

# TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FINAL

La construcción mediática de la infidelidad: Análisis del canal América

## **Autor/es:**

Milagros Amorosino - LU: 1155942

Catalina Astoviza Gonzalez - LU: 1150267

Magali Markauskas - LU: 1201669

Juana Robbio - LU: 1144820

## **Carrera:**

Licenciatura en Comunicación Digital e Interactiva  
Ciclo de Ciencias de la Comunicación

## **Tutor/es:**

Martín Ariel Berretti

Francisco Blason

## **Año:**

2025

Universidad Argentina de la Empresa  
Facultad de Comunicación

UADE

<b>Tema y problema:</b> .....	<b>3</b>
<b>Abstract:</b> .....	<b>3</b>
<b>Introducción:</b> .....	<b>3</b>
<b>Palabras clave:</b> .....	<b>4</b>
<b>Estado del Arte:</b> .....	<b>5</b>
<b>Marco teórico:</b> .....	<b>7</b>
<b>Metodología</b> .....	<b>12</b>
Casos seleccionados.....	13
<b>Resultados y discusión</b> .....	<b>14</b>
Análisis del discurso.....	14
Género.....	15
La politización del espectáculo.....	17
Rating y tiempo en pantalla.....	17
<b>Conclusión:</b> .....	<b>19</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>21</b>
<b>Anexo</b> .....	<b>23</b>

### **Tema y problema:**

Objetivo general de investigación: analizar el comportamiento de los canales tipo magazine (AMÉRICA) frente a casos de infidelidad en parejas mediáticas en los últimos cinco años.

### **Abstract:**

Este ensayo académico se enfoca en el análisis del tratamiento de las infidelidades en la televisión argentina, puntualmente en el canal América. En los últimos años, al analizar el rating se evidenció que temas de “chimentos” relacionados a la farándula han tenido una gran captación de los espectadores. Ante esto, los medios de comunicación decidieron dedicar una mayor parte de su agenda a estos temas por sobre otros. Según analistas y panelistas de estos programas, esta preferencia de la audiencia se debe a que estos tópicos son una puerta de escape de la realidad. Dentro de los “chimentos”, la infidelidad es el tema que va a analizarse en profundidad, y para ello se utilizará una metodología mixta: el método cuantitativo para medir el tiempo de aire dedicado al tema y el rating que genera, y un método cualitativo basado en el análisis del discurso. Además, se entrevistó a Verónica Rosales, periodista de policiales en el canal de América que también es profesora en la Universidad Argentina de la Empresa.

### **Introducción:**

La televisión argentina ha consolidado, a lo largo de varias décadas, a los programas de espectáculos y chimentos como un género central dentro de la grilla de programación. Estos espacios se dedican a la cobertura de la vida personal e íntima de figuras públicas, destacando casos de infidelidad, conflictos amorosos y escándalos mediáticos. La importancia de estos contenidos está en su capacidad de captar la atención de la audiencia, ocupando espacios significativos incluso en horarios de alta concurrencia (Mascareño, 2022).

Este estudio se centra en el análisis del canal América, ya que es uno de los principales emisores de programas formato *magazine* en Argentina durante el año 2025 y se caracteriza por su gran cobertura de casos de infidelidad y escándalos mediáticos, lo que permite observar de manera representativa cómo los medios construyen estas narrativas en la actualidad. Además, dentro del ecosistema televisivo argentino, América es el canal que más tiempo semanal dedica al género de chimentos, alcanzando aproximadamente 13 horas y 45 minutos en su grilla, cifra que supera ampliamente a Telefé (4 horas), El Trece (5 horas y 15 minutos), El Nueve (7 horas), la TV Pública (5 horas), C5N (1 hora y 30 minutos), y Crónica TV (2 horas). La elección de América no busca despreciar otros canales, sino hacer foco en la

investigación de un caso donde la cobertura de chimentos es sistemática y abundante, lo que facilita el análisis detallado de estrategias discursivas y narrativas (Cicowicz, Hiram & Wainer, 2023).

Se toma como unidad de análisis a los casos de infidelidad de parejas mediáticas abordados en los programas del canal durante los últimos cinco años. En este sentido, la teoría de *agenda setting* resulta clave para comprender cómo la repetición de estos casos define de qué temas se habla en el espacio público (McCombs & Shaw, 1972), mientras que el *framing* permite observar de qué manera se enmarcan los relatos: ya sea como espectáculo, como traición moral o como consumo de farándula (McCombs & Evatt, 1995). La investigación considera también el tiempo que los programas dedican a estos casos en comparación al tiempo dedicado a otras temáticas y la importancia que tienen dentro de la agenda mediática.

Por último, la perspectiva de la industria televisiva muestra que estos productos no son espontáneos, sino que responden a una lógica de producción estandarizada que transforma la intimidad en mercancía, orientada a maximizar la atención y sostener el consumo televisivo (Adorno & Horkheimer, 1944/2002). Así, los escándalos se convierten en contenidos planificados de alto impacto, lo que explica su recurrencia en la pantalla. Este ensayo tomará como ejemplos casos de infidelidad mediáticos como los de Gimena Accardi y Nicolás Vázquez, Wanda Nara y Mauro Icardi, y Alberto Fernández y Fabiola Yañez.

Sobre esta base, la pregunta central es: ¿Cómo se construyen y qué marcos discursivos se emplean en la cobertura de los casos de infidelidad de parejas mediáticas en la programación del canal América, y qué implicancias tienen estas narrativas en la agenda pública? Por consiguiente, este trabajo de investigación se propone analizar las estrategias discursivas, encuadres noticiosos y jerarquización temporal que el canal América emplea para transformar la intimidad en producto de consumo masivo, ofreciendo una contribución crítica a la comprensión de la función cultural e ideológica del género de “chimentos” en la televisión argentina contemporánea.

