

**UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA**  
**FACULTAD DE LETRAS**  
**Departamento de Filología Moderna**



**LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD MASCULINA EN EL DISCURSO**  
**DE LA SECCIÓN DE CONSULTA DE LAS REVISTAS DE INTERÉS**  
**GENERAL PARA HOMBRES DEL REINO UNIDO**

**TESIS DOCTORAL**

**Realizada por:**  
**D. Eduardo de Gregorio Godeo**

**Dirigida por:**  
**Dra. D<sup>a</sup>. Silvia Molina Plaza**

## ***AGRADECIMIENTOS***

Esta tesis doctoral no hubiera sido posible sin la estrecha colaboración de su directora, la Dra. D.<sup>a</sup> Silvia Molina Plaza. Su constante labor de supervisión y su apoyo moral incondicional merecen mi más sincero agradecimiento.

Seguramente, este trabajo no vería hoy la luz de no haber contado con la oportunidad de desempeñar mis labores docentes e investigadoras en el Departamento de Filología Moderna de la Universidad de Castilla-La Mancha. En este sentido, he de mencionar aquí a los que un día fueron profesores míos en la Facultad de Letras de Ciudad Real por haber hecho posible mi acercamiento al ámbito filológico de un modo científico. A los que hoy son ya compañeros del Departamento he de mostrar mi reconocimiento por sus juicios certeros y su ánimo durante la elaboración de este estudio.

Asimismo, estas páginas son deudoras del aporte económico que han supuesto las ayudas para la elaboración de tesis doctorales, y las de estancias en otros centros de investigación, concedidas por la UCLM. No puedo olvidar tampoco la generosa aportación de parte de las partidas personales para adquisición de fondos bibliográficos de las compañeras de la Escuela de Magisterio de Ciudad Real.

Mi familia y mis amigos no son objeto de una menor gratitud por su aliento a lo largo de la realización de este trabajo de investigación.

# ÍNDICE

<i>I. INTRODUCCIÓN</i> .....	6
I.1. Motivación.....	6
I.2. Objetivos, Hipótesis y Método.....	8
I.3. Estructura.....	9
<i>II. LENGUA Y GÉNERO</i> .....	12
II.1. Lenguaje y masculinidad.....	16
II.1.1. Estudios sobre lenguaje y masculinidad según niveles lingüísticos.....	19
II.1.1.1. Estudios en los niveles fonético y fonológico, morfosintáctico y léxico-semántico.....	19
<i>Nivel fonético y fonológico</i> .....	19
<i>Nivel morfosintáctico</i> .....	20
<i>Nivel léxico-semántico</i> .....	22
II.1.1.2. Estudios a nivel discursivo.....	23
II.1.1.2.1. Actos de habla.....	23
II.1.1.2.2. Cortesía lingüística.....	24
II.1.1.2.3. Análisis de la conversación.....	25
II.1.1.2.3.1. Turnos de palabra.....	25
II.1.1.2.3.2. Interrupciones.....	25
II.1.1.2.3.3. Gambitos.....	26
II.1.1.2.3.4. Silencios en la conversación.....	27
II.1.1.2.3.5. Temas de conversación.....	27
II.1.1.2.3.6. Marcadores discursivos.....	28

II.1.1.2.3.7. Verbosidad.....	29
II.1.1.2.3.8. Control de tópicos conversacionales.....	30
II.1.2. Lo masculino y la comunicación no verbal: nivel kinésico o paralingüístico.....	30
<b>III. LOS ESTUDIOS SOBRE LA MASCULINIDAD .....</b>	<b>32</b>
III.1. Definición y exégesis.....	32
III.2. Dominios de actuación.....	34
III.3. Aproximaciones al concepto de masculinidad.....	40
III.3.1. Masculinidad no marcada.....	41
III.3.2. Masculinidades.....	41
III.3.3. Relaciones entre masculinidades.....	42
III.3.4. Definiciones alternativas.....	43
III.3.5. Crisis del concepto de masculinidad.....	44
III.3.6. Nuevos modelos de masculinidad: <i>New Man</i> y <i>New Lad</i> .....	45
<b>IV. MÉTODO DE ANÁLISIS.....</b>	<b>48</b>
IV.1. La construcción de la identidad en el discurso.....	48
IV.1.1. La noción de discurso.....	48
IV.1.2. La noción de identidad.....	55
IV.1.3. La construcción de la identidad de género en el discurso.....	58
IV.1.4. El discurso periodístico y la construcción de las identidades de género.....	62
IV.2. Justificación del método.....	67
IV.3. Presentación del método.....	73
IV.3.1. Los estudios sobre Análisis del Discurso.....	73

IV.3.2. El Análisis Crítico del Discurso.....	77
IV.3.3. El método de ACD de Fairclough.....	82
I. Descripción.....	89
II. Interpretación.....	99
III. Explicación.....	111
V. <i>CORPUS DE TEXTOS</i> .....	115
V.1. Las revistas para hombres en el Reino Unido.....	115
V.1.1. La revista: definición y clasificación.....	115
V.1.2. Las revistas para hombres.....	116
V.2. La sección de consultorio: Género y Registro.....	121
V.2.1. Género.....	122
V.2.2. Registro.....	136
V.3. Criterios de selección del corpus.....	146
VI. <i>ANÁLISIS EMPÍRICO DEL CORPUS</i> .....	149
Texto 1.....	149
Texto 2.....	172
Texto 3.....	190
Texto 4.....	207
Texto 5.....	224
Texto 6.....	239
Texto 7.....	254
Texto 8.....	270
Texto 9.....	288
Texto 10.....	309
Texto 11.....	326

Texto 12.....	341
Texto 13.....	358
Texto 14.....	374
Texto 15.....	388
Texto16.....	406
Texto 17.....	430
Texto 18.....	446
Texto 19.....	461
Texto 20.....	473
<i>VII. CONCLUSIONES</i> .....	489
VI.1. Conclusiones de la aplicación del modelo de análisis.....	489
VI.2. Conclusiones generales.....	549
<i>APÉNDICE DE TEXTOS ANALIZADOS</i> .....	559
<i>BIBLIOGRAFÍA</i> .....	579

“A man would never set out to write a book on the peculiar situation of the human male”, Simone de Beauvoir, *The Second Sex* (1979: 15).

## ***I. INTRODUCCIÓN***

### **I. 1. Motivación**

Este trabajo de investigación surge del interés que de un tiempo a esta parte viene despertando el estudio de lo masculino como categoría en sí misma desde diferentes disciplinas de las ciencias sociales. Tras tres décadas de un creciente influjo feminista que se ha propuesto reconstruir la tradicional exclusión de la mujer del canon de conocimiento de la sociedad occidental, se ha despertado la atención hacia la masculinidad, que, a fuerza de haberse considerado como lo no marcado, lo universal y la norma incuestionable, apenas se había explorado como tal. Sin embargo, a pesar de que desde campos como la psicología, la sociología, la antropología o la historia existía ya una cierta tradición de estudio sobre los hombres, en lingüística, y en concreto en el campo dedicado a la investigación sobre Lengua y Género, lo masculino no se ha atendido sino en tanto que modelo apriorístico desde el que definir cuestiones como las formas de interacción de las mujeres o la manifestación en el lenguaje de la opresión a la que históricamente se han visto sometidas éstas en nuestro ámbito sociocultural. Por lo tanto, este estudio va a tener de algún modo una cierta dimensión reivindicativa referente a la necesidad, de la que a finales de la década de los noventa avisaban autores como Johnson y Meinhof (1997), de explorar las relaciones que se establecen entre lo masculino y el lenguaje.

