocos meses. Trabaja en el área de marketing de una empresa que organiza exposiciones y eventos y estudió Relaciones Laborales en la Universidad de Lomas de Zamora. Cuando le hablé a Lila, fue muy fácil acordar el encuentro. Estaba muy abierta y disponible y me solicitó encontrarnos de manera virtual. Tiene televisión y cable, y declara que en su casa “la televisión es central, se ve desde todos lados”. Sin embargo, Lila dice que antes miraba más televisión y ahora más redes sociales y portales.

Sara tiene 30 años y vive en Recoleta con su novio. Trabaja como odontóloga infantil, carrera que estudió en la UBA. Antes de nuestra entrevista, Sara me pidió más información sobre ésta para preguntarle a sus amigas “a ver si se copaban”. Mientras conversábamos por videollamada, Sara desayunó y después fumó un cigarrillo. Al principio, me comentó que vive en un monoambiente con su novio, al que se lo veía cada tanto por la cámara de la computadora. Sara tiene televisión, pero no cable, aunque dice “amar la tele” y que se crió viendo *Intrusos*¹² con su abuela. Además, sostiene que ella “tendría que trabajar de panelista”. Durante la semana, ella prende los programas de chimentos para tenerlos “de fondo” mientras hace tareas domésticas y solo se sienta a mirar cuando algo realmente le interesa. El *Wandagate* fue uno de esos casos, porque hacía mucho se “venía quejando de que los chimentos estaban siendo una porquería y yo necesitaba algo así, que me haga sentarme a ver la tele”. Estuvo atenta a *Los Ángeles de la Mañana* (LAM)¹³ e *Intrusos* “para ver qué decían”. Una vez que terminamos y dejé de grabar, Sara me deseó “toda la suerte” y me repitió varias veces que quería saber “cuando estuvieran los resultados”.

Por otra parte, Nadia tiene 23 años, estudia Psicología en la UBA y trabaja en el Poder Judicial, en un tribunal. Vive sola en Almagro. Nadia me comentó que desde que se mudó, tiene televisión, pero decidió no tener cable. Se informa por Twitter, que es “como su diario” y luego busca y mira recortes específicos de programas de televisión que le interesen por YouTube. Recuerda con nostalgia faltar a la primaria y mirar LAM. A Nadia la conozco desde la preadolescencia. Íbamos juntas a un campamento en los veranos y compartimos un grupo de amigas amplio. Nunca tuvimos demasiada relación, pero tenemos amigas en común. Cuando le escribí, rápidamente accedió a la entrevista. Me pidió que fuera por videollamada porque estaba estudiando para un parcial. Nadia tiene 47 mil seguidores en Twitter y sus

¹² “*Intrusos en el espectáculo*” es un famoso programa de chimentos argentino, que está al aire desde el 2001.

¹³ “*Los Ángeles de la Mañana*” (LAM) es un programa de chimentos que está al aire desde el 2016.

tweets tienen mucha repercusión. Decidí incluirla en mi investigación cuando me crucé con un tweet de ella que decía: “Una vez salí con alguien y me confesó que ESTUDIÓ POESÍA para la cita porque pensaba que yo era pretenciosa y al final se dio cuenta de que amo chusmear ahora estoy asustada por la imagen que doy en las redes *fuck Pizarnik all my homies want* chismes y cuereadas de gente en común”¹⁴.

Después de la entrevista twitteó: “Hoy me hicieron una entrevista para una tesis sobre chusmerío y el placer de chusmear me siento la mismísima Jorge Rial¹⁵”. Así llegué a Valentina, quien respondió con el siguiente tweet: “QUEEEE? QUE GANAS DE LEER ESA TESIS POR FAVOOR!! Si necesitan gente para entrevistar me ofrezco”.

Cuando le escribí a Valentina, me contestó: “Hola Ana! ME ENCANTA TU TEMA DE TESINA”. Nuestra entrevista sucedió en un café del barrio de Villa Crespo. Valentina tiene 23 años, es hija única y vive en el barrio de Núñez con sus padres. Estudia Sociología en la UBA y trabaja de forma intermitente en una consultora, coordinando encuestas electorales. Tiene televisión y cable: una está en el living y otra en el cuarto de los padres, pero marca como hito cuando, a sus 15 años, contrataron Netflix y pudo empezar a ver el contenido que quisiera y en su cuarto, su espacio propio. Además, se declara adicta a Twitter, por donde se entera de las novedades. Considera que el mejor momento de la farándula fueron los 90s, período del que actualmente “aprende” por videos de YouTube y columnas de programas de *streaming*¹⁶. Declara que con el Wandagate se volvió a sentir “como en las buenas épocas de la farándula argentina, que hace un tiempo se venía apagando y esto lo prendió”. Un mes después de nuestro encuentro, Valen twitteó: “No les conte pero hace unas semanas una chica me entrevistó para su tesis sobre juventud y chimento. Y la verdad que fue, es y va a ser mi mayor aporte a la construcción de conocimiento”.

Por otra parte, Fernanda es compañera de trabajo de una amiga mía desde el jardín de infantes, quien además me contactó con otra de sus amigas, Vanesa. Fernanda accedió a la entrevista porque ella también tuvo que hacer una tesis y sabe “lo complicado que es encontrar gente”, me quería ayudar, pero me pidió que fuera virtual “para que no fuera tanto tiempo”. Fijó como fecha el lunes 20 de noviembre por la mañana, día feriado post balotaje de elecciones presidenciales en donde resultó electo Javier Milei. Con el resultado de las

¹⁴ Se reproduce de manera literal el mensaje, respetando los usos de ortografía y tipeo que se utilizaron en el original.

¹⁵ Jorge Rial es un periodista y conductor de radio y televisión argentino. Durante 20 años condujo el programa de chimentos “Intrusos en el espectáculo”.

¹⁶ Los programas de *streaming* se han popularizado en el último tiempo en Argentina y transmiten (generalmente) por YouTube y Twitch contenido multimedia en vivo.

elecciones, me levanté para la videollamada con desazón y pesadez en el pecho, y supuse que ella no iba a compartir el sentimiento. Por eso, no hice comentarios sobre las elecciones.

Con Fernanda comencé una nueva estrategia en las entrevistas virtuales. Hasta el momento, había utilizado Zoom, plataforma que graba el video y el audio en archivos separados, por lo que podía conservar únicamente el archivo de audio y no circular la imagen de la entrevistada. A partir de la entrevista con Fernanda, usé Meet y, como la plataforma no me permitía grabar la sesión, puse mi celular con la grabadora al lado de la computadora, por lo que no aparecía en la pantalla el cartel de “grabando”, como sí sucedía en Zoom, cosa que creaba cierta tensión durante la entrevista. En las entrevistas realizadas por Meet, entonces, les preguntaba si tenían inconveniente en que grabara el encuentro y les avisaba que iba a poner el celular a grabar al lado de la computadora y hacíamos unas pruebas mínimas para asegurarme de que estaba grabando correctamente; una vez finalizada la entrevista, avisaba que iba a pausar la grabación y, por lo general, las entrevistadas me hacían algunos comentarios sobre las preguntas realizadas o alguna reflexión final.

Fernanda tiene 30 años y es psicóloga, carrera que eligió para “poder ayudar a la gente”. Vive con su novio desde hace 7 años y están en pareja hace 10. Tiene televisión y cable, pero sostiene que consume mucha menos televisión que cuando era chica. Plantea esta transformación de su dieta mediática en términos de que ya no se “sienta a mirar Intrusos, los chimentos me aparecen por redes sociales”.

Vanesa tiene 22 años y vive en Colegiales “de toda la vida”, con su madre, padre y dos hermanas menores. Por consejo de mi amiga, le escribí a Vanesa luego de las elecciones y ella me dijo que en ese momento estaba con mayor disponibilidad horaria dado que había estado trabajando en la campaña de Unión por la Patria¹⁷ como Community Manager, en la parte de prensa y comunicación, de una de las candidatas, además de que milita en la Cámpora desde el 2017. Accedió rápidamente a la entrevista porque ella se consideraba “la indicada” y, si podía, quería ayudarme. Estudia Derecho en la UBA, pero abandonó la cursada para volcarse por completo a su trabajo. Fue a una secundaria privada y católica, en donde se encargó de formar un centro de estudiantes porque no existía y ella lo consideraba necesario. Vanesa suele mirar el programa de LAM completo del día corriente, pero a la noche, por YouTube. Se entera de las noticias mediante la televisión que está prendida constantemente por sus padres. Es la única entrevistada que manifestó enterarse de los chimentos por Tik Tok, en donde el “algoritmo se los tira”. Luego de terminada la entrevista,

¹⁷ Unión por la Patria es una coalición política argentina que disputó la presidencia en las elecciones del 2023.

en un bar de Colegiales, hablamos de dos amigas que tenemos en común. Además, me invitó a su festejo de cumpleaños ese sábado, invitación que repitió varias veces, pero que luego no fue concretada.

Por otro lado, Natalia es una compañera de trabajo de una amiga mía de la secundaria. Natalia me dijo que prefería que el encuentro fuera virtual porque terminaba de trabajar a las 18 hs. En la entrevista, fue acotada en sus respuestas y tenía resistencia a hablar de su vida en concreto, por lo que prefirió respuestas más abstractas. Tampoco se le ocurrían muchos ejemplos que ilustraran sus respuestas. De hecho, nuestra entrevista fue la más corta, durando 45 minutos. Natalia tiene 24 años y vive en Parque Chacabuco, con sus padres. Estudia Trabajo Social en la UBA y trabaja como gestora comunitaria en el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Además, tiene un “trabajo militante” en una Consejería de Género; sin embargo, ante la pregunta “¿militás o militaste en algún grupo?” respondió con la negativa. Sostiene que, a pesar de consumir televisión, no lo hace tanto como cuando era más chica. La televisión acompaña los “momentos cotidianos” de su casa familiar. En el momento del surgimiento del Wandagate, tenía otro trabajo en el que siempre había una televisión prendida.

En cuanto a Candela, es amiga y compañera de trabajo de Lola, una amiga mía de la infancia, a quien también entrevisté y describo más abajo. Actualmente no veo demasiado seguido a Lola, quien me pidió desde un principio sumarse al café de Villa Crespo en el que me junté con Candela para la entrevista. Yo le respondí “jajaja sí, veámonos”, de forma esquiva y no volvió a hablarme de ese encuentro.

Desde el primer contacto por WhatsApp, Candela fue muy receptiva y simpática, por ejemplo, diciéndome “qué divertido!! Jajajaj”. El día previo a la entrevista, Candela canceló el encuentro porque estaba próxima a una entrega de su trabajo en un estudio de arquitectura, y pidió perdón diciendo: “sé que es re importante”. Sin embargo, pudimos concretar otra fecha y deslizó que: “me dijo Loli que pasa en algún momento a saludar jajajaja”, cosa que efectivamente sucedió. Antes de comenzar con la entrevista, Cande me hizo varias preguntas sobre mi tesis: cómo es el proceso, cómo elegí y cuál es el tema, cómo elijo las preguntas, etc. Fue la única de mis entrevistadas en hacer preguntas tan específicas previo a la entrevista. Durante la entrevista, Cande miró su celular cada vez que le llegaba una notificación, atenta a si Lola le escribía.

Candela tiene 23 años y vive con su padre, madre y hermano en Palermo. Estudia Arquitectura y trabaja en un estudio de arquitectura durante la semana y los fines de semana y en enero en un espacio de recreación de educación no formal. Candela fue una de las

entrevistadas que más remarcó el rol de sus estudios universitarios en su identidad y valoración de sí misma. Cursó el secundario en el Carlos Pellegrini, colegio al que ella decidió ingresar, y marca como hito significativo que el mismo día en que egresó de 5to año, “salió la denuncia” de Thelma Fardin contra Juan Darthés¹⁸. Declara que consume televisión, pero sobre todo mediante clips en Instagram y Twitter. Candela reivindica constantemente al chisme y destaca el papel de lo económico en los chimentos: “lo que debe haber facturado Wanda con todo esto”.

A los cinco minutos de haber terminado la entrevista, llegó Lola diciendo “qué bien que calculé justo”. Allí nos quedamos hablando las tres un rato mientras Lola tomaba café. Dijo que le encantaba que nos hubiéramos conocido con Cande y que le gustaba haberme ayudado. Durante y después de la entrevista, Cande repitió varias veces que se había abierto y exageraba todo lo que me había “ventilado” (contado) del vínculo erótico-afectivo¹⁹ problemático que tuvo durante la secundaria, entre impresionada y avergonzada. Luego del café, Lola y Cande se fueron a la casa de Cande a cocinar un budín; tienen una amistad muy cotidiana.

A Lola la conozco desde la preadolescencia, íbamos juntas a un campamento en los veranos. En ese momento éramos amigas, y actualmente nos vemos cada tanto, generalmente en sus cumpleaños. En estos encuentros esporádicos, Lola me preguntaba por mi tesis, mostraba interés por el tema y se propuso para que la entrevisté en continuas oportunidades. Luego de haber hablado porque me pasó el contacto de su amiga Cande, reiteró sus ganas de participar. Por ese motivo, le escribí para coordinar la entrevista, a lo que ella respondió: “AMIGAAA DESDE YA, QUE EMOCIÓN”. La invité a que viniera a conocer mi casa, cosa que también me había pedido cuando vino al café en el que estábamos con Cande. El día pautado, Lola llegó 30 minutos tarde por el tráfico. Recorrió la casa, preparamos un mate y se mostró impaciente por comenzar la entrevista. Una vez que terminamos, me preguntó varias veces si había estado bien en sus respuestas y me dijo que ya quería ver los resultados de la tesis escrita.

Lola tiene 25 años y vive con su padre en Villa Crespo. Se recibió de Técnica en Recreación y actualmente estudia para ser maestra de primaria, mientras que ejerce ese rol en una escuela privada. Además, trabaja los sábados y los veranos en el mismo lugar que

¹⁸ En diciembre de 2018, la actriz Thelma Fardin denunció públicamente al actor Juan Darthés por un abuso sexual sufrido cuando ella tenía 16 años y él 45, mientras ambos participaban de una gira internacional de la tira de la serie televisiva infantojuvenil “Patito Feo”.

¹⁹ Lo “erótico-afectivo” refiere no solamente a las relaciones en las que hay sexo, sino a una multiplicidad de vínculos que abarcan la sociabilidad, lo afectivo, la compañía, con diversos grados de formalización (Sessano Jiménez, 2022).

Candela. Considera que consume “bastante televisión para lo que es mi generación”: tiene el hábito de mirar televisión en momentos de su rutina diaria (por ejemplo, al volver del trabajo o de cursar).

Esta tesina cuenta con tres capítulos. El primer capítulo se centra en las concepciones que tienen las mujeres de este estudio respecto al feminismo y al amor. En el segundo, abordo la forma en que un chimento puede instalarse en la vida de las personas y qué hacen éstas con lo que allí consumen, es decir, la relación entre los medios y la opinión pública. Por último, el capítulo 3 trata el Wandagate como caso particular de infidelidad para poder profundizar en las moralidades que se despliegan cuando los protagonistas son famosos o no.

Capítulo 1: El amor a partir del feminismo

Introducción

Este capítulo aborda las concepciones que tienen las mujeres de este estudio respecto al feminismo y al amor para así ahondar en la pregunta: ¿cómo piensan al amor a partir de su sociabilidad feminista? El capítulo cuenta con tres secciones. La primera, “Devenir feministas” trata el hecho de que el feminismo es un parteaguas en las historias de vida de estas mujeres, la revisión que han hecho respecto a su pasado y los cambios que viven en su vida cotidiana a partir de adoptar este posicionamiento. Además, recorro parte de la literatura escrita respecto a lo que las mujeres jóvenes y de clase media son en la actualidad. En segundo lugar, “Feminismo como lente para pensar sus relaciones íntimas” elabora las transformaciones recién nombradas, pero específicamente en las formas de vincularse erótico-afectivamente. Revisar estos puntos resulta clave para entender cómo encuadran sus lecturas en torno a los chimentos. Por último, en “¿Malas feministas?” indago en la manera en que ellas consumen chimentos repletos de “clichés machistas” y de “mala calidad” desde su postura feminista. Los chimentos, veremos en lo que sigue, contienen concepciones y lineamientos del amor que no coinciden con las expectativas de estas mujeres y lo que ellas consideran deseable para sus vínculos sexoafectivos.

Devenir feministas

Todas las entrevistadas se consideran a sí mismas feministas. Además, fueron y van con frecuencia a las marchas en reclamo o defensa de cuestiones de género, tales como el 8M, el 3J²⁰ o a aquellas que pedían por la interrupción voluntaria del embarazo. Fernanda, la única excepción, manifiesta su descontento con ese tipo de movilizaciones porque “están muy politizadas, los partidos políticos las usan”. Más allá de su posicionamiento, todas las mujeres de este estudio están informadas de su contexto político y muchas de ellas se manifestaron en favor de los derechos de la comunidad LGBT, de la democracia y de un Estado presente.

Ellas consideran a la emergencia del feminismo (en realidad, de la tercera ola) como parteaguas en sus relatos de vida. Expresan que el mayor cambio que sintieron del feminismo en su vida cotidiana es en sus vínculos erótico-afectivos, donde ahora “no se dejan pasar por

²⁰ El 8M (por el 8 de Marzo) es el Día Internacional de la Mujer y el 3J (por el 3 de Junio) se realizan movilizaciones con la consigna “Ni una Menos”, explicado en la nota al pie n°5.

arriba”, aprendieron a poner “límites”, “no hacer cosas si no quier[en]” y abandonaron una posición “sumisa y pasiva”. Ahora manifiestan experimentar mayor libertad en sus vínculos, valorando especialmente la sororidad en sus vínculos con otras mujeres y el compañerismo en sus vínculos erótico-afectivos con varones. Este cambio lo atribuyen, por un lado, a involucrarse y enterarse del feminismo y, por el otro, a que coincidió cronológicamente con sus últimos años de secundaria o con los primeros años en la universidad, es decir, a su propio crecimiento. La mayoría de las entrevistadas manifestó haber tenido una primera relación “más infantil” durante la secundaria, que fue monogámica porque “no se hablaba todavía de términos o contratos” y “más machista”. Varias de las entrevistadas plantean que al “no existir el feminismo”, es decir, a no haberlo conocido ni abrazado los ideales de este movimiento, no tenían varias de las “herramientas” con las que cuentan actualmente y que, cuando las adquirieron, les “cayó la ficha” al revisar su pasado.

Otro punto en donde se ven transformadas es “lo hablado”: con esto, varias de las entrevistadas se refieren a poder contar a sus amigas, y sentirse a gusto con ello, situaciones que antes callaban, muchas veces para encubrir al hombre con el que se vinculaban. A su vez, manifiestan que el feminismo les permitió reflexionar sobre qué contar y qué mantener en su intimidad (por ejemplo, al empezar a salir con alguien, ellas deciden a quiénes contárselo y hasta dónde). También destacan que el feminismo permite oír voces antes silenciadas y escucharse más entre mujeres. En esta línea, cabe destacar que las mujeres de este estudio otorgan un rol fundamental a sus amigas, en quienes encuentran consejo, escucha, sostén, cuidado y aprendizaje: en la conversación con amigas, estas mujeres intercambian y construyen en conjunto orientaciones y valoraciones de qué hacer y qué no, qué es deseable y qué no, sobre todo en lo que refiere a vínculos erótico-afectivos (propios y ajenos, como es el caso de los chimentos).

Al igual que las mujeres de clase media descritas por Palumbo (2019), las entrevistadas reivindican su autonomía individual y priorizan en su actualidad sus carreras y actividades personales (en particular, *hobbies* y amistades) frente al proyecto de formar una familia o ser madres. Algunas de las mujeres de este estudio se presentan a sí mismas como muy estudiosas y/o “laburantes”, varias consideran deseable vivir solas, tener un espacio propio (física o figurativamente) y viajar. Por su parte, McRobbie (2007) sostiene que las mujeres jóvenes tienen disponible para sí un “nuevo contrato sexual posfeminista” que conlleva un nuevo régimen de género. En este, las mujeres tienen proyectos claros y una vida bien planeada, son ambiciosas y están motivadas porque se consideran a sí mismas como sujetos merecedores de inversión, son importantes para sí mismas. La figura de la mujer

joven aparece dotada de capacidad, de logro, de éxito, de disfrute, de entusiasmo y de movilidad social, sobre todo a través de la educación. En las entrevistas que realicé, la Universidad de Buenos Aires, a la que varias de ellas acuden, es destacada como una certeza de lo que querían para su futuro desde que estaban en la secundaria: ya sea porque en sus últimos años de colegio sabían la carrera que querían estudiar o porque varias de ellas fueron a escuelas secundarias preuniversitarias (al Colegio Nacional de Buenos Aires o a la Escuela Superior de Comercio Carlos Pellegrini) o, algunas de las que no fueron, lo plantearon como un horizonte posible y deseable, para luego justificar por qué fueron a otra institución.

Continuando con lo que expone McRobbie (2007), la autora dirá que las mujeres son tratadas como si ya tuvieran “conciencia de género”, lo que las lleva a tener vigilancia de sí mismas. A pesar de la apariencia de elección libre y voluntaria, la autora considera que estas mujeres, antes que a la penalización masculina, temen la “estructura castigadora de sus sucedáneos”. Bernier (2009) sostiene que en el chisme se articula la moralidad porque allí se ponen en juego valores conflictivos y se negocian; considero que la charla con amigas podría ser vista como un ámbito en donde esto sucede. En este sentido, Stølen (2014) entiende que el compartir chismes es un mecanismo de cuidado e intercambio de consejos, pero también de control social. La interpretación de éstos es incluso más relevante que los hechos a los que el chisme refiere, porque permite tanto el intercambio de información como la evaluación moral de las prácticas ajenas, en donde podemos identificar valores y nociones compartidas, así como las discrepancias.

Otro horizonte compartido por las mujeres de este estudio es la valoración positiva de la terapia: dos de ellas estudian psicología, la gran mayoría va periódicamente a la psicóloga, todas ellas evalúan positivamente el “poder hablar” que les pasa. Veremos a continuación cómo se enlaza el feminismo y la psicología y cómo influyen en el compartir chimentos. Illouz (2009) sostiene que el estilo terapéutico emocional es parte de nuestra ética comunicativa actual. La autora encuentra varios puntos de convergencia con el feminismo, tal como la reflexividad femenina, con mujeres analizadas y que analizan y esto es así porque las mujeres se toman a sí mismas como objeto de análisis, evalúan opciones y eligen el rumbo que prefieren. Además, mediante la comunicación de las propias necesidades, emociones y objetivos, se persigue el proyecto moral de la igualdad. También comparten la idea y la práctica de convertir la experiencia privada en discurso público, esto quiere decir que las emociones pueden ser ámbitos de acción sometidos a la mirada pública, otorgando centralidad a la autoexpresión lingüística. De esta manera, el entrelazamiento de la terapia y el feminismo produjo un proceso de racionalización de las relaciones íntimas, convirtiéndolas

en cosas evaluables y cuantificables, con criterios de evaluación abstractos que, a su vez, permite que las relaciones puedan compararse entre sí (elemento fundamental para el juzgamiento de los chimentos). En su investigación sobre relaciones abiertas, Ferrario (2020) encuentra que, para las jóvenes mujeres, la vía para la transformación individual es el autoconocimiento que se produce a partir de la reflexividad constante y que este es indispensable para poder establecer vínculos honestos y sanos con uno/a mismo/a y con el resto de las personas, vínculos ideales y buscados por mis interlocutoras. Por ejemplo, Valentina terminó una relación porque consideraba que su pareja tenía que “estar bien con él para poder estar bien conmigo”.

