

Ni machista ni feminista: la ambigüedad y equidistancia de Machos Alfa frente a la igualdad de género

Mar Chicharro-MerayoUniversidad de Burgos **Alicia Gil Torres**Universidad de Valladolid <https://dx.doi.org/10.5209/hics.101766>

Recibido: 9 de julio de 2025 • Aceptado: 15 de octubre de 2025

ES Resumen. Este trabajo investiga el ecosistema de comunicación creado en torno a la serie *Machos Alfa* (Netflix, 2022), centrada en las relaciones entre géneros, los avances del feminismo y las nuevas masculinidades. Analiza su promoción (cómo se enmarca el producto), su mensaje (su texto) y su recepción (lecturas realizadas por los espectadores, utilizando una metodología eminentemente cualitativa, que conecta con la mirada propia de los estudios culturales. Se pone de manifiesto la relevancia, controversia ideológica y polarización en torno a esta temática, así como su utilidad para el mercado. Singularidades estas que invitan a reflexionar sobre el potencial de la ficción televisiva para promover un enfoque de género más riguroso y crítico en el tratamiento de la igualdad y del debate feminista.

Palabras clave: ficción televisiva, género, nuevas masculinidades, representaciones sociales.

ENG Neither sexist nor feminist: Machos Alfa's ambiguity and equidistance regarding gender equality

Abstract. This work researches the communication ecosystem created around the series *Machos Alfa* (Netflix, 2022), focused on relationships between genders, the advances of feminism and new masculinities. It analyzes its promotion campaign (how the product is framed), its message (its text) and its reception (readings made by viewers), using a qualitative methodology, linked to Cultural Studies. The relevance, ideological controversy and polarization around this issue are revealed, as well as its usefulness for the market. These peculiarities invite reflection on the potential of television fiction to promote a more rigorous and critical approach to gender in the treatment of equality and feminist debate.

Key words: television fiction, gender, new masculinities, social representations.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología: corpus de análisis, objetivos y preguntas de investigación. 3. Resultados. 3.1. El contexto: cómo se ha comunicado *Machos Alfa*. 3.2. El texto: deconstruyendo la narrativa y la semántica de *Machos Alfa*. 3.3. Recepción, decodificación y polarización en torno a *Machos Alfa*. 3.3.1. La crítica. 3.3.2. Los espectadores. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Chicharro-Merayo, M. y Gil Torres, A. (2026). Ni machista ni feminista: la ambigüedad y equidistancia de Machos Alfa frente a la igualdad de género. *Historia y Comunicación Social* 31(1), 1-11.

1. Introducción

En la actualidad, las cuestiones de género, en su acepción más amplia, están plenamente integradas en la agenda de los medios, de los públicos y en la agenda política. De este modo, asuntos como la diversidad sexual y de género, la igualdad de oportunidades, la conciliación familia-trabajo, la brecha salarial, el techo de cristal, las nuevas masculinidades o la violencia de género son materia de opinión pública. Generan discusión, lo que se materializa en corrientes de opinión en donde los medios de comunicación hacen las veces de soporte y también de reflejo de la diversidad y de la polarización que origina la materia.

Particularmente, la ficción televisiva que aborda temáticas de género se presenta como un recurso excepcional para analizar las representaciones sociales ya que refleja, y a menudo configura, las percepciones, valores y actitudes prevalentes en una sociedad. Mediante el estudio de los mensajes transmitidos en estos contenidos es posible identificar cómo se construyen los roles de género, las dinámicas de

poder, la inclusión o exclusión de ciertas identidades y la manera en que los estereotipos sociales se reproducen o desafían en la pantalla (Hidalgo-Martí, 2017). Estos mensajes, al ser expuestos a un público amplio, no solo actúan como espejo de la sociedad sino también como agentes activos en la formación y transformación de actitudes sociales sobre el género. Por otro lado, el análisis de la recepción del público es igualmente crucial ya que permite comprender cómo estos contenidos son interpretados, cuestionados o reforzados por los espectadores. De esta forma, la ficción televisiva se convierte en un espejo dinámico que no solo refleja la realidad social, sino que también influye activamente en su construcción ya sea al reafirmar valores existentes o al abrir nuevos debates sobre las identidades de género (Bonavitta y de Garay, 2019).

De esta manera, este trabajo investiga el ecosistema de comunicación creado en torno a la serie *Machos Alfa* (Netflix, 2022), teleserie escogida por varias razones. En primer lugar, porque aborda el ya clásico tema de las relaciones entre hombres y mujeres en la “era de la igualdad”, ejerciendo, aún sin pretenderlo, de marco de representación de las relaciones de poder entre ellos. En segundo lugar, porque se trata de un relevante producto de cultura popular, avalado por el apoyo de la crítica y el público, que inevitablemente incluye sesgos ideológicos. Finalmente, porque su impacto cualitativo en el público, tan diverso y polarizado, le concede el carácter de objeto cultural polémico y poliédrico, sobre el que se proyectan visiones divergentes de la relación entre géneros y que señalan cómo esta temática es un terreno abonado para la batalla ideológica (Gavilán et al., 2019).

Desde un punto de vista conceptual, este trabajo bebe de los estudios culturales, y pretende señalar cómo, por un lado, la televisión, y más en particular, la ficción televisiva, es testigo, pero también agente de los cambios sociales (Palacio, 2019). Realiza una función de socialización manifiesta, en la medida en que transmite modelos de comportamientos y actitudes, identificando, muy a menudo, las acciones correctas e incorrectas desde una perspectiva social. En este sentido, las series que abordan cuestiones de género son susceptibles de aportar una fuerte dosis de ideología ofreciendo modelos. Es decir, la narración es un producto social (Pacheco, 2009).

Del mismo modo, debido a que la audiencia no es pasiva, su mensaje es plástico y puede ser decodificado de diferentes maneras, reflejando diferentes lecturas en función del grupo sociodemográfico que lo procese. Esa recepción es un proceso activo en el que los espectadores “producen sentido” en función de sus posiciones estructurales (Morley, 1992: 133-138). Es importante tener en cuenta los procesos de resemantización y negociación de significados que los públicos pueden realizar a partir del texto televisivo (Martín Barbero, 1993). De esta manera, *Machos Alfa* permite que los espectadores reflexionen sobre la reconfiguración de la masculinidad mostrando cómo los personajes, a pesar de ser figuras dominantes, también son vulnerables, subrayando la tensión entre las viejas y nuevas expectativas sociales.

