

Del príncipe al hombre real:

Nuevas audiencias, nuevos estereotipos de belleza masculina en las series mexicanas

ZULEMA MORENO

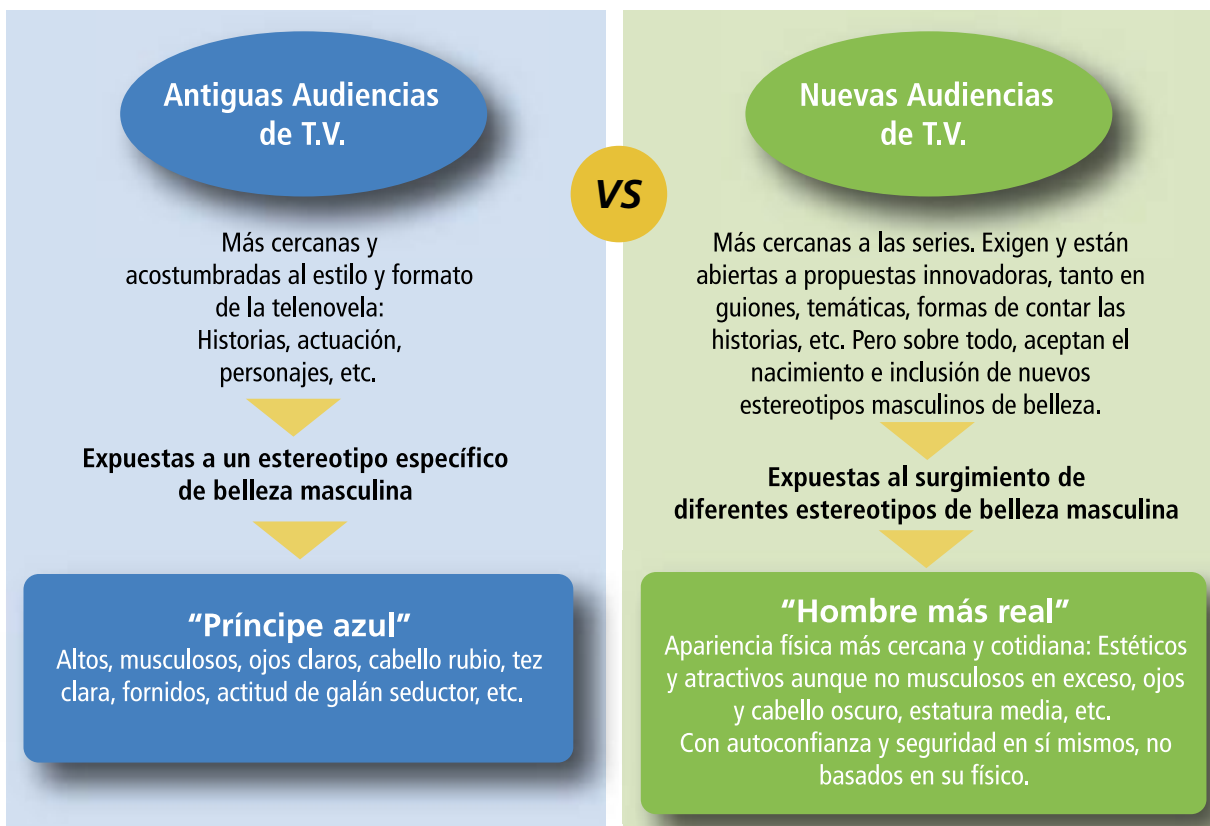
Lexia

Musculosos, cuerpos modelados, de rasgos perfectos, altos, rubios, ojos claros... aquellos estereotipos que los hombres desearían ser y que a las mujeres nos gustaría tener, pero que se mantienen en la fantasía y el deseo, lejos de la realidad o, al menos, lejos de nuestra cotidianidad mexicana.