Feminismo como lente para pensar sus vínculos erótico-afectivos

Las formas en la que nos vinculamos están influidas por aspectos sociales, culturales y políticos (Ferrario, 2020). Así, las transformaciones en la sociedad global modifican las formas de amar y vincularse. Las mujeres de este estudio viven las fisuras del modelo romántico y monogámico, aunque se trate de una “revolución discreta” (Cosse, 2010): a pesar de que las entrevistadas conforman y conformaron parejas heterosexuales y monogámicas, lo hacen desde presupuestos que coinciden, en parte, con los del amor libre descritos por Ferrario. De hecho, en ambas investigaciones los sujetos identificaban que la cercanía con el feminismo les había permitido cuestionarse dimensiones sobre su sexualidad o la forma en la cual llevaban a cabo sus vínculos erótico-afectivos. Otra coincidencia es la búsqueda de establecer vínculos honestos, responsables, consensuados y comprometidos con todas las personas, más allá del lazo particular y personal que se establezca con cada una de ellas. A su vez, para el establecimiento de relaciones horizontales e igualitarias, proponen relacionarse desde el respeto, la comunicación y la autonomía.

En esa clave, todas las entrevistadas desean evitar los “vínculos tóxicos”, a pesar de que algunas los han tenido. Por ejemplo, Valentina describe a su ex pareja, y dice que ella estaba en desacuerdo con que él fuera controlador, preguntándole constantemente qué hacía y con quién; al tener que haber estado atenta para contestarle rápidamente sus mensajes, ella se sentía muy dependiente o sumisa hacia él. De acuerdo con las entrevistadas, algunos de los componentes que una relación tiene que tener para que sea “sana” y genere un mayor “bienestar” (Ferrario, 2020) son: acompañarse, conocer a la familia y amigos, que tenga un

trato amoroso, sentirse cuidada y cómoda. Al mismo tiempo, ninguna busca que sus vínculos erótico-afectivos las “completen”.

A continuación, veremos algunos elementos que las entrevistadas relataron respecto a algunas parejas amorosas (propias o ajenas) que consideran conflictivos o negativos. Para las entrevistadas, los celos y los pensamientos, actitudes y comportamientos machistas y de posesión en general son algo negativo y que desean erradicar, lo cual es posible mediante la terapia. Según Fernanda, es necesario el amor, el deseo genuino y la confianza mutua y no la posesión y el celo. Las mujeres de este estudio no niegan la posibilidad de sentir celos, sino que plantean la necesidad de reconocerlos para poder trabajar críticamente sobre ellos. A parte de revisar las propias inseguridades, entendidas como el origen principal de los celos, también conversan y reflexionan con las implicadas en la situación concreta para que también pueden modificar o reflexionar sobre sus acciones. En palabras de Candela y Lola, los celos “también son de a dos”, por algo son generados y por eso no se juzgan por sentirlos, pero buscan resolverlos. Lola primero lo habla en terapia, tal vez con amigas, y, evalúa si se lo plantea al novio: “una tiene que hacer el proceso de diferenciar si es algo que me está pasando a mí o es algo que esa persona me lo está generando a propósito”. Si es “algo propio” (pone como ejemplo “si te da celos que tu pareja se vaya a comer con un amigo”) lo trabaja en terapia y “se lo guarda”. Candela, para ejemplificar un caso en donde no se juzga por sentir celos, cuenta una situación que le sucedió en el pasado y que hoy denosta y dice: “no está bueno ser celosa, pero tampoco que tus amigas se chapen al que te gusta”; allí evalúa que sí es correcto hacer planteos respecto a la incomodidad sentida.

Para poder comprender el posicionamiento de las entrevistadas respecto a la infidelidad, (elemento central en el juzgamiento del Wandagate), es necesario tener en cuenta que algunos aspectos del modelo de vinculación romántico son retomados, reelaborados y reapropiados por estas mujeres, como, por ejemplo, la “fidelidad”. Las veces que efectivamente estuvieron involucradas en un triángulo amoroso, nunca fue un problema entre mujeres (con las “terceras en discordia”), sino entre las personas que tenían el contrato (es decir, sus parejas). Ellas entienden que los triángulos son algo frecuente y no son en sí problemáticos. Esto es así porque se le debe fidelidad al contrato (Ferrario, 2020), que es establecido en acuerdo mutuo entre las personas, en donde se instauran las condiciones sobre las que se llevará a cabo el vínculo, mediante consensos al interior del vínculo, que se pueden reactualizar según deseos y necesidades de las involucradas, cuando estas lo crean necesario. Diversas situaciones o experiencias pueden despertar en ellas nuevas sensaciones que antes desconocían o estaban ausentes, lo que conduciría a volver a consensuar las pautas de ese

arreglo. Para ello es necesaria la honestidad, la comunicación constante y la reflexividad para la expresión y superación de las emociones ocultas (Illouz, 2009). Natalia, una de las entrevistadas, considera que los programas de chimentos elaboran juzgamientos errados, porque “no sabemos el interior de cada vínculo y ellos son los responsables de cumplir su contrato o no”. Lola, por su parte, dice que no puede elaborar un criterio general para considerar a las infidelidades porque, de estar en ese lugar consideraría que “vos hacé lo que quieras, pero después hay que hacerse cargo: uno es responsable y quizás quedamos en algo, pero no te puedo prometer lo que me va a pasar”. También considera que depende con quién sea la infidelidad y cómo esté su relación con su novio en ese momento, pero su certeza es que le “gustaría que la cuiden”.

En este sentido, las entrevistadas se vieron transformadas en sus formas de relacionarse y contraponen las relaciones “infantiles” descritas más arriba con las que han conformado luego, más “serias y responsables”, más “compañeras”. Este contraste va en clave con los cursos de vida (es decir, cómo la gente se vuelve más grande) y, en ese sentido, el aprendizaje amoroso “esperable” se supone que se acompase con la edad. Natalia describe el abanico que ha vivido diciendo que tuvo “vínculos monógamos y con contratos, donde establecimos límites y formas y tuve quizás parejas o vínculos sexoafectivos sin tanto compromiso, sino como vínculos más abiertos en ese sentido, sin necesidad de poner un contrato”. Sea cual sea el nivel de formalización del vínculo erótico-afectivo, todos ellos son encarados con compromiso y cuidado. Aquellas que tienen relaciones monogámicas también se replantean y ponen en duda a la monogamia, que ya no es asumida por *default* (Sessano, 2022). Aunque ninguna de ellas lo ha llevado a cabo, se plantean y conversan con sus novios sobre tener relaciones abiertas y si, en ese caso, se contarían sobre sus otras relaciones o no.

En tanto ejemplos de acuerdos en el establecimiento de vínculos, Valentina pactó con una de las personas con las que salía, es decir, que mantenía un vínculo sin tanto nivel de formalización, que no tenían exclusividad sexual, pero sí estaban atentas a no generar incomodidad en el otro (por ejemplo, no se contaban cuando tenían relaciones sexuales con otras personas y tampoco cuando el otro estaba presente, en la misma fiesta, por ejemplo). Algo similar narra Candela cuando analiza un vínculo pasado y considera que su angustia se debía a que no establecieron ningún tipo de contrato. Entonces, cuando el chico estuvo con otras personas, ella no estuvo avalada a plantear disconformidad ante ese accionar. Natalia, por su parte, es tajante respecto a la infidelidad y considera que ella “no podría volver a confiar en esa persona”:

“No porque diga ‘qué trágica la infidelidad’. Si quisiste tener un contrato monogámico, estás rompiendo con la confianza que depositaste en la otra persona. Racionalmente, sí sé que el deseo corre por otro lado, pero yo no podría por una cuestión de autoestima y de inseguridad. Pienso que preferiría que vengas y me plantees otro tipo de vínculo antes de que rompan con el contrato”.

Teniendo en cuenta la consideración de las entrevistadas respecto a los acuerdos de pareja, veremos a continuación cómo se relacionan éstas con los modelos de amor impresos en los chimentos. Justo von Lurzer (2017) considera que los chimentos participan en la producción del campo de expectativas que muchos, especialmente los jóvenes, tienen de la vida cotidiana. Sin embargo, las entrevistadas elaboran, teniendo a los chimentos como contrapunto, lo que desean para sus relaciones amorosas. Ante las preguntas “¿Admirás a alguna pareja de famosos? ¿Por qué? ¿Qué es lo que te gusta de esa pareja?” las respuestas fueron variadas. La pareja de Gimena Accardi y Nicolás Vázquez²¹ fue la que más se repitió. A Natalia, por ejemplo, le gusta que ellos sean “ajenos al chisme”: “se muestran, me encanta que se muestren y que se amen, pero nunca entran en el quilombo”; “son gente buena y me parece que llevan bien la fama”. La pareja de Blake Lively y Ryan Reynolds²² fue la elegida de Lila, mientras que Oriana escogió a Dillom y Saramalacara²³. Ambas los seleccionaron porque los integrantes son reconocidos y tienen fama por su carrera y no por chimentos; porque se muestran, pero mantienen cierto secreto respecto a su relación. A las entrevistadas les gustan las parejas que son descontracturadas, naturales, graciosas, que piensan que se hacen bien mutuamente, que son “tiernos”. Sobre todo, rescatan a parejas que no son “una pose para las cámaras, no son muñecos de torta” y pusieron a las parejas de Emilia y Duki²⁴ o Brad Pitt y Angelina Jolie²⁵ como ejemplos de lo que no les gusta. Lola retrata con dos ejemplos dos tipos de pareja que le gustan: “Nancy Duplúa y Pablo Echarri²⁶ me encantan:

²¹ Gimena Accardi (actriz argentina de 39 años) y Nicolás Vázquez (actor argentino de 47 años) están en pareja desde el 2016. Ambos formaron parte de “Casi Ángeles”, una telenovela infanto-juvenil argentina, que estuvo al aire desde 2007 hasta 2010. La mayoría de las entrevistadas nombraron y consumieron dicha serie.

²² Blake Lively (actriz, modelo y empresaria estadounidense de 37 años) y Ryan Reynolds (actor, comediante y guionista canadiense de 47 años) están en pareja desde 2012. Suelen postear fotos en Instagram haciéndose bromas mutuamente. Ella es conocida por haber actuado en *Gossip Girl*, serie vista por varias de las entrevistadas.

²³ Dillom (rapero y productor argentino de 23 años) y Saramalacara (cantante y rapera de la misma edad) estuvieron en pareja -con idas y vueltas- desde 2019 hasta 2023 y no se solían mostrar públicamente, tampoco iban a programas de televisión. De hecho, yo misma me enteré de la pareja cuando Oriana la nombró en nuestra entrevista.

²⁴ Emilia Mernes (cantante argentina de 27 años) y Duki (nombre artístico de Mauro Ezequiel Lombardo Quiroga, rapero argentino de la misma edad) mantienen una relación desde 2021. El romance salió a la luz luego de que lanzaran un tema juntos, por lo que se dudaba de que la relación fuera una estrategia de marketing.

²⁵ Brad Pitt (actor estadounidense de 60 años) y Angelina Jolie (actriz y empresaria estadounidense de 49 años) estuvieron en pareja desde el 2014 hasta el 2019. “Brangelina” es el término con el que se referían en las redes sociales a la pareja, donde era utilizada como ejemplo de hegemonía y perfección.

²⁶ Nancy Duplúa (actriz argentina de 54 años) y Pablo Echarri (actor y productor argentino de la misma edad) están juntos desde el 2007. Esta pareja ha sido protagonista de varios escraches públicos por haberse pronunciado políticamente a favor del kirchnerismo.

son estables, charlan, se aman, son kirchneristas, me encanta su familia y sus hijos, pero igual también banco a Laurita Fernández y Fede Bal²⁷, que me han dado alegrías”. Con ello, Lola se refiere a que la primera pareja encarna los ideales que ella busca para sus vínculos amorosos, y en cambio, la segunda pareja no, pero justamente por ese hecho han sido protagonistas de varios chimentos que le han gustado.

Este tipo de división o jerarquización de los famosos es un punto que apareció con frecuencia en varias entrevistas. Muchas de las entrevistadas elaboran “tipos de fama”, en donde algunas son famosas como consecuencia de sus profesiones (actores, actrices, músicos) y que no habilitan a los medios a “meterse en sus vidas”, mientras que otras personas se hicieron famosas “por el chimento”, “por hablar de gente y que hablen de ellas”. Candela ubica a Wanda Nara en este segundo grupo y sentencia que “no la invalido a la señora Wanda Nara, pero que tu fama sea porque tu marido se cogió a otra... no sé, a mí no me gustaría ser Wanda Nara y que todo el mundo se entere de eso”, para luego concluir en que “yo me mato, si la manera de que me conozcan es contando a quién me garché”. Valentina, en esta misma línea, dice que “no por desmerecer, pero la farándula son personas que no se hicieron famosos por su talento, sea que lo tengan o no y después lo desarrollen” y luego sentencia: “si te hiciste famoso por mostrar el culo está muy bien, no voy a juzgarte por eso... o tal vez sí, porque me divierte, pero nada, está perfecto”. Fernanda considera que los famosos deciden hasta dónde se exponen: “hay un montón de famosos que no se sabe nada de la vida personal, y hay otros que sí les interesa estar dentro de los temas del día”. Además, la entrevistada piensa que, quienes son motivo de chimento saben que “su popularidad va por ese lado” y que “es un ida y vuelta, le dan el material que necesitan” los medios y, según palabras de Lila, eligen con quién y cuándo “pelearse” para que se hable de ellos porque estas personas tienen “pasión por que se hable de ellos”. En resumen, para las mujeres de este estudio existen, al menos, dos tipos de fama: aquellas que son famosas como consecuencia de sus profesiones y aquellas que su fama se debe a los chimentos. Mientras que ambas famas son consideradas válidas, valoran de forma más positiva al primer grupo. Además, dejan entrever en esta elaboración que los famosos pueden elegir hasta dónde exponer su intimidad y permitir o no que los medios hablen de ella. En este punto, podríamos pensar que, según las entrevistadas, quienes lo permiten, luego deberían soportar las consecuencias de esa exposición.

²⁷ Laura Fernández (bailarina, conductora y actriz argentina de 33 años) y Federico Bal (actor, conductor y mediático argentino de 34 años) estuvieron juntos desde 2017 hasta 2018. La pareja estuvo involucrada en múltiples chimentos y tanto su comienzo como separación estuvieron marcados por infidelidades.

Retomando lo dicho previamente, vemos que las parejas elegidas por las entrevistadas no suelen pertenecer a los chimentos (a pesar de que algunos pasaron por boca de ese tipo de programas). Por otro lado, muchas de las mujeres de este estudio, antes de contestar a la pregunta, se distanciaban de esas relaciones: “son más las parejas que no me gustan que las que sí”. Candela, por ejemplo, sostiene: “si la vida perfecta es la que te muestran los famosos, de tener carteras y zapatos que te los compra un hombre (en referencia a Wanda), yo no apunto a eso” y luego dice que ella encuentra gran satisfacción en sus logros profesionales y universitarios. Por otro lado, Valentina dice que “no los puedo admirar si no los conozco, te puedo decir que son lindos o hegemónicos, pero ellos solos saben la interna de la pareja, qué se juega ahí”. Oriana explica esta inconmensurabilidad porque “yo despersonifico al famoso porque tienen vidas tan diferentes a las de uno... nunca lo veo como paralelo, sino que lo veo como una historia que me están contando, como si fuese una ficción, lo consumo así”. Tanto la separación respecto a los famosos como el chimento como ficción son elementos centrales en las estrategias de distanciamiento que las mujeres de este estudio despliegan para poder disfrutar de este consumo y que se desarrollan en el tercer capítulo.

¿Malas feministas?

Desde la academia vasca, Fernández de Arroyabe, Eguskiza Sesumaga y Lazkano Arrillaga (2020) plantean que algunos productos televisivos populares entre las “chicas” perpetúan estereotipos y roles de género. Se refieren a la preferencia femenina por los programas basados en relaciones interpersonales, como la telerrealidad y programas del corazón, con trama romántica y protagonismo femenino. Los autores denuncian que estos contenidos plantean una relación desequilibrada que enfatiza la sumisión y cosificación femenina, modelo contrario a la igualdad de género “en los que la sociedad se esfuerza en educar a los jóvenes” (2020:432). La preocupación de los autores se debe a que el género es una construcción social que se difunde, entre otros agentes, a través de la televisión y que se amplifica en nuevos medios. Siendo que los chimentos consumidos por las mujeres de este estudio se alinean con lo aquí denunciado, veremos cómo hacen ellas para consumirlo y si sus subjetividades se ven afectadas por este consumo.

Desde esta perspectiva, los chimentos resultarían problemáticos o incómodos para estas jóvenes feministas y se perdería de vista el placer y divertimento que les provoca (Spataro, 2013). Además, desde esas posturas se adjudica, por propiedad transitiva, la poca calidad del producto a las capacidades de su público. Así, se preguntan “¿cómo puede ser que

un repertorio repleto de clichés machistas conquiste a un importante número de mujeres?” (2013:32). Ante esto, la autora responde: “¿por qué no les debería gustar?” y sostiene que estos objetos son sociológicamente relevantes para el estudio de las feminidades contemporáneas.

Por un lado, la industria cultural no es todopoderosa y les sujetos traman sentidos diversos a partir de sus consumos. Por otra parte, la configuración de feminidades no ocurre solo como emancipación o subordinación, ni desde la reproducción o denuncia del patriarcado. En esa clave, las entrevistadas reconocen que las rupturas de los viejos paradigmas que ellas reivindican y que aplican en sus vidas no son tan radicales ni universales, sino que es, en palabras de Cosse (2010), una “revolución discreta”, es decir, un movimiento que no es conocido por todo el mundo ni tiene un sentido unívoco. Candela, una de las entrevistadas, ejemplifica este punto y dice que, en las fiestas que organizaba su secundaria, nunca podrían pasar cosas que sí suceden en boliches (como, por ejemplo, que “un señor de 40 años te mire el culo” o que intenten besarte sin tu consentimiento, ausencias que considera que fueron un “privilegio”): “hay cosas que son obvias que no van más, pero es en el ambiente progre”. Candela es la única de las entrevistadas que se definió a sí misma como “progresista”: considera que desde su crianza aprendió a “cuestionar y repensar todo”, a “siempre pensar en el otro”, a tener mirada crítica y que, hoy en día, ve la realidad “con filtros no conscientes”.

Las mujeres de este estudio disfrutaban de los chimentos desde posturas declaradamente feministas, justamente reivindicando esa “mala calidad” del contenido que eligen. Al ampararse desde los estudios universitarios como lugar/posición legítima, estas mujeres no ven perjudicada su imagen en ese disfrute. Además, los distintos modelos de femineidad no son excluyentes (Spataro, 2013). A su vez, les sujetos despliegan tácticas para combinar la transgresión con el disimulo; por ejemplo, Valentina pudo declararse fanática del chimento al ingresar a la universidad y presentarse con gente nueva. En última instancia, las consumidoras no ignoran las críticas e, incluso, en algunos casos coinciden con esas percepciones, pero dejan de lado la “calidad” del producto para dejarse llevar por el placer y el entretenimiento que los chimentos les otorgan (Felitti y Spataro, 2018).

Spataro (2018) llama a abandonar el “feministómetro” o la “policía del feminismo” porque nadie cumple un “*checklist* exhaustivo” del feminismo y, además, en la cultura popular se puede tirar “alguna bomba”. Con esto se refiere a introducir en la cultura de masas ideas y argumentos que existen hace tiempo, pero no suelen ser parte del *prime time* mediático. De hecho, Lola, otra de las entrevistadas, considera que el Wandagate fue uno de

los primeros chimentos que fueron abordados con “una mirada un poco más feminista”: desde las audiencias (y algunos pocos programas de televisión, como “Cortá por Lozano”²⁸) se cuestionaba la forma en que la televisión estaba tratando del escándalo. En palabras de Natalia, la China Suárez, si el Wandagate hubiera ocurrido en otro momento, sería considerada como “la rompe familias” y Wanda, “la víctima”, mientras que en este caso no fue solo responsabilizada la tercera en discordia: “hubo un cambio en dejar de poner el foco en las mujeres desde el público o en los ámbitos que me manejo, por lo menos”.

En las conversaciones con sus amigas, las mujeres de este estudio cuestionan los supuestos machistas que encuentran debajo de los chimentos. Esto se da a partir de la cultura de masas y no de lecturas feministas o a partir de la toma del espacio público para demandar sus derechos (Felitti y Spataro, 2018), cosas que también realizan.

Con lo dicho hasta aquí, las mujeres de este estudio justifican, desde su postura feminista, el consumo y disfrute que tienen de los chimentos. Sin embargo, el accionar de la China Suárez en el Wandagate despertó críticas desde el feminismo que ellas viven: algunas de las entrevistadas consideraron que la China utilizó de forma incorrecta o “berreta” al feminismo para posicionarse como víctima sosteniendo que desde los medios la atacaban por ser mujer. Para ellas, en ese momento la China usó al feminismo como “excusa” para justificar lo que hizo, accionar que consideran “poco sororo”. Fernanda dijo: “la China se subió a un caballo del feminismo y si sos feminista y sorora, no te acostás con alguien casado porque atrás hay una mujer que puede estar sufriendo”. Otras, por su parte, reconocen que al juzgar enérgicamente el Wandagate abandonaron su feminismo: “me di cuenta de que saqué mi peor faceta, me puse del lado Wanda y muy en contra de la China. Después, pensando en frío te agarra la culpa de ‘uh, el feminismo’”. Aquí se despliegan las variadas acepciones de ser “feministas hasta la *China*”: los bordes y contradicciones que despiertan en el feminismo vivido por las mujeres de este estudio a partir del juzgamiento de chimentos. Por un lado, estas mujeres consideran errado que la China estuviera con alguien que sabía que estaba casado; además, repudian que ella se haya “escudado” en el feminismo, que lo haya “usado”. Sin embargo, al reponer sus juzgamientos en el momento en que salió a la luz el escándalo, las mujeres de este estudio reconocen que, desde el feminismo, la “tercera en discordia” no sería la principal culpable de la infidelidad, sino quien rompe el acuerdo establecido con su pareja (en este caso, Icardi). En el último capítulo veremos cuáles son las peculiaridades de la

²⁸ “Cortá por Lozano” es un programa de televisión argentino, de entretenimiento y actualidad, que está al aire desde 2017. La conductora, Verónica Lozano, es psicóloga y se manifiesta feminista.