En este sentido, el enfoque propio de la Teoría de usos y gratificaciones señala cómo los espectadores eligen los medios en función de sus intereses personales, los cuales están marcados por sus características sociodemográficas y donde los diferentes papeles que desempeña la televisión responden a la satisfacción de diversas necesidades y motivaciones del público. Así, el mismo contenido televisivo puede ser interpretado de manera distinta, dependiendo de las necesidades individuales de los espectadores. Desde esta perspectiva, el mensaje televisivo sería una suerte de texto abierto, al que se le pueden atribuir múltiples significados según el contexto y la interpretación personal. Además, se reconoce que para comprender el mensaje es necesario seguir ciertas reglas de decodificación, ajustando el contenido producido con el que se recibe, como ocurre con las convenciones de género. Aunque la televisión tiende a reproducir códigos dominantes y hegemónicos, los espectadores tienen la posibilidad de adoptar diferentes posturas frente al mensaje. Pueden aceptar la perspectiva del emisor (lectura hegemónica), rechazarla en favor de una interpretación que refuerce su identidad (lectura opositora), o simplemente reconocer las intenciones del emisor sin compartir su punto de vista. (Cassetti y Di Chio, 1999: 300). Así, los textos televisivos y las audiencias cocrean el sentido cultural en un proceso dinámico que involucra tanto la estructura industrial de los medios como las interacciones sociales informales como el “chisme” o la conversación cotidiana. Este proceso de negociación de significados convierte a la televisión en un espacio de interacción constante, donde las audiencias producen y modifican activamente los sentidos atribuidos a los contenidos, contribuyendo a un escenario cultural plural y en constante cambio (Hall, 1980).

2. Metodología: corpus de análisis, objetivos y preguntas de investigación

Machos alfa es una popular y exitosa serie de televisión creada y producida por Alberto y Laura Caballero para Netflix. Muy conocidos por su creación *Aquí no hay quien viva* (Antena 3, 2003-2009), la serie ha sido realizada en el marco de su propia productora, Contubernio. Su primera temporada fue estrenada el 20 de diciembre de 2022 y solo dos semanas después se renovó oficialmente por una segunda temporada (Vertele, 2024), estrenada el 9 de febrero de 2024.

Los propios creadores de la serie han explicado cómo, en origen, siguiendo la estela de las series femeninas, se planteó la posibilidad de escribir un formato protagonizado por mujeres en la cuarentena. Esa idea original derivó en un relato sobre hombres que reaccionan a algunos de los cambios asociados a los avances en torno a la igualdad de género. En este sentido, la serie se conceptualiza como la historia coral

¹ De acuerdo con la sinopsis oficial de la serie.

de cuatro varones que se ven obligados a adaptarse a algunas novedades resultado del avance de los movimientos feministas. Desde ahí, los creadores presentan a un elenco de hombres, mujeres y parejas estereotipados, en torno a los que se plantean temáticas de actualidad: los viejos y nuevos modelos de masculinidad, las relaciones de poder en la pareja, la paternidad y la maternidad, la amistad, la monogamia, el acoso sexual, el consentimiento o el uso de la pornografía.

La serie ha conseguido una estupenda acogida de público. Durante su primera semana en la plataforma (entre el 2 y el 8 de enero de 2023) la ficción de *Contubernio* fue vista 19,09 millones de horas, copando la octava plaza en el top de series de habla no inglesa a nivel global. Entre el 9 y el 15 de enero, *Machos Alfa* alcanzó el sexto puesto en el ranking, pese a haber bajado sus cifras de consumo a 15,2 millones de horas. Destaca su impacto global en tanto que se situó en repetidas ocasiones en el top 10 en España, Portugal, Rumanía, Croacia, Grecia, Serbia, Polonia, Argentina y Uruguay e irrumpió en el de Chipre y Eslovenia (Las Provincias, 2023). La segunda temporada (2024) consiguió apoderarse rápidamente del Top 1 de Netflix España nada más llegar al catálogo. De hecho, incrementó considerablemente su impacto en Netflix para completar unos meritorios diez primeros días, llegando a sumar 2,6 millones de visualizaciones entre el 12 y el 18 de febrero. Se convirtió, así, en la cuarta propuesta más vista de la semana en el apartado de series de habla no inglesa (Rodera, 2024). Tan solo una semana después del estreno de la segunda temporada se confirmó la grabación de una tercera, dado el seguimiento y éxito internacional del proyecto. Al mismo tiempo, se han anunciado ya varias adaptaciones en Francia, Italia, Alemania y Países Bajos (Castilla, 2024; Verte 2024).

Desde ahí, el presente trabajo investigará el contenido y la recepción de *Machos Alfa*. Se adopta una perspectiva omnicomprensiva: se incidirá en su proceso de promoción (contexto), en su mensaje (texto), y en su recepción (decodificación), como se observa en la imagen 1. Se reconstruirá el ecosistema comunicativo de la serie, entendido como el entramado en el que se generan, circulan y resignifican los discursos de producción, texto y recepción. En particular, el análisis textual prestará especial atención a los modelos de masculinidad representados y a la manera en que estos dialogan con los avances en materia de igualdad de género y con las reacciones que suscitan las conquistas feministas. De este modo, el ecosistema se concibe no como una estructura estática, sino como un proceso dinámico de interacción entre narrativas, ideologías y públicos.

Dado el “diseño emergente” al que obedece este trabajo, de carácter eminentemente cualitativo, se han utilizado preguntas de investigación muy amplias y abiertas para dinamizar el proceso de investigación.

1. Promoción (contexto). Se identificarán los principales recursos y mensajes utilizados por la productora (*Contubernio*) y por la plataforma (Netflix) para la comunicación de la serie. En esta primera fase se presenta un conjunto de información que permite al espectador tener una información a priori.