### **Palabras clave:**

América, Infidelidad, Chimento, Televisión, *Magazine*, Escándalo, Medio, Encuadre, Análisis, Rating, Agenda, Argentina, Narrativo, Público, Programa, Contenido, Género, Discurso, Politización, Espectáculo, Estrategia, Tema, Caso, Intimidad, Rol, Construcción,

### **Estado del Arte:**

El análisis de “*Lo Infiel: Diálogos sobre la construcción de la Infidelidad*” (Valladares, 2013) permite observar cómo la televisión argentina ha consolidado la infidelidad como un eje narrativo central dentro de los programas tipo *magazine*. Estos espacios mediáticos no solo informan sobre la vida íntima de figuras públicas, sino que construyen activamente la percepción social de los hechos. La infidelidad deja de ser un suceso privado para convertirse en un contenido mediático que articula debates sobre moralidad, género y valores culturales, evidenciando la función de los medios como productores de realidades sociales y morales.

El texto destaca que la construcción mediática de la infidelidad se organiza a partir de estrategias discursivas específicas, donde la selección de hechos, la repetición de los casos y la dramatización de los conflictos contribuyen a establecer una agenda centrada en la intimidad de los famosos. En este marco, la narrativa televisiva asigna roles diferenciados según el género de los involucrados: la infidelidad masculina suele ser presentada como un “error” o “desliz”, mientras que la femenina se juzga con mayor severidad, lo que evidencia un doble estándar sostenido culturalmente. Esta diferenciación no solo refleja imaginarios sociales preexistentes, sino que los refuerza a través de la exposición mediática sistemática. Valladares describe este fenómeno desde el punto de vista psicológico, con una metodología cualitativa de observación cuyo propósito consiste en reconstruir la realidad tal y como la observan los actores del sistema social a través de una terapia conversacional y grupos de discusión.

Asimismo, “*Lo Infiel*” subraya que los programas transforman la intimidad en un producto estandarizado de consumo televisivo. Las historias de infidelidad se estructuran con recursos narrativos y visuales que maximizan la atención del público, convirtiendo los conflictos privados en episodios de alto impacto. Esta lógica evidencia que la construcción mediática no es espontánea, sino planificada, y que los medios actúan como mediadores que moldean la interpretación pública de la infidelidad, seleccionando qué casos se destacan y cómo se presentan.

Finalmente, la obra evidencia que la construcción mediática de la infidelidad es un proceso dialógico entre producción y recepción: los programas generan relatos atractivos y moralmente cargados, mientras que los espectadores participan interpretando y evaluando los acontecimientos. De este modo, la infidelidad se consolida como un dispositivo narrativo que combina entretenimiento, moralidad y construcción social, constituyéndose en un eje central de los contenidos de *magazines* en la televisión argentina

Los programas de “chimentos” se dedican a discutir aspectos de la vida íntima y personal de los famosos de la farándula argentina, estos llevan más de 40 años en la pantalla y ocupan gran parte de la grilla de programación. Temas que antes no se hablaban en televisión abierta, como violencia de género, relaciones extra-matrimoniales y elección sexual, comenzaron a debatirse en relación con demandas de derechos o problemáticas sociales.

En un contexto de crisis económica y política tumultuosa, ciertas demandas sociales fueron transmitidas mediáticamente en el espacio que antes pertenecía exclusivamente al espectáculo, a este proceso Justo Von Lurzer lo llama “**politización del espectáculo**”: las figuras públicas hoy participan de debates de interés público y/o se posicionan públicamente ante conflictos. Este proceso no sólo cambió el comportamiento de los famosos, sino la transformación de los programas de chimento en función de la agenda política.

Este fenómeno es evidenciado por la autora a través de 16 grupos focales, en el que los participantes expresaron un estado de debate en relación a cuestiones de género y el lugar que ocupan los programas de chimento en la experiencia de las audiencias con estos tópicos.

Desde una perspectiva de género, el estudio “*Feministas hasta la China*” (Calcagno, 2025) aborda la infidelidad desde un enfoque feminista, argumentando que su interpretación social está profundamente condicionada por estructuras patriarcales. El estudio señala que la infidelidad masculina tiende a ser naturalizada y, en muchos casos, excusada, mientras que la femenina es juzgada con mayor severidad, lo que evidencia un doble estándar sostenido culturalmente. Este sesgo se manifiesta tanto en las opiniones públicas como en la forma en que los medios comunican el fenómeno.

Este estudio aporta datos empíricos que reflejan la magnitud de esta desigualdad: el 62% de los encuestados considera más grave la infidelidad femenina que la masculina, mientras que el 48% cree que los hombres son “por naturaleza” más proclives a ser infieles. Estas cifras evidencian que, a pesar de los avances en igualdad de género, persisten imaginarios tradicionales que legitiman la infidelidad masculina y penalizan la femenina.

Además, Calcagano (2025) observa cómo las narrativas mediáticas refuerzan esta diferencia. Las coberturas tienden a describir la infidelidad masculina como “error” o “debilidad”, mientras que en el caso de las mujeres prevalecen juicios morales que cuestionan su compromiso afectivo o su rol social. También revela que aún mujeres jóvenes con valores antipatriarcales suspenden sus criterios críticos cuando consumen “chimentos”.

Todos estos hallazgos resultan fundamentales para comprender cómo la

representación mediática actúa como un dispositivo de reproducción simbólica de las desigualdades de género vinculadas a la infidelidad.

En la última mitad de la década, la cobertura mediática de casos de infidelidad en figuras públicas dejó de ser un simple “chisme” para consolidarse como un dispositivo narrativo central en la televisión argentina, especialmente en los programas formato *magazine* y de espectáculos transmitidos por Canal América. Estos espacios convierten lo íntimo en un asunto de interés público, funcionando como usinas de relatos que articulan debates sobre género, sexualidad y moralidad.

Como señala Mascareño (La Nación, 2022), los casos de infidelidad funcionan como motor del rating televisivo: no se narran de una sola vez, sino que se fragmentan y serializan, generando expectativa diaria. La exposición mediática de escándalos amorosos, rupturas sentimentales e infidelidades se convierte en un recurso estratégico para captar audiencias y competir en el mercado televisivo.