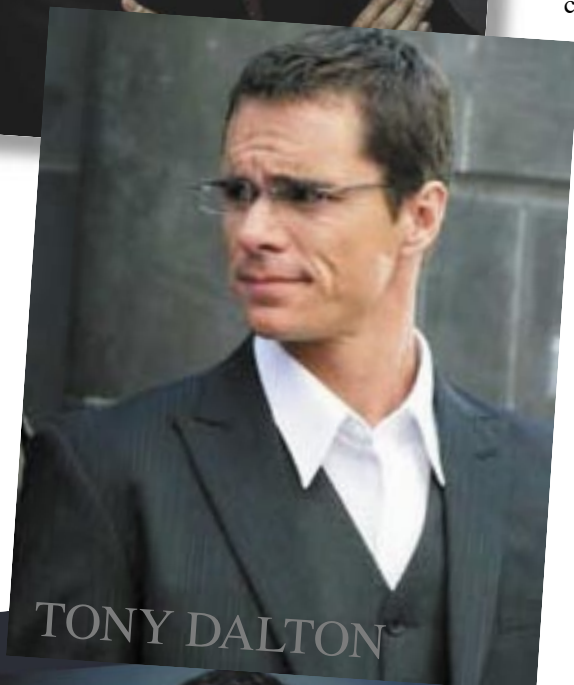
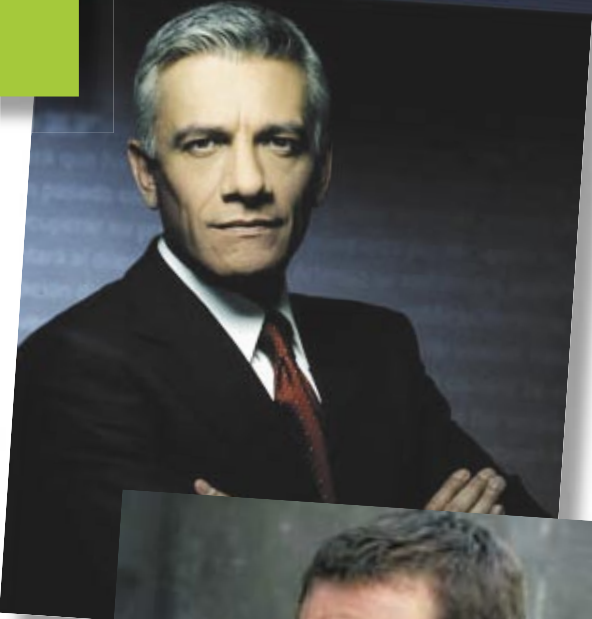
Actualmente, en la televisión mexicana han surgido nuevos estereotipos de belleza masculina, que aunque aún incipientes, encuentran su origen en las recientes opciones televisivas de producción nacional en formato de serie (figura 1).



Figura 1



ARTEMIO MIRANDA



TONY DALTON



TONY HERNÁNDEZ

En tal sentido, hoy en día se aprecian en las pantallas de nuestros hogares “galanes” de series que comienzan a alejarse del estereotipo masculino al que la audiencia estaba acostumbrada a partir de las telenovelas, para acercarse a un estilo de hombre que sin dejar de ser atractivo físicamente, se aproxima más a un modelo actitudinal, pues proyecta seguridad en sí mismo, además de cuidar su apariencia y belleza.

De acuerdo a lo anterior, algunos personajes de series mexicanas se encuentran en un punto medio entre el “príncipe” y el hombre real, pues aunque cuidan su apariencia y atractivo, no viven para su físico, acercándose al concepto acuñado como “Ubersexual”, el cual refiere un tipo de hombre que se cuida pero sin llegar a los excesos, con *look* masculino y manteniendo su propio estilo, definido como fuerte y decidido.