PI.1 ¿Cuáles son las claves de representación que se ofrecen de la serie en su proceso de promoción?

La fuente de análisis han sido 11 documentos audiovisuales en los que se registran intervenciones promocionales de los creadores y/o los actores

2. Emisión (texto). Se realizará un breve análisis interpretativo de la serie, identificando la semántica de sus principales tramas y personajes. Este proceso de emisión suministra a todos los espectadores las mismas claves del relato.

PI.2 ¿Cómo se articula el mensaje atendiendo a su narrativa (tramas y personajes)?

PI.3. ¿Se percibe un posicionamiento del mensaje en materia de igualdad de oportunidades/relación entre géneros?

La fuente de análisis han sido los 20 capítulos que forman parte de las dos primeras temporadas de la serie.

3. Recepción (decodificación). Se realizará un análisis cualitativo de algunos de los comentarios vertidos por los espectadores de la serie con el objetivo de identificar los principales ejes discursivos en torno a los que se valora la serie en cuestión. Este proceso de recepción/decodificación señala cómo de homogénea/heterogénea es la lectura realizada por los distintos grupos de la audiencia.

PI4. ¿Cuál es la reacción/es del público?

PI5 ¿Hay un discurso dominante?

PI6 ¿Cuáles son los ejes discursivos del discurso/s hegemónicos?

La fuente de análisis han sido los 200 comentarios vertidos por los espectadores en *Reseñas* de clientes en Google y los 56 de *Filmaffinity*.

En todos los casos, la metodología utilizada será el análisis de contenido cualitativo, cuyo objetivo no es tanto el de señalar la frecuencia de los discursos, sino sobre todo sus principales descriptores, argumentos o ejes semánticos. En el análisis de la promoción (contexto) y de la serie (texto) se ha priorizado la identificación de encuadres y cuestiones narratológicas. En el estudio de los discursos de los espectadores (decodificación) se ha priorizado la identificación de los ejes discursivos de las aportaciones. Los detalles en la aplicación de la técnica se irán señalando en cada una de las secciones que siguen.



Imagen 1. Diseño de la investigación.

Fuente. Elaboración propia.

3. Resultados

3.1. El contexto: cómo se ha comunicado *Machos Alfa*

En términos generales, la serie ha sido presentada por Netflix como una comedia coral y urbana sobre las nuevas masculinidades “en una sociedad actual de mujeres empoderadas en la que los hombres se sienten muy perdidos” (Netflix, 2022).

La presentación en sociedad de la serie fue acompañada por un importante y sorprendente despliegue publicitario por parte de la plataforma. Durante una semana, se llevó a cabo una acción publicitaria especial en el parque de animales Faunia de Madrid (exhibiendo “especímenes de machos alfa humanos enjaulados para que los visitantes pudieran conocer sus costumbres de especie en extinción”). Se acompañó también de una campaña de cartelera de gran formato en las grandes ciudades incidiendo en un relato burlesco de los estereotipos de la masculinidad más tradicional. “En Reyes os merecéis un regalo, el que tenemos aquí colgado”, dice la lona de mayor tamaño, situada en la madrileña plaza de Alonso Martínez. “Muy machos y mucho machos” o “Si la última mujer a la que expresaste tus sentimientos fue la Cibeles, bienvenido”, “Si os gusta el humor fino, aquí tenéis otro pepino” son otros de los mensajes que se emplearon en Madrid.

Estos mensajes, además, se replicaron en redes sociales a través de los perfiles de algunos de los actores del reparto, como es el caso de del actor Gorka Otxoa. Incluso se acompañó de un spot paródico, sobre un perfume ficticio, *Eau de Macheaux*, a modo de patrocinio de la serie. Este spot recurría a la estética de anuncios clásicos de este tipo de perfumes (Paco Rabanne o Giorgio Armani, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=wc3hS0eZk7A>) y fue mencionado por las actrices protagonistas en algunas de sus intervenciones mediáticas. Así lo hizo Kira Miró en su paso por *La Resistencia* (Movistar +, 2018-2024).

Del mismo modo, Netflix puso a disposición de los potenciales espectadores algunos mensajes promocionales, tanto para la primera como para la segunda temporada:

- Un *trailer* que se podía visualizar en YouTube, acompañado del siguiente texto escrito: “El propósito de año nuevo de Luis, Pedro, Raúl y Santi es dejar de ser el cuñado de todas las comidas navideñas”.
- Un *teaser*, disponible también en YouTube, acompañado del siguiente texto escrito: “El Mundial les quitó la ilusión y el mundo los privilegios”.
- Tráiler, resumen de la primera temporada; tres formatos avance de la segunda temporada, incluyendo algunos de los fragmentos narrativos más llamativos
- Un *tráiler* de la segunda temporada, en el que se incide en los problemas de adaptación de los protagonistas varones; una promo de la segunda temporada, donde buena parte de los protagonistas anuncian la vuelta del formato.

Como parte de este trabajo promocional, tanto los creadores y productores, como el propio elenco protagonista realizaron varias intervenciones en medios radiofónicos y audiovisuales, articulando un discurso

uniforme y encuadrando muy claramente la semántica de la serie. Su presencia en programas muy populares y seguidos (*La Ventana –SER–*, *El Hormiguero –A3–*, *La Resistencia –Movistar +–*, *Late Xou* con Marc Giró (TVE1)) garantizaba la llegada de un mensaje similar a través de varios medios y canales, si bien dirigidos a públicos objetivos diferentes. Además de esas intervenciones, Netflix distribuyó varias entrevistas informales, realizadas tanto a los creadores como a los actores, disponibles en YouTube, y ofrecidas por varios medios digitales (*Fórmula TV*, *Cinemascomic*, *eCartelera*, *Los lunes seriefilos*).

El conjunto de estas intervenciones hace las veces de “contexto” de utilidad para enmarcar, prejuiciar o dotar al relato de algunos significados a priori. Se trata de una narración compacta y congruente, emitida de manera coral y casual, que permite situar la serie en unas coordenadas de decodificación, ofreciendo a los espectadores algunas claves de interpretación. Aunque todas las voces contribuyen a dotar del mismo sentido al mensaje, los distintos personajes implicados suministran encuadres contiguos y complementarios (cuadro 1).