Según el artículo, programas como *Intrusos* alcanzaron 2,6 puntos de rating, *A la tarde* llegó a 3 puntos, y *Socios del espectáculo* promedió 5 puntos con picos de 5,4. Estos datos ilustran que el tratamiento mediático de la intimidad, especialmente cuando involucra conflictos amorosos, constituye un contenido de alto rendimiento que contribuye al sostenimiento económico del formato televisivo.

El “*Wandagate*”, la infidelidad de Mauro Icardi a Wanda Nara, es un ejemplo paradigmático en la Argentina: nació en redes, se extendió en programas de América y se expandió a noticieros y plataformas digitales, mostrando cómo un hecho íntimo se convierte en contenido multiplataforma. La lógica de la serialización refuerza el atractivo de la infidelidad como relato televisivo, ya que permite prolongar el escándalo y mantener a la audiencia cautiva.

### **Marco teórico:**

La infidelidad ha sido históricamente entendida como una transgresión al orden social. En Argentina, el adulterio se consideró durante décadas un delito que atentaba contra la moral pública y la legitimidad de la paternidad. Aunque fue derogado del Código Penal en 1995, persisten normas sociales que asocian la fidelidad con la estabilidad familiar y el equilibrio social. Como plantea Lévi-Strauss (1949), el matrimonio y la fidelidad no son asuntos privados, sino instituciones reguladas por normas que otorgan valor simbólico a sus transgresiones.

La relevancia de la infidelidad radica en que su aparición o exposición implica una ruptura del orden simbólico: desestabiliza estructuras sociales que sostienen la idea de pareja, familia y moral. Esa ruptura genera tensión porque pone en evidencia los límites entre lo privado y lo público, entre lo permitido y lo prohibido. En este contexto, los medios de comunicación cumplen un papel central en la construcción mediática de la infidelidad, al transformar hechos íntimos en relatos de interés colectivo.

Estas representaciones no solo informan o entretienen, sino que también reafirman, discuten o reconfiguran los valores culturales que organizan la vida social. A partir de este marco, se analizarán las dimensiones teóricas que permiten comprender cómo los discursos mediáticos construyen sentidos sobre la infidelidad y su lugar dentro del imaginario social contemporáneo.

Para reforzar y explicar la idea de la “ruptura del orden establecido”, la teoría funcionalista analiza el concepto de orden social y propone una visión macro de la sociedad. Como sustento teórico del capitalismo estadounidense, busca explicar los hechos sociales a partir de un funcionamiento ideal donde prevalezca la continuidad del orden en el tiempo, garantizando que cada institución e individuo cumpla el rol que le corresponde. En este marco, se naturalizan las reglas impuestas por el sistema, ya que el orden social determina las funciones de las instituciones y de los sujetos (Parsons, 1951).

El funcionalismo permite entender cómo las instituciones —entre ellas los medios de comunicación— operan dentro de la sociedad para mantener su organización y continuidad. Desde esta mirada, aquello que circula en los medios responde a dinámicas que refuerzan normas, valores y formas de convivencia ya establecidas.

Parsons (1951) sostiene que cada subsistema social (educación, justicia, política, salud, medios) cumple un rol específico y se articula con los demás para garantizar la estabilidad del conjunto. Cuando las expectativas sociales se rompen, surge un desajuste que revela el valor de la norma.

Desde este enfoque, la construcción mediática de la infidelidad aparece como la exposición de una transgresión al modelo de pareja monogámica que estructura gran parte del orden social. Los medios no solo registran estos episodios, sino que los presentan como acontecimientos de interés público. Tal como señalan McCombs y Shaw (1972), los hechos que se apartan del orden esperado tienden a ocupar un lugar destacado en la agenda mediática. En este proceso, la infidelidad es presentada como un hecho socialmente problematizado y se refuerzan los límites de lo considerado aceptable.

Siguiendo esta idea, la teoría de agenda setting sostiene que los medios de comunicación no solo transmiten información, sino que intervienen en la importancia que el público asigna a los hechos. Según Maxwell McCombs y Dixie Evatt, los medios no indican qué pensar, sino sobre qué pensar, al seleccionar determinados temas y otorgarles mayor visibilidad. Este proceso se desarrolla en dos niveles: primero, la definición de los temas considerados relevantes; y segundo, la selección de los aspectos específicos de esos temas, es decir, los detalles, rasgos o enfoques que se destacan. Las investigaciones clásicas muestran que la cobertura mediática orienta la percepción pública sobre la relevancia de ciertos asuntos y sobre los modos de interpretarlos (McCombs, M. E., & Evatt, D. C., 1995).

La *agenda setting* se vincula con la noción de encuadre (*framing*), que se refiere a la forma en que los medios presentan los hechos, seleccionando ciertos elementos y excluyendo otros, para sugerir interpretaciones, valoraciones o soluciones específicas. Este encuadre afecta no solo la atención del público, sino también sus juicios, emociones y actitudes, configurando la manera en que se perciben los acontecimientos. (McCombs, M. E., & Evatt, D. C. 1995).

En el caso de la construcción mediática de la infidelidad, *agenda setting* y encuadre permiten entender cómo los medios deciden qué detalles destacar y cómo estos énfasis crean narrativas que moldean la percepción social del fenómeno. Al centrar la atención en ciertos aspectos y dejar otros en segundo plano, los medios no solo informan, sino que construyen la realidad social, generando estereotipos y moldeando la opinión pública sobre lo que se considera aceptable o reprochable en el comportamiento amoroso y marital.

Además, este enfoque teórico permite analizar cómo la exposición repetida a ciertos encuadres puede generar efectos acumulativos en la audiencia, influyendo en su juicio moral, su percepción del comportamiento humano y su disposición emocional frente a los involucrados. Por ello, la *agenda setting* es un marco útil para comprender la relación entre medios, percepción pública y construcción social de fenómenos como la infidelidad.

Por otro parte, como sustento teórico, la construcción mediática de la infidelidad en la vida de los famosos puede entenderse desde el enfoque funcionalista que planteó Merton, quien distingue entre funciones manifiestas, funciones latentes y disfunciones.