China Suárez (y de cada una de las involucradas) para, de todas formas, ser la culpable en este escándalo.

Conclusiones

A lo largo de este capítulo vimos algunas de las características y de las expectativas deseables que tienen las mujeres de este estudio, tales como la sororidad con otras mujeres, el compañerismo en sus vínculos erótico-afectivos, la valoración positiva de sus carreras universitarias, de sus proyectos personales, de la terapia y de sus amigas. En el chimento se abordan y negocian valores conflictivos, y la charla con amigas es un ámbito fundamental para ello; para el aprendizaje y cuidado mutuo, pero también para el control. También, la revisión que hacen de su pasado previo al feminismo y las herramientas con las que consideran que cuentan hoy en día. Otro punto de esta sección es “lo hablado”: qué, cómo y con quiénes estas mujeres deciden contar parte de su intimidad. En el segundo apartado, identifico las expectativas y las búsquedas de vínculos sanos, honestos y responsables, que permitan arreglar “contratos” a los que se les debe fidelidad. Además, recorro la forma en que ellas abordan o abordarían puntos negativos o de conflictos en relaciones de pareja (como los celos y los triángulos amorosos), para más adelante ver cómo estos lineamientos difieren al momento en que ellas juzgan a los chimentos. Estas expectativas están atravesadas por el feminismo y los chimentos suelen actuar como contrapunto o como ejemplo de lo que no buscan en sus relaciones. En ello, las entrevistadas despliegan la justificación de que algunos famosos deben su fama a los chimentos (y no a sus profesiones) y eso parecería habilitar a que las personas hablen de la intimidad de ellos. Por último, en el tercer apartado aparece la conciencia y justificación que estas mujeres elaboran respecto a su placer por chimentos repletos de “clichés machistas” y de “mala calidad” desde su postura feminista, combinando la transgresión con el disimulo en ese consumo. Las mujeres de este estudio, sin embargo, no ven dañada su imagen con el consumo de chimentos porque tienen para sí a la universidad como espacio legítimo. Finalmente, recorro algunas acepciones de ser “feministas hasta la *China*”: los bordes y contradicciones que despiertan en el feminismo vivido por las mujeres de este estudio a partir del juzgamiento de chimentos.

En el próximo capítulo vamos a contextualizar el Wandagate, los medios de comunicación y las redes sociales, para así comprender cómo este caso se instaló en las vidas de las mujeres de este estudio y cómo y por qué despierta determinados juzgamientos.

Capítulo 2: De chimentos y chismosas

Introducción

En este capítulo abordo la forma en que un chimento puede instalarse en la vida de las personas y qué hacen éstas con lo que allí consumen. “De chimentos y chismosas” cuenta con tres secciones. La primera, “Accediendo a los chimentos: la televisión por redes sociales”, se propone comprender de qué manera el Wandagate se convirtió en un “tema de conversación obligado”. Para ello, describo algunas de las formas de consumo actuales de televisión y redes sociales en las que las mujeres de este estudio se insertan. Ellas se enteraron de este chimento a través de Twitter e Instagram mediante el acceso incidental a la información mediante las redes sociales; además, del consumo “a demanda” (en su mayoría a través de YouTube) porque varias de las entrevistadas volvieron a consumir televisión debido al Wandagate. También recorro algunas de las perspectivas que han estudiado las relaciones entre género, subjetividades y medios de comunicación. En el segundo apartado, “Chimentos: un lugar para pensar”, presento y defino a los programas de chimentos, para luego ahondar en las audiencias: a través del concepto de “casuística encarnada”, indago en los mensajes y en la información que se cuele en los chimentos, además de la relación que éstos tienen con la realidad de las entrevistadas, según ellas mismas. Por último, “¿Te enteraste lo de Wanda y la China?: la sociabilidad de los chimentos” se centra en lo que los chimentos posibilitan en el cotidiano de las entrevistadas, en qué momentos de su rutina lo consumen y por qué. De esta manera, retomo a Alvarado (2014) y me pregunto: ¿el chimento es un consumo impensado?

Accediendo a los chimentos: la televisión por redes sociales

Todas mis entrevistadas dicen haberse “enterado” del Wandagate: ya sea por Twitter, Instagram o mensajes de WhatsApp de algune amigue, la novedad “les llegó”. El acceso incidental a la información es parte importante del repertorio informativo de les ciudadanes en las sociedades modernas (Boczkowski y Mitchelstein, 2018). Nadia, una de mis entrevistadas, sostiene que Twitter “es como su diario” donde se entera de las cosas que pasan. Informarse de las noticias es un subproducto del uso de las redes sociales. De hecho, el consumo de los medios en línea no compite con el de los medios *offline* (tales como la televisión y la radio), sino que se complementan. Fernández de Arroyabe, Eguskiza Sesumaga y Lazkano Arrillaga (2020) abogan que la televisión se mantiene como medio de

referencia aún entre los jóvenes, quienes lo complementan con el seguimiento de programas con sus pares mediante redes sociales.

En cuanto a la modalidad de consumo de la televisión, la mayoría de las entrevistadas que viven solas o con sus parejas tienen televisión, pero no servicio de cable, y dicen consumir chimentos por redes sociales. Otro repertorio mediático que se repite es consumir “a demanda” según lo que vieron en Twitter o Instagram, para obtener más información. Estas modalidades de consumo se dan a pesar de que la televisión ocupaba “un lugar especial” (simbólica y geográficamente —en el living—) en la casa familiar de las mujeres de este estudio. Luego de que salió a la luz el Wandagate, varias de ellas volvieron a consumir televisión en vivo.

Existe una conexión constante entre las redes sociales y la televisión, ya que la computadora o el celular pueden servir como segunda pantalla (Boczkowski y Mitchelstein, 2018). Esto implica el retraimiento del esquema comunicacional de masas, es decir, que un grupo pequeño de emisores llegue a múltiples consumidores dispersos e incommunicados entre sí. Actualmente, cada uno de los ciudadanos es un nodo receptor y (re)productor de información, a la que accedemos de manera breve, interrumpida y parcial, dando por resultado un contexto hiperconectado (Fernández de Arroyabe, Eguskiza Sesumaga y Lazkano Arrillaga, 2020). Esto resulta en la “hipertelevisión” (Fernández de Arroyabe, Eguskiza Sesumaga y Lazkano Arrillaga, 2020), en donde el consumo multipantalla convive con distintas actividades y distintos dispositivos en simultáneo (multitarea). Los jóvenes son prosumidores y no una audiencia pasiva (es decir, consumen y crean contenido). De esta forma, existe una transformación del visionado y el ciclo de vida del contenido va “más allá”.

Esta forma de entender el consumo de medios descansa en una tradición de estudios sobre medios. Propongo repasar brevemente algunos hitos de esa historia con el fin de recuperar algunos puntos interesantes para este trabajo. Para ello, sigo el recorrido histórico que hace Laudano (2010) de tres perspectivas que estudiaron, a lo largo de tres décadas, las relaciones entre género, subjetividades y medios de comunicación. Además, recupero a algunos autores que se enmarcan en éstas.

En la década de los ‘70, la perspectiva determinista plantea que los medios eran todopoderosos y que, así, regulan la identidad femenina, reproduciendo la ideología dominante mediante la transmisión y el refuerzo de la diferencia sexual. En el caso analizado, tanto los medios como la mayoría en Twitter se manifestaban a favor del *team* Wanda. Lippman (2003[1964]) considera que los medios reflejan e intensifican la Opinión Pública que, a su vez, organiza y condiciona a las “opiniones públicas” de las audiencias.

En los '80 Lazarsfeld (1993[1985]) plantea que los medios refuerzan y sostienen predisposiciones latentes en las personas. En el caso analizado, es relevante resaltar que existe una predisposición a, por ejemplo, considerar a la China como “robamaridos”. Esta imagen fue previamente instalada, a través del paso de sucesivos chimentos en que la China ocupó el rol de la tercera en discordia en parejas casadas; chimentos que fueron ampliamente tratados en los medios de comunicación. La perspectiva reinante durante los '80 se focalizó en las prácticas de recepción y de consumo mediático dentro de sus contextos, para así poder ver las complejas y contradictorias lecturas e identificaciones que los sujetos realizan del consumo de productos mediáticos (Laudano, 2010). El proceso de comunicación no tiene un sentido unívoco ni uniforme gobernado por las reglas al momento de su producción, no impone sentidos sobre las audiencias de manera implacable, no hay un determinismo sobre la recepción/consumo. En ese marco, el género es considerado un organizador de sentidos significativo, aunque no exclusivo. Los medios de comunicación proponen una cierta gama de definiciones de género, variable históricamente, que perfila posicionamientos de género preferentes, aunque no monolíticos. Las mujeres son “engendradas” por las lecturas que perfilan significaciones de género preferentes, a la vez que producen otras en la vida cotidiana que desbordan dichas definiciones de género. Además de la opresión, se ve el placer, el escape, la fantasía y el aprendizaje que otorgan estos productos a la vida cotidiana. Los medios marcan la agenda y el tono en el que se habla de un tema, lo que condiciona las opiniones que dan o no los individuos (Noelle-Neumann, 1995[1980]). De esta manera, se transfiere la importancia desde la agenda mediática a la agenda de la opinión pública. El Wandagate, según mis entrevistadas, fue un “tema de conversación obligado”. Los medios no nos imponen qué pensar, pero sí sobre qué pensar; forman el recorte de lo real y son un mecanismo de conocimiento del entorno (McCombs, 2006).

Noelle-Neumann (1995[1980]) considera que la formación de la opinión pública parte de la lectura que hace el individuo del entorno social. Se da, entonces, la arquitectura del consentimiento: los individuos generan ideas del reparto y del éxito de las opiniones dentro de su entorno social y, en consecuencia, adoptan determinada disposición a exponer sus propias opiniones en público. De esta manera, se forma una “espiral de silencio” que va instalando una opinión dominante: un campo toma ventaja, mientras que el otro retrocede; los primeros se expresan y los segundos guardan silencio para no ser excluides o rechazados. Para Noelle-Neumann, la opinión pública puede expresarse en público sin riesgo a sanciones y, por eso, en ella puede fundarse la acción en público: la opinión pública es “nuestra piel social”. En el caso analizado, el *team* China cae en la espiral del silencio y avanza, en este

mismo movimiento, el *team* Wanda. Una de mis entrevistadas expresa este punto: “Me di cuenta de que saqué mi peor faceta, me puse del lado Wanda y muy en contra de la China”. Oriana se permite probar el *team* China en privado, en reflexiones más profundas o en charlas con sus amigas por WhatsApp. Valentina, por su parte, experimenta el *team* China a partir del cuestionamiento de una docente en una clase de la facultad: “la profesora me dice 'reclamale a Icardi', es el chabón está casado y la está cuerneando a Wanda”. Estas mujeres, en público, deciden callar determinadas opiniones que van en contra de lo que Lippman llamaría Opinión Pública; ellas consideran el *team* China solo al ser impugnadas por un otro: por una docente, amigas, en sus reflexiones internas o por mí como entrevistadora. El cálculo moral no necesariamente forma parte de la racionalidad que precede a la acción, pero sí está presente en la justificación *ex post* de un determinado comportamiento, cuando éste es impugnado (Noel, 2013). Además, los espacios mencionados son diferentes a las redes sociales, anónimas, y muchas veces consumidas sin expedir comentarios públicos, sin twittear o subir historias a Instagram exponiendo la posición propia.

Al retomar el recorrido histórico de los estudios de medios, observamos que Laudano (2010), analizando los años ‘90, recupera aquellos enfoques que entendían a las revistas femeninas como articuladoras de las transformaciones culturales, porque considera que entender lo que sucede fuera de los medios permite comprender también lo que sucede en ellos. Las revistas intentan consolidar y fijar un sentimiento del yo y del género que de otro modo serían más inestables, porque el “sujeto mujer” está en permanente producción (tal como vimos en el capítulo anterior el contexto de las mujeres de este estudio y la manera en que se vieron transformadas por el feminismo).

En definitiva, como sostiene Laudano (2010), los medios de comunicación intervienen de forma significativa en la construcción social de sentidos respecto del género, a la vez que impulsan debates públicos. Según la autora, los medios de comunicación intervienen en las definiciones de género en contextos específicos y de allí surgen, no sin contradicciones, las diferentes oportunidades, ideales, obligaciones y vulnerabilidades entendidas como normales o deseables para hombres y mujeres, como también las dificultades para correr sus límites en cada coyuntura histórica. Esta perspectiva nos permite comprender cómo las mujeres de este estudio, al consumir chimentos, pueden no acordar con los ideales y supuestos subyacentes a estos escándalos a pesar de consumirlos.

Chimentos: un lugar para pensar

Desde hace 40 años, los programas de chimentos ocupan gran cantidad de tiempo de la grilla de programación televisiva argentina (Justo von Lurzer, Rovetto y Spataro, 2018). Los programas de chimentos son aquellos que tematizan la actualidad del espectáculo a través de diferentes aspectos de la vida personal e íntima de la farándula local e internacional (Justo von Lurzer, Rovetto y Spataro, 2018). Justo von Lurzer (2017) define a la persona famosa como cualquier figura que aparezca en televisión. El éxito de estas personas se sostiene casi de forma exclusiva por su personalidad o carisma ya que la formación o el talento no son indispensables para la fama televisiva. Estas personas pueden tener ascensos (y descensos) vertiginosos en el campo del espectáculo. La vida privada de los famosos provee los contenidos que el medio requiere y así, a su vez, se alimenta su popularidad.

Actualmente, la televisión, junto con las redes sociales y los portales web, conforman un continuo cultural que aborda los avatares del mundo del espectáculo. Además, las redes sociales funcionan también como productoras de información del espectáculo. De hecho, muchas de mis entrevistadas se enteraron del Wandagate por historias de Instagram de Wanda Nara, quien hizo público —y así creó— el conflicto.

Los sujetos dan sentido a los contenidos de programas televisivos de chimentos, formulan teorías sobre los medios y desarrollan crítica cultural y mediática (Justo von Lurzer, 2017). Las audiencias multiplican los mensajes allí difundidos y los usan para su cotidiano de modos que no son automáticos, pero sí potentes. Por este motivo, Spataro (2018) aboga por la propuesta de que el feminismo “aproveche la cultura popular como trinchera para tirar una que otra bomba” y así infiltrarse en las oportunidades que ofrece un programa de chimentos porque allí se cuele información valiosa. Un ejemplo de esto fue la presencia de Señorita Bimbo (comediante y activista feminista) en *Intrusos* en el 2018, en donde nombró al Misoprostol²⁹, palabra que llegó al top de palabras googleadas ese día. Una de mis entrevistadas, Lila, retoma este mismo ejemplo y considera que “quizás hay muchas personas que pueden estar teniendo ciertas preguntas o les están pasando ciertas cosas y que un famoso lo haga lo avala, los impulsa a decirlo o hacerlo”.

Esto se debe a que los chimentos y las figuras del espectáculo funcionan como “casuística encarnada” de debates públicos acerca de género y sexualidades, entre otras cuestiones (Justo von Lurzer, Rovetto y Spataro, 2018). Debido a la condición de famosa, su

²⁹ El Misoprostol es un medicamento que produce contracciones en el útero y se puede utilizar para interrumpir un embarazo.

palabra se transforma en un discurso con relevancia y legitimidad social y así, una experiencia personal de alguna celebridad pone en agenda y en el debate público un problema social o una demanda. De esta manera, se instalan diversos tópicos, se produce y se difunde información que se vuelve socialmente relevante y que genera debates a su alrededor. La celebridad es una formación cultural en la que se condensan transformaciones sociales (Justo von Lurzer, Rovetto y Spataro, 2018). Al hablar y debatir chimentos, las personas discuten y negocian sobre temas polémicos y valores conflictivos.

Desde el punto de vista de las audiencias, éstas realizan una confrontación entre los hechos mediáticos y la experiencia de su entorno cercano (amigos, familiares); luego se pasa a un debate más abstracto, sobre el tema/problema social, y finalmente se vuelve al caso y se despliegan juicios morales y sus hipotéticos criterios de actuación (Justo von Lurzer, Rovetto y Spataro, 2018). Oriana, una de mis entrevistadas, sostiene que comenta los chimentos con sus amigas con el objetivo de tener una “discusión más filosófica” y entonces se pregunta: “¿qué nos pasa que estamos hablando hace una semana de algo que no nos importa? ¿por qué nos llama tanto la atención la problemática?”.

Por otro lado, las mujeres de este estudio resaltan la tensión entre que lo que sucede en los chimentos podría pasar fuera de la televisión, pero remarcan la distancia respecto de su propia vida cotidiana (Alvarado, 2014). Valentina interpreta que los chimentos permiten desidealizar a los famosos al desvelar las miserias humanas y demostrar que los famosos también tienen problemas. Además, permiten vivir vidas ajenas por un rato y, en este sentido, Valentina sostiene que puede ver “todo lo que no quiere ser ni hacer”: “es un estilo de vida que por un lado me da mucha intriga, pero no lo elegiría vivir” (este punto será retomado en el capítulo 3). En este punto, aparecen las concepciones sobre “lo real” en función de lo que pasa o no en la “vida real”. Las entrevistadas con frecuencia traían la imagen del chimento como una novela o historieta; de una ficción “un poco dissociada de la realidad”. Esto conlleva, además, a evaluar la verosimilitud de un hecho mediático movilizándolo los criterios de evaluación de la vida cotidiana de las personas. Fonseca (2004), en esta misma línea, llama a ver en este tipo de relatos proyecciones posibles de una opción entre varias posibles y repertorios de acción. De esta manera, las audiencias revisan, contrastan y/o afirman sus concepciones morales y éticas.

Los significados que dan estas mujeres a los chimentos está en línea con la propuesta de Alvarado (2014), quien encuentra en su investigación la apropiación diferente de estos contenidos por parte de las audiencias. La autora distingue que aquellas mujeres que integran el sistema laboral y aportan ingresos monetarios al hogar reivindican su consumo de

chimentos, frente a las amas de casa, quienes se justifican y distancian de ellos. Alvarado considera que la independencia económica, la capacidad de agencia y la posibilidad de ocupar un rol de jerarquía en los espacios laborales “legítimos” hace que ellas no sientan la necesidad de explicar o justificar sus gustos y consumos. Podríamos suponer que el hecho de estudiar una carrera universitaria genera el mismo efecto en las mujeres que entrevisté. Este punto es ilustrado por Valentina, quien afirma: “estudio Sociología y leo a Weber, pero también me intereso por el Wandagate y están perfectas las dos cosas”. Ella narra que primero escondió su gusto por los chimentos y lo catalogaba como “consumo irónico” y que le costó asumir que le gustan e interesan. Sin embargo, considera que “en su generación o burbuja [es decir, contexto, ámbito]” hay menos vergüenza en decir que se consume chimentos respecto a personas “más grandes”. De estas formas, las mujeres de esta investigación, al igual que las mujeres estudiadas por Fasano (2014) afirman: “nosotras somos las chismosas”. Así, ellas autoadscriben de forma nativa al colectivo que es objeto de la investigación y, en este mismo movimiento, desafían la connotación pública negativa del estigma, para invertir su valor social.

“¿Te enteraste lo de Wanda y la China?”: la sociabilidad de los chimentos

Las mujeres de este estudio conocen, retienen y distribuyen los chismes que primeramente circulan por los medios masivos de comunicación (Alvarado y Silba, 2014). Los chimentos se comentan, en especial con otras mujeres. En este apartado ahondaremos en el papel de los chimentos en conversaciones de variado tipo, como disparador de debates o como alivianador de situaciones. El chimento puede servir como excusa para iniciar una conversación, como ejemplo, como meme³⁰ y como posibilitador de desconexión de “la realidad”, es decir, del tedio o del cansancio cotidiano, al ser algo “poco o nada relevante” y “discontinuo”. Con ello, las mujeres de este estudio se refieren a la distancia que perciben entre los contenidos de los chimentos y su propia vida cotidiana, a la vez que a la forma de consumo: intermitente, cuando les “aparece” en las redes sociales, que se ponen al tanto de las novedades y luego pueden “olvidarlas”.

Todas las entrevistadas destacan el rol de los chimentos en la conversación: los chimentos se comparten, se hablan y, a veces, se debaten. Ellas suelen comentar los

³⁰ Los memes son un recurso expresivo que contienen imágenes, videos y/o textos, que por lo general tiene fines humorísticos, y tienen difusión masiva a través de redes sociales.

chimentos con amigas, compañeres de trabajo, familiares, etcétera. En el caso analizado, muchas de estas charlas fueron iniciadas por la pregunta “¿te enteraste lo de Wanda y la China?” o “¿viste lo de Wanda?”, “¿de qué lado estás?”. La gran mayoría de sus interlocutores estaban al tanto de la situación y cuando no, Sara se preguntaba: “¿Cómo puede ser que no sepas lo que acaba de pasar?”.

Bernier (2009) destaca que el chisme, en su habitual contexto de compañía, intimidad y relajación, puede ser desplegado de manera interactiva. Esto quiere decir que, cuando el chismoso está seguro de que tiene una buena historia que captará la atención de los interlocutores, puede mantener a la audiencia adivinando, por ejemplo, identidad del objetivo del chisme, articulando técnicas para generar y mantener el suspenso y la tensión, mientras describe (generalmente) de manera despectiva al objetivo del chisme. Varias de las entrevistadas relatan con disfrute esta dinámica colaborativa que se puede transpolar a los chimentos. De hecho, Oriana relata que, en general, ella es quien lleva ese tipo de temas a la conversación con sus amigas, quienes están al tanto, pero no lo suelen compartir. Ella sostuvo que “la gracia y el sentido está en compartirlo” y destaca que le gusta contarle chimentos a una amiga de ella que desconoce por completo el mundo del espectáculo y entonces disfruta de ver su reacción de sorpresa y desconcierto al “contarles todo el cuentito”, es decir, al enterarse del chimento sin contar con información previa. Vanesa adora hablar de chimentos con su jefa porque “tiene la información completa”, y a su vez con otras colegas que no sepan tanto del tema, para responder sus preguntas y reírse. Por otro lado, Valentina tiene 450 seguidores en Twitter, red social en donde es muy activa, y dice que cuando salió a la luz el Wandagate fue consultada por sus seguidores, quienes esperaban ver qué comentaba ella al respecto.

Sara y Candela comentan chimentos por teléfono con su madre y abuela respectivamente; varias lo hacen por WhatsApp con sus amigas y hermanas; aquellas que trabajan en oficinas, lo conversan en el horario del almuerzo o antes de comenzar reuniones, con sus compañeres y hasta con jefes y jefas. Esta conversación está ligada a las rutinas laborales de estas mujeres: Oriana habla por WhatsApp con sus amigas a las 17 ó 18 hs. “cuando ya no querés trabajar más”, Lila describe estas charlas como “chusmerío divertido de la tarde”. Para que Oriana se entusiasme e interese por este tipo de intercambio tiene que ser un momento “en el que no tenga ganas de pensar”, además de que “tenés que estar con tiempo, no tener otra cosa mejor para hacer”. Nadia encuentra en el trabajo un terreno propicio para el chimento porque la farándula, al ser “gente alejada”, no puede traer conflictos laborales. En palabras de Lila, este tipo de conversaciones son “banales”, con

personas con las que “no se va a poner a hablar de cosas muy profundas”. Además, Nadia sostiene que al compartir chimentos se genera una suerte de “alianza” o confianza con las personas, “queda habilitado otra cosa, más cómplice”, más cercano, y lo contrapone a “hablar de libros”. Este sentimiento de participación en secretos genera lazos de reciprocidad, propicia reuniones y, así, actúa como “disparador de vida social” (Fasano, 2006) y sucede en los intersticios de las rutinas diarias, en pequeños (o no tanto) momentos de distensión.