Cuadro 1. Principales intervenciones audiovisuales para comunicar la serie: medios, protagonistas, temas y enfoques (desde las más generales a las más particulares)

Medio	Título	Protagonistas	Tema/s	Enfoque
Ecartelera 29/12/2022 (Video)	Laura y Alberto Caballero sobre 'Machos Alfa' y los diferentes grados de "machirulismo".	Laura y Alberto Caballero.	– Presentación de la serie y la plataforma. – Crisis de la masculinidad tradicional.	– El machismo como problema. – Valor educativo y reflexivo de la comedia.
Los lunes seriefilos TV 29/12/2022 (Video)	Entrevista a Laura y Alberto Caballero sobre <i>Machos Alfa</i> .	Laura y Alberto Caballero.	– Presentación de la serie y la plataforma. – Crisis de la masculinidad tradicional.	– Valor educativo y reflexivo de la comedia.
Fórmula TV 9/2/2024	Alberto y Laura Caballero valoran los prejuicios y críticas a <i>Machos Alfa</i> por los "machirulos".	Laura y Alberto Caballero.	– Presentación de la serie. – Crisis de la masculinidad. Tradicional. – Machismo.	– Valor educativo y reflexivo de la comedia.
El televisero 9/2/2024	¿Cuántas temporadas habrá de Machos Alfa? Alberto Caballero y Laura Caballero responden, 9 de febrero de 2024.	Laura y Alberto Caballero.	– Presentación de la serie. – Actualidad de la serie y conexión con la realidad.	– Valor educativo y reflexivo de la comedia.
La Ser, La Ventana 10/1/2023 Radio	Machos Alfa en La Ventana de la tele.	Fernando Gil, Gorka Otxoa, Raúl Tejón, Fele Martínez, creadores Alberto y Laura Caballero.	Presentación de la serie.	– Sentido machista de los personajes masculinos. – Valor educativo y reflexivo de la comedia.
Cinemascomic 15/12/2022 Video	Los protagonistas de la serie Machos alfa de Netflix se confiesan.	Raquel Guerrero, Fele Martínez Gorka Otxoa Paula Gallego	Presentación de personajes.	Valor educativo y reflexivo de la comedia.
Ecartelera 30/12/2022 (Video)	Machos Alfa: Entrevista a Raúl Tejón (Raúl) y Kira Miró (Luz).	Raúl Tejón y Kira Miró	Presentación de personajes.	– Valor educativo y reflexivo de la comedia. – Masculinidad en cambio.
Los lunes seriefilos TV 30/12/2022	Entrevista a Raquel Guerrero y Fele Martínez sobre Machos Alfa.	Raquel Guerrero y Fele Martínez	Presentación de personajes.	Masculinidad en cambio.
Ecartelera 30/12/2022 (Video)	Machos Alfa: Entrevista a Fernando Gil (Pedro) y María Hervás (Daniela).	Fernando Gil y María Hervás	Presentación de personajes.	– Valor reflexivo y educativo de la comedia. – Identificación de espectadores con la serie. – Valor feminista de la serie.
La Ventana La Ser 24/1/2023 Radio	Las mujeres de machos alfa visitan la ventana de la tele.	Raquel Guerrero María Hervás, Kira Miró, Paula Gallego	Presentación de personajes femeninos.	Fortaleza de los personajes de mujer.
Fórmula TV 11/2/2024	Machos Alfa 2: El reparto recuerda cómo se derribaron los prejuicios con la serie.	Raquel Guerrero, Paula Gallego y Kira Miró	Presentación de personajes femeninos.	– Fortaleza de los personajes de mujer. – Valor reflexivo y educativo de la comedia.

Fuente: Elaboración propia

En términos generales, el conjunto de las participaciones incide en que la serie se desarrolla a partir de la necesidad de los cuatro personajes masculinos protagonistas de evolucionar, adaptándose a los cambios sociales que, de manos del feminismo, preconizan la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. En esa trayectoria para superar el “*machirulismo*” (término utilizado recurrentemente por los creadores), los motores del cambio son los personajes de mujer, que se definen de manera más firme. Esos comportamientos machistas son presentados en clave de anacronismo, conservadurismo e incorrección social y se convierten en el principal objeto de diversión. El valor educativo de la comedia, valorado como herramienta de cambio social más funcional que el drama; el sentido realista del relato, vinculado a la realidad social y a cambios sociológicos observables; la fortaleza de los personajes de mujer y su función narrativa de motor del cambio masculino; o la necesidad de los varones de adaptarse a los cambios sociales promovidos por el feminismo son algunos de los lugares comunes en el conjunto de las intervenciones. El machismo es presentado como una actitud y un comportamiento disfuncional y en torno al que articular situaciones humorísticas. Alguna mención explícita etiqueta la serie como “feminista”, calificando con claridad el sentido implícito de muchas de las intervenciones.

Este fenómeno se alinea con el concepto de *femvertising*, —estrategia que hace un llamamiento al empoderamiento femenino para atraer a un público consciente de las problemáticas de género actuales (Banet-Weiser, 2018, 2021) y conectar con él. Responde a una tendencia del mercado en la que el feminismo se utiliza como un atractivo para captar la atención de audiencias que valoran los discursos de igualdad. De esta forma, la serie parece más enfocada a aprovechar esa corriente como una forma de generar interés y *engagement*, sin comprometerse a fondo con la transformación de las estructuras de poder que perpetúan el machismo. Así, *Machos Alfa* juega con los códigos del feminismo para crear un producto que no solo entretiene, sino que también se adapta a las demandas comerciales actuales, donde el empoderamiento femenino se ha convertido en un reclamo de marketing eficaz.