En primer lugar, las funciones manifiestas son los efectos buscados y reconocidos por el sistema. En el caso de los medios, la difusión de noticias sobre infidelidades de celebridades tiene como objetivo explícito atraer audiencia, generar rating y sostener el interés público. De esta manera, los escándalos vinculados a la vida privada de figuras

reconocidas se convierten en un recurso que asegura la continuidad del negocio mediático y refuerza el consumo cultural del espectáculo.

Por otro lado, se encuentran las funciones latentes, es decir, aquellas consecuencias no buscadas ni reconocidas por los actores sociales. En este sentido, la mediatización constante de la infidelidad conlleva efectos indirectos como la normalización del escándalo, la invasión de la privacidad o la trivialización de la intimidad. Además, puede contribuir a moldear percepciones colectivas sobre el amor, la fidelidad y el éxito, instalando expectativas sociales distorsionadas sin que ese haya sido el objetivo declarado por los medios (Merton, R. K. 1968).

Finalmente, Merton plantea la existencia de disfunciones, entendidas como efectos que atentan contra la conservación del sistema social. En el caso de la infidelidad mediática, las disfunciones aparecen cuando la sobreexposición del tema eclipsa debates de mayor relevancia social, política o cultural, fomentando la lógica mencionada de “pan y circo” que debilita la reflexión crítica de la audiencia. Asimismo, pueden generar consecuencias negativas para las personas involucradas, como daño a la imagen pública, acoso mediático o estigmatización social. (Merton, R. K. 1968)

En síntesis, desde la teoría de Merton, la construcción mediática de la infidelidad combina funciones manifiestas que favorecen la industria del entretenimiento, funciones latentes que transforman percepciones sociales de manera indirecta, y disfunciones que afectan tanto a los individuos expuestos como al debate público en su conjunto.

En relación con la construcción mediática de la infidelidad, la teoría del cultivo (Gerbner, 1976) permite comprender cómo la exposición reiterada a determinados contenidos mediáticos influye en la manera en que las personas perciben y entienden la realidad social. Según Gerbner, los medios, en particular la televisión y hoy también los formatos digitales no solo transmiten información puntual, sino que, a través de la repetición de ciertos temas y narrativas, generan una visión del mundo que tiende a ser compartida por quienes consumen dichos contenidos.

Aplicado a la infidelidad, la continua aparición de estos casos en noticieros, programas de espectáculos o producciones ficcionales refuerza la idea de que este fenómeno es más común, inevitable o incluso “natural” dentro de la vida afectiva. De este modo, la audiencia no se limita a conocer episodios aislados, sino que incorpora representaciones que configuran marcos de referencia sobre la fidelidad, el compromiso y la ruptura amorosa. Así, la infidelidad deja de ser vista únicamente como un hecho individual para transformarse en

un elemento recurrente de las relaciones humanas, con un impacto cultural que atraviesa tanto lo íntimo como lo colectivo.

En este sentido, la teoría del cultivo resulta una herramienta clave para profundizar este análisis. Tal como señala Gerbner (1976), la exposición reiterada a ciertos contenidos mediáticos no solo entretiene o informa, sino que también “cultiva” percepciones, creencias y valores que terminan configurando la visión de la realidad social de los receptores. De esta manera, cuando los medios presentan la infidelidad de manera constante, no solo generan interés, sino que además contribuyen a moldear las expectativas sobre las relaciones amorosas, reforzando estereotipos y creencias que se trasladan a la vida cotidiana. A lo largo de los casos que abordamos en este trabajo veremos de qué manera los medios contribuyen a producir y consolidar estas construcciones sociales.

Con respecto a la composición que organiza el discurso televisivo de la imagen de los programas de formato magazine, un estudio realizado por el CONICET (Cicowicz, Heram, Wainer, 2023) evidencia que los programas de espectáculos no solo se construyen a partir del debate verbal, sino que dependen de una serie de operaciones visuales que le dan identidad al formato y lo diferencian dentro del panelismo televisivo actual. Por ejemplo, el uso recurrente de la pantalla partida permite mostrar simultáneamente distintas escenas, generando tensión y manteniendo la atención, la tipología de planos también refuerza este efecto, al alternar encuadres que jerarquizan voces y expresiones.

Es por esta evidencia que los programas tienen estructuras visuales similares, especialmente en el mismo canal América, para generar un hilo conductor que le de una cohesión al relato, aunque sean distintos conductores y panelistas, para que la audiencia sienta cierta familiaridad con lo que está viendo y tenga cierta expectativa al prender la televisión.

El análisis del lenguaje audiovisual de los programas de formato magazine permite comprender cómo la construcción mediática de la infidelidad no depende únicamente de los contenidos verbales o discursivos, sino también de una serie de recursos sonoros y visuales que refuerzan la carga emocional y moral del relato. Como señalan Fernández Díez y Martínez Abadía (1999) en “*Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*”, el lenguaje televisivo se organiza mediante una combinación de elementos icónicos y sonoros que buscan dirigir la atención del espectador y condicionar su interpretación. En los programas de “chimentos”, estos recursos funcionan como mecanismos de persuasión que intensifican la dramatización del conflicto y la identificación del público con los protagonistas del escándalo.

La música ocupa un papel central en este proceso: su uso no es arbitrario, sino que responde a una lógica narrativa precisa. Según los autores, la música diegética (la que forma parte del universo sonoro del relato) y la no diegética (la que proviene del montaje o edición) cumplen funciones expresivas distintas, pero complementarias. En los programas de espectáculos, la música no diegética se utiliza para enfatizar emociones —tensión, sorpresa, ironía o compasión— y guiar la lectura moral del espectador. Así, una melodía melancólica puede acompañar el testimonio de una mujer engañada, mientras que una base rítmica irónica o festiva suele acompañar la exposición del “culpable”, reforzando estereotipos de género y moralidad.