La existencia, por otra parte, de un tipo de revistas de interés general dirigidas al público heterosexual masculino británico suponía un campo de investigación novedoso, puesto que, desde que hace tres lustros estas publicaciones comenzaran a hacerse hueco en la prensa del Reino Unido, el interés investigador que han despertado ha sido escaso frente a las correspondientes versiones dedicadas al público femenino con una más amplia tradición histórica, de lo cual dan cuenta los numerosos estudios al respecto (White, 1970; Ferguson, 1983; Winship, 1987; Ballaster *et al.*, 1991; McCracken, 1993; Hermes, 1995). Esto resulta especialmente significativo para la aportación a los estudios de Filología Inglesa que pueda hacerse desde un país como España, donde, a pesar de

existir un amplio panorama de revistas para hombres centradas en intereses concretos (coches, deportes, caza y pesca, bricolaje, pornografía, etc.), el mercado de las revistas de interés general para los varones es prácticamente nulo si se compara con la abundancia de títulos (v.gr. *Arena*, *Boys' Toys*, *Esquire*, *FHM*, *GQ*, *Later*, *Maxim*, *Sky Magazine*, *The Face*, *ZM*, etc.) en el Reino Unido.

Nuestra fascinación por la sección de consultorio<sup>1</sup>, recurrente en algunas de estas publicaciones dedicadas al público masculino británico y cuyo tradicional desprestigio y tono frívolo ha producido un desinterés casi absoluto en reconocidos manuales de redacción periodística (Martínez Albertos, 1983; Jucker, 1992; Martín Vivaldi, 1998), nos llevó a optar por dicha sección, cuyo característico formato de preguntas y respuestas hace visible los problemas y preocupaciones de los lectores que escriben a estas revistas y los valores que en las correspondientes respuestas se fomentan entre el público heterosexual masculino que las consume. De hecho, la proliferación de obras sobre la crisis de la masculinidad tradicional (v.gr. Horrocks, 1994; MacInnes, 1998) hacía pensar que esta sección de las revistas para hombres, dedicada a dar consejo y proporcionar ayuda, sería especialmente propicia para conocer de primera mano los conflictos y ansiedades de los varones que, en tanto que tales, consumen estas publicaciones, así como las actitudes que desde las mismas se promueven entre dichos lectores.

Al mismo tiempo, nos ilusionó la oportunidad de realizar una humilde aportación que contribuyese a paliar el escaso atractivo que el estudio de la masculinidad ha ejercido sobre las investigaciones dedicadas a los medios de comunicación de masas, algo de lo que hace sólo diez años se lamentaba Stephen Craig en su obra *Men, Masculinity and the Media*:

*Men and masculinity have frequently been treated as the “norm” and men’s portrayals in the media have often been seen as unproblematic or even exemplary [...] Since the popular media have long been considered to have an important role in defining and shaping culture, it follows that the media should be one focus of study of men and masculinity (1992: 1-3).*

La posibilidad de dilucidar, pues, hasta qué punto sería posible definir el tipo de identidad masculina que se proyecta en los consultorios de estas revistas para hombres partiendo de un análisis lingüístico de dicha sección nos llevó a recopilar el corpus

---

<sup>1</sup> El término *consultorio* aparece utilizado ya por Martínez Albertos en su *Curso General de Redacción Periodística* (1983: 407). En el apartado V.2. dedicado al estudio de Género y Registro de este estudio se tratará ampliamente su significado.



durante el verano de 1999. La necesidad de encontrar un método de análisis para estudiar la íntima relación entre la dimensión lingüística y lo social que presuponía un trabajo de estas características nos hizo decantarnos por el **Análisis Crítico del Discurso** (de aquí en adelante ACD) y en concreto el modelo de Fairclough (1989), que, habiendo sido aplicado con éxito para desentrañar la interdependencia e influencia mutua entre el lenguaje y hechos sociales como el sexismo o el racismo, partía de la misma premisa básica que justificaba un proyecto como el presente.

Estas ideas de partida quedaron, por lo tanto, plasmadas sistemáticamente en los objetivos e hipótesis de trabajo que a continuación delimitamos.

## **I. 2. Objetivos, Hipótesis y Método**

El presente trabajo de investigación parte del **objetivo fundamental de estudiar cómo el discurso de los consultorios de las revistas de interés general para hombres en el Reino Unido refleja y construye distintas facetas de la identidad masculina**. Se trata, en suma, de analizar diferentes muestras de discurso de esta sección de dichas revistas dirigidas al público masculino heterosexual para ver cómo incide en la configuración de la identidad/identidades de los hombres a finales del siglo XX y principios del siglo XXI en Gran Bretaña. Intentaremos dilucidar, pues, qué valores se promueven entre los lectores que escriben a los consultorios de estas revistas a ellos dirigidas pidiendo asesoramiento para solucionar conflictos relativos a su condición masculina, desentrañando qué papel desempeña el lenguaje en la construcción de la masculinidad/masculinidades en el discurso sobre lo masculino de esa sección.

Junto a este propósito central, este trabajo persigue otros cuatro **objetivos secundarios** derivados de su finalidad primordial:

- (1) Realizar una doble aportación –por una parte, a los estudios de Lengua y Género y, por otra, a los cada vez más de moda estudios sobre la masculinidad– contribuyendo así a suplir la falta de atención que en lingüística, al contrario de lo ocurre con otras ciencias sociales, se ha prestado a lo masculino como categoría en sí misma.
- (2) Llevar a cabo una recopilación –hasta la fecha no efectuada– del conocimiento existente a propósito de la relación entre la masculinidad y el lenguaje en inglés.

- (3) Demostrar que el ACD constituye un instrumento válido para estudiar lingüísticamente la construcción de la masculinidad.
- (4) Contribuir al conocimiento de las revistas de interés general para hombres del Reino Unido, y en concreto de los consultorios de este tipo de publicaciones, a través de un estudio de género y de registro de dicha sección.

El objetivo principal de esta tesis parte de las siguientes **hipótesis** de trabajo básicas, que el resultado del análisis empírico de los textos permitirá verificar o desestimar total o parcialmente:

- A. En un género como el de los consultorios de las revistas para hombres británicas, la aplicación de un modelo de análisis discursivo que parta de la interrelación e influencia mutua entre los hechos lingüísticos y la ideología va a iluminar, mediante el análisis de muestras del lenguaje de dicha sección, el modo en que el lenguaje refleja y construye los sistemas de valores sobre lo masculino que se proyectan desde el tipo de discurso aquí producido.
- B. Desde las preguntas de los consultorios de las revistas masculinas se conformará un discurso basado en el afán de los lectores de aferrarse a valores masculinos hegemónicos y patriarcales tradicionales, mientras que en las respuestas se construirá un discurso estructurado sobre el intento de los asesores de promover modelos de masculinidad más aperturistas y sustentados en una ideología que incorpore dimensiones tradicionalmente ajenas a los patrones de identidad masculina.

Para comprobar la validez de dichas hipótesis y alcanzar los objetivos propuestos, y tras una exhaustiva labor de documentación sobre los estudios acerca de la masculinidad y especialmente referentes a la relación entre esta variable y el lenguaje, la identidad de los hombres en el panorama anglosajón contemporáneo, y las revistas a éstos dirigidas, se ha aplicado el modelo de Fairclough (1989)<sup>2</sup> como **método** para el análisis empírico de las muestras de consultorios estudiados. Esta metodología se describirá detalladamente en el capítulo cuatro.

### I. 3. Estructura

Esta tesis doctoral consta de siete capítulos, a los que se suman la bibliografía consultada y un apéndice con la reproducción de los textos analizados. Además de este

---

<sup>2</sup> En la presentación del método aludiremos a las actualizaciones posteriores del modelo de Fairclough.

apartado donde se presentan las diferentes secciones de que consta el estudio, en este primer capítulo se expone la motivación que dio origen a este trabajo de investigación, así como la hipótesis y objetivos que pretendemos alcanzar con la realización del mismo.