3.2. El texto: deconstruyendo la narrativa y la semántica de Machos Alfa

La serie se ha organizado a través de dos temporadas integradas, cada una de ellas, por 10 episodios. En términos narrativos, se podría definir como una “telecomedia generalista española, tras pasar por el filtro de las plataformas de streaming”. Más particularmente, actualiza o españoliza las temáticas propias del subgénero cinematográfico de la *screw comedy* norteamericana de los años veinte y treinta, que jugaba a parodiar las relaciones de pareja, y centraba buena parte de sus tramas en la guerra de los sexos (Alberó, 2024). Bien es verdad que el presupuesto de la serie ha permitido algunas licencias visuales novedosas: básicamente el uso de una fotografía más luminosa, gracias a los fragmentos rodados en exteriores. La duración de los episodios es otro de sus puntos fuertes. Presenta un metraje más cercano a la comedia de situación norteamericana. A lo largo de sus entregas, esta comedia coral mantiene el tono costumbrista y cotidiano, abordando la temática inagotable de las relaciones entre hombres y mujeres a través de personajes estereotipados de factura muy sencilla, fácilmente reconocibles, y ajustados a las dinámicas sociales del contexto contemporáneo.

Cuadro 2. Tramas centrales y personajes protagonistas

Trama	Personaje	Función narrativa	Conflicto	Personaje femenino	Función narrativa
Santiago y Alex	Santiago: Divorciado Arquitecto Padre	Concienciado con las reivindicaciones feministas.	— Sus nuevas relaciones. — Cambio de trabajo.	Alex, su hija adolescente.	Guía a su padre en sus relaciones.
Luis y Esther	Luis: Casado Policía Padre	Varonilidad suave y blanda.	— Falta de deseo sexual. — Pareja abierta. — Convivencia con nueva compañera de trabajo.	Esther, su mujer.	Plantea sus carencias y sus celos.
Pedro y Daniela	Pedro: Ejecutivo En pareja	Varonilidad agresiva y triunfadora.	— Pierde su trabajo como alto ejecutivo. — Es acosado por su nueva jefa.	Daniela, su pareja.	— Adquiere más poder económico que su marido. — Pierde su trabajo como <i>influencer</i>.
Raúl y Luz	Raúl: Empresario En pareja	Masculinidad tradicional en su versión más reprobable: infiel, celoso, contrario a los cambios.	Luz quiere abrir la pareja. Desea volver con Luz.	Luz, su pareja.	— Plantea su deseo de abrir la pareja diferente. — Se plantea su deseo de ser madre.

Fuente: elaboración propia.

Sin duda, los personajes masculinos pretenden ofrecer una clasificación de modelos de masculinidad ciertamente polarizada. Por un lado, Santi y Luis encarnan la masculinidad *soft*, enlazando con el clásico estereotipo del “calzonazos”. Son empáticos y sumisos, comprensivos con las reivindicaciones femeninas. Los dos tienen hijos, y los dos encarnan la conciliación trabajo-hogar en versión masculina. Los personajes de

Raúl y Pedro, por otro lado, encarnan la masculinidad más tradicional y exacerbada (poder económico, dureza emocional, superioridad moral, fortaleza física, deseo sexual...) que se dibuja en el relato como anacrónica y rancia y que también conlleva el alejamiento de sus parejas. Referentes culturales como el Fary o personajes ficticios como el “Moisés de los machirulos” son presentados como modelos de esta masculinidad. Frente a ellos, los personajes protagonistas de mujer no obedecen a ninguna gradación de la feminidad.

El binomio hombre/mujer no es presentado en términos de colaboración, sino básicamente de conflicto, siguiendo la estela de la tradicional temática de la “guerra de los sexos”. En esta representación dicotómica, que es la que dinamiza toda la narrativa, cada uno de los grupos de género se identifica con unos valores determinados. Los personajes de mujer ejemplifican la “modernidad” o la “progresía”, a través de personalidades seguras, fuertes y poderosas. Incluso podrían vincularse con una lectura vulgarizada y distorsionada del feminismo que identifica este movimiento con una suerte de desigualdad en favor de las mujeres. Los de varón aparecen más ligados a valores como la tradición, la resistencia al cambio y la conservación del estatus quo. Los creadores juegan constantemente a la “inversión de roles”. El caso extremo es el de Santi, personaje “infantilizado”, a quien su hija de 16 años aconseja y dirige, llegando a organizar su agenda de citas amorosas. O el caso de Pedro, contrariado por el acoso laboral de su jefa que cuestiona su virilidad.

La guerra de los sexos, o el enfrentamiento entre personajes polarizados, también se deja notar en el uso del lenguaje. Los diálogos están poblados de términos que evocan al espectador el discurso feminista y el machista, señalando las consignas lingüísticas de cada una de las posiciones donde patriarcado, cuerpo heteronormativo, cosificación, *machirulo*, *e-rancio*, inclusión, sexismo, deconstrucción, *neorrancio*, incluso, sexista, paridad, capacitista, o discriminación positiva, entre otros, dan forma a la exposición feminista. Testosterona, nenaza, calzonazos, moñitas, puta loca o *feministwashing*, entre otras redundan en una concepción machista de la mujer.

3.3. Recepción, decodificación y polarización en torno a *Machos Alfa*

3.3.1. La crítica

Las aportaciones de la crítica profesional pueden ser clasificadas en dos grandes discursos. Hay un primer grupo de aportaciones cuyo argumentario es consistente con la propia campaña de comunicación de la serie, realizada desde Netflix. Estas intervenciones se centran en alabar la calidad del proyecto, destacando su altura humorística, y la exitosa trayectoria de sus creadores (Cruz, 2022). Este discurso, destaca además algunos de los puntos fuertes del proyecto: la duración de los episodios, el rodaje en exteriores o el trabajo del reparto, su humor blanco y su costumbrismo, invitando a la reflexión (Arcones, 2022), o haciéndose eco de su éxito de audiencias (González, 2023). Intervenciones en medios como *Areajugones*, *El Televisero* o *Diario de Navarra* van en esta dirección. Destacan aquí algunas aportaciones que inciden en cuestiones de fondo de la serie. Es el caso de *Fórmula TV*, que destaca el realismo de la serie, o su voluntad promover un cambio social “sin buscar la criminalización del hombre cis heterosexual” (Palenzuela, 2022). En esta misma dirección se sitúa la entrevista que Raquel Guerrero concede en *El País* en febrero de 2023, donde, por un lado, se señala que los creadores no han querido posicionarse; por otro, adjudica a la serie la defensa de valores feministas (Pélaez, 2023).