Todas las entrevistadas tienen al menos una (cuando no varias) amigas que “son como ellas”, es decir, que saben las novedades del mundo del espectáculo y la farándula y con quienes tienen conversaciones “como si fueran panelistas³¹”, es decir, de forma apasionada, “como si no tuviéramos nada que hacer”. Este punto se relaciona con el rol que las entrevistadas otorgan a los chimentos: el de la desconexión.

Estas mujeres tienen ocupaciones que describen como agotadoras y a veces frenéticas. Por eso, llegar a sus casas luego de trabajar o de cursar en la universidad es el momento predilecto para los chimentos porque les permite “pensar en otra cosa”, “poner la mente en blanco”, “apagarse” o “escaparse”. Una de mis entrevistadas, Vanesa, acababa de terminar la campaña electoral en la que estaba trabajando, en la parte de redes, que requería que ella no solo tuviera su trabajo de oficina, sino también estar disponible en su celular en todo momento (de hecho, antes de comenzar nuestra entrevista me advirtió: “trabajo con el celu yo, así que cualquier cosa yo solamente miro las notificaciones por si alguien me escribió del trabajo”). Ella llegó a decir que “si trabajara, ponele en la oficina normal de 10 a 18 hs., capaz llego a mi casa y me pongo una peli o algo más profundo, pero hoy me pasa que me cuesta meterme en la historia”. Entonces, lo que busca son “boludeces que pueda saltar”, destacando además que con los chimentos “en un minuto ya sabés todo, no tengo que mirar dos horas de película para ver cómo termina”. Por su parte, Oriana describe esta posibilidad de los chimentos de “entrar y salir” diciendo que son como un “cuentito” y que encima luego “tenés algo de qué hablar”. Otro rasgo que destaca Oriana es la fugacidad y, al terminar nuestra entrevista, dice: “me di cuenta [de] que, aunque soy una *deep chimentos*, no los retengo en la memoria, para cuando me preguntás ejemplos de casos concretos”. Entonces, según ellas, los chimentos son “historias cortitas que puedo sacar cuando quiero, incluso saltar un tema”. En esos momentos de olvido, en que se “salen de su vida”, del “ritmo acelerado del cotidiano” buscan “ver famosos haciendo el ridículo”. Además, las mujeres que

³¹ Los programas de chimentos argentinos suelen estar conformados por un conductore que oficia de moderador/a y un conjunto de personas que conforman un panel (panelistas), que opinan y dan información sobre la actualidad del mundo del espectáculo (Heram, 2021).

entrevisté luego del triunfo electoral de Milei manifestaron preocupación por el contexto y entonces, en palabras de Candela: “cuando todo es una mierda a nivel personal o a nivel país, te enterás de un chimento y te divertís un rato con una boludez”. En resumen, la desconexión que posibilitan los chimentos se debe a la rapidez con que se consumen, “sin pensar” o sin prestarles atención, de manera fugaz y luego permiten la sociabilidad elaborada más arriba.

Aunque el consumo de los chimentos es veloz, estos también perduran al circulan en forma de meme o de chiste. Además, las entrevistadas constantemente ejemplifican situaciones y anécdotas y con otros chimentos o secuencias ocurridas a famosos. Besnier (2009) retrata que, entre los *Nukulaelae*, los chistes tematizan eventos reales que involucran a personas conocidas por todos; estas historias son reiteradas periódicamente y, de esta manera, conforman un canon. Valiéndonos de ello, podríamos comprender a la “icardiada”³² (rescatada constantemente en las entrevistas) como un ejemplo de lo aquí descrito. Lola describe a este tipo de conceptos como una “metáfora o modismo popular que surge a partir de situaciones de famosos”. Natalia asegura que estos conceptos son chistes “no tan personales”, que permiten aplicar un caso de un famoso a la “vida real”. De esta forma, los chimentos, que son consumidos “velozmente”, perduran en la historia y continúan circulando y esto se da porque los temas de agenda repercuten en el repertorio o *frames* culturales de la sociedad (McCombs, 2006).

Las mujeres de este estudio también eligen la desconexión que posibilitan y encuentran en los chimentos en situaciones que Oriana describe como “después de pensar en cosas profundas, por ejemplo, cuando salgo de la psicóloga” o “momentos post estrés o post... algo que te moviliza”. Así es como una de ellas comenta que, cuando se separó de su novio, “lo único que podía ver era a Rial porque lo otro me hacía llorar” dado que le permitía “ver a otra persona que está sufriendo por amor y concentrarme en el otro, me dejaba no pensar en mí”. Por su parte, Oriana dice que los chimentos no le plantean “ningún problema”: “el chimento no me plantea un conflicto en lo absoluto... Todo lo contrario, el conflicto lo tiene otro, eso es un alivio”.

Este es un punto en el que se diferencian las entrevistadas: mientras que algunas eligen no cuestionar el contenido de los chimentos y simplemente les representa una vía de ocio y distracción, otras toman a los chimentos como puntapié para debatir temáticas más amplias; otras adoptan ambas actitudes, dependiendo del contexto.

³² La “icardiada” refiere a tener un vínculo sexual con le esposo o novie de une amiga. Este concepto surgió cuando Mauro Icardi comenzó a vincularse con Wanda Nara mientras ella estaba casada con Maximiliano López, entonces amigo y compañero de equipo de Icardi.

En cuanto al primer grupo, Oriana es una de ellas y dice encontrar en los chimentos un escape a “estar todo el tiempo hablando de cosas serias”. Sara, por su parte, aclara que “no quiere bajada de línea”: lo que le gusta a ella es hablar del caso, sin hacer grandes reflexiones sobre temas generales, “no hablar de temas realmente importantes en profundidad”. Ejemplifica este punto a través del cambio de conducción de *Intrusos*, programa que históricamente fue conducido por Jorge Rial, con una impronta despiadada y que, actualmente, es conducido por Florencia de la V³³: “yo no miro *Intrusos* para reflexionar, por eso la dejé de ver”. Cuando consulté a las mujeres que adoptan esta posición si alguna vez habían tenido algún debate respecto del *Wandagate*, ellas aclararon que sí, pero que “se debate por el debate mismo”, y esto porque “no se lo cuestionan, no lo llevan a un lugar profundo”, “lo veo en la tele y me olvidé cuando apago de lo que estaban hablando, no me lo llevo”.

Valentina y Oriana van más allá y critican a amigas de ellas que “se ponen a complejizar”, es decir, que debaten y no se toman en chiste los chimentos, caracterizándolas a partir de sus profesiones: “muy de ciencias sociales” (las amigas de Oriana están recibidas de las carreras de Letras y Antropología, las de Valentina, de Sociología). Sin embargo, son las mismas entrevistadas quienes introducen los chimentos para hablar con esas amigas. Oriana agrega que sus amigas se ponen del “lado del feminismo, critican a los medios que apuntan siempre a una mujer... no opinan tanto de si lo cagó³⁴ o no lo cagó”. A pesar de esta actitud que le disgusta, Oriana sostiene que encuentra placer en “consumir mucha basura, en el sentido de mucha pavada y de traer temas sin importancia” a esas conversaciones.

Lila es una de las que responde a la segunda actitud hacia los chimentos y los utiliza como “un disparador”, para analizar o “hablar más profundo” de lo que está sucediendo. En el *Wandagate*, varios de los debates relatados por mis entrevistadas comenzaban con la pregunta “¿para vos quién tiene razón?”. Vanesa habla con sus amigas y, primero, cuentan el chimento para luego pasar a debatir qué piensan ellas, por qué consideran que la persona involucrada hizo lo que hizo, a favor o en contra de quién o qué están: así, utilizan una situación ajena para pensar qué harían ellas en ese escenario. Sin embargo, Vanesa fue la única entrevistada que manifestó que relaciona lo que le pasa a alguene famose con lo que le podría pasar a ella y a sus amigas (este punto será retomado en el siguiente capítulo). Candela, por su parte, entiende que los chimentos tratan de “cosas ocultas y que abren otras

³³ Florencia de la V es una vedette, actriz, comediente y conductora trans argentina. Desde el 2022 conduce el programa *Intrusos* en el espectáculo.

³⁴ “Cagar” refiere ser infiel a la pareja, a incumplir el arreglo amoroso acordado.

puertas; nuevos temas de conversación y trae un montón de cosas a pensar lo construido y lo hegemónico, por ejemplo”. En esta línea, Damasceno da Silva Santana (2022), remarca la posibilidad de actualización de saberes y moralidades en los chismes porque transmiten directrices para la vida y, de esa manera, pueden poner en evidencia “insatisfacciones colectivas”.

Sea cual sea la posición de las entrevistadas, muchas reflexionan sobre qué comentar y qué no, qué información hacer pública y cuál guardar en la intimidad, encontrando distintos criterios para los cuidados que consideran pertinentes. Por ejemplo, Sara pone claro ese límite: ella “es de un pueblo”, y cuando la madre le quiere contar lo que hizo alguien de allí, ella le responde “dejalo en paz”. Lola dice que “le divierte mucho el chisme”, pero que busca “cuidarlo”: en el caso de información propia “a veces lo quiero contar yo, como una cosa mía, personal, privada, y hasta donde yo quiero”. Agrega “a veces el chisme pasa como de poco valor... y otra cosa es algo mío, que yo te estoy contando, tiene más seriedad”. Valentina, por su parte, ama “opinar y hablar mal de la gente”, pero “no podría hablar mal de un amigo mío”. Según el criterio de las mujeres de este estudio, los chismes, que tematizan la vida de las personas de a pie, contienen información más sensible.

En este punto ahondo en las diferencias que las mujeres de este estudio encuentran entre los chismes y los chimentos. Los chismes son protagonizados por “personas de a pie”, tales como amigos, conocidos de ellas o de sus amigos; en definitiva, de alguien que podrían conocer en su vida cotidiana y que, si se da a conocer esa información, se vulnera la intimidad de la persona. Respecto al sujeto del que se habla, Candela indica que se “chusmea de alguien ajeno, no de lo propio” y que le “encanta chusmear, odio que chusmeen de mí, malísimo” y que, a la hora de ella contar sus cosas, existen “ámbitos seguros para contar tus cosas y así evitar el chisme”. El chisme implica la práctica comunicativa del decir, pero también de silenciar, según criterios nativos de “decibilidad”, en donde las personas buscan un espacio donde se garantice la posibilidad de hacer afirmaciones que no pueden discutirse de manera directa (Sirimarco, 2017).

Por el contrario, los chimentos son protagonizados por famosos, son algo más “lejano” que los chismes y son de público conocimiento. Valentina encuentra una similitud entre ambos y es que “esparcen información privada y que probablemente ni siquiera me llegó a mí por primera fuente”. Sirimarco (2017) describe algunos elementos del chisme que considero aplicables también a los chimentos: ambos son relatos sobre el comportamiento ajeno y sobre una persona ausente. Son comentarios generalmente malintencionados y la información no necesariamente está corroborada. Tanto los chismes como los chimentos son

observaciones que informan sobre reputaciones y, sobre todo, comunican una denuncia moral.

Algunas de las entrevistadas manifestaron predilección por los chismes, aunque la gran mayoría lo hizo por los chimentos. Mientras tanto, todas las mujeres de este estudio declararon tener mayores recaudos a la hora de comentar y difundir chismes: los chimentos, al ser más “lejanos” habilitan para ellas el poder tener menor cuidado en su discusión y difusión. La más radical en este punto fue Sara, quien dice que “si es de alguien que yo quiero y conozco y a esa persona le puede generar un daño, no me importa, no me va a gustar el chisme. Por su parte, a Nadia le “divierten” más los chismes de personas conocidas porque no empatiza con “el quilombo de gente famosa y tan millonaria”. Oriana coincide en este punto y dice que se puede identificar más con los chismes porque son “historias más a la par de uno”, algo que le podría suceder a ella. Sin embargo, destaca que, en los chismes, “no se sabe en profundidad el tema porque no es público, entonces automáticamente te llenás de preguntas, tratás de buscarle un por qué”. Esto se diferencia de los chimentos, en donde ella “no busco un por qué, veo lo que me traen; lo juzgo y ya, no necesito entender el trasfondo o el contexto”. Sea sobre personas conocidas, desconocidas o famosas, lo importante para ellas es “opinar por opinar” sobre la vida privada de alguien, “sin base, sin fuente y que no impacte en la vida de la gente”, “es hablar de algo que hizo alguien y opinar como si fueras parte, cuando no lo sos”.

A pesar de los puntos en donde las mujeres de este estudio encuentran contradicciones en su gusto por los chimentos, deciden consumirlos aún sin estar de acuerdo en algunos aspectos e ideas. Sin juzgarse a sí mismas por consumirlos, en las entrevistas pude notar negociaciones que hacen a través de una jerarquización moral y estética de determinados consumos por sobre otros. Tomemos el ejemplo de dos personalidades que informan chimentos mediante redes sociales y televisión: Juariu y Yanina Latorre.

Por un lado, la mitad de mis entrevistadas nombraron espontáneamente a Yanina Latorre, que representa para ellas “lo que odian, pero consumen”. Yanina Latorre es una periodista y panelista de espectáculos argentina de 55 años de edad; trabaja en “Los Ángeles de la Mañana” (LAM), en donde muchas veces cuenta primicias que obtiene gracias a sus contactos con famosos variades. De hecho, muchas de las mujeres de este estudio se enteraron del Wandagate por ella o “prendían” LAM porque querían ver qué decía Yanina sobre el escándalo y si aportaba nueva información. Lola considera que Yanina “es el ser más desagradable del mundo, odia a las mujeres” y entonces se cuestiona por qué personas como ella serían un ejemplo “para nutrirnos de información”. En esta misma línea, Oriana se

sorprende al revisar que “le creíamos a Yanina porque en un principio los involucrados no salieron a hablar tan rápido; era la única que hablaba y lo que decía resultaba verdad”. Sara fue la única de mis entrevistadas que se mostró más a gusto con Yanina y destaca de forma positiva que a ella “no le importa nada, te dice lo que tiene que decir”. Además, continúa diciendo que Yanina “tiene muy buenas fuentes, tiene muy buena información; el Wandagate lo hizo ella porque a la única que le contestaba los mensajes Wanda era a ella porque son amigas y la invitó a todos los casamientos”. Yanina rompe el secreto y revela intimidad de los famosos, cosa que la mayoría de las entrevistadas condena, pero, justamente por este hecho, consigue información inédita y, al no tener escrúpulos, muchas veces encuentra lo que los famosos no quieren que se encuentre o cuente.

Candela espera “pensar siempre en contra de lo que dice ella”. Al respecto, Vanesa dice que a Yanina “la odia, le cae muy mal” y que “le parece una persona muy mala, que desea el mal a la gente”. Considera que la panelista:

“No cuidó a nadie, quería que se entere todo el mundo y no le importó la familia, los hijos, nadie. Hasta dio otros detalles que no debería haber dado, como que había olor a marihuana en la habitación del hotel y que eso a Icardi le dio asco; todas esas son cosas que no hacen falta para el chimento. Bueno, a los que lo consumimos sí, pero siento que se lo re podría haber guardado. A mi parecer Yanina le caga un poco la vida a los famosos porque está todo el tiempo persiguiéndolos y contando sus secretos. A mí no me gusta LAM, no me gusta el programa, pero me divierte y me cago de risa cuando lo veo”.

Este es el punto en que tanto Lola como Candela deciden consumir a Juariu (de hecho, se enteraron del Wandagate por sus historias de Instagram). Victoria Braier, más conocida como Juariu, es una periodista y panelista argentina de 38 años, que se hizo famosa en Instagram por descubrir chimentos única y exclusivamente mirando lo que los famosos publican en sus redes sociales. Ambas valoran positivamente el hecho de que “no es que cuenta intimidades secretas, cuenta cosas públicas que aparecen en lo que ellos mismos publican en redes sociales”. Lola dice que los famosos ya saben lo que hace Juariu y por eso se cuidan en lo que publican en Instagram y en lo que exponen. Cuando ella lo contraponen al accionar de Yanina, considera que le “parece feo -hasta como mensaje para la sociedad- que podemos opinar de todo y yo creo que no; eso está bueno cuidarlo”. De aquí, entonces, parece haber dos modelos de información: uno que expone a los famosos (Yanina) y otro más cuidadoso de la intimidad de los famosos (Juariu). Mientras que Juariu es chintera, Yanina es chismosa. Podríamos decir, entonces, que quien revela lo ya revelado por los protagonistas (Juariu) resulta para las entrevistadas menos condenable que quien rompe el secreto (Yanina).

Conclusiones

En el primer apartado del capítulo, “Accediendo a los chimentos: la televisión por redes sociales”, pudimos ver las modalidades de consumo de chimentos de las mujeres de este estudio, en donde los repertorios mediáticos se basan en el acceso incidental a la información mediante las redes sociales (generalmente en Twitter e Instagram) y también en el consumo “a demanda” (en su mayoría a través de YouTube), en un contexto caracterizado por la hiperconectividad. Además, muchas de las entrevistadas sostienen que, a pesar de estar más alejadas de la televisión que en el pasado, debido al Wandagate volvieron a consumir televisión. Las entrevistadas refirieron que el Wandagate se convirtió en un “tema de conversación obligado”, inevitable, por lo que indago en la conformación de la agenda y sostengo que los medios no nos imponen qué pensar, pero sí sobre qué pensar. Es decir, los medios de comunicación instalan los temas de agenda y participan de la formación de opinión pública. En el caso analizado, en la sociedad se formaron dos *teams* antagónicos, pero las mujeres de este estudio cruzan las fronteras y, según la situación, experimentan uno u otro. Además de impulsar determinados debates públicos, los medios intervienen en la construcción social de sentidos respecto del género.

Por otra parte, en la sección “Chimentos: un lugar para pensar” ahondo en la manera en que las celebridades condensan transformaciones sociales: a través de la “casuística encarnada”, los chimentos producen y difunden información valiosa y las audiencias multiplican esos mensajes en su vida cotidiana, a la vez que elaboran juicios morales y criterios de actuación a partir del contraste de su “vida real” con el accionar de la persona famosa.

Finalmente, en “¿Te enteraste lo de Wanda y la China?: la sociabilidad de los chimentos” profundizo sobre el hecho de que las mujeres de este estudio conocen, retienen y distribuyen chimentos entre su círculo de sociabilidad. Los chimentos se comentan, en especial con otras mujeres; son una excusa para hablar con amigas, hermanas, abuelas, etc.; son un meme o chiste. Además, los chimentos les permiten desconectarse del tedio o del cansancio cotidiano porque pueden ser consumidos de manera rápida y fugaz, “sin pensar”. Al respecto, elaboro el amplio abanico que las entrevistadas despliegan respecto a cuestionar o no el contenido de los chimentos. Para responder la pregunta planteada al comienzo del capítulo: ¿el chimento es un consumo impensado?, la respuesta sería: depende; depende de quien lo consuma, de con quién se hable y de qué trate la polémica. Por otro lado, despliego las diferencias que elaboran las mujeres de este estudio entre los chismes y los chimentos y

que justificarían el menor recaudo al hablar de los segundos. Los chismes abordan información privada de las personas de a pie, que tienen mayor poder para elegir qué contar y hasta dónde, despertando en estas mujeres mayor identificación con los sucesos y, por ello, dicen buscar comprender el por qué de estos. Mientras tanto, los chimentos contienen información que es pública y que las entrevistadas consideran “lejana” porque le suceden a famosos y, por esto mismo, los hechos que retratan son distintos a los de la vida cotidiana de las personas de a pie. Sin embargo, la mayoría de las mujeres de este estudio denostan a Yanina Latorre y, de esta manera, se posicionan en contra de “romper el secreto”, de contar información que les protagonistas guardaban para su intimidad.

Abordaremos en el capítulo siguiente las peculiaridades del Wandagate, para luego elaborar algunos elementos generales de los chimentos que hacen que a las mujeres de este estudio les gusten o no. Por último, ahondaremos en estas diferencias y similitudes entre los chismes y los chimentos.

Capítulo 3: Feministas hasta *la China*

Introducción

El presente capítulo trata el Wandagate como caso particular de infidelidad a partir de la voz de las entrevistadas. Para ello, me concentro en cómo narran los hechos, en qué elementos hacen énfasis, cuál es el rol de les involucrados y de los medios, en quiénes y por qué reparten la culpabilidad y responsabilidad de lo ocurrido. También, cuáles son las peculiaridades de este caso que influyen en el juzgamiento que hacen las mujeres de este estudio y cómo se relaciona con lo que ellas piensan de las infidelidades en general. El capítulo se estructura en cinco secciones. El primer apartado repone los hechos constitutivos del Wandagate tal como fueron narrados por las mujeres de este estudio; el segundo, recorre el papel que las entrevistadas otorgan a cada una de les involucrados en la infidelidad: Wanda (la engañada), la China (la zorra) e Icardi (el infiel). El tercer, cuarto y quinto apartado elaboran algunas abstracciones a partir de elementos esbozados por las entrevistadas, respecto a lo que les gusta o no de los chimentos; los límites, negociaciones y justificaciones que encuentran para poder consumirlos y, finalmente, trato las diferencias y continuidades que encuentran las entrevistadas entre los cuidados y divertimentos de los chismes protagonizados por personas de a pie y los chimentos de famosos. Este capítulo busca comprender qué es lo que las mujeres de este estudio encuentran en los chimentos en general y en el Wandagate en particular, esbozando una suerte de gramática de los chimentos que permita entender los juicios morales que ellas elaboran respecto a las infidelidades amorosas.

Uno: los hechos

Este apartado está inspirado en la manera en que Fasano (2006) reconstruye los hechos de un chisme. Un chisme o chimento puede ser contado por mucha gente, “de formas sutilmente diferentes, enfatizando cada quien un modo propio de interpretar lo experimentado en carne propia” sobre “lo acontecido” (2006:131). En el caso de los chimentos, como el aquí analizado, los hechos no son “experimentados en carne propia”, pero aun así despiertan sentimientos, enojos o risas en las personas que interpretan esos hechos. Al intentar reconstruir lo sucedido en el Wandagate, se me aparecieron preguntas similares a las que se hace Fasano: “¿según quién? ¿Quién establece la versión correcta? ¿Se trataba acaso de la versión ‘promedio’?” (2006:132). Decidí seguir la respuesta que encontró la autora y recuperar parte del punto de vista de cada una de las personas que emitían juicio, teniendo en

cuenta que éste adquiere características del temperamento de le enunciadore. El *racconto* de los hechos siempre dejaba entrever críticas, que posibilitan, por contraste, ensalzar (y dilucidar) lo propio. Además, tal como concluye Fasano, los actores utilizan los chismes para interpretar su realidad social y también como vehículo para elaborar tensiones irresolubles. El caso aquí analizado, al igual que el “quilombo” de Fasano, se trata de un chimento que podría haber sido olvidado en pocos días, “como cualquier cotidiano espectáculo”, pero que, en cambio, continúa en boca de las entrevistadas, aún como meme o referencia.

