



Instructions for authors, subscriptions and further details:

<http://mcs.hipatiapress.com>

Masculinity and Popular Television

Sandra Girbés¹

1) University of Barcelona, Spain

Date of publication: October 21th, 2013

Edition period: October 2013-February 2014

To cite this article: Girbés, S.(2013). Masculinity and popular television
Masculinities and Social Change, 2 (3), 312-315. doi: 10.4471/MCS.2013.37

To link this article: <http://dx.doi.org/10.4471/MCS.2013.37>

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE

The terms and conditions of use are related to the Open Journal System and to [Creative Commons Attribution License](#) (CC-BY).

Review (I)

Feasey, R. (2008). *Masculinity and popular television*. Edinburgh: Edinburgh University Press. ISBN 978-0-7486-2798-1.

Desde finales de los años 70 y principios de los 80, han sido muchos los teóricos y teóricas que desde distintas disciplinas y perspectivas han analizado el discurso televisivo. A pesar de que la prolífica producción literaria en el ámbito no ha pasado desapercibida para los estudios sobre género, la mayor parte del desarrollo teórico se ha enfocado en el análisis de la femineidad, dejando de lado a la figura masculina. La falta de teorización en este terreno, según Feasey, presenta una visión errónea de la masculinidad ya que se percibe como invariable y permanente. Además, el análisis de la representación de las masculinidades en la televisión es esencial ya que no solo ofrece un reflejo de la realidad cultural que la envuelve, sino que ofrece y construye modelos de masculinidad socialmente aceptados.

Ante la necesidad de ampliar el conocimiento en esta materia, demanda emergente desde la academia pero también desde diversos ámbitos sociales, en *Masculinity and Popular Television*, Feasey analiza las diferentes representaciones de la masculinidad aportadas por la televisión británica y americana. La obra adopta una interesante perspectiva ya que analiza la manera en que las masculinidades son construidas, difundidas e interrogadas en la televisión actual pero también cómo estas representaciones están cuestionando el modelo de masculinidad hegemónica. Para ello, el libro ofrece una selección de referencias que cubre una amplia gama de géneros televisivos. No obstante, merece especial atención el valioso recopilatorio de la literatura desarrollada en el ámbito de las masculinidades en los contextos mediáticos.

El libro se articula mediante 13 capítulos (entre los que se incluye una introducción, 12 capítulos y una breve conclusión) a través de los que se identifican diversas representaciones de los hombres como amigos, padres, héroes o mártires. La utilización de una estructura clara y bien definida, que se repite a lo largo de los capítulos, y el empleo de una escritura ágil facilitan la lectura de este libro. Cada uno de los capítulos está dedicado a un género televisivo concreto y se inicia con una breve introducción histórica al

género, seguida de uno o varios estudios de caso en los que se incluye una sinopsis general del programa y de los protagonistas más relevantes. Además, cada capítulo se cierra con una breve conclusión. De esta forma, Feasey cubre una amplia programación televisiva incluyendo géneros como la telenovela, las series de ficción, la animación para personas adultas, los melodramas juveniles, la ciencia ficción, las series en contextos hospitalarios, las series policíacas, eventos deportivos, “reality shows”, programas sobre estilos de vida y publicidad.

Después de un capítulo introductorio, el segundo capítulo analiza cómo las telenovelas, género que en primer término fue destinado a un público femenino, están revisando e incorporando personajes masculinos con el objetivo de acercarse a un público masculino en aumento. A pesar de que la telenovela sigue incluyendo escenas donde la violencia y el poder se asocian al hombre, se ha identificado el desafío al modelo de masculinidad hegemónica a través de la inclusión de personajes cada vez más dialogantes y capaces de mostrar sus sentimientos tanto en la esfera pública como privada.

El tercer capítulo, analiza las series de ficción situando este formato como un espacio privilegiado para abordar los cambios sociales. A través de series conocidas internacionalmente como *Friends* (1996-2002) o *Will & Grace* (2000-2001), Feasey analiza la amistad entre hombres o la representación de la homosexualidad en la televisión. La identificación de la homofobia como una de las barreras que ha dificultado el establecimiento de amistades entre hombres, la detección de referentes de profunda amistad masculina en la pequeña pantalla o la inclusión de los voces de colectivos gays hacen que este capítulo sea especialmente relevante.