A modo de contradiscurso, se identifica un segundo grupo de intervenciones que inciden en el calado ideológico de la serie y en los marcos de representación que suministra a los espectadores. Se pone así en cuestión que la serie se articule en el terreno de lo políticamente correcto. Los argumentarios apuntan el carácter sexista de algunos momentos de la serie (Del Molino, 2023). “Y acaba dándole la razón a los que defienden eso de que “ni machismo ni feminismo”. Se trata de una serie sin profundidad, que plantea estereotipos previsibles, y complaciente con el público (Prieto, 2023). Del mismo modo, el relato es calificado como equidistante. Los personajes están tan estereotipados y exagerados, que se manifiestan como polos opuestos, en los que no cabe conciliación. Medios como *El País*, *Serífilos*, *ElDiario.es* apuntan estas cuestiones.

3.3.2. Los espectadores

La valoración que los espectadores realizan de la serie se ha pulsado con la recogida y el análisis de las Reseñas de Google en torno a la serie y los comentarios en FilmAffinity

Reseñas de clientes en Google es un producto que permite a los usuarios valorar un bien o un servicio, ya sea a través de su evaluación cuantitativa (en una escala de 1 al 5) y/o cualitativamente a través de comentarios en los que expresar su experiencia personal y detallada (imagen 2). *Machos Alfa* ha recibido un total de 538 valoraciones cuantitativas, a través de las que obtiene una puntuación media de 3,5, siendo el 5 el mayor valor modal, además de los 200 comentarios recibidos.



Imagen 2. *Machos Alfa* en Reseñas de Google

Entre tanto, las reseñas que la serie tiene en Filmaffinity son 56, si bien destacan por su gran extensión, así como por la profundidad y los matices que los espectadores añaden a través de sus aportaciones. Filmaffinity es una base de datos, web y red social en torno al cine y a las series de televisión (imagen 3). Su comunidad está formada por amantes del cine y de las series. Dado el perfil de sus usuarios, más especializado, sus comentarios han de servir para matizar y ampliar los ejes semánticos ya presentes en los comentarios de Reseñas Google.



Imagen 3. Machos Alfa en Filmaffinity

Los ejes semánticos articulan opiniones caracterizadas por una fuerte polarización. La ficción es percibida como un producto controvertido, cuya interpretación depende en gran medida de la sensibilidad del espectador hacia los temas de género e ideología.

El análisis de los comentarios señala dos grandes ejes semánticos, no excluyentes, en torno a los que se articula el grueso de las intervenciones:

- A) La calidad de la serie
- B) El posicionamiento de la serie en relación con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

A) Sobre la calidad de la serie

Dominan los comentarios que ofrecen una evaluación positiva de la serie. Los espectadores destacan su sentido humorístico y divertido, su realismo y conexión con los temas de actualidad, o el *casting* como clave de su éxito. En este sentido destacan varios argumentarios semánticos dominantes:

1. Humor y tono satírico. La calidad y naturaleza del humor es uno de los ejes relevantes, dividiendo las opiniones entre quienes aprecian el enfoque cómico y quienes lo critican. En el lado positivo, se aplaude el humor ácido, inteligente y atrevido que invita a reflexionar sobre dinámicas actuales; y la sátira es valorada como un recurso eficaz para tratar temas polémicos sin caer en moralinas ni adoctrinamiento.

“Me llama la atención como la gente le busca la política en todo. Si quieres pasar un buen rato, te aconsejo la serie :-)”

En lo negativo se encuentran los que consideran el humor vulgar, repetitivo, y en ocasiones ofensivo o forzado y los que perciben que abusa de clichés, especialmente al tratar temas sociales y de género.

2. Trama, desarrollo narrativo y entretenimiento. El guion y la narrativa son aspectos recurrentes en las valoraciones, tanto para alabar (el ritmo ágil, la capacidad de abordar temas serios de manera ligera, el valor de la sátira para criticar los extremos ideológicos y clichés sociales) como para criticar (falta de originalidad y consistencia en el guion y los personajes, tramas predecibles y desenlaces moralmente sesgados).
3. Actuaciones y calidad técnica. Este eje tiende a destacar el valor de los diálogos y las interpretaciones como puntos fuertes que elevan la calidad general de la serie, aunque también existen críticas sobre algunos aspectos técnicos tales como la dirección y montaje o el cuestionamiento de la química entre actores.

B) El posicionamiento de la serie en relación con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres

Este eje es el más destacado y polarizante. En los comentarios se pueden identificar varias tensiones y contradicciones en torno a la ideología y la representación de género, lo cual refleja una lucha entre los

discursos ideológicos que la serie presenta y cómo estos son percibidos por su audiencia. A continuación, se destacan los repertorios argumentativos dominantes.

1. Representación desequilibrada de los géneros masculino y femenino.

Algunos espectadores perciben que la serie transmite un mensaje de empoderamiento femenino que resulta excesivo o incluso injusto hacia los hombres. Por ejemplo, se menciona que la serie presenta a las mujeres como "empoderadas pero crueles", mientras que los hombres son retratados como débiles, sumisos o incluso ridiculizados de forma excesiva.

En varias críticas se menciona que los hombres son tratados con una especie de indiferencia cómica o ridiculización, mientras que las mujeres, aunque también imperfectas, no enfrentan consecuencias de igual magnitud por sus comportamientos cuestionables. Se señala que este doble estándar contribuye a una representación sesgada, que no ofrece una visión equilibrada de los problemas de género. Esto genera una crítica al doble rasero ideológico, sugiriendo que, aunque la serie intenta reflexionar sobre las relaciones de poder, termina mostrando una especie de inversión de roles que no necesariamente lleva a una igualdad genuina, sino más bien a una inversión de los prejuicios de género.

En los comentarios más polarizados, se concede a la serie una dimensión política, vinculándola a una "ideología de género". En este sentido, se califica su discurso a través de varios términos: feminazi, hembrista, políticamente correcto ... y por extensión misándrico. Se señala cómo detrás de su producción y emisión hay intereses políticos y se identifica el formato con la Nueva Izquierda. Este discurso incide en que el relato no soportaría un ejercicio de inversión de roles.