Ejemplos de lo anterior son personajes protagónicos de series mexicanas como Mario Santos (Tony Dalton en “Los Simuladores”, producción de Televisa, 2009) o Tony Hernández y Artemio Miranda (Eduardo Arroyuelo y Juan Carlos Barreto en “XY”, producción de Once Tv, 2009) por mencionar algunos, quienes muestran rasgos y físico de hombres más habituales, los que podríamos toparnos en cualquier lugar de esta ciudad, al pasar por la calle, en nuestra escuela u oficina y cuyo atractivo no radica únicamente en su físico, sino también en lo que proyectan con su actitud y comportamiento.

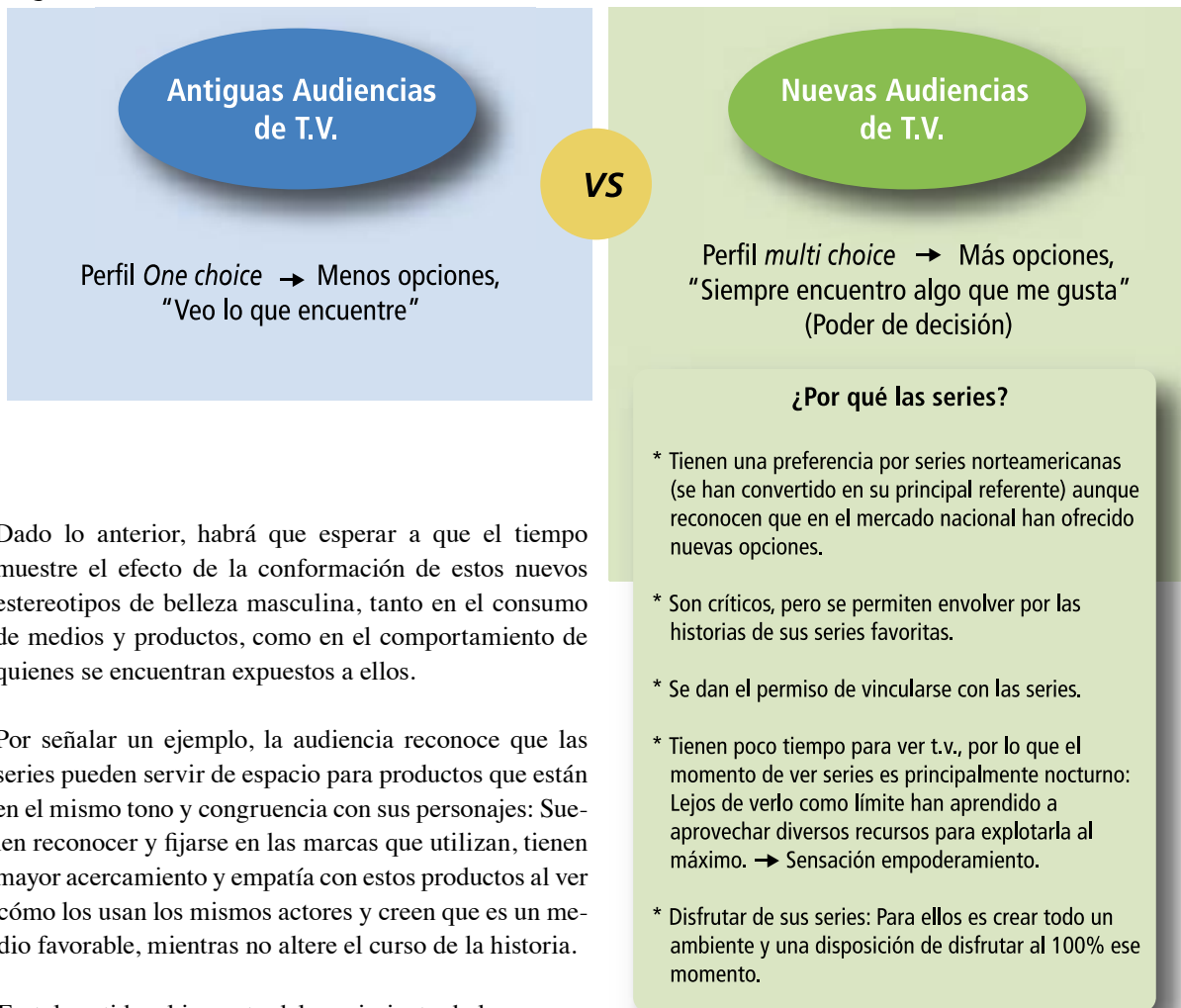
De tal forma, los personajes de las series mexicanas comienzan a conciliar el estereotipo del hombre idealizado con el hombre de nuestros días, a partir de la creación de nuevos modelos masculinos de belleza, ésta entendida como “armonía física que inspira admiración y placer”.

