

Eduardo DE GREGORIO-GODEO, *La construcción discursiva de la masculinidad: un estudio de consultorios en revistas para hombres del Reino Unido*, Saarbrücken, VDM, 2009, ISBN: 978-3-639-13799-6.

Es ésta una obra innovadora y necesaria en el sentido de que supone una notable contribución a una línea de investigación relativamente poco estudiada como es la de la construcción discursiva de lo masculino. El que existan pocos estudios concretos sobre este tema se debe, fundamentalmente, a que, tras décadas de profunda influencia de la crítica e investigación feministas en el terreno académico, el género masculino —tal y como evidencia el reciente auge de los Estudios sobre la Condición Masculina<sup>1</sup>— ni siquiera suele ser contemplado como tal en la medida en la que tradicionalmente se ha venido considerando lo no marcado, lo universal, la norma incuestionable. El profesor De Gregorio-Godeo, del Departamento de Filología Moderna de la Universidad de Castilla-La Mancha, se ha adentrado, pues, en un campo poco investigado, dado que, si bien se habían realizado estudios sobre la masculinidad en algunas disciplinas de las ciencias sociales tales como la psicología, la sociología o la historia, no ocurría lo mismo en el campo de la lingüística, especialmente en campo de los estudios sobre Lengua y Género<sup>2</sup>. En gran medida lo que conocíamos sobre el lenguaje de los hombres y la masculinidad surgía implícitamente de investigaciones realizadas sobre la lingüística feminista. Recogiendo, pues,

la propuesta de McIlveny<sup>3</sup> de realizar estudios concretos en la incipiente línea de investigación que podríamos denominar «Lenguaje y Masculinidad»<sup>4</sup>, el autor eligió como objeto de estudio las secciones de consulta de revistas de interés general destinadas a un público mayoritariamente heterosexual masculino en el Reino Unido.

El volumen se estructura en siete capítulos, a los que se suman una muy completa sección de bibliografía así como un Apéndice que incluye las muestras textuales seleccionadas. Tras un primer capítulo introductorio en el que se justifica la necesidad del estudio y se establecen las hipótesis y los objetivos del trabajo, en el segundo y tercer capítulos De Gregorio-Godeo realiza un minucioso recorrido panorámico, dentro del contexto anglosajón contemporáneo, de la evolución diacrónica tanto de los estudios de Lengua y Género como del conocimiento que de éstos se desprende sobre la relación entre lenguaje y masculinidad.

En el capítulo cuarto, de carácter metodológico, tras establecer la definición de conceptos tan relevantes para el trabajo como son los de identidad y discurso, se hace una presentación detallada del método de análisis elegido, el Análisis Crítico del Discurso (ACD). Dentro de dicho método, el autor se ha decidido por el modelo de Norman Fairclough, desarrollado en su obra *Language and Power* (1989), actualizado en una edición posterior de 2001, y ya empleado con éxito en el estudio de fenómenos sociales tales como el sexismo y el racismo<sup>5</sup>. Dicho modelo se caracteriza por la importancia que concede al análisis del cambio socio-cultural en y por medio del cambio discursivo, tal y

<sup>1</sup> R. ADAMS y D. SAVRAN, *The Masculinity Studies Reader*. Nueva York, Wiley-Blackwell, 2002. M.S. KIMMEL, J. HEARN y R.W. CONNELL (eds.), *Handbook of Studies on Men and Masculinities*. Thousand Oaks, Sage Publications, 2005.

<sup>2</sup> D. CAMERON, *Feminism and Linguistic Theory*. Londres, Macmillan, 1985. D. CAMERON, *The Feminist Critique of Language: A Reader*. Londres, Routledge, 1990. J. HOLMES y M. MEYERHOFF (eds.), *Handbook of Language and Gender*. Oxford, Blackwell, 2003.

<sup>3</sup> P. MCILVENY (ed.), *Talking Gender and Sexuality*. Amsterdam, John Benjamins, 2002.

<sup>4</sup> F. LABWOSKI, *Mucho Macho. Tough Talk for Tough Boys*. Kansas City, Andrews and McMeel, 1996. S. JOHNSON y U.H. MEINHOFF (eds.), *Language and Masculinity*. Oxford, Blackwell, 1997. J. COATES, *Men Talk. Stories in the Making of Masculinities*. Oxford, Blackwell, 2003.

<sup>5</sup> N. FAIRCLOUGH, *Language and Power*. Harlow, Longman, 2001 (1ª ed. 1989).

como reconocen Fairclough y Wodak (1997) o Wodak y Meyer (2001)<sup>6</sup>. Es ésta una perspectiva que parece especialmente oportuna en un estudio que podríamos englobar en el análisis del cambiante significado de lo masculino en el contexto de lo que se ha denominado «crisis» de las masculinidades tradicionales o masculinidad «problemática»<sup>7</sup>.