Asimismo, los efectos sonoros, los cortes musicales abruptos y los silencios estratégicos funcionan como puntuaciones narrativas que estructuran el ritmo de la conversación y aumentan el impacto emocional. Estos procedimientos, que Fernández Díez y Martínez Abadía definen como “recursos de refuerzo expresivo”, son empleados en los magazines para convertir una simple conversación en un espectáculo audiovisual. En el tratamiento mediático de casos como el “Wandagate” o el conflicto entre figuras públicas, los sonidos de transición, los aplausos pregrabados y los leitmotivos musicales asociados a cada personaje consolidan una narrativa donde la infidelidad se transforma en un drama moral televisivo

### **Metodología**

El presente ensayo académico emplea una metodología mixta para examinar en profundidad el tratamiento que los programas de espectáculos realizan de los casos de infidelidad, tomando como referencia los casos Fernández–Yáñez, Icardi–Nara y Vázquez–Accardi.

La herramienta cuantitativa permite medir el tiempo de aire que estos programas destinan a la temática y comparar los niveles de audiencia cuando se aborda este asunto en relación con otros contenidos. Los datos obtenidos proporcionan métricas objetivas que permiten construir una perspectiva fundada en evidencias medibles.

La herramienta cualitativa, centrada en el análisis del discurso de conductores y panelistas, posibilita identificar la narrativa que construyen los periodistas, así como la connotación de sus palabras y los símbolos utilizados. Además, se llevó a cabo una entrevista con Verónica Rosales, periodista y productora de América TV y docente de producción audiovisual en la Universidad Argentina de la Empresa, con el fin de enriquecer la interpretación del fenómeno.

La selección de los programas analizados responde a diversos criterios del ecosistema mediático. *Intrusos* fue incorporado por su carácter fundacional dentro del género en los años 2000, consolidando su hegemonía al alcanzar un promedio anual de 8.1 puntos de rating en 2006 (según IBOPE) y estableciendo un molde para el formato. LAM se incluye por ocupar actualmente ese lugar central en la agenda del periodismo de espectáculo y por su capacidad para marcar la conversación cotidiana. Finalmente, *El Diario de Mariana* forma parte de la muestra debido a su particular abordaje, que combina temáticas de la farándula argentina con un interés por el presente social y político.

### **Casos seleccionados**

Los casos seleccionados Gimena Accardi y Nicolás Vázquez, Wanda Nara y Mauro Icardi, y Alberto Fernández y Fabiola Yáñez fueron elegidos por representar de manera significativa cómo los medios argentinos construyen narrativas sobre la infidelidad, articulando lo íntimo con el interés público. En el caso de Fernández y Yáñez, la difusión de videos generó gran impacto mediático y social, combinando la dimensión privada con la política y evidenciando cómo los medios transforman lo personal en un hecho de relevancia pública. El denominado *Wandagate*, por su parte, mostró la capacidad del espectáculo mediático para dramatizar la infidelidad a través de repeticiones, cronologías y testimonios, reforzando su carácter cultural y recurrente, en línea con las teorías del framing y del cultivo (Gerbner, 1976; Entman, 1993). Finalmente, el caso de Accardi y Vázquez ejemplifica cómo la especulación y los rumores mediáticos convierten la vida privada en debate colectivo, instalando la figura del “tercero en discordia” como recurso narrativo. En conjunto, estos casos permiten observar cómo los medios jerarquizan, dramatizan y reiteran situaciones de infidelidad, construyendo así una percepción social donde lo privado se vuelve espectáculo y la transgresión refuerza los límites de lo aceptado.

El análisis se apoya en un corpus compuesto por 26 programas emitidos entre junio de 2023 y junio de 2025, lo que permite observar la recurrencia, el tratamiento y la evolución discursiva de estos casos a lo largo del tiempo. En conjunto, estos casos permiten observar cómo los medios jerarquizan, dramatizan y reiteran situaciones de infidelidad, construyendo así una percepción social donde lo privado se vuelve espectáculo y la transgresión refuerza los límites de lo aceptado.

## **Resultados y discusión**

### **Análisis del discurso**

Se puede destacar cierta tendencia hacia la construcción de una narrativa donde a cada participante se le adjudica un rol determinado: en el caso de Wanda-Icardi, a Wanda se la nombra reiteradas veces como “culpable”, “tóxica”, “manipuladora” y “estratega”, lo que demuestra que se prioriza su figura sobre la de Icardi, dejando secundario el acto de infidelidad y focalizándose en el comportamiento y decisiones de ella. Por el contrario, en el caso de Alberto y Fabiola, la figura masculina es la más cuestionada al llamarlo “culpable institucional” y repetir términos como “golpeador”, “maltratador”, “abusador de poder”, los cuales refuerzan la caída simbólica de su figura de autoridad, mientras que a Yáñez se la menciona como “víctima estratégica que ha juntado pruebas”, una figura legitimada por el dolor y la exposición.

Los roles no solo se le asignan a los participantes, sino también a los panelistas que discuten la infidelidad: *“cuanta más opinión diversa haya en el panel, más jugosa es la noticia; si estamos todos de acuerdo, es un embole, cada uno representa la opinión de quien nos está viendo y todos van a tomar parte.”* Verónica Rosales, productora y periodista de América TV, acompaña la idea del debate y la asignación de posturas marcadas de los que están a favor de cierta figura y de los que están en contra, hay un papel importante de la diversidad de opiniones y la oposición de ideas.

En el último caso analizado sobre la infidelidad de Gimena Accardi hacia Nicolás Vázquez se introduce una particularidad no observada previamente: la cobertura no se centra en la condena ni en el escándalo, sino en la exposición emocional y el arrepentimiento. En *LAM*, Accardi es representada como una mujer “valiente”, “honesta” y “humana”, capaz de “dar la cara” y asumir su error. Ella expresó frases como “me hago cargo”, “soy humana”, “me arrepiento”. Los panelistas agregaron que “tuvo los ovarios de dar la cara”, instalando un discurso centrado en la valentía y la exposición femenina.

Dentro de esta lógica de construcción televisiva, la música cumple una función de refuerzo, actuando como elemento expresivo que intensifica las emociones del relato y orienta la interpretación del espectador. A través de melodías tensas o transiciones sonoras que acompañan los momentos de mayor conflicto o revelación, la banda sonora no diegética construye un clima de dramatización que potencia el impacto del discurso y sostiene la expectativa del público. Según Federico Fernández Díez y José Martínez Abadía, esta función de refuerzo musical, vinculada al uso del leitmotiv, permite asociar determinadas figuras o sentimientos con la imagen, creando una experiencia sensorial que el espectador

reconoce y anticipa, lo que en estos programas actúa como un auténtico “leitmotiv del escándalo”. Rosales también remarca la importancia de la música: “ *a la gente le da una adrenalina especial la música*”, Rosales le señala importancia al “condimento” de la música no solo para la audiencia, sino para el periodista que cuenta la noticia, ya que lo ayuda a “*crear el clima*”.