Los dos siguientes capítulos de este trabajo de investigación tienen el carácter de estado de la cuestión. En el capítulo dos se pasa revista a la evolución diacrónica de los estudios sobre Lengua y Género, con especial atención al surgimiento de la línea de investigación sobre la relación entre la masculinidad y el lenguaje. Para ello se repasan los estudios más significativos que, en los niveles fonético y fonológico, morfosintáctico, léxico, y especialmente discursivo, se han aproximado a la relación entre el lenguaje y la masculinidad.

En el tercer capítulo pasamos a presentar los hoy tan en voga estudios sobre la masculinidad (*Men's Studies*); tras definir esta área de investigación y trazar brevemente su evolución histórica, indicamos de manera sucinta cuáles son y han sido las principales disciplinas y ámbitos de actuación de estos estudios. La revisión de las aproximaciones al estudio de la masculinidad en el ámbito sociocultural anglosajón contemporáneo cierra este capítulo.

El capítulo cuarto se centra en la presentación de la metodología que se ha empleado en el presente estudio. Tras definir los conceptos de *discurso* e *identidad* con que se opera a lo largo del trabajo, y acercarnos al proceso de construcción de las identidades de género en el discurso, especialmente en el periodístico, se justifica la elección del ACD en general, y del modelo de Fairclough (1989) en particular, para llevar a cabo este estudio sobre la construcción de la identidad masculina en los consultorios de las revistas de interés general para hombres en el Reino Unido. Se centrarán así los estudios de ACD dentro del área más amplia del Análisis del Discurso. Esta sección finaliza con la exposición detallada de esta metodología, que Norman Fairclough desarrolla en su obra *Language and Power* (1989), y en otras revisiones y actualizaciones posteriores.

El siguiente capítulo aborda la presentación del corpus de análisis de esta tesis. Así, tras realizar una introducción acerca de las revistas como vehículo de la comunicación periodística, y en particular sobre las de interés general para hombres, donde aparecen los consultorios analizados, realizamos un estudio de género y registro de éstos. Este quinto capítulo finaliza con los criterios cuantitativos y cualitativos que nos han llevado a la selección de las muestras discursivas concretas analizadas.

El análisis empírico de los textos, aplicando pormenorizadamente el modelo de ACD de Fairclough (1989) a cada una de las veinte muestras seleccionadas, conforma el capítulo seis de esta tesis.

El capítulo siete muestra las conclusiones del trabajo de investigación: tanto las conclusiones relativas a la aplicación del modelo de análisis como las conclusiones generales referentes a la construcción de la identidad masculina en los consultorios analizados, y unas notas finales a propósito del trabajo en su conjunto. Finalmente se proponen algunas líneas de investigación que pueden ser fructíferas en el futuro en este ámbito de investigación.

La lista de referencias bibliográficas y un apéndice con los textos analizados ponen fin a esta tesis doctoral.

## **II. LENGUA Y GÉNERO**

Con el presente capítulo pretendemos encuadrar este trabajo dentro de la línea de investigación sobre Lengua y Género, de modo que, para que quede clara nuestra aportación a esta disciplina, pasamos a realizar una presentación sucinta de lo que han sido estos estudios en el ámbito anglosajón desde sus orígenes hasta nuestros días.

Aunque es a principio de los años setenta cuando los estudios de Lengua y Género empiezan a cobrar carta de naturaleza en el ámbito anglosajón con la publicación de los artículos ya clásicos de Key (1972) “Linguistic behaviour of male and female” y de Lakoff (1973) “Language and woman’s place”, el interés por la relación existente entre el lenguaje y el género data de mucho más atrás. Así, ya desde el siglo XVIII, Rochefort (1665: 449) habla de la existencia de códigos lingüísticos diferentes entre los indios de las Antillas del Caribe. Y durante la primera mitad del siglo XX antropólogos como Malinowski (1929), Sapir (1929) y Haas (1944) estudian diferentes sociedades primitivas en las que el género del hablante determinaba la elección de formas lingüísticas distintas.

Sin embargo, también en el ámbito anglosajón ha habido un gran interés por la relación existente entre el lenguaje y el género, y existe una amplia tradición en lo que se ha dado en llamar “folklinguistics”, es decir, escritos anteriores al establecimiento de la lingüística como disciplina propiamente dicha a principios del siglo XX, tal y como señala Coates (1993: 16). Se trata de una tradición que, no distando mucho de la “sabiduría” popular sobre las diferencias en el modo de hablar de hombres y mujeres recogida en proverbios y aforismos, se limita a poco más que hacerse eco de estereotipos sobre el lenguaje de unos y otras. Gran parte de esta tradición de creencias quedará recogida en el capítulo titulado “The Woman” del libro *Language: Its Nature, Development and Origin* del lingüista Otto Jespersen (1922).

Tras estos antecedentes, y después de estudios esporádicos de sociología y psicología, con alguna referencia al lenguaje, durante los años cincuenta y sesenta, será a partir de la década de los años setenta cuando los estudios sobre Lengua y Género se establezcan como disciplina de pleno derecho dentro de la lingüística. En su evolución diacrónica, durante sus dos primeras décadas de vida, las investigaciones de Lengua y Género estuvieron marcadas por el todopoderoso influjo de la lingüística feminista. En efecto, las investigaciones de Lengua y Género son hoy deudoras del interés del

feminismo por sacar a la luz el papel del lenguaje en la conformación de fenómenos como el sexismo y la opresión de las mujeres en sociedad, algo de lo que ya se tiene plena conciencia a finales de los setenta:

*The Women's Movement raised the issue of sexism in language as a political issue. In so doing, it has prompted a reconsideration of the topics of sex and gender in their relation to linguistics, and more generally of dominance and difference as revealed by linguistic behavior* (Gregersen, 1979: 3).

Desde sus inicios, la influencia de la lingüística feminista se va a dejar notar siguiendo dos aproximaciones sucesivas. Los años setenta verían el nacimiento de un enfoque que se ha dado en llamar de **Dominio** (*Dominance*), caracterizado, según Cameron (1985: 29), por el interés en identificar la dinámica de poder sexual reflejada en el lenguaje, donde los hombres ostentarían el poder y las mujeres permanecerían subordinadas. Dentro de este espíritu surgen trabajos como los de Lakoff (1973, 1975), Zimmerman y West (1975), O'Barr y Atkins (1980) o West y Zimmerman (1983).

En la década de los ochenta comenzarán a abrirse paso estudios en los que la lingüística feminista adoptará un enfoque que vino a ser calificado como **Diferencia** (*Difference*), que, como afirma Jennifer Coates (1988: 65-66), enfatiza la idea de que hombres y mujeres pertenecen a sendas subculturas, de tal modo que las diferencias en la competencia comunicativa de unos y otras vendrían justificadas por la existencia de éstas. Esto supone una evolución en la crítica feminista respecto a la idea anterior que trataba de justificar el comportamiento verbal de las mujeres como fruto de su subordinación a los hombres, al tiempo que se trata de profundizar lingüísticamente en el conocimiento de las normas y valores propios de una cultura distintivamente femenina. Habría que hablar, pues, de lo que McConnell-Ginnet llama distintos "generolectos" (*genderlects*), es decir: "a structural unit that systematically differentiates women's ideolects from men's" (1980: 12-13). En esta línea surgirán trabajos como los de Goodwin (1980), Maltz y Borker (1982), Coates (1986) y Coates y Cameron (1989).