El diagnóstico realizado en el cuarto capítulo sobre series de animación para personas adultas como *Los Simpsons* (1989-) o *Family Guy* (1999-) difunde una visión de la familia disfuncional norteamericana, centrándose en la figura del padre problemático y en las difíciles relaciones entre padre e hijo o hija. Sin embargo, en el capítulo quinto, se identifican relaciones familiares positivas cuando se reflexiona sobre la figura del adolescente en la programación juvenil. En este tipo de producciones se utiliza frecuentemente, como en el caso de *Smallville* (2001-2011), la figura del alienígena como una metáfora de las transformaciones físicas y emocionales del adolescente.

En el capítulo sexto, se revaloriza el género de la ciencia ficción ya que éste explora las posibilidades del cambio social yendo más allá de los estereotipos de género. De esta forma, en la acción se incluyen héroes alternativos que combinan valentía o fuerza con elementos que tradicionalmente habían sido considerados femeninos como emocionalidad y sensibilidad. Una perspectiva más tormentosa del héroe es ofrecida en las series en el contexto hospitalario desarrollada en el capítulo séptimo. En las producciones contemporáneas el papel del médico protagonista suele estar envuelto de cinismo, como es el caso de *House* (2004-2012). Sin embargo, en estas series valores como la sinceridad e integridad del doctor no son cuestionados. Este modelo de héroe difiere de aquel presentado en el octavo capítulo sobre el género policíaco, ya que el policía o comisario suele sacrificar la esfera privada para ejercer su deber en la esfera pública. Según Feasey, esta renuncia cuestiona la deseabilidad del modelo tradicional de masculinidad.

La representación de la masculinidad en los eventos deportivos es revisada en el capítulo noveno. En él se destacan los mecanismos en el mundo deportivo a través de los que se tiende a ubicar la masculinidad hegemónica como heroica mientras se marginalizan otros modelos de masculinidad. Sin embargo, Feasey identifica referentes en este contexto que posibilitan versiones alternativas a la figura de hombre dominante, agresivo y competitivo. Según la autora, precisamente este tipo de hombres que muestran respeto hacia sus compañeras y hacia los diferentes modelos de masculinidad que le rodean son los que están ganando mayor popularidad entre el público de “reallity shows” como *Big Brother 8* en Gran Bretaña (2007). A pesar de ello, en el décimo capítulo, el libro evidencia cómo el reallity show es uno de los formatos que mayores problemáticas presenta en relación a los estereotipos de género.

Una valoración más positiva recibe un género desarrollado a partir de los años 60 en la esfera británica y que tiene como objetivo reflejar diferentes estilos de vida a través de programas sobre moda, cocina o las relaciones en el espacio doméstico. En el capítulo undécimo, se analiza como en algunos de estos programas la figura masculina realiza una reconciliación entre el espacio público y privado.

Antes de cerrar con la conclusión, en el duodécimo capítulo, se expone cómo los cambios en relación al modelo hegemónico de masculinidad

también se han dado en el polémico ámbito de la publicidad televisiva ya que los anuncios comerciales ven la necesidad de apelar a las múltiples masculinidades que alberga la sociedad actual.

Pese a que en *Masculinity and Popular Television* se reflexiona sobre elementos clave como el diálogo, la amistad, la paternidad, la sexualidad o la vida laboral y doméstica, sería recomendable incluir la intersección de factores como raza, étnia o clase social en la construcción de los nuevos modelos de masculinidad, ya que son elementos que están muy presentes en algunos de los géneros seleccionados y en el conjunto de nuestras sociedades. Además, otro aspecto que enriquecería la aportación de Feasey es el análisis de la atracción vinculada a los distintos modelos de masculinidad representados. Es decir, conocer en qué medida las diferentes alternativas se presentan como modelos deseables frente a la atracción tradicionalmente vinculada a la masculinidad hegemónica.

A pesar de estos matices, Feasey realiza una valiosa aportación posicionándose frente a aquellas teorías que afirman que los cambios analizados anteriormente se producen con el objetivo de generar un nuevo modelo de masculinidad híbrido que perpetúe la sociedad patriarcal. Por el contrario, la autora afirma que cada vez son más aquellos hombres que identifican que los viejos cánones no les son útiles ni en la esfera pública ni en la privada y que cada vez son menos los que proyectan una masculinidad que no satisface ni corresponde a sus vidas.

Sandra Girbés. Universidad de Barcelona
sandra.girbes@ub.edu