*Captura programa “Gimena Accardi y Nico Vázquez + Pampita + Martín Cirio” del día 19 de agosto del 2025, LAM.*

### **Género**

Se distinguen diferentes posturas y tratamientos de la infidelidad según el caso analizado. En algunos se evidencia un tratamiento donde la condena social recae en la figura femenina mientras que otros se focalizan sobre la masculina. Lo que subyace en todos los hechos es lo señalado por Calcagno, quien advierte que la televisión actual mantiene los roles tradicionales bajo una apariencia de cambio. Al mismo tiempo, no sucede lo que plantea Vallares al pie de la letra: si bien el juicio moral ya no recae solo sobre la mujer, la lógica de culpa y redención continúa estructurando el relato mediático. En el caso de Alberto y Fabiola se observa cómo la televisión adapta el sujeto del castigo, que ahora se posiciona sobre el hombre, pero mantiene intacta la lógica del espectáculo moral: continúa utilizando la exposición y emoción como mecanismos de control y legitimación social. En el *Wandagate*, en cambio, esa supuesta empatía se diluye: la autonomía de Wanda demostrada con su decisión de hablar y de controlar su relato o capitalizarlo comercialmente, es tratado como exceso y manipulación, “el uso de una actividad extracurricular para impedir la revinculación

es una chiquilina de Wanda” (Comentario emitido el 6 de junio de 2025, en el marco de una crisis reactivada). El medio transforma su capacidad de controlar el relato en un motivo de sospecha, reafirmando los estereotipos bajo una apariencia de cambio.



*Captura programa “Wanda Nara y Mauro Icardi + Loro Gate + Banda XXI” del día 6 de junio de 2025, Diario de Mariana.*

Sin embargo, al observar el caso de Gimena y Nicolás, se presenta un encuadre que contradice, al menos parcialmente, lo observado por Valladares y Calcagno: la infidelidad femenina suele recibir un trato más severo y moralizante. La narrativa mediática elige suavizar la transgresión y desplazar el eje del juicio hacia la reivindicación de Gimena. La empatía hacia Accardi no implica necesariamente un cambio estructural en la mirada mediática sobre el género. *LAM* refuerza una dinámica de negociación moral con la audiencia al construir un relato de vulnerabilidad: “me quiero suicidar mañana”, “sufrí odio en redes”, frases dichas por Gimena que invitan a la identificación emocional y transforma la infidelidad en un espectáculo de exposición controlada. De este modo, la mujer no es castigada sino humanizada, aunque siempre dentro de un esquema conservador de las jerarquías simbólicas: la emoción arrepentimiento siguen asociados a lo femenino, mientras que la figura masculina de Vázquez se mantiene como eje de estabilidad y contención.

En base a todo lo observado en los casos, se advierte que aunque las narrativas mediáticas aparenten actualizarse, las estructuras de sentido permanecen. La televisión persiste en situar a la mujer en el centro del relato moral, configurando el juicio social a partir de la exposición pública y la apelación emocional. Aunque el foco del castigo se desplace y la culpa no recaiga siempre sobre la figura femenina, la estructura del espectáculo permanece

inalterada: la emoción y la visibilidad siguen siendo los recursos que legitiman el poder simbólico del medio.

### **La politización del espectáculo**

La utilización de las demandas sociales en el ámbito del espectáculo es un recurso explotado en todos los programas. En el de Wanda e Icardi, la narrativa se apoya en recursos de dramatización tales como el uso de música de tensión, zócalos como “la venganza de Wanda” o “la tercera en discordia” que buscan reforzar la idea de conflicto y espectáculo. El triángulo amoroso que incluye a Eugenia “China” Suarez crea una grieta tanto en los programas como en el público; la pregunta “¿Qué *team* sos?” divide a los participantes del debate asemejándose a una grieta política.

En el caso de Alberto y Fabiola, a diferencia de otros conflictos amorosos, aquí la exposición de lo íntimo se entrelaza con una dimensión política, apoyando la afirmación de Justo Von Lurzer: la crisis de pareja se convierte en una narrativa de poder. Los programas analizados, *LAM* y *El Diario de Mariana*, no se limitan a describir un conflicto afectivo, contrastan la conducta privada de los protagonistas con sus responsabilidades públicas, enfatizando la hipocresía y el abuso de poder, como el uso de residencias oficiales para encuentros privados durante la pandemia. La repetición persistente de estas fórmulas configura la manera en que los medios transforman los conflictos íntimos en relatos dramatizados que sostienen la atención del público y refuerzan su autoridad como mediadores morales.

### **Rating y tiempo en pantalla**

Por último, la configuración y el desarrollo de estos programas caracterizados por la presencia de panelistas poseen ciertas dinámicas con el objetivo de mantener la atención de la audiencia para obtener un alto rating que genera rentabilidad para su desarrollo. La dinámica observada en el caso de Wanda e Icardi demuestra cómo la televisión convierte el escándalo en un recurso sostenido de audiencia. En los episodios analizados de *LAM*, la discusión ocupó casi la mitad del tiempo total de emisión y fue retomado en jornadas consecutivas, incluso cuando no había novedades que hicieran avanzar la narrativa. Los panelistas repetían fragmentos de entrevistas, publicaciones de redes y capturas de pantalla, generando un seguimiento diario que mantenía a la audiencia expectante. Esa fragmentación del relato y su continuidad en el tiempo evidencian que la infidelidad se utiliza como motor de rating: un contenido de alto rendimiento que prolonga la atención y garantiza rentabilidad (Macareño, 2022).

