



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2013
ISSN 1887-4606
Vol. 7(3) 613-616
www.dissoc.org

Reseña

Eduardo de Gregorio-Godeo, *La construcción discursiva de la masculinidad. Un estudio de consultorios en revistas para hombres del Reino Unido, Saarbrücken (Alemania), 2009, VDM, 536 páginas, ISBN: 978-3-639-13799-6.*

Ana María Iglesias Botrán
Universidad de Valladolid

Son muchas las obras que en los últimos años se vienen interesando por la construcción discursiva de las identidades de género (Litosseliti y Sunderland, 2002; Sunderland, 2004). Durante las dos últimas décadas, asistimos a una proliferación de trabajos que profundizan en el proyecto feminista desde el marco de los estudios del discurso (Baxter 2003). Los estudios de género y lenguaje han prestado, en este sentido, una especial atención a todo lo que tiene que ver con la mujer y su identidad con el objetivo de concienciar especialmente sobre cuestiones de igualdad. Por razones como ésta, los estudios sobre lo masculino en el discurso fueron durante largo tiempo ignorados, o como mucho esbozados en el contexto de investigaciones de corte más feminista (Lakoff, 1973; McConnell-Ginet et al., 1980). Sin embargo, el hecho de que a partir de los años setenta surgieran movimientos de liberación de hombres heterosexuales facilitó la aparición de estudios que intentan ahondar en el papel social del hombre más allá de machismo y de los modelos patriarcales. Vinculados a los llamados estudios sobre la condición masculina o *Men's Studies*, van surgiendo así en los años noventa investigaciones que apuntan hacia la necesidad de realizar estudios concretos sobre la relación entre la masculinidad y el lenguaje (Jonhson y Meinhof, 1997; Coates, 2003). Estas investigaciones siguen la estela de la lingüística feminista con el objetivo propio de poder llegar a un conocimiento profundo sobre la construcción discursiva de la masculinidad.

El interés del estudio que aquí reseñamos es por tanto destacable ya que el trabajo de Eduardo de Gregorio-Godeo titulado *La construcción discursiva de la masculinidad: un estudio de consultorios de revistas para hombres del Reino Unido* examina con detenimiento las estrategias discursivas empleadas en los procesos de construcción de la identidad de género masculino. En concreto, de Gregorio-Godeo realiza en esta extensa investigación un análisis exhaustivo y minucioso de un género de consumo exclusivamente masculino como son los consultorios de las revistas de interés general para hombres en Gran Bretaña. El autor parte de la hipótesis de que el discurso que se articula en los consultorios de este vehículo mediático crea y manifiesta, de manera constitutiva, diferentes aspectos de la identidad masculina de sus lectores. Para ello, parte de la observación crítica para detectar si desde esta sección se conforma un discurso basado en valores hegemónicos y patriarcales, o si por el contrario contiene una ideología más abierta que incorpora dimensiones tradicionalmente ajenas a los patrones de identidad masculina entre los varones.

Es necesario destacar que el interés de este trabajo no radica únicamente en el hecho de que viene a dar respuesta a la necesidad de llevar a cabo estudios sobre el tema, sino también en que se sitúa —con vocación interdisciplinar— en la intersección de los estudios sobre la masculinidad,

los estudios de lengua y género y especialmente —dada la perspectiva desde la que se realiza la investigación— el análisis crítico del discurso.