Para solicitarles a las entrevistadas que narraran el Wandagate les pregunté: “si tuvieras que contar la historia de Wanda, Icardi y la China Suárez a alguien de otro país, de otro mundo, ¿cómo se lo explicarías?”. Cada una de ellas hizo énfasis en distintos aspectos durante la reconstrucción de los hechos; énfasis que se relaciona con el temperamento de la enunciativa y con su historia biográfica y amorosa. Por ejemplo, como comenté en la introducción, Natalia prefirió respuestas algo más abstractas antes que hablar de su vida concreta. Su descripción del Wandagate no fue la excepción: “fue la exposición de una infidelidad entre tres personajes famosos, en donde una pareja muy mediática se vio involucrada con una tercera persona muy mediática también, y esto generó un escándalo público”. Otro caso es el de Sara, que fue la entrevistada que opinaba más en línea con los programas de chimentos (y de forma más apasionada y encarnizada) y que describió el escándalo de la siguiente manera:

“Empezaría por contarle lo de Pampita y la China: hay una mina muy famosa en Argentina, Wanda Nara, que maneja muy bien las polémicas, que le encontró chats al marido con otra, esa otra zorra se le hacía la amiga. Además, esa zorra ya tenía antecedentes de que se había comido al marido de otra famosa y lo negó a muerte y lo juró por la hija. Wanda lo publicó en su Instagram y nos enteramos que aparentemente se juntaron, la China quería coger y el marido no. Pero ahora volvieron y están juntos, pero están para el orto”.

Por otro lado, Lila hace un repaso de todos los actores del conflicto:

“Fue una historia de chimentos que fue muy polémica. Como todos eran famosos, todos conocíamos el detrás de escena de cada uno de los personajes. Todo el mundo tomó una postura dependiendo de lo que pensaba de cada personaje que estaba involucrado en esa historia. Pero básicamente era una pareja que uno fue infiel y a raíz de eso se tiraban indirectas entre ellos por Instagram”.

Valentina, la entrevistada que se declaró fanática de los chimentos argentinos de los ‘90 y que los estudia desde la perspectiva sociológica, comienza el relato desde el lente de Wanda:

“Habría que empezar por Wanda Nara y el concepto de botinera... es una persona que se hizo famosa por cogerse futbolistas, está casada con un futbolista de renombre flojo, no tan conocido (silencio) ... es que habría que explicar el tema de Maxi, Wanda e Icardi, o sea, son una pareja que tiene un historial

porque empezó por engaños amorosos. Se pelean porque Icardi la engaña a Wanda con otra famosa que es la China Suárez, que ya también tiene un historial de haber conseguido su pareja anterior por un, otro engaño. ¡Ay! Implican muchas historias complejas... me gustaba eso, que la trama era complejísima, o sea, tenés que saber de la manta de Nepal³⁵ y por otro lado la icardiada”.

Fernanda comienza su relato desde el matrimonio de Wanda e Icardi y luego posiciona a la China como una tercera que se entromete:

“Hay una pareja de famosos, un futbolista y una actriz, vedette, modelo... no sé qué rótulo ponerle a Wanda... mediática, que estaban casados, con hijos, una familia y que hubo una tercera en la situación, que en este caso es la China Suárez, actriz conocida en Argentina, que sí tenía lamentablemente un prontuario de interferir en matrimonios... Si le gusta buscar gente casada, no lo sé, no la conozco. Se mensajó con Mauro, él accedió y se vieron en un hotel. La cagó a Wanda y eso se hace mediático, obviamente. Wanda cuando se enteró se quiso separar, o al menos eso dijo, y ahora siguen juntos y se van a volver a casar”.

En este punto podemos observar que, a pesar de que habían transcurrido años desde que salió a la luz el Wandagate, el chimento continuó desarrollándose (de hecho, podemos ver el transcurso de ese desenlace a través de la “actualidad” que describen las entrevistadas).

Además, Fernanda aconseja a la China: “habiendo tantos hombres, ¿por qué buscás a uno que ya sabés que está casado? Pero vuelvo a lo mismo, ella es soltera, le puede mandar mensajes a quien quiera y depende de cómo conteste el otro”. Si ella estuviera en ese lugar, dice: “siendo la China la más hermosa del planeta y sabiendo que puede estar con quien quiera, buscaría a alguien que esté libre para mí, no me gustaría ser la tercera de una relación”. Fernanda fue la única que luego contrastó los hechos con su vida real: “ahora estoy de novia, pero jamás se me hubiera ocurrido mandarle un mensaje a alguien que está de novio, no va con mis códigos”. Ella considera que la elección de la China es errada:

“Ella es libre de hacer lo que quiera, no tiene que dar explicaciones ni rendirle cuentas a nadie. Ella puede hacer su vida porque no estaba con nadie, pero habiendo tantos hombres ¿por qué elegiste a este? Igual el que cayó es Mauro, que entiendo que no tenía una relación abierta, entonces el que la está cagando es él”.

Vanesa, por su parte, comienza el relato desde la perspectiva de la China y recorre en su relato el pasado, el presente y todos los actores que intervinieron en el escándalo:

³⁵ La manta de Nepal es una sinécdoque que refiere al chimento de la China Suárez cuando comenzó a vincularse con Benjamín Vicuña, que estaba casado con Pampita. Para negar las acusaciones de infidelidad, la China Suárez declaró en Intrusos: "Yo estaba trabajando en la Costanera, en un exterior, en un motorhome que lo usamos todos. Estaba la productora y estaba Benjamín. Yo estaba recostada con una manta amarilla que me traje de Nepal y me había terminado de comer una palta. Y entró una persona completamente fuera de sí" (en referencia a la irrupción de Pampita).

“Empezaría por la China, que es la persona que más conozco, que la veo desde que soy pendeja en todas las telenovelas de Cris Morena³⁶, que me encantan. Está esta piba que dicen que es la más linda de Argentina, que es joven, pero que tiene tres hijos; tiene una familia, pero a la vez no está casada con nadie. Entonces como que es una madre soltera, pero los padres están presentes... Bueno, raro. Tuvo un problema antes con Pampita, que es otra mujer muy hermosa de Argentina, estaba ahí el tema de las dos más lindas de Argentina peleándose por un varón. Supuestamente la China se cogió al marido de Pampita de ese momento, Vicuña. Entonces la China tenía como la mirada de la sociedad de que es rara y no está bueno lo que hace. Después surge esta noticia, que Yanina Latorre en LAM cuenta que la China Suárez, se cogió al marido de Wanda, que es una botinera, esposa de Icardi, un futbolista muy famoso de Europa. Están en secreto él y la China, supuestamente se venían mandando mensajes por Instagram. Un día concretan para verse en un hotel de no sé qué país, los dos viajan desde distintos países para encontrarse, raro. Intentan coger y, según lo que escuché, el futbolista no pudo y puso excusas, como que el ambiente estaba sucio y que le dolía la cabeza. Para mí se cagoneó. Después se muestran los chats de ellos dos, se empieza a hablar de la responsabilidad o no de la China. Wanda toma una posición, para mí, de mierda, que es contar todo con lujo de detalle. Se separa del chabón, después vuelven, se separa, vuelven... y todo lo cuentan, como que hacen todo un drama. Wanda sigue estando con este chabón y la China estuvo con cinco pendejos seguidos, traperos, que la banco, pero me sigue pareciendo raro, yo no lo haría. Siendo la mujer más linda del país, tanto levante, todo el mundo te conoce, sos buena trabajando, todo... yo no sé qué haría. Tenés a todo el mundo para elegir, es raro que se agarre justo a los pendejos, podría estar con quien ella quiera, es raro, pero no lo juzgo. Simplemente digo que es raro y que yo no lo haría”.

Por un lado, destaco el hecho de que Vanesa realiza el mismo procedimiento que hace con sus amigas y que describo en el capítulo 2: para comentar chimentos y chismes, primero exponen los hechos, luego opinan sobre lo acontecido y qué harían ellas en caso de estar en esa misma situación (punto que retomaré más adelante). Valentina fue la única de mis entrevistadas en también ser crítica respecto a que la China estuviera en pareja con personas menores a ella luego de ocurrido el Wandagate. Llama la atención que Valentina es la menos monógama de las entrevistadas, tal como describí en el capítulo 1; sale con varias personas en simultáneo, sin establecer un contrato de exclusividad con ninguno.

Como podemos ver, las entrevistadas relatan el Wandagate de forma diversa y la interpretación muchas veces tiene que ver con la historia de vida de cada una de ellas. El detonante del escándalo también es ubicado en distintos lugares. Algunas entienden que el momento clave es cuando se da a conocer al público esta infidelidad: ya sea por las audiencias que se entrometen y opinan o por el hecho de que Wanda publicó la intimidad de su marido y de una tercera, la China. Otras encuentran el punto conflictivo en los “antecedentes” o “prontuarios”, principalmente de la China, pero también de Wanda con Icardi, retomando el chimento que dio inicio al matrimonio. Cuando las entrevistadas brindaron respuestas más extensas sobre los hechos, el relato por momentos admite mayor

³⁶ Cris Morena, nombre artístico de María Cristina de Giacomini, es una actriz, compositora, productora y empresaria argentina. Es la creadora y productora de múltiples telenovelas juveniles muy reconocidas, que tuvieron su apogeo en la misma época en que las entrevistadas cursaban la primaria y secundaria.

culpabilidad hacia la China, para luego justificarla o “perdonarla” y más tarde declarar que ellas no harían lo que la famosa hizo. A continuación, elaboraré la culpabilidad o no de cada una de las involucradas según la lectura de las entrevistadas.

Dos: ¿culpable o no?

En este apartado ahondaremos en el rol, los hechos y la culpabilidad de cada una de las involucradas en este escándalo, haciendo hincapié en la victimización tanto de la China como de Wanda. Además, recorro cuáles fueron los puntos rescatados positiva y negativamente del accionar de cada una de ellas en el escándalo. Como se verá, las mujeres de este estudio entienden que todas las involucradas tienen una cuota “de culpa y responsabilidad”: la China es culpable porque sabía que Icardi estaba en pareja, Icardi porque es la persona que tiene el contrato amoroso con Wanda y Wanda por exponer la noticia y, así, la intimidad de las personas.

La infidelidad estuvo y está regida por una doble moral sexual (Ferrario, 2020): la condena para la infidelidad femenina y la actitud benevolente en el caso masculino. Desde los ‘60, se desacraliza la noción del matrimonio indisoluble y gana terreno la “monogamia sucesiva”, es decir separarse para volver a formar sucesivamente nuevas parejas “exclusivas”. Sin embargo, cuando se produce una infidelidad, las miradas y culpas suelen dirigirse a tres personas. Por un lado, a la persona que cometió dicha infidelidad; por el otro, a la persona que fue engañada y a la tercera persona en discordia (por lo general, una mujer), que se “mete” en un vínculo de pareja y de familia “sano” y “tradicional” (Ferrario, 2020). Este es el esquema con el que se planteó y leyó el Wandagate tanto desde los medios, como desde los protagonistas y también desde las audiencias. A pesar de que las mujeres de este estudio tienen ideas del amor y de la lealtad un poco más fluidas (como vimos en el capítulo 1), para las que la noción de infidelidad tal vez resulta inadecuada (Cosse, 2017), esta es una “revolución discreta” (Cosse, 2010). Entonces, resulta necesario distinguir entre el amor romántico (construcción cultural de Occidente de los dos últimos siglos), y la experiencia individual y colectiva concreta del amor, que es mucho más amplia y compleja (Esteban, 2007). En palabras de Candela: “una a veces vuelve al amor de Disney con el que fue criada” y, como veremos, los chimentos resultan uno de los lugares donde ello ocurre. Con esto se refiere al amor romántico, entendido como la idea de que una pareja debe estar fundada solamente en la atracción mutua y libre de dos personas que son, la una para la otra, las más importantes del mundo (Tenenbaum, 2019).

Wanda, la engañada

Durante las entrevistas, pude notar que las mujeres de este estudio juzgaban a la China con parámetros similares a lo que ellas mismas harían en sus vidas, mientras que con Wanda eran más permisivas, no tanto por posicionarla como víctima, sino por ser mediática. Fernanda destaca que en un primer momento pensó “pobre mina, la re cagaron”, pero que “después le sacó provecho, porque Wanda es muy pilla e inteligente, no hace nada de casualidad”. Oriana, en esta misma línea, considera que

“Wanda es una mente brillante que está tejiendo hilos por todos lados, maneja la prensa como quiere y maneja su propia publicidad. Buscaba tener buen rato de primera plana y estar de vuelta en boca de todos y seguir alimentando acá su fama, ella estando en otro país; tener a todo el país hablando de una persona que ni siquiera está acá.”

Wanda es concebida como una “empresaria de sí misma”: una mujer que construye su propia imagen como una marca a ser consumida en la industria del entretenimiento y las redes sociales (Huespe, 2021). Por este motivo, Oriana dice que no puede “ubicar a Wanda en el lugar de víctima” de esta situación, que entiende que es lo que Wanda quería. Tal es la centralidad de Wanda en este escándalo que el Wandagate lleva su nombre, mientras que aquí ocupa el rol de la engañada.

Según Nadia, “Wanda es alguien demasiado querido, no es una famosa tan hegemónica y me parece que también se le tiene un cariño particular por eso (...) Supongo que con la China también hay un extra de bronca... de la envidia porque es muy linda”. De hecho, piensa que este es el factor por el que “la gente se identificó en contra de los robamaridos” y resume:

“Yo soy team Wanda; me parece mal solo culparla a la China, también es culpa de su marido, pero igual me divertía mucho la reacción, me copa más Wanda que la China, por su personalidad. También me divertía la camaradería con otras botineras, que todas salieron a defenderla, con uñas y dientes”.

Esto se anuda con lo expuesto en los capítulos anteriores: las mujeres de este estudio buscan en los chimentos diversión y distracción y no aprendizaje o lineamientos para aplicar en su vida. Lila, sin embargo, descalifica a Wanda por su historia y ocupación y dice:

“Ella también es un desastre, acordate de cómo salió, de dónde viene... y poner a la China en el lugar de malvada que se mete con la familia y que Wanda es la santa y todo lo que está bien y el estereotipo que hay que sostener y la familia... me cuesta creerle”.

Desde los medios se reproducen y reactualizan los estereotipos “arcaicos” de “buena mujer” o “zorra” asociados al imaginario de “putas o madres” (Huespe, 2021). Nencel (2009) asegura que existe un código de comportamiento adecuado para cada etiqueta que es

“tácitamente reconocida por los individuos”. Stølen (2009) entiende que el acceso sexual es el distintivo central entre estas dos categorías; las mujeres “decentes y respetadas” son aquellas dedicadas a la familia, al amor, al cuidado y a la dulzura y no deben ser “buscadas” sexualmente. Según Nencel, estas etiquetas se establecen a partir de las intenciones sexuales de los hombres y construyen significados de feminidad, aunque estos valores no son fijos porque los deseos pueden cambiar en el tiempo. En el Wandagate, tanto la China como Wanda son madres; y también son “putas”, dado que ambas han sido “zorras” en el pasado; es decir, tienen en su “prontuario” chimentos en donde ellas protagonizaron infidelidades al “meterse” con hombres casados. Fonseca (2004) considera que tanto la “santa” como la “mujer promiscua” son figuras idealizadas que sirven para estigmatizar a los desviantes reforzando la norma vigente. El relato de la transgresión de los límites, sostiene la autora, permite calmar ansiedades psicológicas porque funcionan como válvula de escape.

La estrategia de Wanda fue instalar la imagen de “la pobre Wanda Nara”, “la esposa traicionada” que reclama justicia, mientras limpiaba su previa imagen en los medios masivos de comunicación: Wanda quería representar el rol de la víctima de la maldad de otra mujer. Huespe (2021) considera que en el debate de la buena o mala víctima hay una construcción de cómo las mujeres debemos ser para merecer derechos o cuidados y llama a tener cautela con estos hechos porque también subjetivan a las personas, en un discurso que se va incorporando y condiciona lo que podemos o no hacer en la vida de cada mujer no famosa. Por su parte, las mujeres de este estudio consideran malas víctimas tanto a la China como a Wanda y veremos cómo se distancian de los accionares de ambas.

El Wandagate, recordemos, salió a la luz por una historia de Instagram de Wanda. Varias de las entrevistadas criticaron esa exposición de la intimidad de terceros, porque consideran que Wanda tenía conocimiento de que el escándalo “sería una bomba”. Vanesa es una de ellas y critica particularmente que haya capturas de pantalla de los chats de Icardi con la China en los programas de chimentos. Natalia, por su parte, dice que “la exposición de las redes” fue seguida por la “victimización de ambas cuando se dieron cuenta de que terminaron afectadas” y le parece hipócrita porque “desde el mismo ámbito desde el que salió la información no fueron cuidadosos”. Por este motivo, descartan el rol de víctima que quiso asumir Wanda porque, en palabras de Lola:

“Lo que quería era que hablen de ella, porque podría guardárselo puertas para adentro y tal vez alguien se va a enterar, pero puede ser un poco más cuidado. Acá fue casi que ‘China Suárez sos una forra’. Si no querés que hablen de vos, no contás nada; ‘no puede ser que hablen de mí’, bueno, me pusiste por todos lados que te separaste, ¿cómo no van a hablar de vos?”.

Mientras recupera cómo salió a la luz esta noticia, repiensa: “me parece que estuvo bien la China, haciendo memoria, como que fue más relajada, tipo ‘no tengo ningún compromiso’, no hizo mucho, me parece que está bien”.

Como conclusión, las mujeres de este estudio son más permisivas hacia el accionar de Wanda por ser una mediática, que además es querida por las audiencias porque les brinda diversión y porque, al contrario de la China, su belleza no es tan hegemónica. Las entrevistadas nunca colocaron a Wanda en el rol de víctima por varios motivos: por un lado, su “prontuario” no le permite ser “santa”; además, consideran errada la manera en que expuso la intimidad tanto de su marido como de la China; por último, entienden que Wanda es una “empresaria de sí misma” (Huespe, 2021) y que de alguna manera “armó”, o al menos supo sacar provecho de este escándalo sabiendo las consecuencias.

La China, la zorra

Todas las entrevistadas conocen a la China Suárez desde su infancia porque la veían en las telenovelas de las que participó, y la mayoría nombró con gusto y cierta nostalgia dicho consumo. Además, todas coincidieron en que el accionar de la China fue errado: algunas criticaron el hecho de que esté con Icardi a pesar de estar casado, otras consideran que se victimizó de forma desatinada, otras que no debería haber salido a dar explicaciones.

La irrupción de la China en el matrimonio de Wanda y Mauro es vista como una patología debido, en parte, a las reiteraciones por parte de la China de romper parejas casadas. El “prontuario” de la China es una narrativa que suele aparecer en los programas de chimentos y que varias de las entrevistadas retomaron. Sara lo resume así: “lo de Wanda me interesó porque, te juro por Dios, dije ‘esta hija de puta no puede haber hecho lo mismo de nuevo’”. Entonces, varias se preguntan si la China disfruta de estar en situaciones conflictivas, dado que protagonizó múltiples chimentos en donde se repite el patrón: ella está con un hombre famoso casado con otra famosa, es decir, teniendo conocimiento del estado civil y del contrato, dado que son personas conocidas. Nadia dice que la China “ya venía de una seguidilla de situaciones de siempre buscar el marido de otra, hay antecedentes”, frente a lo que Valentina (retomando la confianza en la terapia descrita en el capítulo 1), le recomienda tratar esas reiteraciones: “tengo el recuerdo de decir que la China, ya tiene que ir al psicólogo para tratar estos temas de siempre meterse con casados”. Algunas de las entrevistadas justifican el accionar de la China; esta justificación es *ex post* (Noel, 2013), al ser consultadas por mí. Entonces, Valentina dice: “de repente lo hablo ahora y me doy cuenta

de que también Icardi tiene un historial y que también habría que reclamar a Icardi. Pero esa era mi opinión ferviente: mandar a la China al psicólogo”. Oriana piensa que cualquier mujer podría ocupar el lugar de la China, pero que a Wanda “le venía perfecto que sea ella, que justo tiene un prontuario que hace que creas la noticia inmediatamente. A la gente le indigna la China por ese historial como de descarada, de ‘¿quién te pensás que sos para hacer eso?’”.

Pitt-Rivers (1989), a raíz de su trabajo en Grazalema, sostiene que la conducta es evaluada según el sexo. La “vergüenza” es muy admirada en las mujeres, es una cualidad moral persistente, aunque puede perderse y no es recuperable; su presencia o ausencia es detectada a partir de la evaluación ética de la conducta por parte de otras personas, quienes se encargan de no dejar sin comentario aquellas conductas de vecinos de las que se sentirían culpables, añadiendo qué harían si estuvieran en esa situación. La “vergüenza” se refiere al respeto a la estructura moral de la comunidad, a las reglas de la interacción social en que tiene lugar, a la sensibilidad hacia la opinión o reputación de los otros sobre uno. El “sentir moral del pueblo” aplica una poderosa sanción a la infidelidad, porque el matrimonio es parte fundamental del orden social. Por ello, quien tiene vergüenza acepta las sanciones de la opinión pública, mientras que el “sinvergüenza” no acepta o abusa de tales reglas y lo hace de modo llamativo, enfrentándose al mundo. Bajo una supuesta base natural, las mujeres resultan las encargadas de conservar la pureza sexual. Por ello, las mujeres promiscuas son “sinvergüenzas” y se encuentran fuera de los límites morales, por lo que se las trata con desprecio. La “vergüenza” es contextual, cultural, histórica, generacional, etc. En el caso analizado, debido al “prontuario” de la China, según mis entrevistadas, la sociedad tiene un “encono” particular con ella. Natalia señala que “hay cierta saña con la China, se la ha usado y se ha repasado mucho sobre sus historiales amorosos y sobre su vida sexual o amorosa a lo largo de sus distintas relaciones”. La asociación reiterada de la China con infidelidades la estigmatiza, por estar desviada y no acatar las normas de la sociedad; de esta manera, sus acciones la caracterizan. Esta serialidad de la China la define más que el pasado de Wanda.