Lamentable. Un producto ideologizado hasta extremos incomprensibles. Las mujeres, escupen, ponen los cuernos, humillan, tiran tazas de café hirviendo a los hombres y salen de rositas de cada una de estas fechorías. Por el contrario, los hombres, caracterizados como perfectos idiotas, si osan ir en contra del dictado políticamente correcto o ponen los cuernos a sus mujeres acaban "justamente" arruinados, solos, y vilipendiados por la sociedad. (...) Basura ideológica.

2. El empoderamiento y la victimización como polos contrapuestos. Se plantea que mientras que las mujeres son mostradas como fuertes, inteligentes y, en algunos casos, crueles o manipuladoras, los hombres son representados como víctimas de un sistema que ya no les favorece. Este tipo de representaciones deja poco espacio para matices y genera una discusión sobre si la serie está realmente fomentando un entendimiento más complejo de las relaciones de género o simplemente usando estos temas como recurso para la comedia.

3. Vulgarización y representación polarizada del feminismo. En algunos momentos, se presenta como una serie que reivindica las luchas feministas, pero de una manera irónica, exagerada o incluso manipulativa, lo que lleva a presentar el movimiento como el antónimo del machismo:

"Ni feminismo ni machismo"

"Representa un mensaje feminista manipulador"

Interesante constatar, como buena parte de los comentarios inciden en establecer una oposición entre machismo y feminismo, aunque en muchas ocasiones éste se tilda de feminismo radical para establecer una diferenciación con el movimiento feminista clásico, presentando el primero como un movimiento no igualitario, que conecta con una versión vulgarizada del feminismo (feminismo esencialista androfóbico).

4. La hipocresía de la "pareja perfecta" y la moralina. Otro punto interesante es cómo la serie aborda las relaciones heterosexuales y la representación de la familia tradicional. En varios comentarios se subraya que *Machos Alfa* ridiculiza las relaciones heterosexuales tradicionales y las presenta como disfuncionales o absurdas. Sin embargo, también se señala que la serie promueve ciertos ideales como la "pareja abierta" y la "heterocuriosidad", conceptos que algunos espectadores perciben como manipulativos o poco realistas.

5. Relevancia social. Se destaca su capacidad para reflejar problemas sociales y abrir debates sobre igualdad de género, poder y masculinidad en crisis. La serie es vista como un retrato satírico y cómico de las tensiones ideológicas actuales, con un enfoque crítico hacia ambos lados.

Refleja el machismo en la sociedad y encuentro que está bien. Porque ponen ejemplos de los malos tratos en una relación, dando a entender que está mal.

6. Ambigüedad del discurso. Ya sea porque lanza un mensaje confuso, e incluso contradictorio, este grupo de comentarios plantea que los creadores han sabido moverse en torno a una línea fronteriza entre lo políticamente correcto y lo reprobable, haciendo su relato más omnicompreensivo y apto para todas las ideologías. Su mensaje tendría un cariz "igualitario", no tanto porque fomente la igualdad de oportunidades, sino porque se burla del machismo al tiempo que presenta estereotipos de mujer esperpénticos:

Sin embargo, esta serie toma un camino totalmente diferente ya que se tambalea mucho sobre la fina cuerda entre lo correcto y lo cancelable. Pasan de decirte que la igualdad es el futuro, a que al hombre blandengue ya nadie se lo quiere tirar.

4. Discusión y conclusiones

En torno al género se articulan reflexiones y posturas muy divergentes, que hacen de esta temática un espacio de discusión, pero también de polarización y segmentación. Este trabajo evidencia la utilización que

Machos Alfa ha realizado de esta temática. Por un lado, atrayendo la atención del público que valora la inclusión, la igualdad de género y la crítica al machismo; por otro, ofreciendo un relato que no se decanta ni resuelve conflictos para ofrecer así un mensaje complaciente, omnicomprendido, que puede ser convenientemente resignificado por todos los públicos.

Bien es verdad que el contexto de la serie (su campaña de promoción) invita al espectador a posicionarse ante un relato que critica la desigualdad, que aboga por la comunicación entre géneros y por la aceptación de la incorporación de las mujeres a la esfera pública en igualdad de condiciones. Se posiciona, en apariencia, en el contexto de lo políticamente correcto a través de una crítica al machismo que recurre a un enfoque humorístico. Sin embargo, un análisis más en profundidad señala cómo la representación que se realiza de las mujeres y de su empoderamiento recurre a excesos y radicalizaciones que distorsionan la imagen del movimiento feminista, estableciendo una equidistancia entre machismo y feminismo. Del mismo modo, el análisis en profundidad de los personajes apunta cómo se presentan comportamientos y actitudes patriarcales que no son necesariamente reprobados por el relato. En última instancia, la ambigüedad y la confusión que impera en el relato en materia de igualdad de género contrasta con el marco de referencia suministrado por la campaña de promoción, que lo sitúa en las coordenadas de la lucha por la igualdad de oportunidades.

El sentido poliédrico e intencionadamente confuso de este producto de ficción se proyecta, sobre todo, en las valoraciones de los públicos, quienes realizan lecturas diferentes, incluso antagónicas. Hasta el punto de que a través de sus comentarios no se identifica con claridad un discurso hegemónico. Más bien, las valoraciones corresponden con un conglomerado de valoraciones, que va desde el machismo hasta el feminismo, pasando por un igualitarismo equidistante. La opinión se divide entre quienes entienden que se trata de un alegato feminista, quienes añaden a esta condición una función antimasculina; quienes lo perciben como una crítica al feminismo radical; quienes entienden que es una mezcla de todos estos elementos; o quienes entienden que es un relato de entretenimiento sin más.