El trabajo está articulado en siete capítulos bien estructurados y expuestos con rigurosidad, dos cualidades que facilitan la lectura del volumen. En el primero, el autor se dedica a realizar una introducción de los antecedentes y la motivación de la investigación, plantea la hipótesis general y anticipa el método de trabajo. En el segundo capítulo, se lleva a cabo una contextualización de la investigación seguida de un preciso estado de la cuestión sobre los estudios de género y discurso. En el tercer capítulo, se teoriza un análisis que se acercará a la relación entre masculinidad y discurso siguiendo principalmente las teorías sobre ACD de Norman Fairclough (1989) en su modelo para el análisis del “cambio sociocultural y cambio discursivo” (Fairclough y Wodak 1997: 264). Tras la consideración del proceso de construcción de las identidades de género en el discurso y la función primordial del discurso periodístico a este respecto, el cuarto capítulo está dedicado a detallar el método de análisis. El capítulo V se emplea para la presentación del corpus de datos extraídos de las revistas masculinas británicas *FHM*, *GQ*, *Later*, *Maxim*, *Sky Magazine* *ZM* y *Men's Health* así como los criterios de selección de este corpus. Finalmente, en el capítulo VI, de Gregorio-Godeo lleva a cabo el análisis empírico de las muestras discursivas examinadas: centrándose sobre todo en el léxico y la estructura gramatical, la descripción de la dimensión textual del discurso da paso a una interpretación de los mecanismos de producción y comprensión —con especial atención a aspectos pragmáticos— así como a la distribución y consumo del discurso sobre la masculinidad que se articula en el género examinado. Esta interacción queda finalmente inscrita en la matriz sociocultural de la que forma parte.

De este trabajo se extraen numerosas conclusiones que resumiremos en dos puntos clave. En primer lugar, se arroja luz sobre el papel de las revistas para hombres como espacios privilegiados para la construcción de las identidades de género entre su público lector. En segundo lugar, los resultados del análisis evidencian una doble caracterización de la identidad masculina en los textos analizados. Por un lado, prolifera una construcción identitaria “tradicional” en la que no faltan los valores sexistas, machistas u homófobos. Por otro lado, se detectan otros valores más actuales que promueven la igualdad entre el hombre y la mujer en una línea más aperturista. Estos dos posicionamientos ideológicos no son, sin embargo, incompatibles; se presenta más bien un modelo de identidad masculina múltiple y variada donde alternan los rasgos de ambas constructos ideológicos. El autor destaca así la influencia de estas publicaciones sobre los lectores al ofrecerles posiciones de sujeto desde las que negocian sus

identidades de género al acceder a los discursos sobre lo masculino que se construyen en las revistas.

En definitiva, esta investigación constituye una importante aportación a los estudios de análisis crítico del discurso en general y en concreto a los estudios sobre masculinidad y discurso. Hay quien podría quizás reprochar la excesiva especificidad de un estudio que, al examinar sólo consultorios, no da una visión más amplia sobre las revistas para hombres. Sin embargo, incorpora novedosas indagaciones sobre la íntima relación que se establece entre masculinidad y lenguaje que ponen de relevancia la importancia de seguir desarrollando estudios académicos sobre la construcción discursiva de la masculinidad. De especial interés para los estudiosos del análisis crítico del discurso, se encontrará aquí un modelo de trabajo preciso, claro y pedagógico que sin duda puede inspirar otras investigaciones desde la perspectiva de género.

Referencias

- Baxter, J. (2003).** *Positioning Gender in Discourse. A Feminist Methodology*. Houndmills: Palgrave.
- Coates, J. (2003).** *Men Talk. Stories in the Making of Masculinities*. Oxford: Blackwell.
- Fairclough, N. (1989).** *Language and Power*. Harlow: Longman.
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997).** Critical discourse analysis. En: T. van Dijk (ed.), *Discourse as Social Interaction*. Londres: Sage, pp. 258-284.
- Lakoff, R. (1973).** Language and woman's place. *Language in Society*, 2, 45-80.
- Litosseliti, L., & Sunderland, J. (eds.) (2002).** *Discourse Analysis and Gender Identity*. Amsterdam: John Benjamins.
- McConnell-Ginet, S., Borker, R., & Furman, N. (eds.) (1980).** *Women and Language in Literature and Society*. Nueva York: Praeger.
- Sunderland, Jane (2004).** *Gendered Discourses*. Houndmills: Palgrave.