Por otra parte, varias de las entrevistadas consideran errado el accionar posterior a la explosión del escándalo: algunas piensan que debería haber asumido los hechos, otras que debería haber hablado antes. La China decidió guardar silencio por largo tiempo, para luego publicar varias historias en su Instagram sentenciando que la criticaban y repudiaban desde supuestos machistas. Fernanda dice que esas historias eran “para defender su imagen, pero ella para mí no tenía que rendir cuentas a nadie”. Continúa analizando: “ellos son públicos... pero en una infidelidad, ¿por qué tiene que salir la tercera en discordia a aclarar algo? Ella no le falló a nadie”. Nadia piensa que la China “reaccionó mal. Me parece que el pueblo

argentino la hubiera querido más si ella decía ‘sí, me gustan los maridos ajenos, ¿cuál hay?’. Me hubiera cagado de risa y creo que gran parte se hubieran vuelto *team* China por asumir lo que le pasa”. Y luego la acusa de mala lectura desde el feminismo de esa situación (punto abordado en el primer capítulo):

“Me jode la pose de victimización, incluso desde el feminismo, como que me pareció berreta cómo se defendió. Lo podría haber llevado por el lado de: ‘sí, yo me mandé una cagada, pero Icardi también y solo me están atacando a mí. y lo llevó más por el lado de ‘soy una mujer, los insultos que recibí en estos días’ y no se hizo cargo de algo que hizo. Me molesta esa postura victimizadora en general y más si usas el feminismo como excusa de lo que hiciste”.

De todas formas, ante una equivocación como la de la China, Lola retoma el mismo criterio que aplicó para una posible relación abierta (capítulo 1) y dice: “no sé si hay un bueno o un malo, sí que hay maneras de manejarse *chotas* y maneras de manejarse *no chotas*”,

En adición, otra parte del accionar errado está en “dónde se metió”; Sara lo resume diciendo: “qué hija de puta la China, ¿cómo pudo hacer eso?, él es un forro y Wanda se la va a llevar puesta”. Nadia aclara que esto no justifica “la violencia, que no dudo que ha recibido mensajes espantosos, inmerecidos, de gente que ni la conoce” pero luego remata diciendo que “tampoco se fue a meter en un lugar muy tranquilo. Era obvio que iba a pasar eso, sobre todo, o sea, las botineras son peor que el sindicato de camioneros, no es que te metiste con una famosa X”. Con esta expresión, Nadia hace referencia a que las “botineras”, es decir las esposas de futbolistas, guardan gran fraternidad entre ellas y se respaldan mutuamente. Luego piensa que tal vez la China respondió ante “esta cosa más popular de cómo queda la mujer”. Fernanda comenta que “dicen que Icardi le dijo a la China que estaba separado... Bueno, vos también sos una boluda que no ve Instagram. No están separados, una también tiene que saber en dónde está”. Sintetizando, a la China no le preocupó “el sentir moral del pueblo” (Pitt-Rivers, 1989): no tuvo los cuidados necesarios previos a su accionar.

Skeggs (2019) propone el concepto de “respetabilidad” para referirse a un discurso normativo y un modo de evaluar prácticas sexuales y de establecer, legitimar y mantener distinciones entre grupos. La “respetabilidad” es propiedad de *otres* y una preocupación constante de quienes no la tienen; es un estándar al que aspirar porque no ser respetable significa tener poco valor social. La China no es respetable y, entonces, distanciarse y criticar las actitudes y acciones de ella podría ser leído como un mecanismo que las mujeres de este estudio tienen a la mano para que ellas sí puedan serlo.

Algunas de las entrevistadas declararon menor gusto o coincidencia con la China Suárez como persona, pero destacaron que les gusta su forma de ser madre. Por ejemplo, Nadia dice:

“No me copa la China Suárez, tipo sus publicaciones, nada, pero cuando sube cosas con los nenes me encanta, como ‘ay qué lindos hijos’; son lindos nenes, muy divertidos. Yo no la sigo porque no me interesa lo que publica de su cara, pero de vez en cuando entro a su perfil porque me copan como sus hijos, como el trato con los chicos, como que no es la sobreexposición de otros famosos con sus hijos”.

Oriana, por su parte, reprueba el hecho de que a la China la criticaron desde los medios durante el Wandagate por ser madre, como si eso implicara que ella adopte un comportamiento determinado. Vanesa, por su parte, repudia las “repeticiones en sus relaciones que no están buenas” que estableció la China, pero destaca su rol como madre (podríamos decir, la parte “que merece respeto” de la China, según lo expuesto más arriba): “a la vez tiene hijos y es una excelente madre. Entrás en esas contradicciones porque ella no descuida su trabajo, no descuida a su familia”. Reponer la manera en que la China es madre o su trabajo (la China tiene una ocupación y una carrera distinta a la de Wanda), que es el factor por el que es reconocida, hace que podamos ir en contra de la tendencia del chimento a reducir a las personas al hecho por el que en ese momento están en boca de todo el mundo.

Que la China estuviera con Icardi es algo que todas mis entrevistadas consideran errado. Vanesa dice que “está mal estar con un chabón casado” de forma general y que además es incorrecto que “se hacía la misteriosa, subía historias con indirectas” en vez de decir “‘no, no quiero hablar del tema’. Eso me pareció una boludez. ‘si ya te lo cogiste, te mandaste una cagada, cortala ahí’; la mina la siguió”. Lo que debería haber hecho la China, según Vanesa, es “no salir a hablar, que finja demencia³⁷, que siga laburando y que no pasó nada, aunque entiendo que le preguntaban todo el tiempo y la estaban matando y no es tan grave”. Oriana repasa sus pensamientos pasados y sus reformulaciones actuales y dice: “decía ‘la China siempre está metiéndose en quilombo, ¿qué le pasa?’”. Y después lo pensás más racionalmente y ¿qué me importa? Además se la llevó a situaciones súper incómodas... humillantes... como perseguirla cuando salió del telo con Rusherking³⁸, es perverso”. Natalia le dice a la China “hacé lo que quieras” y considera que las críticas que recibió tienen que ver con “la figura y el rol femenino, que están en debate en la sociedad”. Al respecto, Kunin y Faccio (2021) sostienen que el chisme difunde temas de preocupación pública. Además,

³⁷ “Fingir demencia” significa anular algo que pasa en la realidad, por ejemplo, ante problemas que nos sobrepasan; “hacer como si nada”, y seguir, sin detenerse o preocuparse por resolver asuntos difíciles.

³⁸ Rusherking es un cantante y rapero argentino de 24 años. Estuvo de novio con la China Suárez durante un año. Comenzaron a salir luego del Wandagate y un día un móvil de LAM los esperó fuera del hotel en el que habían pasado la noche.

Sirimarco (2017) dice que los chismes se alimentan de conductas en discusión por lo que son un espacio de ejercicio para la censura moral. Según Fonseca (2004) esto sucede porque los relatos tematizan la transgresión de la norma y permiten transmitir un mensaje moral porque estigmatiza a los desviantes, reforzando así la norma vigente. Los hechos llevados a cabo por la China resonaron en la sociedad al poder utilizar el caso como ejemplo (como “casuística encarnada”) de la infidelidad, concepto puesto en tela de juicio desde el feminismo, tal como vimos en el capítulo 1.

En conclusión, algunas de las entrevistadas declararon menor gusto o coincidencia con la China Suárez como persona, pero destacaron que les gusta su forma de ser madre; además, descartan el hecho de que por ser madre debería tener un comportamiento determinado (tal como indicaban desde la televisión). Nunca avalan el hostigamiento y la violencia que recibió por parte de la sociedad, pero destacan que ella tiene un prontuario de infidelidades que hace que “la gente” tenga una saña particular para con ella. Otra parte de su culpabilidad está en que se haya metido con Wanda, con todo lo que ella significa, además del hecho de que estuvo con un casado que es famoso. El accionar de la China de guardar silencio y luego publicar historias es considerado errado por el mal uso del feminismo descrito en el capítulo 1, porque ella no debía “rendir cuentas” a nadie y porque se la acusa de falta de humor, de reírse de sí misma. Mientras que la China resulta una “sinvergüenza” por lo expuesto hasta aquí, distanciarse de su accionar puede resultar un mecanismo para quienes enuncian este juzgamiento para alcanzar la “respetabilidad”.

Icardi, el infiel

Durante las entrevistas, Icardi fue nombrado al pasar, casi sin describirlo, como si no influyera su persona en el asunto. Sin embargo, en varias ocasiones se da por descontado que él tiene la mayor cuota de culpa en el Wandagate dado que él era quien estaba casado y debía fidelidad al acuerdo. Lola se replantea el hecho de que la discusión giraba en torno a “yo estoy a favor de Wanda o de la China” y se pregunta: “¿por qué a favor de una si es que se las mandó fue el chabón? El chabón estaba en pareja con alguien y estuvo con la otra. Ellas no eran amigas” y luego encuentra grises en esa afirmación: “era un poco amiga de la hermana (se refiere a Zaira Nara³⁹), pero bueno, siempre se encuentra un ‘pero’ para que la China tenga responsabilidad; si lo mirás con hilo fino, puede ser, pero el chabón tenía un compromiso con una persona y no lo cumplió”. Valentina dice que en el momento en que

³⁹ Zaira Nara es una modelo y conductora argentina de 36 años, hermana de Wanda Nara.

salió el escándalo pensaba “no le voy a reclamar a Icardi, porque es un chabón y de los chabones no espero nada”. Fernanda decía que mientras que la China quedó tildada como “rompe matrimonio, rompe hogares, que se busca casados”, lo que ella opina es que

“La mina está soltera y puede estar con el que a ella le plazca. A mi entender el límite es del otro: Icardi debería decir ‘que bien que te gusté, pero yo estoy en una relación, no estoy en estos términos’, pero caerle a la mujer siempre es mucho más fácil. Acá el que rompió los códigos fue Mauro, él accedió a todo eso”.

Natalia ve críticamente a la rivalidad entre estas dos mujeres porque considera que “la gente se ve identificada o representada, o por el fanatismo se pone una bandera y la defiende a muerte y como que se terminan incorporando mucho a un problema totalmente ajeno, de un famoso que ni idea, pero que la gente lo vive realmente como propio”.

De todas formas, tal como mencioné previamente, era un punto retomado por las mujeres de este estudio el incumplimiento del contrato por parte de Icardi, aunque muchas veces no se lo nombraba a él. Vanesa dice que otra hubiera sido la historia

“Si vos acordás que podés estar con varias personas a la vez, por mí está bien. Acá fue todo en las sombras, para mí está mal. Yo no quería que la China parezca la mala de la película y la trola y que todo el mundo hable de lo que había hecho ella, sino que el chabón también había estado mal... y Wanda también porque hizo un escándalo y que se ocupó de contar todos los detalles, eso para mí estuvo de más, se podría haber resuelto entre ellos y fin. Igual tampoco me gustó para nada la posición de víctima en la que se la puso la China Suárez; me parece mal lo que hizo, pero no para quemarla y matarla”.

Lila también recupera que no defendió a ninguna de las involucradas en su totalidad, pero que estaba en contra de la postura que tomó la televisión y algunas de sus compañeras de trabajo “más grandes” que “le echaban la culpa solo a la mujer desde una postura más moralista de sostener la familia y ver qué rol cumplía la China en meterse en una familia ya formada”, frente a lo que ella opina que “son tres personas, esto pasa todo el tiempo, no es que asesinó a alguien”. Natalia considera que se ataca primero a las mujeres por el “machismo”, que hace que “la pica entre mujeres venda tanto”, pero que en esa situación Icardi era “el responsable de la pareja”.

En conclusión, Icardi es el principal responsable de la infidelidad y eso todas las entrevistadas lo dan por descontado: él es quien tenía un contrato, un acuerdo y un compromiso que incumplió. Sin embargo, en el Wandagate las protagonistas son las mujeres y el foco está en ellas, en lo que hicieron o no (tanto la esposa de Mauro como la tercera en discordia); incluso Icardi pocas veces es mencionado con nombre y apellido.

Tres: lo jugoso/picante

El presente apartado tematiza los componentes que contienen los chimentos que les gustan a las mujeres de este estudio. Un requisito de los chimentos es que estén bien narrados (Sibilia, 2008), elemento que retoman las entrevistadas al nombrar la necesidad de que haya “algo jugoso o picante”, es decir, controversial, en el escándalo; un elemento del que, en palabras de Valentina, “haya que opinar, como si fuera una guerra y tenés que elegir un *team* y otro *team* al que te oponés, poder ponerte de un lado”. Además, piensa que el Wadagate “implicaba otras historias paralelas de las que tenías que estar enterado y esa trama lo hacía más jugoso”. Considera que esta trama “es sencilla, pero a la vez, cuando me pediste que te lo explique dije ‘¿Por dónde empiezo? ¿Por la manta de Nepal y la palta?’”.

Al respecto, Fonseca (2004) sostiene que en estos relatos las personas se designan por nombre propio y no se explica el trasfondo porque se suponen conocidos para los oyentes y, quien no tenga acceso a él, será considerado como sin derecho ni interés en escuchar la historia. Oriana dice que necesita “conocer a los involucrados desde antes para poder involucrarte en la situación y hasta tratar de elucubrar alguna suerte de por qué lo hicieron”. En el Wandagate, cada persona involucrada “suma” al chimento: en palabras de Fernanda, “Wanda es muy mediática y ella en la Argentina vende, que sea la China que de nuevo se mete en una relación también... y bueno, Icardi también, de vuelta”. Estos elementos hicieron que el chimento “no pase de largo”, al igual que otros componentes que aquí recupero. Lila dice que: “ya te sabías básicamente la historia de cada uno porque son figuras ya polémicas en sí en toda su carrera” o en palabras de Candela: “es gente que nos dio buena data chismosa, siempre”. Fernanda piensa que el hecho de que “sea una mujer ‘la que se mete’, suma puntos, en el sentido de que se consuma”.

A Nadia le gusta que los involucrados sean

“Gente más grande porque necesito que sus problemas sean un poco como más ajenos, menos pendejos... o que sean pendejos, pero en la adultez, que lo vuelve más divertido, tipo lo de Wanda y la China, gente comportándose como chicos de secundario, como que me parece divertido porque es medio grotesco”.

Existen mecanismos para construir y remarcar las distancias que caracterizan a los chimentos y que se diferencien de los chismes; por un lado, está el hecho de que lo protagonizan famosos, y por el otro, la diferencia generacional. Estos mecanismos otorgan la tranquilidad de que los chimentos están alejados de ellas, lo que les permite elaborar juicios y criterios de evaluación que difieren de los que aplican en sus cotidianos.

Lo grotesco y el morbo es algo que apareció en reiteradas entrevistas y que las mujeres de este estudio lo relacionan con la exposición de los famosos: retomando a Nadia, dice que “es una locura que se expongan en los medios con cosas que quedarían en la intimidad para otra persona, me parece gracioso que no tenga ningún velo para con el universo”. Sara dice que en los chimentos busca “lo berreta y bizarro, que dé vergüenza ajena”.

Además, Lila considera que el Wandagate salió a la luz en un momento en el que la farándula estaba muy “calmada, no había algo tan novedoso”. Valentina va más allá y sentencia que “la televisión argentina desde el 2015 está dejando de funcionar”, añadiendo que este chimento “por primera vez sucedió por redes sociales y no por tele”. Nadia piensa que el hecho de que los involucrados subían historias a su Instagram, siendo “en la misma red social que tiene un famoso y lo ves publicar historias, igual que publicás vos, acorta las distancias y la gente se toma más atribuciones de escribirte y ponerte ‘forra hija de puta roba maridos’”. Además, considera que esta “horizontalidad” genera más “morbo”. Por su parte, Lila analiza el hecho de que estas historias eran “progresivas, lo sostenían en el tiempo”, lo que hizo que “todo el mundo esté pendiente si iban a subir una historia” porque “era una historia que estaban contando, como ver un capítulo de una serie”. Lila concluye considerando que un chimento debe generarle intriga y ser gracioso para que le interese. Sara dice que esto aportó a un hecho que a ella le gusta de los chimentos: que haya “información confirmada”. Además, le parece que en los chimentos “garpan los temas de engaño, traición y victimización”, elementos que entiende están presentes en el Wandagate. Continúa diciendo que este escándalo “era cadena nacional, hasta los noticieros hablaban de lo que había pasado; y Wanda en ningún momento quiso bajarlo, siempre iba por más”. Además, según Candela, fue clave la asociación de Wanda y sus contactos en LAM, que “se encargaron de agrandar el ya escándalo, tenías información y tenías chats y lo podías probar”.

Candela resume el disfrute por el Wandagate y otros conflictos diciendo que le entretiene que “a gente linda, hegemónica, que tiene plata, que a famosos le pasen cosas normales, a un famoso que parece que tiene todo, hace que se quiera saber más”. Luego va más allá y dice: “lo divertido del chisme es que siempre son cosas malas y el famoso siempre muestra las cosas buenas”. Aquí aparece el gusto por la desgracia ajena, elemento que apareció con frecuencia en las entrevistas. Candela sintetiza: “Icardi y la China estaban calientes, es simple, tampoco hay que sobreanalizar todo” de allí concluye que lo que a ella le gusta de los chimentos son los temas “más superficiales, cotidianos, porque a todos nos cagaron, a todos nos van a cagar... Ahí digo ‘nada es tan grave, tranca’ y también así salís de

de un montón de cosas más pesadas que nos pasan”. Lila piensa que los hechos a los que los chimentos se refieren son aquellos que “no están bajo las normas de lo que se debería hacer, entonces hablan de ellas porque hicieron algo mal, llama la atención porque sale de lo supuestamente correcto”. Entonces, una infidelidad es, a la vez, algo frecuente tanto en famosos como en personas de a pie, pero es algo que llama a ser comentado porque es algo incorrecto.

Valentina, en esta misma línea, dice: “son hechos de la vida cotidiana que salen a la luz y que suceden entre famosos, aunque obviamente conocemos un montón de casos de amigos, familiares que metieron los cuernos. Pero a la gente famosa también le pasan estas cosas, que nos pasa cualquier mortal que nos rompan el corazón en mil pedazos y creo que eso los humaniza”. También piensa que alimenta una “cizaña de querer saber la cosa horrible que le está pasando al otro, eso es horrible, pero es entretenido, o sea, lo voy a admitir”. Lila considera que “todo el tiempo estamos juzgando lo que los otros hacen, tratando de encontrar el error y remarcarlo. En los chimentos se prejuizan las actitudes y acciones de los demás”. Oriana analiza que disfruta de “la impunidad de opinar sobre algo en donde no perdés nada, es gratis opinar en ese sentido y es gratificante. El otro tiene un problema y a mí eso me relaja, como poner el conflicto en otro lado, y desde lo moral, salís beneficiado”. Este punto retoma el divertimento mediante la desconexión que posibilitan los chimentos (expuesto en el capítulo 2); a la vez que el mecanismo de construcción de “respetabilidad” (presentado más arriba) a partir del distanciamiento del chimento como acto inmoral.

En síntesis, las personas involucradas en el Wandagate “suman” a la magnitud que adquirió el chimento: por un lado, Wanda es querida en la Argentina y, por otro lado, tanto la China como Wanda e Icardi como pareja habían protagonizado chimentos previamente en torno a infidelidades (chimentos que “complejizan la trama” del Wandagate, que *a priori* era “simple”). También “aporta” el hecho de que sea una mujer “la que se mete” en un matrimonio, según mis entrevistadas. En definitiva, las mujeres de este estudio, para interesarse en un chimento y poder disfrutarlo en su totalidad, precisan conocer previamente a les involucradas.

Cuando surgió el escándalo, la televisión “estaba muy calmada”, es decir, no había otros chimentos en pantalla en ese momento. Además, el Wandagate llegó a ser “cadena nacional”, en parte por la asociación de Wanda con LAM, que “agrandaron el escándalo”. Stewart y Strathern (2020) sostienen que, para que el chisme continúe vigente durante el tiempo, los asuntos deben permanecer “abiertos”, sin resolución. Por otro lado, la novedad salió a la luz por historias de Instagram y eran progresivas en el tiempo, lo que generaba

intriga en las audiencias. Además, acorta las distancias con la audiencia porque Instagram es la misma red social que utilizan quienes opinan del asunto.

Las mujeres de este estudio identifican su disfrute en que algo “malo”, pero cotidiano (como la infidelidad) le suceda a una famosa, a gente hegemónica que tiene dinero, que siempre muestran “lo bueno”. Estas desgracias ajenas son identificadas como superficiales, no graves y que nos pasaron o nos pueden pasar a cualquiera de nosotros y esto humaniza a su vez a los famosos. Las entrevistadas gustan de lo grotesco, lo gracioso y el morbo que viene aparejado con la exposición. Este punto contrasta con lo expuesto por Illouz (2009), en donde desarrolla la idea de que la “pareja hollywoodense” (pareja entre personas famosas, romances que a veces comienzan en las películas o series) contribuyó a elaborar el modelo paradigmático de las parejas ideales de personas atractivas con vidas gloriosas. Las mujeres de este estudio, como podemos ver, se distancian de esta idea.

Las mujeres de este estudio gustan de aquellas problemáticas “jugosas”, que tienen “algo para opinar”, temas controversiales en donde haya “lados” contrapuestos. Esto se relaciona con que las entrevistadas consideran que “juzgamos todo todo el tiempo”, pero que, en el caso de los chimentos, se puede opinar con impunidad, lo que es gratificante y entienden que les otorga un “beneficio moral”, al distanciarse de aquellos hechos que consideran moralmente errados.

Cuatro: lo peor de nosotros

Tal como describe Bernier (2009), los interlocutores deploran el chisme como actividad inmoral y peligrosa cuando están en público y en entrevistas con el antropólogo; pero la moralidad es contextual, y esta difamación pública del chisme no impide que las mismas personas que lo condenan encuentren placer y pocos escrúpulos para participar en él. A continuación, veremos la manera en que los sujetos mantienen este delicado equilibrio entre inmoralidad y placer, al involucrarse en aquello que la moral dice que no es cosa adecuada (Bernier, 2009).

Fernanda fue la entrevistada que más se distanció de los chimentos, marcando que antes los consumía mucho más (las transformaciones de las modalidades de consumo son tratadas en el capítulo 2), pero que ahora se lo cuestiona: “antes me encantaba consumir ese tipo de cosas, ahora no me parece que esté copado ser... es re utópico, porque un montón de gente sigue consumiendo, pero yo no darle de comer a eso”. Aclara que:

“Sí lo consumo, estoy al día, estoy al tanto, porque consumo redes, pero no sé si me gusta consumirlo. Más que me entero, veo qué pasó, pero no voy a buscar el chimento. No sigo ninguna página de chimentos: lo veo, lo leo, me entero y ya. En sí para mí no debería existir el chimento y nos debería chupar un huevo si Icardi está con la China porque es una cuestión de su vínculo. También puedo entender que el medio vive de eso y forma parte de la fama”.

Continúa diciendo que “a veces me gusta... no sé si me gusta, pero saber el chismecito de qué le dijo, pero creo que tiene un límite”. Fernanda fue muy insistente con que para ella los “temas de salud” no son un chimento. Cuando la entrevisté, era reciente que Lanata⁴⁰ había dicho que Wanda tenía leucemia, como si fuera otra de las primicias de los programas de chimentos. Otros límites que encuentra Fernanda son aquellas novedades que tratan sobre “una enfermedad, una muerte, un embarazo, son cosas delicadas”. En esta misma línea, Lila dice que “si trata de algo muy profundo, algo familiar de alguien, no me copa tanto saberlo”. Para Oriana, “hay un límite moral y entonces opino y consumo, pero hasta acá, o sea no me voy a meter en algo muy doloroso ni humillante”. Entonces, el gusto expuesto más arriba por las desgracias cotidianas y comunes que también le ocurren a los famosos tiene un límite a la hora de su consumo. Tal como sostiene Bernier (2009), la inmoralidad que acarrea participar en el chisme debe estar equilibrada y ser menor a la inmoralidad de los hechos que cuenta: este balance es contingente y cambiante, lo que hace que el chisme sea emocionante y aterrador.