Esta lógica de exposición y dramatización también se refleja en la distribución del tiempo en pantalla que los programas dedican a cada caso, donde las decisiones editoriales revelan qué tipo de conflicto adquiere centralidad dentro de la agenda mediática. Por ejemplo, mientras que en *El Diario de Mariana* el caso Loan (la desaparición de un niño de cinco años en la provincia de Corrientes que ocupó muchas semanas y horas de cobertura en todos los canales de TV) llenó solo unos quince minutos de programa, el caso Fernández-Yáñez se trató los cuarenta y cuatro minutos restantes del mismo. Particularmente en los veinticuatro programas analizados que van desde el año 2023 hasta el 2025, *El Diario de Mañana* es el programa con el promedio de tiempo en pantalla que se le dedicó a las de infidelidades mediáticas más alto, es de un 62.68%, en *LAM* el promedio es de 56.97 % y finalmente en *Intrusos* es de un 37,5%.

Este desequilibrio evidencia una preferencia en la elección y repetición del tema, que instala una jerarquía simbólica donde lo íntimo domina el debate público. En términos de agenda mediática, el programa vuelve a ubicar la intimidad como tema central, confirmando lo que plantea Mascareño sobre la rentabilidad de los escándalos como motor del rating. En el caso de Gimena y Nicolás, el bloque dedicado tuvo una duración considerable, cercana a una hora, y fue presentado como “la declaración más fuerte del día”, o “después de las palabras de Gime a la mañana” muestran cómo el ciclo organiza su programación en torno a la continuidad narrativa del caso, más que a su novedad informativa. El relato se construye como una secuela emocional de alto impacto, articulada con las lógicas de serialización que caracterizan al género televisivo magazine.

En relación con la producción televisiva, las decisiones editoriales se encuentran fuertemente atravesadas por la experiencia y el criterio del productor. Rosales destaca el rol decisivo del productor, ya que es él quien tiene mayor experiencia y sabe lo que va a medir: “*El periodista le indica al productor en lo que quiere trabajar y el productor le sugiere, es un equipo. Él sabe lo que va a medir, lo que está bien, lo que se dice en la jerga, lo que da ganancia*”. La productora también destaca la importancia de la calidad por sobre la medición del programa al decir que “*lo más probable es que si se discute fuerte haya más gente viéndote y eso en televisión es bueno, pero no siempre representa la calidad.*” Estas intervenciones muestran cómo las decisiones productivas combinan criterios de medición, experiencia profesional y consideraciones sobre la calidad del contenido.

## **Conclusión:**

A lo largo de esta investigación se analizaron las dinámicas que estructuran el tratamiento mediático de la infidelidad en la televisión de espectáculos argentina, a partir de cuatro ejes principales: el análisis del discurso, la representación de género, la politización del espectáculo y la relación entre tiempo en pantalla y rating. El abordaje de estas variables permitió reconocer tanto continuidades como rupturas respecto de los marcos teóricos previos, revelando cómo la intimidad se convierte en un dispositivo narrativo y comercial que articula emoción, exposición y consumo televisivo.

En cuanto al **análisis del discurso**, se puede observar a través de la comparación de los casos analizados, que la televisión de espectáculos en Argentina organiza la infidelidad como un relato sostenido y serializado, donde el conflicto íntimo se transforma en un recurso narrativo que vincula emoción, exposición y seguimiento cotidiano. Los programas marcan ciertos roles preestablecidos en la construcción del relato (culpable, víctima, tercero/a, testigo) y las renuevan episodio a episodio, de manera que el interés no se encuentra únicamente en el hecho en sí, sino en su capacidad de continuar, escalar o actualizarse. Lo íntimo es tratado como un asunto público y se transforma en un recurso narrativo capaz de renovarse, retomarse y amplificarse a través de imágenes, posteos, anticipos y lecturas en vivo.

En relación con el **género**, los tres casos muestran variantes en el reparto de la culpa y la empatía, ya sea adjudicándose a la mujer, reconociendo su vulnerabilidad o desplazando la sanción hacia el hombre, pero en todos los casos la figura femenina permanece como centro afectivo del relato. Su presencia organiza la interpretación de los hechos, habilita empatías, rechazos y lecturas morales, y se mantiene como punto desde el cual se orienta la reacción del público. Esto indica que la centralidad de la mujer no se debilita, sino que se resignifica según convenga al desarrollo dramático del caso.

En los tres casos lo íntimo no queda restringido al plano personal, sino que es presentado como un asunto de importancia pública. Ahí aparece lo que Justo Von Lurzer denominó como **politización del espectáculo**. La vida privada funciona entonces como una superficie desde la cual se elaboran sentidos colectivos, y el dolor, la traición o la restitución toman la forma de escenas que organizan la manera en que la audiencia define qué es aceptable, comprensible o condenable. Por ejemplo, esto puede verse en la caída de la figura del expresidente de la Nación Alberto Fernández, luego del descubrimiento de la violencia e infidelidad que le ejercía a su expareja Fabiola Yáñez.

La distribución del **rating y del tiempo en pantalla**, muestra como diferentes casos de interés social fueron tratados muy pocos minutos del programa, mientras que los escándalos mediáticos de infidelidad se extendieron casi un programa completo. Esta diferencia no responde únicamente al impacto del conflicto, sino a la posibilidad concreta de sostenerlo en conversación. Esto depende tanto de la circulación en redes como de la posibilidad de “vestir” la escena con imágenes, audios y música que genera cierto clima. La producción televisiva selecciona aquello que pueda prolongarse, no se ordena solo por jerarquías temáticas sino por la capacidad de cada historia para producir continuidad, conversación y retorno de audiencia.

En definitiva, la infidelidad se consolida como un recurso narrativo central de la televisión de espectáculos argentina, donde lo íntimo se vuelve espectáculo y el espectáculo, una forma de construir sentido social.