Con la llegada de la década de los noventa, el panorama de los estudios sobre Lengua y Género se diversifica. De un lado, la lingüística feminista de las dos décadas anteriores seguirá totalmente vigente, y así, al margen de reflexiones sobre lo que es y ha sido la lingüística feminista como *The Feminist Critique of Language* de Deborah Cameron (1990), se seguirán haciendo estudios que profundizan en las características particulares propias de la interacción verbal de las mujeres según la tradición del

enfoque de Diferencia de la década anterior; tal es el caso de *Women Talk. Conversations Between Women Friends* de Coates (1996). Sin embargo, con la década de los noventa se hacen cada vez más visibles las deficiencias de los enfoques de Dominio y Diferencia de los dos decenios previos. Ambas aproximaciones giraban en torno al lenguaje de las mujeres como objeto de estudio, de modo que lo que conocíamos sobre el lenguaje de los hombres y la masculinidad no era tanto el resultado de estudios concretos sobre el modo de hablar de éstos sino más bien el resultado de análisis sobre el habla de las mujeres en que se partía del carácter normativo e incuestionable del lenguaje masculino. De ahí que, coincidiendo con el auge del interés por lo masculino como categoría en sí misma que imponen los estudios sobre la masculinidad (*Men's Studies*), van a ir surgiendo tentativas de examinar el lenguaje de la masculinidad como las que más adelante pasaremos a desarrollar en profundidad, constituyendo la obra que editan Johnson y Meinhof (1997), *Language and Masculinity*, el caso más representativo.

Este intento de explorar nuevos límites en los estudios de Lengua y Género que se lleva a cabo bajo la influencia de los estudios acerca de la masculinidad acontece en la misma década del auge de los estudios de gays y lesbianas, que, tras su aparición como movimiento de liberación paralelo al feminismo de los años setenta, van a irse consolidando en la comunidad académica anglosajona como un campo de investigación centrado en lo particular del hecho homosexual, que pasa a explorarse desde distintas disciplinas. Así surgen obras como *Words Out: Gay Men's English* de Leap (1996), obra que, siguiendo un modelo similar al de la lingüística feminista, trata de definir el hecho diferencial del lenguaje de los gays a través del análisis de muestras de discurso de hombres homosexuales. En esta línea se encuentran algunos estudios recientes sobre la construcción del discurso heterosexista y homófobo del *Washington Post* durante el debate generado en la sociedad norteamericana a raíz del intento de Clinton de suprimir la ley que impedía a los homosexuales el acceso al ejército (Meyers, 1994); sobre el discurso de los homosexuales en los anuncios por palabras de la prensa gay para encontrar pareja (Hogben y Coupland, 2000); o sobre el empleo entre gays de apelativos femeninos para subvertir el heterosexismo imperante (Bunzl, 2000).

Paulatinamente, los estudios de Lengua y Género han ido dejando de lado una orientación tendente a buscar hasta qué punto el lenguaje de hombres y mujeres es un reflejo de su identidad de género, para ir dando paso al interés por poner de relieve el modo en que el lenguaje viene a construir la identidad de género de los individuos:

*Critical rethinking of the field has led to an emphasis upon the social construction of gender and gendered identities [...] Here the focus is upon the performative nature of gender; its status as an 'empty property' of social interaction, and how people 'do' gender as a routine accomplishment in talk (Stokoe y Smithson, 2001: 218).*

A la concepción esencialista y binarista del género implícita en las investigaciones sobre el modo en que el lenguaje refleja la subcultura femenina y masculina –enfoque de Diferencia–, o bien es un instrumento de opresión de los hombres sobre las mujeres –enfoque de Dominio–, se ha ido imponiendo una concepción de la relación entre género y lenguaje basada en el constructivismo social, que parte del hecho de que las estructuras sociales y cognitivas se conforman en las distintas formas de interacción que tienen lugar entre los individuos<sup>3</sup>:

*In contrast to an essentialist stance, the social constructivism views gender as a social construct: a system of meaning that organizes actions and governs access to power and resources. From this view, gender is not an attribute of individuals but a way of making sense of transactions. Gender exists not in persons but in transactions; it is conceptualized not as a verb but as a noun (Crawford, 1995: 12).*

Obras como las de Hall y Bucholtz (1995) o Bucholtz *et al.* (1999) son prueba de esta renovada perspectiva de análisis. Bajo el influjo constructivista en los estudios de Lengua y Género, el lenguaje se analizará así en tanto que viene a construir la identidad de género de los individuos: “From a social constructionist perspective, language is viewed as a set of strategies for negotiating the social landscape [...] In contrast, researchers using a sex difference perspective have sometimes assumed that speech features are static in meaning” (Crawford, 1995: 17). El género pasa por tanto a concebirse como constructo social complejo y fluido, alojado en la interacción verbal entre los individuos (Speer, 2001: 393). Del mismo modo, esta huida del esencialismo en los estudios de género y lenguaje ha llevado en los últimos años a enfatizar la

---

<sup>3</sup> La siguiente definición reproduce el espíritu del constructivismo social: “Le constructivisme social pose comme axiome que les structures sociales et les structures cognitives se composent et se situent dans l’interaction entre les gens” (Mehan, 1983: 77). Este enfoque epistemológico que invade hoy las ciencias sociales se empieza a desarrollar a raíz de la publicación del volumen de Berger y Luckmann (1966) *The Social Construction of Reality*, donde, por primera vez, plantean la idea de que las diferentes formas de interacción entre los individuos vienen a construir nuestra experiencia del mundo. Naturalmente, el lenguaje se encuentra dentro de estas prácticas interaccionales, como prueba el fuerte influjo del constructivismo social entre los etnometodólogos. Respecto a esta consideración de las prácticas lingüísticas de diverso tipo como formas de interacción, Mehan pone el siguiente ejemplo: “Engager la conversation, aborder un sujet ou même faire une seule déclaration requièrent, comme on l’a montré, une coordination mutuellement engagée” (*ibid.*: 81).



relación del género con otras dimensiones de la identidad del individuo, de lo que da cuenta, por ejemplo, la obra de Goddard y Patterson, que afirman:

*Gender does not exist in isolation from factors such as ethnic origin, social class, sexuality or age [...] this means that, rather than repeating the endless mantra 'women do this, men do that', we should be asking 'how does this group of men/women in this context enact their gender?'* (2000: 103).

## **II. 1. Lenguaje y Masculinidad**

El interés por la relación entre la masculinidad y el lenguaje es algo sumamente reciente. La lingüística ha sido sin duda una de las últimas ciencias sociales en incorporarse al interés por lo masculino como categoría *per se*, ya que, desde la década de los setenta, los estudios sobre la masculinidad se han constituido en una perspectiva que, reaccionando ante la asunción tradicional en el canon de conocimiento occidental de lo masculino como categoría no marcada e incuestionable, han dado lugar a una exploración sistemática de la masculinidad desde otras ciencias humanas.

Estos estudios sobre Masculinidad y Lenguaje abarcan desde el tratamiento de las estrategias de cortesía y creación de solidaridad en el discurso de los hombres (Kuiper, 1991) a las feroces críticas a la consideración del lenguaje de los hombres como lo normativo y lo no marcado que hace Henton (1992) —que reivindica la anormalidad del lenguaje masculino respecto al lenguaje de las mujeres, que es el que debería haber sido considerado como la norma estándar—; pasando por estudios sobre la sintaxis masculina (Jahr, 1992); la interacción verbal en el discurso electrónico en que han venido a constituirse los foros de debate o *chat-rooms* de internet (Herring *et al.*, 1995); o las estrategias retóricas —metáforas, metonimias, sinécdoques— empleadas por los hombres en grupos de discusión sobre violencia contra las mujeres para construir discursos de legitimación del dominio y poder masculino (Adams *et al.*, 1995). Otros análisis han explorado la construcción de la identidad propia del grupo de amigos en el discurso de los hombres (Kiesling, 1996); o el léxico amoroso masculino (Harvey, 1997).