Por su parte, Nadia justifica ese “placer morboso de ver a la farándula haciendo el ridículo” diciendo que eso mismo es lo que les genera “ganancia”. Valentina sentencia que lo que le agrada de los chimentos es “la inteligencia para burlarse del otro y es horrible, sí, es la saña y la inteligencia para estar bardeándose con altura, bah, sin altura, en realidad; es lo peor de nosotros”. Fernanda se justifica diciendo que “el morbo una lo tiene porque es un ser humano”, pero luego se distancia de ello: “ojalá en algún momento se termine el chimento y opinar de la vida ajena porque mientras sigamos consumiendo, sigue existiendo”. Candela también asume y pasea tanto por lo bueno como lo malo que encuentra en los chimentos: “me llama la atención que todos los días hay chimentos en la televisión, está buenísimo, o sea, no, no está buenísimo, pero está buenísimo”. Continúa diciendo que “es información que entretiene... entretenerse con desgracias ajenas superficiales, porque es gente que lo básico lo tiene cubierto”. Luego se cuestiona por qué aplica mayores cuidados en los chismes que protagonizan “los suyos” que en los chimentos de famosos y se responde que: “habiendo tantas cosas chotas y de golpe algo superficial, de gente que tiene para comer, tenés una

⁴⁰ Jorge Lanata es un periodista político y escritor argentino de 64 años, que no suele hablar de chimentos.

familia, viajás, tenés ropa, qué se yo, fijate cómo resolver un problema, curtite”. Especifica que en el caso del Wandagate

“La desgracia ajena, que encima Wanda parece la más capa del mundo, que yo no lo creo ni en pedo. O sea, estoy súper alejada de querer su vida, pero digo como mina empresaria y que de golpe la caga su marido, es tipo ‘bueno, sos humana’”.

De hecho, considera que “es una mirada bastante machista que lo que te haga feliz sea un hombre que te mantenga con mucha plata para comprarte carteras; es un poco vacío también el mensaje que transmite, no sé”. Candela entonces llama a “ser conscientes de que son personas, le pasan cosas, tienen hijos, familia, tíos, primos, abuelos y no da que tus pibitos de 2 años sepan que te garchaste a un jugador de fútbol” y a recordar que “son personas más allá del chisme, pero aguante el chisme”. Continúa diciendo: “la próxima vez que pase voy a decir que ‘no está bueno esto’ y pensar en que hay dos personas involucradas que la están pasando como el ojete”. Siendo constitutivo de los chimentos “reírse a costa del otro”, le parece que son “las contradicciones del ser progre” (en otras palabras, de ser “feministas hasta la *China*”) lo que implicaría que las cosas no sean “tan rápido y charlar todo”. Sin embargo, se permite a sí misma ir en contra de ello porque piensa que “a la vez, ¿qué le importa a la China Suárez que me ría yo?”. Damasceno da Silva Santana (2022) divide en dos grupos a los chismes: el “chisme que anima la mente” (mi traducción) son aquellos que despiertan juego, risa, alegría y que no causan ningún mal a les involucrades; mientras que el “chisme que destruye” (mi traducción) afecta la imagen pública de las personas y apunta hacia sus conductas. En el traspaso de esta teoría a los chimentos, resulta interesante la conjunción de ambos grupos: mientras que los chimentos despiertan risa, son un juego y no afectan a les involucrades porque les famosos jamás se enterarán de ese “chusmerío” de la gente de a pie; de todas formas, éste trata las conductas de esos famosos y, en última instancia, afectan a su imagen pública.

En conclusión, algunas de las entrevistadas (principalmente Natalia, Fernanda y Candela) se cuestionan el consumo de chimentos porque implican la diversión y risa “a costa de le otre”. Se permiten disfrutar de los chimentos, pero ponen un límite, por ejemplo, en temas de salud o muertes y en aquellos temas o tratos demasiado dolorosos o humillantes para con los protagonistas. Además, encuentran un atenuante en que los protagonistas sean famosos porque, por un lado, ese es el “costo” de la fama (ahondaremos en este punto en el próximo apartado) y, por el otro, si ellas consumen/ríen/comentan o no, el chimento seguirá existiendo y circulando. No obstante, llaman a recordar que les involucrades “son personas”, que tal vez “la están pasando mal”. A continuación, ahondaremos en las diferencias y

continuidades entre los chismes y los chimentos, protagonizados por personas de a pie o famosos, respectivamente.

Cinco: diferencias y continuidades entre chismes y chimentos

Un elemento que apareció constantemente en las entrevistas es el hecho de que ser famose habilite a todo el mundo a opinar. Lila, como muchas otras entrevistadas, remarca que la infidelidad es algo común, pero “la diferencia es que hay gente que está expuesta en los medios y otros que no, y según cómo estés parado se habla de vos o no” y atribuye que debido a la “perspectiva un poco más feminista pensamos es algo que sucede y que, por ser personas en constante exposición, se va a hablar, pero no es que es algo... un horror... hay gente que lo vio como una catástrofe, mientras que es algo que pasa”. La diferencia, entonces, está en que le protagonista sea famose, convirtiendo a un caso de entre el montón a una “casuística encarnada”.

Candela establece una clara diferencia entre el chisme y el chimento: “lo del famoso lo puedo contar con liviandad, ni me influye, ni lo conozco”. Además, resalta que el “Wandagate fue público porque las protagonistas lo hicieron público, entonces es difícil que no se hable de eso, además de que Wanda buscaba eso”. De todas formas, piensa que esa exposición es extrema y que es “loco que lo que hagas, todo el mundo lo sepa”, pero que “saben que parte del costo de la fama lo tienen que pagar es no tener intimidad o gran parte de mi intimidad afectada y que la gente opine de mí” porque además le parece que “cuando es un famoso a nivel televisión vale todo mucho más” aunque llama a “dejar garchar tranquilos”. La fama, entonces, resulta un atenuante y un justificativo para tener menor cuidado con la intimidad de los protagonistas de los hechos.

Nadia y Valentina aclaran que no les gustaría ser famosas y exponen, así, las características diferenciales de aquellos que sí lo son. Valentina utiliza el ejemplo del Wandagate para decir que

“No me gustaría que me metan los cuernos, pero los chimentos son cosas que pasan en la vida cotidiana puestas al máximo y en la vida pública, pero eso me demuestra que claramente no es un estilo de vida que quiera para mí; me da mucha intriga, pero no lo elegiría vivir. Me permite ver que cómo vive esta gente con ese estilo de vida tan alejado del mío”.

Nadia, por su parte, considera “agotador que te reconozcan en todos lados y no poder vivir tu vida tranquilo, no poder ir a comer a un restaurante sin que te rompan las pelotas o salir con alguien sin tener que formalizar tu relación porque te persiguen”. Resulta interesante el vínculo que establece Nadia entre ser famose y oficializar relaciones: parecería que les

famosos no pueden tener aventuras o vínculos con menor grado de formalización debido a su exposición y a que se hablará de lo que hagan con su vida amorosa a causa de su reconocimiento público. Sin embargo, Fernanda expone un punto que varias de las entrevistadas dejan entrever, que es que “una pareja es una pareja, sea o no mediática o popular, los códigos de una pareja son los códigos de una pareja”. La diferencia radica en que “al ser famoso quedás más expuesto y la gente habla y opina; los famosos están más observados y juzgados por estar en el medio”. Entonces, la exposición no influiría en el juzgamiento de los hechos, dado que para todas las parejas valdrían las mismas reglas.

Sin embargo, Natalia piensa que

“No todos los contratos de las parejas son expuestos. Y ante una persona famosa, a la primera de cambio ya tenés una foto o un comentario de alguien diciendo ‘¿qué hizo?’ y en realidad no sabemos qué onda su vínculo y demás; hay mucha más mirada puesta sobre los famosos sin conocer quizás el entramado de cada pareja”.

En cambio, respecto a los “desconocidos, opinan la familia, amigos, pero no sale de ahí”. Además, las veces que “han cagado a mis amigas, es un tema más delicado hablar, no se habla tan abiertamente como pasa en un medio de comunicación, que te tiran la información muy livianamente”. En ese tipo de casos, considera que está más presente que “hay una vida detrás de ese chisme”, mientras que “en los chimentos, ¿qué me importa? es la noticia”. La intimidad es información personal que se cuida y que, de ser revelada, puede generar perjuicio (Zelizer, 2005). Sin embargo, parecería que en los chimentos los hechos están por sobre las personas, mientras que en los chismes es al revés y se tiene más en cuenta la singularidad de quien accionó, por ser gente cotidiana, que conocemos personalmente y conocemos su vida, lo que condiciona cómo se habla de los hechos. Candela, además, hace foco en que “con tu círculo cercano sabes a quién contárselo y a quién no”, que podés generar “ambientes seguros” para hacerlo y remata diciendo que el “chimento no deja de ser un mensaje a la sociedad, por eso está bueno cuidar lo que se muestra en la televisión”. De esta manera, las mujeres de este estudio son críticas respecto al menor cuidado al comentar chimentos comparado con los que tienen para con los chismes.

Vanesa, al cerrar la entrevista, dice que lo que más le costó era expresar que:

“¿Cómo te explico que lo de la China estuvo bien y estuvo mal a la vez? Y que si yo lo hago no es tan grave y lo de ella sí porque es famosa. No juzgamos a la China Suarez de la misma manera que juzgamos a mi compañera de trabajo”.

La diferencia que ella encuentra entre esas dos personas es el contexto y la exposición, que hará que todo el mundo se entere: “nosotras no tendríamos tanto quilombo

porque a la gente no le importa lo que nos pasa, es mucho más importante que la China se coja a Icardi”. También puntualiza en el hecho de que la China tiene hijos ya que

“Si lo hace una compañera de trabajo, que no tiene hijos, que tiene mi edad, que lo único que hace es laburar, se mete con un pibe que tiene novia, es un bajón, pero no sos la más mala del mundo... la China tampoco, pero también pasa que ya se mandó muchas cagadas al pedo”.

Contrariamente, Candela y Lola consideran que les famoses tienen mayor libertad para “hacer lo que quieran”. Más aún, aclara Lola, si son hombres.

Oriana piensa que el Wandagate “tocó muchos temas que estaban en boca de todos, además creo que todos estuvimos alguna vez en alguno de los tres lugares, entonces también te toca una fibra, te genera cosas”. Nadia, estudiante de Psicología, profundiza sobre lo que consideran que son factores para que las personas de a pie consuman a les famoses y dice que “es lo que le pasa a uno con lo que se entera del otro, si vos hablás del tema es que te pasó algo con eso, algún punto te importa”. También piensa que

“Te identificás o si algo te molesta o algo te pasa con eso, sino ¿por qué te daría tanta bronca alguien que no conocés? Me parece raro que haya tanto odio si no conocés a la persona; si le dedicás tiempo, te importa en algún punto o ves algo que por ahí odian de ellas mismas, pero ¿por qué gastás tanta energía en bardear a esa persona que no te hizo nada?”

En conclusión, el hecho de que un chimento esté protagonizado por famoses, habilita a que el público opine de los hechos, ese es el “costo” que pagan por su fama. La infidelidad es algo común o habitual, pero que es comentada porque están involucradas famoses y, justamente por eso, se hace con liviandad, porque esos hechos no influyen ni afectan en la vida de quienes opinan ni de quienes son objeto de esas opiniones. Al ser la infidelidad un tema común, a la vez que álgido, el chimento toca una fibra en la audiencia y hace que les importe y opinen apasionadamente: resulta así un tema del que hablar sin problema, además de que es irrelevante. La infidelidad no se habla livianamente con las personas cercanas, mientras que forma parte del consumo de las miserias ajenas para los chimentos. En el Wandagate, además, les mismos protagonistas hicieron público el escándalo, lo cual es un atenuante.

La fama implica un estilo de vida que a mis entrevistadas no les gustaría para sí mismas, pero que les genera intriga y que conocen mediante los chimentos. El reconocimiento hace que les famoss tengan menor libertad en sus vínculos y que se vean obligados a formalizar relaciones. Los contratos y acuerdos amorosos de les famoses a veces no son públicos, aunque “una pareja es una pareja”, por lo que la gente hablará y opinará de acuerdo a esos “códigos”. Debido al contexto y a la exposición, no se juzga de la misma

manera a una famosa que a una persona de a pie. En los chimentos, pareciera que los hechos reducen a las personas, mientras que en los chismes se tiene más en cuenta a la persona en su contexto y con su historia de vida.

Conclusiones

Las maneras diversas en que las entrevistadas narraron los hechos del Wandagate se relacionan en parte al temperamento y personalidad de quien expone el caso y, además, por dónde ponen el foco, la responsabilidad o culpabilidad: algunas, en el momento en que se da a conocer al público esta infidelidad, ya sea por las audiencias que se entrometen y opinan o por el hecho de que Wanda publicó la intimidad de su marido y de una tercera, la China. Otras encuentran el punto conflictivo en los “antecedentes” o “prontuarios” principalmente de la China, pero también de Wanda con Icardi, retomando el chimento que dio inicio al matrimonio. Por este motivo, en el segundo apartado recorrimos las culpas y responsabilidades que las mujeres de este estudio otorgan a cada uno de los actores: Wanda, la engañada; la China, la zorra; Icardi, el infiel. De allí concluimos en que las entrevistadas no ubican a las “mujeres enfrentadas” en la dicotomía planteada principalmente por la televisión y por Wanda de “santa o madre”: ambas son madres y ninguna es santa, han sido las “zorras” en sucesivos chimentos; por este motivo, las mujeres de este estudio escapan a la victimización que tanto Wanda como la China se esforzaron por plantear. Por otra parte, aunque se le otorga la mayor cuota de responsabilidad a Icardi, las mujeres tuvieron mayor protagonismo en la polémica.

Por otro lado, el “morbo” es al mismo tiempo lo que les gusta y no les gusta de los chimentos: reírse de la “desgracia ajena”, cotidiana (porque consideran que la infidelidad es algo frecuente) es “lo peor de nosotros”, ante lo que se ponen límites en el consumo tales como las temáticas de salud o justificar que, mediante los chimentos, los famosos generan dinero. Estos límites forman parte del mantenimiento del equilibrio entre la inmoralidad de chimentar y de los hechos que trata el chimento, y la moral propia de quienes lo comentan. El chimento les resulta “liviano” que pueden comentar de forma “impune” y que les otorga un “beneficio moral” por ser protagonizado por famosos porque que se hable de ellos es el costo de la fama. Como vimos, los chimentos permiten a estas mujeres “volver al amor romántico” en el que fueron criadas; pero, para no ver afectada la moral propia, construyen mecanismos para distanciarse de esos mismos juzgamientos: el que sean protagonizados por famosos resulta central porque ellos reciben una recompensa económica y reconocimiento público por

estos escándalos, a la vez que ellos exponen la polémica y así avalan la intromisión en su intimidad. Al mismo tiempo, a las mujeres de este estudio les resultan lejanas estas problemáticas justamente por ser famosos o por la diferencia generacional. De todas maneras, vemos así la forma en que perviven en las mujeres de este estudio algunos de los valores tradicionales en torno a la monogamia y a las infidelidades.

Conclusiones: Ni putas ni santas o tan putas como santas

Recapitulación

Esta tesina cuenta con una introducción, tres capítulos y las presentes conclusiones.

En la introducción detallo el proyecto de investigación, el marco teórico, estado del arte y metodología que la vertebran, además de presentar a cada una de las entrevistadas, la manera en que llegué a ellas y cómo se dio nuestro encuentro. Entonces, a partir de los hechos y las lecturas que realizan del Wandagate, me propongo comprender la actualización de valores tradicionales en torno a la monogamia y a las infidelidades amorosas en mujeres de 20 a 30 años de clase media universitaria de CABA, que adhieren a valores feministas en su cotidiano amoroso. Pude encontrar durante la investigación que, a pesar de que estas mujeres adhieren a valores feministas y los aplican a su cotidiano y a sus arreglos de pareja amorosos, juzgan y analizan los chimentos con una vara moral diferente. Esta tesina analiza esta supuesta discordancia a partir de comprender las transformaciones que el feminismo tuvo en las nociones del amor, la infidelidad, los celos que tienen las mujeres de este estudio; comprender el rol de los medios y las redes sociales en la instalación de la agenda y, por último, las continuidades expresadas en los juicios que despliegan respecto al Wandagate, las particularidades que justifican esta brecha y algunas nociones generales que distancian a los chimentos de los chismes. Cada uno de los tres capítulos que componen esta tesina aborda uno de ellos. Parto del punto de vista de concebir a los medios masivos como tecnologías de género y de sexualidades, que ponen en marcha estrategias de pedagogía moral, que a su vez tienen la intención de despertar una respuesta moral en la audiencia. En esta tesina recorreremos tácticas y puntos de desvío de esta pedagogía que permiten a estas mujeres consumir chimentos “cargados de clichés machistas”: la problematización de los temas que abordan los chimentos a partir, por ejemplo de la charla con amigas; el distanciamiento respecto al contenido de los chimentos por ser protagonizados por famosos, con vidas lejanas y diferentes a las suyas, por lo que el chimento es consumido como una ficción; elegir de dónde consumir y a qué panelistas desoír; justificar que el escándalo fue contado por los protagonistas; que aquellas figuras son mediáticas y tienen prontuarios que habilitan que se hable de ellos.

El capítulo 1, “El amor a partir del feminismo” elabora las concepciones que tienen las mujeres de este estudio respecto al feminismo y al amor. El capítulo cuenta con tres secciones. La primera, “Devenir feministas” trata el hecho de que el feminismo es un

parteaguas en las historias de vida de estas mujeres; la revisión que han hecho respecto a su pasado y los cambios que viven en su vida cotidiana a partir de adoptar este posicionamiento. Además, qué, cómo y con quiénes estas mujeres deciden contar parte de su intimidad y los recaudos que deciden tener. El segundo apartado, “Feminismo como lente para pensar sus relaciones íntimas” elabora las transformaciones vividas en sus vínculos erótico-afectivos; las características y expectativas que consideran deseables; la búsqueda de vínculos sanos, honestos y responsables, que permitan arreglar “contratos” a los que se les debe fidelidad. Además, recorro la forma en que ellas abordan o abordarían puntos negativos o de conflictos en relaciones de pareja (como los celos y los triángulos amorosos), para más adelante ver cómo estos lineamientos difieren al momento en que ellas juzgan a los chimentos. Mientras que los chimentos suelen actuar como contrapunto o como ejemplo de lo que no buscan en sus relaciones, reconocen que los cambios vividos respecto al amor y en los vínculos erótico-afectivos no son absolutos siquiera en sus vidas, mucho menos en los de todas las personas; estos cambios, entonces, son para estas mujeres una “revolución discreta” (Cosse, 2010). De esta manera, a pesar de los múltiples cambios vividos por las mujeres de este estudio, podemos ver la pervivencia de valores tradicionales asociados a la monogamia y a la infidelidad. Finalmente, el apartado “¿Malas feministas?” recorre la conciencia y justificación que estas mujeres elaboran de que su placer por chimentos repletos de “clichés machistas” y de “mala calidad” desde su postura feminista, combinando la transgresión con el disimulo. Una de las tensiones que allí describo es que varias de las entrevistadas acusaron a la China Suárez de haber utilizado de forma incorrecta al feminismo para posicionarse como víctima y por qué lo consideran así.

El capítulo 2, “De chimentos y chismosas”, aborda la forma en que un chimento se instala en la vida de las audiencias y qué hacen éstas con lo que allí consumen. “Accediendo a los chimentos: la televisión por redes sociales”, se propone comprender de qué manera el Wandagate se convirtió en un “tema de conversación obligado”. Para ello, describo las modalidades de consumo de chimentos por parte de las mujeres de este estudio, en donde los repertorios mediáticos se basan en el consumo “a demanda” y también en el acceso incidental a la información mediante las redes sociales. Pese a que muchas de las entrevistadas sostienen estar más alejadas de la televisión que en el pasado, debido al Wandagate volvieron a consumir televisión. Esto se da porque los medios de comunicación instalan los temas de agenda y participan de la formación de opinión pública. En el caso analizado, en la sociedad se formaron dos *teams* antagónicos, pero las mujeres de este estudio cruzan las fronteras y, según la situación, se alinean a uno u otro. Además de impulsar determinados debates

públicos, los medios intervienen en la construcción social de sentidos respecto del género. En el segundo apartado, “Chimentos: un lugar para pensar”, presenta y define a los programas de chimentos, para luego poder ahondar en las audiencias. Entendiendo que las celebridades condensan transformaciones sociales a través de la “casuística encarnada”, los chimentos producen y difunden información valiosa y las audiencias multiplican esos mensajes en su vida cotidiana, a la vez que elaboran juicios morales y criterios de actuación a partir del contraste de su “vida real” con el accionar del famoso. El último apartado, “¿Te enteraste lo de Wanda y la China?: la sociabilidad de los chimentos” profundiza sobre el hecho de que las mujeres de este estudio conocen, retienen y distribuyen chimentos entre su círculo de sociabilidad y lo que estos posibilitan en el cotidiano de las entrevistadas. Los chimentos son una excusa para hablar con amigas, hermanas, abuelas, entre otras; a veces adquieren la forma de meme o chiste y les permite desconectarse del tedio o del cansancio cotidiano. También, se desarrolla el amplio abanico que las entrevistadas elaboran respecto a cuestionar o no el contenido de los chimentos. Por otro lado, despliega las diferencias que elaboran las mujeres de este estudio entre los chimentos y los chismes y que justificarían el menor recaudo al hablar de los primeros. Mientras que los chimentos contienen información que es pública y que las entrevistadas consideran “lejanas” y diferentes a los de sus cotidianos, la mayoría de las mujeres de este estudio denostan a aquellos panelistas que “rompen el secreto” y cuentan información que les protagonistas guardaban para su intimidad.