Para comprender la relevancia del nacimiento de los nuevos estereotipos de belleza masculina, es necesario conocer el vínculo de las actuales audiencias de televisión con las series, pues éstas poseen un estilo característico y diferencial a partir de su producción, guión, actuación y construcción de personajes, convirtiéndose en un formato lejano a la telenovela, que genera un *engagement* especial con la audiencia. Claudio Flores (LEXIA Investigación Cualitativa) describe la relación de las nuevas audiencias de televisión con las series (figura 2).

Más allá de su género, las series se conciben como poseedoras de un contenido más cercano con la realidad que vive la audiencia, especialmente las series mexicanas, que generan más cercanía y empatía al sentirse involucrados a partir del uso de locaciones y empleo de un lenguaje coloquial.

Por ello, la configuración de las series es cuna del surgimiento de nuevos estereotipos de belleza masculina, pues éstos resultan coherentes con la cotidianidad que reflejan al mostrar en sus historias personajes más comunes no sólo en su planteamiento psicológico, sino también a partir del físico y apariencia que proyectan.

Figura 2



Dado lo anterior, habrá que esperar a que el tiempo muestre el efecto de la conformación de estos nuevos estereotipos de belleza masculina, tanto en el consumo de medios y productos, como en el comportamiento de quienes se encuentran expuestos a ellos.

Por señalar un ejemplo, la audiencia reconoce que las series pueden servir de espacio para productos que están en el mismo tono y congruencia con sus personajes: Suelen reconocer y fijarse en las marcas que utilizan, tienen mayor acercamiento y empatía con estos productos al ver cómo los usan los mismos actores y creen que es un medio favorable, mientras no altere el curso de la historia.

En tal sentido, el impacto del surgimiento de los nuevos estereotipos de belleza se encuentra mediado por dos hechos importantes:

1 Los medios de comunicación y en especial la televisión, intervienen en la reconfiguración contemporánea de los estereotipos en términos de apariencia y estética, ya que exponen la belleza y lo hacen a través del cuerpo, influyendo así en las aspiraciones y símbolos de referencia.

2 La preocupación por el aspecto físico y la imagen ya no es algo exclusivo de las mujeres, pues en los hombres el estereotipo culturalmente establecido y transmitido ejerce presión social hacia el ejercicio físico que propicie el desarrollo y tonificación muscular, acorde con una imagen de fuerza. Más allá de lo anterior, hoy en día se aprecia un desarrollo en las categorías de cosmética y cuidado personal en el mundo masculino, mostrando un incremento de consumo de ellas en respuesta a la preocupación de este sector por su imagen.

Fuente: Claudio Flores, Ponencia para Congreso de la AMAI, 2009.

Es por ello que las empresas de investigación de mercados estamos obligadas al desarrollo de nuevas herramientas y medios de aproximación, que permitan a nuestros clientes conocer de manera más profunda el impacto y relevancia de los estereotipos de belleza vigentes en nuestra sociedad mexicana. Esto con el fin de generar estrategias de comunicación y mercadotecnia que resulten accionables para sus marcas, productos, producciones, etcétera y que, por otro lado, generen sentido y empatía en la audiencia o consumidor final.



Zulema Moreno es una apasionada de los chocolates y fiel admiradora de los gatos, descubre en la investigación de mercados una de las mejores vías de expresión y aplicación de la Psicología Social.