Sin embargo, el interés por lo propiamente masculino desde un punto de vista lingüístico es anterior a la especial atención que se viene prestando últimamente. Reik se plantea ya hasta qué punto existe un lenguaje propio de los hombres y postula la existencia de un habla masculina que él denomina “mantalk” (1954: 14) en un estudio aislado aparecido en la revista *Psychoanalysis* dos décadas antes de que surgieran los

primeros trabajos sobre Lengua y Género como tales. Precisamente en uno de los primeros artículos con los que se viene a iniciar la línea de investigación sobre Lengua y Género en inglés, “Language and woman’s place”, Robin Lakoff admite la existencia de un lenguaje de hombres o “men’s language” (1973: 50), y Dell Hymes, el editor de la revista *Language and Society*, en que aparece el trabajo de Lakoff, reivindica, en una nota, la necesidad de estudiar el lenguaje de los hombres:

*A focus on woman brings to light an aspect of language in social life that has its counterpart for men. Pre-emption of the “serious” sphere of life by a certain style of “maleness” is not without its cost for many men. The association of male creativity in the arts with effeminacy is a well-known instance. The channelling of the range of human attributes into stereotypes for a “lady” and a “man” harms identity and individuality for many of both sexes, as the younger generation widely recognizes. “Men’s language” needs study too (ibíd.: 79).*

Con todo, durante las décadas de los setenta y los ochenta, en las investigaciones sobre lenguaje y género en inglés, va a haber un gran interés, por una parte, en **estudios específicos sobre el lenguaje de las mujeres** como los del propio Lakoff (1973), y otros como los de McConnell-Ginet *et al.* (1980) o Dubois y Crouch (1975); y, por otro lado, en **estudios comparativos entre el lenguaje de hombres y mujeres** como los de Key (1972, 1975), Thorne y Henley (1975), Eakins y Eakins (1978), Haas (1979), Kramarae (1981), Coates (1986), Graddol y Swann (1989) o Tannen (1991), este último ya a principios de los años noventa. De todos estos trabajos se puede extraer ya un **conocimiento implícito** del lenguaje de los hombres, ya se tenga en cuenta qué es lo específico del lenguaje de las mujeres frente al de los varones, ya se consideren las diferencias entre el lenguaje de ambos sexos. De este estudio implícito dará cuenta el apartado II.1.1. sobre el conocimiento que se tiene del lenguaje de los hombres.

No obstante, será necesario esperar a principios de los años noventa para que los análisis sobre la masculinidad comiencen a ejercer su influencia –tardía– en los estudios de Lengua y Género a través de obras como las citadas más arriba. En concreto, Johnson y Meinhof (1997), como ya se ha indicado, vienen a dar forma definitiva a los distintos intentos de estudiar explícitamente el lenguaje de la masculinidad. Ahora bien, la importancia de la obra que editan Johnson y Meinhof es doble. Como ya hemos dicho, los diferentes ensayos de llevar a cabo estudios sistemáticos sobre la masculinidad y el lenguaje cobran carta de naturaleza en una obra que reivindica esa necesidad dentro de los estudios de Lengua y Género. Así lo ha visto Bucholtz, que en una revisión crítica posterior de la obra declara: “This explanatory volume makes plain

the urgent need for further empirical work that can contribute to a fuller theory of masculinity within language and gender studies” (1999: 312). Pero, además, los diferentes artículos de la obra que editan Johnson y Meinhof son representativos de las últimas tendencias investigadoras sobre Lengua y Género, donde no se presta ya tanta atención a la idea de la existencia de un modo de hablar distinto por parte de los hombres y las mujeres, como en las décadas de los setenta y los ochenta, sino que se prima el modo en que el lenguaje viene a contribuir al desarrollo de la identidad de género masculina. Así lo entiende la propia Sally Johnson en uno de los capítulos de esta obra de la que es coeditora:

*I have argued that a focus on the highly variable ways in which masculine identities are formed, and in particular the role of language in the construction of those identities, is a worthwhile project [...] An important aim will be to learn more about the precise discursive strategies employed by men in their attempts to resist change, and hold on to power [...] In order to pursue them [those strategies], we must abandon the search for trivial structural reflections of whatever we believe to be typically “male” or “female” language (1997: 25).*

Y éste es, sin duda uno de los valores más importantes de la obra desde un punto de vista metodológico, de acuerdo con la reseña que McIlvenny escribe sobre el volumen:

*This volume is part of the broad re-evaluation of both theory and method in studies of language and gender. In particular there is a keen avoidance by the editors of essentialist accounts of differences in language resources, form or use by men and women; instead, they wish to shift the issue from adding up the apparent differences to determining how ‘difference’ is accomplished locally with largely shared linguistic and interactional resources (1998: 108).*

Siguiendo esta línea, el presente trabajo de investigación pretende contribuir no a identificar rasgos propios del lenguaje de los hombres, sino a ver cómo se construye la identidad masculina estudiando el discurso de un género consumido mayoritariamente por hombres, como son los consultorios de las revistas a ellos dirigidas. En dicho género, las preguntas de que consta cada consulta están en principio escritas por varones también<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> De hecho, en una reseña del pionero estudio de Johnson y Meinhof (1997) *Language and Masculinity*, McIlvenny reivindica la necesidad de continuar la labor iniciada con esta obra mediante la realización de estudios sobre la construcción discursiva de lo masculino: “This collection represents an important first step, which further work will no doubt extend and enhance, as well as contradict and resist. Nevertheless, more acutely developed interdisciplinary perspectives are required to do justice to the task of painstakingly and critically uncovering how masculinities are performed in and through discursive practices, often, but not necessarily, at the expense of others, including women and men” (1998: 117).

## **II. 1. 1. Estudios sobre lenguaje y masculinidad según niveles de análisis lingüístico**

Presentamos aquí una selección de los estudios más significativos sobre el lenguaje de los hombres, ordenados según los distintos niveles de análisis lingüístico. Huelga decir que la dimensión discursiva de nuestro trabajo nos ha llevado a hacer un repaso somero de los estudios en los niveles fonético, morfosintáctico y léxico-semántico para detenernos con mayor profundidad en las aportaciones a nivel discursivo. Ante todo, hay que dejar muy claro que no se podría, de manera simplista, relacionar los distintos rasgos lingüísticos abordados (fonológicos, léxicos, conversacionales, etc.) y el sexo masculino de los hablantes según un modelo descriptivo de tipo correlativo, como ha destacado Molina (1994: 33). Habría más bien que tener en cuenta el contexto de uso específico, de modo que variables como la clase social, la edad o la presencia o no de hablantes del mismo sexo serán altamente significativas, como también indica Cameron (1988: 11). En este sentido, sería a todas luces inapropiado buscar una relación directa entre el lenguaje de los hombres y una serie de rasgos lingüísticos distintivos, tanto más cuanto que la idea de género como un constructo socialmente configurado impone hablar no de una sola masculinidad, sino de múltiples y diversas masculinidades. A pesar de seguirse a veces enfoques binaristas y esencialistas al abordar la relación de hombres –y mujeres– con el lenguaje, gran parte de las investigaciones que a continuación pasamos a presentar tienen el mérito de haber contribuido a despertar la atención por este campo.

Hay que añadir, además, que autores como Bodine (1975: 131) han destacado que, al contrario de lo que ocurre en otras lenguas no indoeuropeas –lo que hemos reseñado en el repaso a los estudios antropológicos del comienzo de este capítulo– en inglés no cabe hablar de rasgos lingüísticos exclusivos de uno y otro sexo, sino más bien de tendencias o características preferidas por los hombres o las mujeres.