Por último, el capítulo 3, “Feministas hasta la *China*”, trata el Wandagate como caso particular de infidelidad. “Uno: los hechos” repone los hechos constitutivos del Wandagate tal como fueron narrados por las mujeres de este estudio. Las maneras diversas en que las entrevistadas narraron los hechos del Wandagate se relacionan en parte al temperamento y personalidad de quien expone el caso y, además, por dónde y en quién ponen el foco, la responsabilidad o culpabilidad. Por este motivo, en “Dos: ¿culpable o no?” recorre el papel que las entrevistadas otorgan a cada una de las involucradas en la infidelidad: Wanda (la engañada), la China (la zorra) e Icardi (el infiel). Como conclusión, las entrevistadas otorgan la mayor cuota de responsabilidad a Icardi, pero las mujeres tuvieron mayor protagonismo en la polémica. Además, no ubican a las “mujeres enfrentadas” en la dicotomía planteada principalmente por la televisión y por Wanda de “santa o madre”: ambas son madres y ninguna es santa porque han sido las “zorras” en sucesivos chimentos; de esta manera, las mujeres de este estudio escapan a la victimización que tanto Wanda como la China quisieron plantear. El tercer, cuarto y quinto apartado elaboran algunos puntos respecto a lo que les gusta o no de los chimentos; los límites, negociaciones y justificaciones que encuentran para

poder consumirlos y, finalmente, las diferencias y continuidades que encuentran las entrevistadas entre los cuidados y divertimentos de los chismes protagonizados por personas de a pie y los chimentos de famosos. Por otro lado, el “morbo” es al mismo tiempo lo que les gusta y no les gusta de los chimentos: reírse de la “desgracia ajena”, cotidiana (porque consideran que la infidelidad es algo frecuente) es “lo peor de nosotros”, ante lo que algunas deciden ponerse límites en el consumo. El chimento (en contraste con el chisme) resulta “liviano” y lo pueden comentar de forma “impune” por ser protagonizado por famosos (que se hable de ellos es el costo de la fama). También consideran que este juzgamiento les otorga un “beneficio moral” y concluyo en que este podría ser un mecanismo para que las mujeres de este estudio construyan su “respetabilidad” al alejarse de la China Suárez como encarnación de la “sinvergüenza”, y como persona “no-respetable”. Habiendo recapitulado lo visto a lo largo de la tesina, es momento de las conclusiones generales de este estudio.

Conclusiones

Frente a la pregunta planteada: ¿de qué manera estas mujeres de 20 a 30 años de clase media universitaria que residen en la Ciudad de Buenos Aires (CABA) hacen convivir moralidades contrastantes respecto a las infidelidades amorosas? encontramos que, al juzgar los chimentos, estas jóvenes aplican tácticas de distanciamiento de ese consumo, porque los chimentos, según ellas, pertenecen a “otro orden” distinto a su vida cotidiana. El que sean protagonizados por famosos y no por gente común, de a pie, es un elemento central para el consumo por parte de las mujeres de este estudio de chimentos de “mala calidad” y cargados de “clichés machistas”. En el caso analizado, las particularidades de Wanda y la China en sus personalidades y pasados (o prontuarios) también resultan relevantes.

Los chimentos son fuente de divertimento, de ocio y de dispersión en las vidas y ocupaciones de estas mujeres, que por momentos les resultan agotadoras. Las mujeres de este estudio distinguen a los chimentos de los chismes y cómo esas diferencias permiten hablar de los primeros de manera liviana y con menor cuidado respecto a la intimidad de los protagonistas. También, al ser hechos tan alejados de su cotidianeidad (según ellas), se permiten “no cuestionar” los chimentos y escapar a la mirada crítica que consideran tener en los demás ámbitos de su vida, fomentadas por sus estudios universitarios y por su mirada feminista. En esta “revolución discreta” (Cosse, 2010), combinan el disimulo con la transgresión: exigir derechos en las calles, tener lecturas feministas, pero también chusmear con las amigas sobre desgracias ajenas. Así, las mujeres de este estudio encuentran en los

chimentos una forma de desconexión de su cotidiano. En este proceso, distanciarse de lo que la moral tradicional considera errado (como, por ejemplo, el accionar de la China Suárez) les otorga “respetabilidad” o, en palabras de Oriana, “beneficio moral”.

Los chimentos son una de las formas en que los valores tradicionales en torno a la monogamia perviven entre mujeres de clase media que se definen feministas, como un reservorio moral, pero también como una guía de lo que estas mujeres buscan evitar hacer en su cotidiano amoroso. Las mujeres de este estudio aplican tácticas de distanciamiento para poder volver “al amor de Disney” (es decir, al amor romántico) con el que fueron criadas sin poner en jaque su moral y los lineamientos que aplican en su cotidiano y en su vida amorosa.

La indagación en el consumo por parte de estas mujeres de chimentos permite desnaturalizar lo que por momentos se les exige a estas jóvenes por asumirlas feministas, modernas y letradas. Además, mediante contrastes, posibilita entender qué es lo que buscan ellas para su vida y su amor. También, captar la diferencia entre sus prácticas y sus ideas, entre lo que se dice y lo que se hace.

Por otra parte, del análisis de este consumo, se vislumbra la tensión de que, mientras que las mujeres de este estudio consideran que los acuerdos amorosos y la infidelidad deben ser juzgados según cada caso, esto es imposible en los chimentos. De esta manera, pudimos indagar cómo la China, como tercera en discordia en el Wandagate, tiene la culpa de los hechos, mientras ellas, idealmente y en su cotidiano piensan que la mayor culpabilidad recae en quien incumple el contrato amoroso. Entonces, resulta relevante entender cómo se carga de significados a la China para que pueda cumplir ese rol. De esta forma, el Wandagate permite ver aquellos límites y bordes en donde el feminismo entra en tensión.

En el contexto actual en que termino mi tesina, gobierna la derecha conservadora y libertaria en la Argentina y algunos derechos y consensos que parecían dados por hechos, hoy son puestos en duda. Por este motivo, resulta relevante el estudio de la convivencia de morales contrastantes en estas mujeres feministas (con lo que se supone de ellas), sobre todo para indagar en la formación de consensos. Frente a lo que parecía un total consenso “wandista”, tal como se vivía y se percibía en el momento en que el Wandagate salió a la luz, en esta tesina pudimos recorrer las fisuras de aquel aparente monolito.

Tal como concluye Fasano (2006), las historias continúan y están en permanente cambio, por lo que en el futuro se podrán indagar otros chimentos, con sus particularidades y las pasiones que se ponen en juego al comentarlos. También queda para futuras investigaciones explorar otros consumos culturales de estas mujeres o el consumo de chismes y chimentos en hombres o en otros grupos sociales o etarios. Considero también fructífero

indagar y elaborar otros límites del feminismo, otras contradicciones en cuanto a la moral que se pone en juego y, así, examinar otras “*Chinas*”, es decir, otros puntos, personas o hechos que generen y encarnen esta tensión.

Bibliografía

Abu-Lughod, Lila (2006). "Interpretando la(s) cultura(s) después de la televisión: sobre el método". *Íconos Revista de Ciencias Sociales* n 24, Quito. ISSN: 1392-1249.

Adamovsky, Ezequiel, Visacovsky, Sergio E., Vargas, Patricia B. (Comp.) (2014). "Clases medias. Nuevos enfoques desde la sociología, la historia y la antropología". Buenos Aires: Ariel.

Alvarado, Mayra Luz (2014). "Mujeres, chismosas e informadas: construcción de feminidades en el consumo de programas de chimentos". [Tesina de grado Ciencias de la Comunicación] UBA.

Alvarado, Mayra Luz y Silba, Malvina (2014). "Mujeres, informadas y chismosas: la construcción de feminidades en el consumo de programas de chimentos". I Jornadas Interdisciplinarias sobre Estudios de género y estudios visuales: "La producción visual de la sexualidad"

Appadurai, Arjun (2001). "Aquí y ahora". En: *La Modernidad Desbordada*. Montevideo: Trilce.

Archetti, Eduardo P. (2003). "Masculinidades. Fútbol, tango y polo en la Argentina". Buenos Aires: Antropofagia.

Augé, Marc (2000). "Los no-lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad". Gedisa: Barcelona.

Besnier, N. (2009). "Gossip and the everyday production of politics". University of Hawai'i Press.

Boczkowski y Mitchelstein (2018). "Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales". *Revista Mexicana de Opinión Pública*, número 24, pp. 131 a 145.

Ceriani Cernadas, César (2017). "Rumores, chismes y secretos en la producción social de lo verosímil". *Apuntes de Investigación del CECYP*, 2017, (29): 146-155. ISSN 0329-2142 - ISSN 1851-9814 - Disponible en: apuntescecyp.com.ar

Cosse, Isabella (2017). "'Infidelidades': Moral, revolución y sexualidad en las organizaciones de la izquierda armada en la Argentina de los años 70". *Instituto de Desarrollo Económico y Social; Prácticas de Oficio*; 1; 1-21.

Cosse, Isabella (2010). "Una revolución discreta: El nuevo paradigma sexual en Buenos Aires (1960-1975)". N° 77, pp.113-148. ISSN 2395-8464.

Damasceno da Silva Santana, Maiara (2022). “Fofoca e relações entre parentes: Um estudo etnográfico junto aos Kariri-Xocó”. *Revista Antropolítica*.

De Certeau, Michel (2008). “La invención de lo cotidiano. Artes de hacer”. Universidad Iberoamericana.

Esner Areas, Joaquín (2015). “El consumo de televisión en Argentina. Jóvenes y pantallas”. [Tesina de Licenciatura en Comunicación]. Universidad de San Andrés.

Esteban, Mari Luz (2007). “Algunas ideas para una antropología del amor”. *Ankulegi*, 11, 71-85

Fasano, Patricia (2006). “De boca en boca: el chisme de la trama social de la pobreza”. Buenos Aires: Antropofagia.

Fasano, Patricia (2019). “Diario de los laberintos de un chisme (y sus incomodidades) en un barrio popular”. En Rosana Guber (Coord.), *Trabajo de campo en América Latina: experiencias antropológicas regionales en etnografía* (Tomo I, pp. 235-246). Bogotá: Campus Editorial.

Fasano, Patricia (2014). “Enredada. Dilemas sobre el proceso etnográfico de investigación de un chisme y su publicación” en Guber, Rosana (comp.) *Prácticas etnográficas. Ejercicios de reflexividad de antropólogos de campo*. Ides.

Felitti, Karina y Spataro, Carolina (2018). “Circulaciones, debates y apropiaciones a las Cincuenta Sombras de Grey en la Argentina”. *Estudios de Género de El Colegio de México*, 4, e112-ISSN 2395-9185.

Fernández de Arroyabe, Eguskiza Sesumaga y Lazkano Arrillaga (2020). “Adolescentes y patrones de género: consumo televisivo y su seguimiento en redes sociales”. *Revista Científica de Información y Comunicación*, número 17, pp. 417 a 436.

Ferrario, Constanza María (2020). “La ética del amor libre, los legados del amor romántico y las nuevas espiritualidades. Una etnografía sobre las transformaciones en los códigos sexo-afectivos en un colectivo de amor libre de la ciudad de Mar del Plata”. [Tesina de grado Sociología] Universidad Nacional de Mar del Plata.

Fonseca, Claudia (2004). “Família, fofoca e honra: etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares”. Universidade Federal do Rio Grande do Sul Editora.

García Canclini, Néstor (1995). “Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización”. México: Grijalbo.

Gluckman, Max (1963). “Gossip and scandal”. *Current Anthropology*, 4(3), 307-316.

Heram, Yamila (2021). “El panelismo en la televisión de aire metropolitana de Buenos Aires”. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNJu, N° 59: 183-202, 2021, ISSN: 0327-1471.

Haraway, D. J. (2000). “Ciencia, cyborgs y mujeres: La reinención de la naturaleza”. Ediciones Cátedra; Universitat de Valencia; Instituto de la Mujer.

Huespe, Soledad (10 de noviembre de 2021). “Wanda, ‘La China’, Pampita y Paula Chaves: cómo los medios argentinos reproducen los estereotipos de ‘buena mujer’ o ‘zorra’”. UNCiencia.<https://unciencia.unc.edu.ar/genero/wanda-la-china-pampita-y-paula-chaves-com-o-los-medios-argentinos-reproducen-los-estereotipos-de-buena-mujer-o-zorra/>

Illouz, Eva (2009). “El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo”. Madrid: Katz.

Illouz, Eva (2007). “Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo”. Madrid: Katz.

Justo von Lurzer, Carolina (2017). “Esto le puede servir a alguien. Demandas de derechos en el espectáculo televisivo contemporáneo en Argentina”. Estudos em Comunicação, no 25, vol. 1.

Justo von Lurzer, Carolina; Rovetto, Florencia y Spataro, Carolina (2018). “Las audiencias de los programas televisivos de chimentos: percepciones y criterios morales sobre géneros, sexualidades y derechos”. Astrolabio, n° 20.

Kunin, Johana y Faccio, Yanina (2021). “‘Acá se sabe si la gente se aísla’: (Anti)anonimato, cuidado y poder en localidades medianas y pequeñas en tiempos de COVID-19”. Revista Sociedade e Cultura, 24, e65950. <https://doi.org/10.5216/sec.v24.e65950>

Lakoff, George (2004). “No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político”. Madrid: Editorial Complutense.

Laudano, C (2010). Mujeres y medios de comunicación: Reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación. En: S. Chaher y S. Santoro (Comps.). Las palabras tienen sexo: Herramientas para un periodismo de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación. pp. 40-54. En Memoria Académica.

Lazarsfeld, Paul (1993[1985]). “La campaña electoral ha terminado”, en Moragas, M. (ed) Sociología de la comunicación de masas, tomo III. Barcelona: Gustavo Gili.

Lewin, Hugo (2019). “La recepción de Gran Hermano: Nueva discursividad televisiva y persistencia explicativa de variables sociológicas clásicas”. Del prudente saber y el máximo posible de sabor, año XX, n°11.

- Lippmann, Walter (2003[1964]). “La opinión pública”. Madrid: Langre.
- Marentes, Maximiliano (2019). “El consumo de la realidad amorosa gay: pensando al amor en situación”. *O público e o privado*, n°34.
- McCombs, Maxwell (2006). “Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento”. Barcelona: Paidós.
- McRobbie, Angela (2007). “¿Las chicas arriba? Las mujeres jóvenes y el contrato sexual postfeminista”. *Cultural Studies* 21, n° 4-5.
- Melhuus, Marit (2009). “Poder, valor y los sentidos ambiguos de género”. En M. Melhuus & K. A. Stølen (Eds.), *Machos, putas, santas: El poder del imaginario de género en América Latina* (pp. 225-250). Editorial Antropofagia.
- Nencel, Lorraine (2009). “Pacharacas, putas y chicas de su casa: Etiquetando feminidad y sexualidad masculina en Lima”. En M. Melhuus & K. A. Stølen (Eds.), *Machos, putas, santas: El poder del imaginario de género en América Latina* (pp. 65-88). Editorial Antropofagia.
- Noel, Gabriel D. (2013) “De los Códigos a los Repertorios: Algunos Atavismos Persistentes Acerca de la Cultura y una Propuesta de Reformulación”. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 3(2).
- Noelle-Neumann, Elizabeth (1995[1980]). “La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social”. Barcelona: Paidós.
- Palumbo, Mariana (2019). “Búsquedas de vínculos eróticos y/o afectivos a través de las apps. Un estudio comparado entre la Ciudad de Buenos Aires y la Ciudad de México”. *Mora* n° 2 vol 25, 155-172. ISSN-1853-001X
- Peker, Luciana (2018). “Putita golosa. Por un feminismo del goce”. Buenos Aires: Galerna.
- Pitt-Rivers, Julian A. (1968). “Honor y categoría social”. En J. Peristiany (Ed.). Barcelona: Labor.
- Pitt-Rivers, Julian A. (1954[1989]). “Un pueblo de la sierra: Grazalema”. Madrid: Alianza Editorial.
- Tenenbaum, Tamara (2019). “El fin del amor. Querer y coger”. Buenos Aires: Ariel.
- Schaufler, María Laura (2017). “Pasión e infidelidad: discursos eróticos en la prensa femenina de los '60”. *Texturas* 16 – 2017 ISSN: 1666–8367 pp. 5–18.
- Sessano Jiménez, Merlina Atzín (2022). “Relaciones dibujadas: un acercamiento etno-gráfico a las relaciones erótico-afectivas de jóvenes universitarias cisheterosexuales en el AMBA”. [Tesina de grado Licenciatura en Antropología Social y Cultural] UNSAM.

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

Sirimarco Mariana (2017). “La construcción de lo indecible: chisme, dato y etnografía en un contexto policial argentino”. *Revista de Antropología Social*, 26(1), 53-72. <https://doi.org/10.5209/RASO.56042>

Skeggs, Beverly (2019[2004]). “Mujeres respetables: clase y género en los sectores populares”. Buenos Aires: Universidad de General Sarmiento.

Spataro, Carolina (2018). “Abajo el feministómetro”. *Bordes Revista de política, derecho y sociedad*.

Spataro, Carolina (2013). “Las tontas culturales: consumo musical y paradojas del feminismo”. Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Sociología; Punto Género; 3; 27-45.

Stewart, Pamela J. y Strathern, Andrew J. (2020). “Gossip—A Thing Humans Do”. *Anthropology News website*, February 20, 2020. DOI: 10.1111/AN.1351

Stølen, Kristi Anne (2009). “El poder de los discursos de género en una comunidad multiétnica en la Argentina rural”. En M. Melhuus & K. A. Stølen (Eds.), *Machos, putas, santas: El poder del imaginario de género en América Latina* (pp. 157-180). Editorial Antropofagia.

Stølen, Kristi Anne (2014). “La decencia de la desigualdad”. Buenos Aires: Antropofagia.

Zelizer, Viviana (2005). “La negociación de la intimidad”. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

Apéndices

Imágenes



Capturas de pantalla de historias del Instagram de Wanda Nara

Guía de entrevistas

1. Datos sociodemográficos

- Edad
- ¿Dónde y de qué trabajás?
- ¿Estudiaste/estudiás (universidad/terciario o secundaria)? ¿Qué? ¿Qué te llevó a elegir esa carrera/secundaria?
- ¿Dónde y con quién vivís?
- ¿Consumís televisión? *Si sí*, ¿tenés cable?
- ¿Cómo te enterás de las novedades? ¿Qué tipo de contenido televisivo te gusta consumir? ¿Qué es lo que buscás cuando mirás televisión?

2. Trayectoria amorosa

- Ahora te voy a pedir que me cuentes tu trayectoria amorosa. ¿Cuándo y cómo comenzó?
- Para cada uno de tus novios o vínculos importantes, te voy a pedir que me cuentes cómo se conocieron, cuántos años tenías vos en ese momento, cuántos años tenía esa otra persona, cuánto duró la relación y cómo fue el desenlace.
- En términos de exclusividad sexual, ¿qué tipo de arreglos tuviste? ¿Cómo llegaron a esos arreglos?
- Si en algunas de tus relaciones experimentaste situaciones de celos, ¿cómo fueron?
- ¿Hubo infidelidades? ¿Cómo fueron esas experiencias? ¿Con quiénes las compartiste?

3. Chimentos calientes del último tiempo

- Bueno, ahora te invito a que nos metamos en el terreno de los chimentos. ¿Cómo te enteraste del escándalo entre Wanda Nara y la China Suárez?
- ¿Cómo o de dónde los conocías?
- ¿Qué opinás de ellos?
- ¿Cuál es tu opinión sobre lo que pasó?
- Imaginate que le tenés que contar a alguien de otro país, de otro mundo, que no conozca la historia de Wanda, Icardi y la China Suárez, ¿cómo se lo explicarías?
- ¿Te acordás de estar en alguna situación o conversación sobre este tema? ¿Cómo se dio esa situación? ¿Quiénes estaban? ¿Qué reacciones generó? ¿Qué pensaban ellos? (Reconstrucción escena)
- En términos más generales, ¿cuáles son los componentes de este chimento que lo hicieron tan importante?

4. Chimentos de famosos en general

- ¿Te acordás de algún otro chimento así de "importante"?
- ¿Qué tipo de chimentos te suelen interesar? ¿Por qué?
- ¿De dónde o cómo solés conocer a estos personajes? ¿En qué momentos te enterás de los chimentos? ¿Cómo?
- ¿Admirás a alguna pareja de famosos? ¿Por qué? ¿Qué es lo que admirás de esa pareja?
- ¿Solés comentar chimentos con familia/amigos/trabajo?

5. Infidelidad

- ¿Te pasó protagonizar a vos o a alguien que conozcas una situación de cuernos, de celos o de infidelidad? ¿Qué pasó?
- Hay chicas que después de ver lo de Wanda e Icardi le dijeron a sus novios que si les hacían lo de Icardi los dejaban. ¿Te acordás de alguna situación en la que la historia de algún famoso se "entremezclara" con tus propias historias?
- Hay personas que me contaron que ciertos chimentos les sirvieron para pensar sus propias trayectorias amorosas. ¿Te pasó algo así en algún momento? ¿Cómo fue?
- Si se diera el caso de un hipotético triángulo amoroso, ¿qué harías?
- ¿La infidelidad en personas famosas y en personas comunes y corrientes se mide con la misma vara? ¿Estamos habilitados a hacer lo mismo? ¿Qué pueden hacer unos y otros?

6. Feminismo

- Ahora nos alejamos de los chimentos, para meternos en el terreno del feminismo. En ese sentido, ¿cómo te definirías a vos misma? ¿Por qué de ese modo?
- Si corresponde, ¿cómo fue que te descubriste feminista?
- ¿Militás o has militado en alguna agrupación?
- ¿Participás o has participado de algunas marchas sobre cuestiones de género? (8M/ 3J/ aborto? *Si sí*, ¿con quién/es lo hacés/has hecho?
- ¿Qué del feminismo se trasladó a tu vida? ¿En qué lo ves?

7. Cierre

- Ya vamos terminando. ¿Querés agregar algo más? ¿Te sentiste cómoda? ¿Tuviste dificultad con alguna pregunta o alguna situación?
- ¿Se te ocurre alguien a quien pueda entrevistar o a quien le pueda interesar la investigación?
- ¿Qué pensaste cuando te contacté? ¿Esperabas preguntas de este tipo? ¿Por qué pensás que X persona te incluyó en mi investigación?

Grilla de entrevistadas

Nombre	Edad	Estudios	Vive...	Trabajo ⁴¹	Modalidad de la entrevista
Oriana	30	Lic. en Administración (UBA) - recibida	con el novio	líder de proyectos	presencial
Lila	25	Relaciones Laborales (Universidad de Lomas de Zamora) - en curso	sola	marketing	virtual
Sara	30	Odontología (UBA) - recibida	con el novio	odontóloga infantil	virtual
Nadia	23	Lic. en Psicología (UBA) - en curso	sola	poder judicial	virtual
Valentina	23	Lic. en Sociología (UBA) - en curso	con el padre y la madre	consultora	presencial
Fernanda	30	Lic. en Psicología (UBA) - recibida	novio	psicóloga	virtual
Vanesa	22	Abogacía (UBA) - en curso	con padre, madre y hermanas	Community Manager	presencial
Natalia	24	Trabajo Social (UBA) - en curso	con el padre y la madre	gestora comunitaria	virtual
Candela	23	Arquitectura (UBA) - en curso	con padre, madre y hermano	estudio de arquitectura y espacio de recreación	presencial
Lola	25	Tec. Sup. en Tiempo Libre y Recreación (ISTLyR) - recibida y Profesorado de Educación Primaria (Escuela Normal Superior) - en curso	con el padre	maestra y espacio de recreación	presencial

⁴¹ La descripción de sus trabajos responde a la manera en que las entrevistadas formularon sus propias ocupaciones.