## **Bibliografía**

- AHUMADA BARAJAS RAFAEL (2006). *La influencia de la televisión en la imagen de la realidad social que construyen los televidentes* [Tesis doctoral, Universidad Nacional Autónoma de México]. UNAM — Dirección General de Bibliotecas.  
<https://ru.dgb.unam.mx/server/api/core/bitstreams/83bf621a-2d7a-4383-90be-bd0580ee1fcc/content>
- CALCAGNO ANA. (2024). “*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* [Tesis]. Universidad Nacional de San Martín.  
[https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/2961/1/TLIC\\_EIDAES\\_2024\\_CA.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/2961/1/TLIC_EIDAES_2024_CA.pdf?utm_source=chatgpt.com)
- JUSTO VON LURZER, CAROLINA (2017). *Activismo celebrity. Demandas de derechos y participación política en el espectáculo televisivo contemporáneo en Argentina*. En *Actas del WWC 2017* [PDF].  
[https://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499394917\\_ARQUIVO\\_JustovonLurzerMM\\_FG.pdf](https://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499394917_ARQUIVO_JustovonLurzerMM_FG.pdf)
- MASCAREÑO, P. (2022, 9 de julio). *Entre escándalos y primicias, los programas de chimentos le suman audiencia a la televisión*. **La Nación**.  
<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/entre-escandalos-y-primicias-los-programas-de-chimentos-le-suman-audiencia-a-la-television-nid09072022/>
- LÉVI-STRAUSS, C. (1949). *Las estructuras elementales del parentesco*. Fondo de Cultura Económica.  
<https://antropologiapoliticaenah.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/10/ap-levi-strauss.pdf?utm>
- DURKHEIM, É. (1895). *Las reglas del método sociológico*. Alcaná.  
[https://acms.es/wp-content/uploads/2018/11/durkheim\\_emile\\_-\\_las\\_reglas\\_del\\_metodo\\_sociologico\\_0.pdf](https://acms.es/wp-content/uploads/2018/11/durkheim_emile_-_las_reglas_del_metodo_sociologico_0.pdf)
- MERTON, R. K. (1949). *Teoría y estructura social*. Free Press.  
<https://dokumen.pub/teoria-y-estructura-sociales-spanish-edition-4nbsped-9681667794-9789681667795.html>
- MCCOMBS, M., SHAW, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.  
<https://fbaum.unc.edu/teaching/articles/POQ-1972-McCOMBS-176-87.pdf>

MCCOMBS, M., EVATT, D. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press. [https://www.academia.edu/26848870/Mc\\_Combs\\_Agenda\\_Setting](https://www.academia.edu/26848870/Mc_Combs_Agenda_Setting)

ADORNO, T. W., & HORKHEIMER, M. (1944). *Dialéctica de la ilustración*. Querétaro: Fondo de Cultura Económica.  
[horkheimer-max-y-adorno-theodor-dialectica-de-la-ilustracion.pdf](http://horkheimer-max-y-adorno-theodor-dialectica-de-la-ilustracion.pdf)

KATZ, E., BLUMLER, J. G., & GUREVITCH, M. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.  
[https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781351500203\\_A30457124/preview-9781351500203\\_A30457124.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781351500203_A30457124/preview-9781351500203_A30457124.pdf)

CAMACHO, J. M. (2003). *Fidelidad e infidelidad en las relaciones de pareja: Nuevas respuestas a viejos interrogantes*  
<https://www.fundacionforo.com/pdfs/archivo42.pdf?utm>  
(Rosenfeld, A. 2023).  
[Ana Rosenfeld: “La infidelidad debería seguir siendo un delito” - LA NACION](http://AnaRosenfeld:La%20infidelidad%20deber%C3%ADa%20seguir%20siendo%20un%20delito%20-%20LA%20NACION)  
TN. (2024, 9 de agosto). *Difunden un nuevo video de Alberto Fernández con Tamara Pettinato en el despacho presidencial*. Todo Noticias.  
<https://tn.com.ar/politica/2024/08/09/difunden-un-nuevo-video-de-alberto-fernandez-con-tamara-pettinato-en-el-despacho-presidencial/>

CAMPOS, M. (2025, enero 26). *La cronología completa del Wandagate: del “otra familia que te cargaste por zorra” a la novela turca*. Todo Noticias.  
<https://tn.com.ar/show/famosos/2025/01/26/la-cronologia-completa-del-wandagate-del-otra-familia-que-te-cargaste-por-zorra-a-la-novela-turca/>

CONSIGLIERI, L. (2025, agosto 19). *Cronología de la separación de Nico Vázquez y Gimena Accardi: del comunicado soft al escándalo por infidelidad*. Infobae.  
<https://www.infobae.com/teleshows/2025/08/19/cronologia-de-la-separacion-de-nico-vazquez-y-gimena-accardi-del-comunicado-soft-al-escandalo-por-infidelidad/>

*Intrusos en el espectáculo*. (s. f.). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Intrusos\\_en\\_el\\_espect%C3%A1culo](https://es.wikipedia.org/wiki/Intrusos_en_el_espect%C3%A1culo)

VALLADARES, M (2013, julio). *Lo Infiel: Diálogos sobre la construcción de la Infidelidad*. Tesis profesional que para obtener el grado de Maestro en Psicoterapia  
[https://www.taosinstitute.net/files/Content/5695682/Lizama\\_Dialogos\\_sobre\\_la\\_Construccion\\_de\\_la\\_Infidelidad.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.taosinstitute.net/files/Content/5695682/Lizama_Dialogos_sobre_la_Construccion_de_la_Infidelidad.pdf?utm_source=chatgpt.com)

FERNANDEZ DÍEZ, F., & MARTINEZ ABADÍA, J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual* (Colección Papeles de Comunicación). Ediciones Paidós.

<https://sixtoon.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/04/manual-basico-de-narrativa-y-len-guaje-audiovisual.pdf>

CICOWIEZ, M., HERAM, Y, & WAINER, L. (2025). *Televisión y entretenimiento en Argentina: un análisis de un programa de espectáculos*. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/269335>

### **Anexo**

Base de Datos – Corpus TV Espectáculo.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1EDobN2X-ay3j-gSfsf9OW3dDIJsCUef2r7AHTK6Xjts/edit?usp=sharing>

Entrevista a Verónica Rosales

<https://docs.google.com/document/d/1Tz8Z2fvMi9-t9Gi5fXWdKH8nsOjqlpStl6yHgBUD4Ss/edit?usp=sharing>