### **II. 1. 1. 1. Estudios en los niveles FONÉTICO y FONOLÓGICO, MORFOSINTÁCTICO y LÉXICO-SEMÁNTICO**

#### ***NIVEL FONÉTICO Y FONOLÓGICO***

El conocimiento sobre el lenguaje de los hombres en este nivel se ha centrado sobre todo en estudios sobre distintas variedades dialectales del inglés que corroboran la

observación de Labov (1972: 243) sobre la existencia de una clara tendencia hacia la utilización por parte de los hombres de **variantes fonológicas** que socialmente resultan estar más estigmatizadas y ser menos prestigiosas que las formas estándar. Entre otras variantes cabe destacar: la pronunciación de /ɪŋ/ (<ing>) como /-ɪn/ por parte de los hombres en Nueva Inglaterra (Fisher, 1964) o Norwich (Trudgill, 1972); la articulación de /θ/ (<th>) como /t/ en Nueva York (Labov, 1966) o como /t/, /f/ o /θ/ en Detroit (Wolfram, 1969); la no pronunciación de la /r/ postvocálica en aquellas variedades donde se pronuncia de manera estándar, como ocurre en inglés americano (Levine y Crocket, 1966) –y más concretamente en Detroit (Wolfram, 1969)– o en el inglés de Edimburgo (Romaine, 1978); o la sustitución del fonema /t/ por una oclusión glotal (/ʔ/) en Escocia (Romaine y Reid, 1976), y más específicamente en Glasgow (Macaulay, 1977, 1978). Junto a esta línea de investigación, existen otros estudios que sugieren que el **dinamismo en la entonación** de los varones suele ser menor que el de las mujeres (Brendt, 1975), y que aquéllos tienden a utilizar un **tono de voz** más bajo que éstas (Bezooijen, 1996: 764; Biemanas y Bezooijen, 1996: 34).

Gran parte de estos estudios se ubican dentro de una tradición de análisis sociolingüístico, y en muchos casos han contribuido a proyectar una visión esencialista del género, pues tendían a asociar una variable lingüística determinada con diferentes categorías sociales del individuo, como el género, sin tener en cuenta el contexto de uso determinado, y sin interpretar su significado, según reconocen Wodak y Benke: “Traditionally, such linguistic variables are then correlated with social categories, like sex (gender), age, social class, ethnicity, etc., taken out of their respective contexts and without problematizing the meaning of these social categories” (1997: 130).

### ***NIVEL MORFOSINTÁCTICO***

La antigüedad de la mayoría de estos estudios de fonética y fonología impregna, aun más si cabe, los trabajos con que contamos relativos a las diferencias lingüísticas entre sexos a nivel morfosintáctico, donde la falta de una continuidad investigadora puede resultar significativa de su dudosa fiabilidad. Esto ocurre con numerosos estudios centrados en alguna categoría gramatical, donde la escasa representatividad de las muestras analizadas les confieren un valor muy relativo. Así, por ejemplo, Brandis y Henderson (1970) y Entwisle y Garvey (1972) concluyen una mayor utilización de **adjetivos** en el lenguaje oral y escrito respectivamente de las niñas que en el de los

niños; Brandis y Henderson realizan su estudio entre niños británicos de cinco años de clase obrera. Por otro lado, las propias Entwistle y Garvey reconocen ya la necesidad de atender a la interrelación de la variable género con otras dimensiones de la identidad del individuo y el contexto de uso lingüístico al reconocer lo poco que se aproximan los resultados por ellas obtenidos con otros estudios similares anteriores: “The inconsistency between our findings and those of others with respect to sex may be in part due to the increased social class variability in the present study” (1972: 293).

Parecida falta de rigor puede criticarse a Key (1975: 76) cuando postula gratuitamente el menor uso de **verbos** auxiliares modales como *can*, *should*, *may* o *might* por los hombres que por las mujeres como prueba de un discurso menos impreciso e inseguro que el de éstas<sup>5</sup>; o a Poynton (1989: 72), que –sin indicar si estos datos se refieren al inglés oral, al escrito, o a ambos– afirma que los hombres tienden a utilizar procesos verbales predominantemente materiales mientras que las mujeres hacen gala de un discurso con mayor abundancia de procesos verbales mentales y relacionales. La falta de estudios cuantitativos al respecto hace igualmente imposible la constatación de las propuestas relativas a otras categorías gramaticales como los **adverbios** intensificadores (v.gr. *quite*, *awfully*, *terribly*, *so*, *vastly*,...), que tanto Jespersen (1922: 250) como Lakoff (1973: 54) consideraban que son menos empleados por los hombres que por las mujeres.

Más allá de las categorías gramaticales, hay que hacer cuanto menos una breve referencia a otros estudios morfosintácticos relativos al **nivel proposicional y oracional**. En este sentido, aunque la hipótesis de Jespersen (1922: 252) de que los hombres tienden a utilizar más la hipotaxis (subordinación) que las mujeres no ha sido probada como tal, investigaciones posteriores (v.gr. Swacker, 1975: 80; Haas, 1979: 618-619) vendrían a demostrar que las oraciones de los hombres son más largas que las de las mujeres. En concreto, Marjorie Swacker obtiene sus resultados a partir de un estudio en que se manda describir las mismas fotografías a hombres y mujeres por separado. Además, en un experimento similar en que se pidió a veinticuatro estudiantes de licenciatura la descripción de diversos dibujos, Beck (1978) concluyó que la sintaxis de los jóvenes de sexo masculino era más ordenada y compleja que la de las jóvenes

---

<sup>5</sup> Respecto a la categoría de los verbos auxiliares modales, un estudio de Pittenger y Smith de los años cincuenta postula una diferencia poco fiable en el empleo de *can* y *may* en inglés americano: “educated women [...] generally make a point of the difference between “can” and “may” [...] In general colloquial usage American men use “can” only infrequently, and its use will be heard as formal, affected, precise, or effeminate” (1957: 67 [citado en Adler, 1978: 29]).

estudiantes, que no se servían de la subordinación oracional ni de la selección ordenada de adjetivos y adverbios tanto como aquéllos.

### ***NIVEL LÉXICO-SEMÁNTICO***

Desde que Jespersen (1922: 248) afirmase que los hombres poseen una mayor riqueza de vocabulario que las mujeres, los estudios sobre léxico desde la perspectiva de Lengua y Género han dado lugar a numerosas aportaciones sobre el distinto modo en que diversos campos semánticos son utilizados por parte de los varones. Así ocurre con la hipótesis de Lakoff (1973: 49) de que los hombres poseen menos **términos de color** específicos (v.gr. *beige, ecru, aquamarine, lavender*) en sus vocabularios que las mujeres, que confirmaron Rich (1977: 408) y Stecker y Cooper (1980: 379-380), quienes arguyen, de manera un tanto simplista, que el léxico de color de los hombres se acaba atrofiando al ser las mujeres las que les eligen la ropa y decoran sus hogares.

Por otro lado, se ha señalado que los hombres emplean más **palabras malsonantes y tacos** que las mujeres (Jespersen, 1922: 246-247; Lakoff, 1973: 50; Bailey y Timm, 1976: 447). De hecho, la utilización de este tipo de exclamaciones e interjecciones proferidas en situaciones de dolor, cólera, ira o sorpresa, se ha visto tradicionalmente como una marca estereotípica de masculinidad, según prueban los estudios de Kramer sobre las tiras cómicas de revistas como *The New Yorker* (1974: 83) y *Play Boy, Cosmopolitan* o *Ladies Home Journal* (1975: 628); hasta el punto de llegarse a predecir en ciertos estudios que los hombres usarían más palabrotas, y más fuertes, de las que en realidad emplean (Staley, 1978: 376). Estudios más recientes que evidencian que los hombres ya no utilizan tantas de estas formas como se esperaba –y que las mujeres las usan más que en el pasado– hacen ver, según entiende Klerk (1997: 156-157 y *passim*) en su estudio sobre la presencia de palabras malsonantes en el léxico de jóvenes de ambos sexos, que este tipo de vocablos son un instrumento de poder y que el uso cada vez más frecuente de tacos por parte de las adolescentes supone la apropiación de un rasgo de poder que tradicionalmente había definido a la masculinidad. De igual manera, en lo que concierne al empleo de **palabras tabú**, estudios varios han demostrado que los hombres usan más vocablos obscenos relativos a la anatomía humana y los actos sexuales, tal y como prueban diversos estudios sobre las inscripciones en graffiti de los servicios (Bruner y Kelso, 1980: 245; Arluke *et al.*, 1987: 4-5).