Este estudio pone de manifiesto como *Machos Alfa* se inserta en un mercado cultural que utiliza el feminismo como una herramienta comercial y de marketing sin necesariamente comprometerse con cambios profundos en las estructuras de poder. Del mismo modo, y en tanto que producto de la cultura popular refleja algunos de los imaginarios contemporáneos en torno a las relaciones de poder entre géneros o los significados del feminismo para el gran público. Desde una perspectiva más pragmática, la serie destaca la interacción activa de las audiencias con los contenidos, quienes negocian activamente los mensajes que reciben. Esto se traduce en la forma en que los distintos grupos de espectadores interpretan la serie de manera diferente y encontrada. Las lecturas hegemónicas destacan su sentido expresivo, la relevancia social del tema y la perciben como una crítica a las normas tradicionales de masculinidad. Las diversas lecturas de resistencia señalan que reafirma estereotipos y desigualdades, ya sea reforzando el patriarcado, ya sea ridiculizando y debilitando la figura masculina. Las lecturas negociadas señalan lo difícil que es identificar el sentido y la intención de un texto pensado para agradar a todos los públicos y para convertirse en producto de consumo de masas.

En este caso, la ficción no llega a ejercer una función de cambio social, sino que reproduce, aunque de manera velada, los imaginarios de la sociedad patriarcal. La aparente equidistancia entre machismo y feminismo actúa como un mecanismo de neutralización del conflicto generando empatía hacia la figura masculina revictimizada y situando el relato en un terreno ideológicamente conservador. Este posicionamiento se refuerza mediante el protagonismo exclusivo de parejas heteronormativas y la ausencia de una mirada crítica sobre las relaciones de poder, lo que limita el potencial transformador del texto y refuerza la idea de la igualdad como consenso más que como reivindicación.

En coherencia con la teoría del cultivo (Gerbner et al., 1996), la serie puede entenderse como un dispositivo cultural que refuerza visiones tradicionales de las relaciones de género a través de su reiteración narrativa y simbólica.

De este modo, este trabajo ejemplifica cómo la televisión actúa como un espejo de la sociedad (Charaudeau, 2003) donde los medios no se limitan a reflejar la realidad, sino que la construyen discursivamente, participando en la creación y transformación de las representaciones sociales. La interacción entre los contenidos de la serie, los procesos de decodificación y las diversas respuestas de las audiencias demuestra cómo los medios funcionan como un espacio de negociación cultural, en el que se disputan las representaciones y se reconfiguran las identidades de género.

5. Referencias bibliográficas

- Alberó, E. (2024) *Machos alfa' T2: machirulos, feminazis y viceversa, Seriealizados*. <http://bit.ly/4auuQJT>
- Arcones, J. (2022), 'Machos alfa': los hermanos Caballero deconstruyen a su Amador y revisan con humor la masculinidad tóxica. *El Televisero*. bit.ly/4gdlimC
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11316rx>
- Banet-Weiser, S. (2021). Gender, social media, and the labor of authenticity. *American Quarterly*, 73(1), 141-144. <https://dx.doi.org/10.1353/aq.2021.0008>.
- Bonavitta, P. y de Garay, J. (2019). La casa de papel, Rita y Merlí: entre nuevas narrativas y viejos patriarcados. *Investigaciones Feministas*, 10(2), 207-221. <https://doi.org/10.5209/infe.66490>.
- Cassetti F. y Di Chio F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós.

- Castilla, E. (2024). "Macho Alfa" se expande y tendrá una versión francesa e italiana en Netflix. *La Razón*. <https://bit.ly/3PPwr3I>
- Charaudeau, P. (2003). El discurso de la información. La construcción del espejo social. Barcelona: Gedisa.
- Cruz, D. (2022). *Crítica de Machos Alfa, una serie que no huele a rancio (ni a La que se avecina)*. Areadejugones. <https://bit.ly/40VxK7D>
- Del Molino, S. (2023). *Machos alfa': ¿de qué se ríe todo el mundo?* *El País*. <https://goo.su/NtDy4>
- Gavilán, D., Martínez Navarro, G. y Ayestarán, R. (2019). Las mujeres en las series de ficción: el punto de vista de las mujeres, *Investigaciones Feministas*, 10(2), 367-384. <https://doi.org/10.5209/infe.66499>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1996). "Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación". En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona. Paidós.
- González, M. (2023). A falta de estrenarse la segunda temporada de 'Machos alfa', Netflix ya trabaja en la tercera. *El Diario de Navarra*. <https://goo.su/GApRUdQ>
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. & Willis, P. (Ed). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* (pp. 128-138). Routledge.
- Hidalgo-Marí, T. (2017). De la maternidad al empoderamiento: una panorámica sobre la representación de la mujer en la ficción española. *Prisma Social*, (2), 291-314. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1551>.
- Martín Barbero, J. (1993). *Communication, Culture, and Hegemony. From Media to Mediations*. Sage.
- Morley, D. (1992). *Television, audiences and cultural studies*. Routledge.
- Netflix (2022). *Machos Alfa*. <http://netflix.com/es/title/81559021>
- Palacio, M. (2019). *Histoire sociale de la télévision en Espagne*. Grimh. Lyon
- Palenzuela, F. (2022) "Crítica de 'Machos Alfa': Los Caballero se revitalizan con una peliaguda temática que no cae en moralismos". *Formula TV*. <https://goo.su/QZxaAXS>
- Peláez, R. (2023), Raquel Guerrero, actriz de 'Machos alfa': "Los hombres también son víctimas graves del patriarcado". *El País*. <https://goo.su/yckj1x>
- Prieto, B (2023). La clave del éxito de 'Machos alfa': retratar la masculinidad con humor chabacano sin crítica ni profundidad. *El Español*. <https://goo.su/KRAfm>
- Rodera, A. (2024) Machos Alfa' escala en el top de Netflix y 'Siempre el mismo día' arrasa en San Valentín. *Fórmula TV*. <https://goo.su/OLsVInK>
- Vertele (2024). Netflix anuncia la renovación de 'Machos alfa' por una cuarta temporada y hasta cuatro adaptaciones internacionales. *eldiario.es*. <https://goo.su/4TCGR>
- Las Provincias (2023) La particular sorpresa de Netflix a la audiencia de 'Machos Alfa': «Si os gusta el humor fino, aquí tenéis otro pepino». <https://goo.su/zz2Nolf>