Los capítulos cinco y seis están dedicados al corpus de análisis, basado en veinte textos de las revistas *FHM*, *GQ*, *Later*, *Maxim*, *Sky Magazine*, *ZM* y *Men's Health*, publicados en el año 1999. En cuanto al contenido de dichos textos, tratan cuestiones tan diversas como la paternidad, diversos trastornos de la vida sexual, desavenencias con la pareja, cuestiones de estética, cuestiones laborales o la cultura de la embriaguez. Tras referirse a las revistas como un ámbito caracterizado por la construcción de imágenes ideales de lo masculino o lo femenino a las que los consumidores han de aspirar y tras analizar las características fundamentales de las revistas de interés general para hombres, se especifican los criterios cuantitativos y cualitativos de selección de las muestras analizadas. El capítulo sexto se dedica al análisis empírico de cada una de las muestras discursivas del estudio siguiendo el modelo de Fairclough, que establece tres niveles simultáneamente constitutivos de todo discurso. Se analiza exhaustivamente, pues, cada muestra en sendas fases de: (a) «descripción» de lo textual; (b) «interpretación» de lo interaccional; y (c) «explicación» de lo socio-cultural. Cabe destacar, además de la minuciosidad de dicho análisis, la gran profusión de datos, porcentajes y gráficos de los que ha hecho uso el autor para una mayor comprensión de los asuntos abordados.

Las conclusiones aparecen agrupadas en dos secciones, una relativa a la aplicación del

modelo de análisis al corpus seleccionado y otra referente a la construcción de las identidades masculinas a partir del discurso de esta sección de las revistas para hombres, que da lugar a una lectura más amplia del trabajo desde la óptica de los Estudios Culturales. Ambos tipos de conclusiones coinciden en poner de manifiesto el papel fundamental de los medios de comunicación de masas en la creación de tendencias culturales y sociales al constituir, como en el caso de las revistas de estilo de vida, espacios privilegiados desde los cuales configurar y posteriormente proyectar sobre su público lector imágenes sobre la identidad de género.

El análisis del profesor De Gregorio-Godeo verifica la utilidad del ACD como instrumento de trabajo para los Estudios Culturales, especialmente para el análisis del «cambio socio-cultural y cambio discursivo» y, en concreto, para el análisis de la construcción discursiva de las identidades de género en la prensa escrita. Los textos seleccionados muestran una considerable tensión entre dos paradigmas ideológicos antagónicos: por una parte, los valores patriarcales característicos de la masculinidad tradicional (valores sexistas, machistas u homófobos basados en el imperativo de dominar y que se corresponden con la imagen del *Retributive Man* o *New Lad*) y, por otra, la incorporación de valores que podríamos considerar más aperturistas (adoptando roles y cualidades de la feminidad tales como el interés por la vida emocional y afectiva o las preocupaciones estéticas, como en el modelo de masculinidad del llamado *New Man*). La obra enfatiza, sin embargo, que no podemos hablar de un modelo bipolar de identidad masculina sino de múltiples y variadas posiciones intermedias entre ambos extremos, entendiéndose que las circunstancias sociales, culturales e históricas hacen del concepto de masculinidad algo múltiple, variado y polivalente. Hay que distinguir, pues, entre un patrón masculino hegemónico, que no es necesariamente invariable, y distintas masculinidades subordinadas. En el estudio se perfila un interesantísimo proceso según el cual los lectores se ven inmersos en una continua negociación intersubjetiva en su proceso de identificación y/o rechazo de los modelos de masculinidad que se construye desde este tipo de publicaciones.

<sup>6</sup> N. FAIRCLOUGH & R. WODAK, «Critical discourse analysis», en T. VAN DIJK (ed.), *Discourse as Social Interaction*, Londres, Sage, 1997, pp. 258-284. R. WODAK & M. MEYER, *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londres, Sage, 2001.

<sup>7</sup> A. GIDDENS, *The Transformation of Intimacy*. Cambridge, Polity, 1992, p. 59.

En definitiva, Eduardo De Gregorio-Godeo realiza una contribución relevante y novedosa no sólo a la investigación sobre Lengua y Género sino a los estudios sobre la masculinidad. La obra aquí reseñada supone un encomiable esfuerzo por completar y a veces incluso contrarrestar un modelo cultural, impuesto socialmente, con respecto al cual hay discrepancias, varones que no se ajustan a lo prescrito. Se advierte, pues, la necesidad de reflexionar sobre la condición masculina ubicándola en el marco del discurso, las prácticas de representación y construcción a

que éste da lugar, y las relaciones de poder que en él se desarrollan. En el exhaustivo análisis de este trabajo la masculinidad se nos revela como una intrincada, compleja y polisémica construcción social de la que se derivan múltiples implicaciones políticas. En última instancia, la obra apunta a la necesidad de explorar nuevos significados, nuevos contenidos y nuevas prácticas asociadas al hecho de «ser hombre».

María Eugenia SÁNCHEZ SUÁREZ  
UNED