La utilización de estos términos tabú está estrechamente relacionada con el hecho de que los hombres emplean más **términos de argot** que las mujeres (Flexner, 1960; Labov, 1966; Levine y Crocket, 1966; Trudgill, 1972; Grossman y Tucker, 1997), habiendo llegado a proponer Nelson y Rosenbaun (1972) que el conocimiento de términos argóticos sobre temas como el dinero, los coches o las motos es mayor entre los hombres que entre las mujeres, las cuales tendrían un mayor dominio de las jergas relacionadas con las ropas, los estilos de apariencia personal o sobre los chicos.

## **II. 1. 1. 2. Estudios a nivel DISCURSIVO**

### **II. 1. 1. 2. 1. Actos de habla**

Uno de los tipos de actos de habla que parece marcar una diferencia entre el lenguaje de hombres y mujeres es el de los **directivos**<sup>6</sup>. Para Soskin y John (1963), los hombres hacen un mayor uso de éstos (peticiones, prohibiciones, invitaciones, dar permiso) que las mujeres; y Hennesse y Nicholson (1972) demuestran que los hombres emplean el 90 % de los actos de habla directivos en los anuncios de televisión. Ariel y Giora (1998: 71) llevan a cabo un estudio sobre el empleo de actos de habla en los guiones cinematográficos escritos por guionistas de sexo masculino y femenino, concluyendo que aquéllos tienden a asignar en sus guiones 5,8 veces más actos de habla impositivos a los personajes masculinos que a los femeninos, frente al 1,02 de las guionistas. Además, existen pruebas de que los varones tienden a hacer menos **preguntas** que las mujeres en el seno de la conversación (Brouwer *et al.*, 1979; Fishman, 1980). Dado el estatus en general más poderoso de los hombres, para ellos no es tan necesario como para las mujeres la utilización de este recurso para asegurar la continuidad de la conversación (Fishman, 1990: 240). De hecho, el que los varones tiendan a hacer preguntas para pedir información en el seno de la conversación mientras que las mujeres lo hagan para que la conversación no decaiga es motivo de malentendidos en conversaciones mixtas entre miembros de ambos sexos (Maltz y Borker, 1982: 202; Lee, 1992: 123).

---

<sup>6</sup> “Directives are those kinds of speech acts that speakers use to get someone else to do something” (Yule, 1996: 54).



Un mayor número de estudios confirman la tendencia masculina a emplear **actos de habla directos**<sup>7</sup>, sean éstos acusaciones (Goodwin, 1980: 172), declaraciones de hecho y opiniones (Maltz yorker, 1982: 198), órdenes (Poynton, 1989: 71) o quejas (Boxer, 1993: 377). En situaciones comunicativas más específicas, como son las de padres jugando con sus hijos (Engle, 1980: 29-34) o en las conversaciones entre médicos y pacientes (West, 1990: 108), padres y médicos hicieron mayor uso de actos de habla directos que madres y doctoras respectivamente.

## II. 1. 1. 2. 2. Cortesía lingüística

Desde que Lakoff (1973: 56) sacara a la palestra el estereotipo lingüístico de que los hombres usan menos formas de cortesía que las mujeres, otros lingüistas (v.g. Brown, 1980: 112) han tratado de justificar este hecho teniendo en cuenta el superior estatus de los varones respecto a las mujeres. Este mayor poder político, económico y social de los hombres en relación a las mujeres es lo que para Deuchar (1989) explica que aquéllos no tengan tanta necesidad como éstas de tener en cuenta las necesidades de **imagen**<sup>8</sup> de su interlocutor. El mayor poder y estatus de los hombres como grupo dominante ha llevado a Holmes (1995: 119) a afirmar que los varones utilizan más la cortesía negativa –que atiende a la necesidad de que nadie se imponga sobre uno– que la cortesía positiva –que tiene en cuenta la necesidad de gustar y ser admirado por los demás–, la cual emplean más las mujeres que los hombres.

Íntimamente relacionados con cuestiones de cortesía lingüística se encuentran los estudios sobre el uso de **cumplidos**. Así, tanto Wolfson (1983) en los E.E.U.U. como Holmes (1988) en Nueva Zelanda concluyen que los hombres tienen mayor dificultad en aceptar cumplidos que las mujeres, tanto de otros hombres como de las mujeres, al considerar los cumplidos como agravantes para su imagen pública (Holmes,

---

<sup>7</sup> Para Yule (1996: 129-131), en los actos de habla directos la relación entre la estructura y la función comunicativa del enunciado es directa (v.g. hacer una pregunta siguiendo una estructura interrogativa), mientras que en los indirectos esta relación es indirecta (v.g. usar la forma interrogativa para hacer una petición cortés).

<sup>8</sup> El término “imagen” (*face*), en torno al cual se estructura la teoría de la cortesía lingüística, es definido por Yule (1996: 129) del siguiente modo: “a person’s public self-image”; de modo que la cortesía lingüística dará cuenta de los medios empleados para mostrar nuestra conciencia de las necesidades de imagen de los interlocutores, tanto la imagen positiva (*positive face*), a saber, la necesidad de gustar y ser admirado por otros, como la imagen negativa (*negative face*), es decir, la necesidad de que nadie se imponga sobre nosotros. El intento de respetar una y otra dará lugar a las estrategias de cortesía positiva y negativa respectivamente, que Brown y Levinson (1978) estudian detalladamente.

1995: 153)<sup>9</sup>. En palabras de Janet Holmes, “compliments can be regarded as face-threatening to the extent that they imply the complimenter envies the addressee in some way or would like something belonging to the addressee” (1988: 448). En el caso concreto del género escrito de las evaluaciones hechas por profesores sobre los artículos de sus alumnos de postgrado, Johnson y Roen (1992: 50) descubrieron un mayor empleo de cumplidos por parte de las mujeres que por los hombres.

En vez de utilizar los cumplidos como fórmula de solidaridad en grupos del mismo sexo, tal y como hacen las mujeres, los hombres tenderían a insultarse entre sí como estrategia de creación de solidaridad (Holmes, *ibíd.*; Kuiper, 1991: 200); y, cuando usan cumplidos entre ellos, se centran en sus pertenencias y habilidades físicas e intelectuales, más que en el aspecto físico, como las mujeres (Coates, 1993: 128).

## **II. 1. 1. 2. 3. Análisis de la Conversación**

### **II. 1. 1. 2. 3. 1. Turnos de palabra**

Frente al sistema de turnos de palabra colaborativo y polifónico de la conversación entre mujeres, donde los distintos hablantes participan a la vez con turnos de palabra cortos y frecuentes solapamientos<sup>10</sup>, autores como Edelsky (1981: 415) y Coates (1996: 172; 1997: 108) han estudiado cómo en la conversación entre hombres predominan los turnos de palabra más largos y sin interrupciones, en los que, cuando un interlocutor está hablando, los demás permanecen callados (*one-at-a-time-floor*).

### **II. 1. 1. 2. 3. 2. Interrupciones<sup>11</sup>**

La conversación entre hombres viene dada por una tendencia a la ausencia de interrupciones o, en todo caso, cuando se dan interrupciones en grupos de hablantes del mismo sexo, entre los hombres hay muchas menos que entre mujeres, para las que los

---

<sup>9</sup> Herbert llega a una conclusión parecida al estimar que la aceptación de un cumplido implica el reconocimiento de un mayor estatus y poder a quien formula ese cumplido; de ahí la mala aceptación de estas formas de cortesía por parte de los hombres (1990: 217).

<sup>10</sup> Coates define así los “solapamientos” (*overlaps*): “Overlaps are instances of slight over-anticipation by the next speaker; instead of beginning to speak immediately following current speaker’s turn, next speaker begins to speak at the very end of current speaker’s turn, overlapping the last word or part of it” (1993: 109).

<sup>11</sup> La siguiente definición aclara el sentido de la noción de “interrupción” (*interruption*) en la conversación: “Interruptions are violations of the turn-taking rules of conversation: Next speaker begins to speak while current speaker is still speaking, at a point in current speaker’s turn which could not be defined as the last word. Interruptions break the symmetry of the conversation model: the interruptor prevents the speaker from finishing their turn, at the same time gaining a turn for themselves” (Coates, 1993: 109).

solapamientos (*overlaps*) son un modo de construir la interacción verbal a partir de las contribuciones mutuas (Hirschman, 1994: 436). De hecho, frente a los abundantes solapamientos en la conversación entre mujeres, el diálogo entre hombres viene dado por la falta de los mismos (Coates, 1997: 112).

Sin embargo, en conversaciones mixtas entre hablantes de ambos sexos un gran número de estudios han demostrado que los hombres interrumpen a las mujeres en mucha mayor medida que éstas a aquéllos (Zimmerman y West, 1975; Eakins y Eakins, 1976; West, 1979; Maltz y Borker, 1982; Gleason y Grief, 1983; West y Zimmerman, 1983; Woods, 1989; Lee, 1992)<sup>12</sup>.

### II. 1. 1. 2. 3. 3. Gambitos<sup>13</sup>

El uso de gambitos tanto en la interacción entre hombres como entre hombres hablando con mujeres es menor que en la conversación más cooperativa entre mujeres (Hirschman, 1994: 435-437; Reid, 1995: 509). Cuando los hombres emplean estas respuestas es para señalar acuerdo con su interlocutor, lo que puede llegar a dar lugar a malentendidos en la conversación con mujeres, ya que éstas las utilizan para señalar que están escuchando y animar al interlocutor a seguir hablando (Maltz y Borker, 1982: 102; Lee, 1992: 123). Con todo, lo más normal es que en la conversación con mujeres los hombres no las empleen en el momento oportuno, sino con retraso. Es lo que Zimmerman y West denominan “delayed minimal responses” (1975: 118), que han interpretado como una falta de interés en lo que dice el interlocutor; su emisión tras una pausa prolongada hace de estas respuestas mínimas diferidas un auténtico mecanismo de control en la conversación.

---

<sup>12</sup> Para el análisis de las diferencias de género en un contexto conversacional concreto como es el de la interacción entre jefas y subordinados o subordinadas en el ámbito laboral, véase Bengoechea (1993).

<sup>13</sup> Según Alcaraz y Martínez, “en el análisis conversacional se emplea el término ‘gambito’ para aludir a expresiones idiomáticas (como *Mmm*, *¡No!*, *¿De verás?*, *¡Anda!*, etc.) que sirven para mantener y regular el intercambio conversacional aunque no desarrollan en sí la conversación” (1997: 267). Hemos adoptado esta denominación en vez de traducir literalmente la expresión *minimal responses* que en inglés alterna con la de *backchannels* para designar a formas del tipo *mmhmm*, *uh-uh* o *yeah*. Son un recurso de retroalimentación en la conversación con que el receptor indica que está recibiendo el mensaje al interlocutor que está hablando. Correspondiendo básicamente con la del término en español del *Diccionario de lingüística moderna* de Enrique Alcaraz y M<sup>a</sup> Antonia Martínez (1997), Yule ofrece la siguiente definición: “These types of signal provide feedback to the current speaker that the message is being received. They normally indicate that the listener is following, and not objecting to, what the speaker is saying” (1996: 75-76).

## II. 1. 1. 2. 3. 4. Silencios en la conversación

La tendencia a retrasar las respuestas mínimas en el discurso como manifestación del dominio y poder masculino entronca con los casos en que las intervenciones femeninas en la conversación no encuentran ni tan siquiera respuestas mínimas de parte de los hombres, sino sólo silencio; es decir, un abandono absoluto de la interacción conversacional (DeFrancisco, 1991: 416-417). El silencio y la inexpresividad masculinas en el discurso se configuran así como estrategias de poder y control (Sattel, 1983: 122; Tannen, 1994: 36-37).

## II. 1. 1. 2. 3. 5. Temas de conversación<sup>14</sup>

El estereotipo de que, frente a los temas íntimos y los sentimientos como cuestiones características de la conversación entre mujeres, los hombres tienden a hablar entre ellos de tópicos más impersonales se justifica por multitud de estudios al respecto desde la década de los años veinte hasta los noventa. Solamente en los casos de conversaciones mixtas entre hombres y mujeres tienden aquéllos a hablar de temas más propios de la conversación entre éstas, como los sentimientos y otros tópicos íntimos (Aries y Johnson, 1983: 1187; Kipers: 1987: 550). Sin embargo, en la conversación entre varones se tratan sobre todo temas como el dinero, los negocios y el trabajo (Klein, 1971: 73; Kipers, 1987: 550; Bischooping, 1993: 7); los deportes y las actividades de ocio y recreo (Aries y Johnson, 1983: 1194; Aries, 1987: 162); y la política (Komarovsky, 1967; Kramer, 1974: 83). A pesar de que la mayor parte de estos trabajos que evalúan la relación entre el género del hablante y los temas de conversación

---

<sup>14</sup> El tratamiento de los términos *tema* o *tópico* en los trabajos sobre análisis conversacional aquí descritos no ha de entenderse en principio en tanto que investigaciones relativas al estudio de la estructura temática e informativa de la oración. Habrá más bien que tomarlos de acuerdo con la tradición del análisis de la conversación llevada a cabo por los etnometodólogos (Garfinkel, 1967, 1986; Sacks, Schegloff y Jefferson, 1974; Tannen, 1984, 1991; Drew y Heritage, 1992); y, en concreto, dentro de la corriente de estudios que se proponen identificar diferencias entre los sexos en lo relativo a los temas de conversación, con aportaciones que datan de los años veinte y que Bischooping (1993) recopila en su trabajo "Gender differences in conversation topics, 1922-1990". En su revisión de las distintas nociones con las que operan estos etnometodólogos, Wardhaugh señala: "What constitutes a topic in a conversation is not at all clear [...] the topic is obviously the thing that is talked about" (1992: 300-301). Así, Aries dedica una sección, en su revisión de los estudios de Lengua y Género, a los tópicos del discurso (*topics of discourse*), que la autora entiende en tanto que "conversation content" (1987: 162). Para entender el sentido que se da a esta variable, al explicar, por ejemplo, la relación de los hombres con esta dimensión del discurso, afirma Aries: "Men focus their conversations more on sports, work, or issues external to the individual" (*ibíd.*). Podemos decir, pues, que dentro de esta línea de análisis conversacional, "se llama 'tema discursivo' y, sobre todo, TÓPICO, a la información que se intercambia en una CONVERSACIÓN, es decir, a la cuestión de la que se habla" (Alcázar y Martínez, 1997: 552). Cuando más adelante abordemos la noción de tópcio en el apartado IV.3.3., relativo a la presentación del método de análisis, se pasará revista a otros estudios exhaustivos sobre esta noción de orientación funcional.

datan de las tres últimas décadas, sus resultados son prácticamente idénticos a los de Moore (1922), Landis y Burt (1924) y Landis (1927) de principios de siglo, lo cual nos viene a indicar que los roles sexuales masculinos y femeninos no han variado significativamente a lo largo del siglo XX; el habla masculina suele reflejar mayor poder en la esfera de lo público mientras que la de las mujeres evidencia el papel crucial que el ámbito privado tiene para ellas, algo que Aries –sin hacerse eco de los casos de participación de las mujeres en el discurso público durante este siglo– apunta en los siguientes términos:

*The traditional division of labor by sex creates differences in women's vocabularies and the content of their discourse specific to their interests. Women's talk centers around relationships and the interpersonal sphere, men's around work and the public sphere* (Aries, 1987: 167).

## II. 1. 1. 2. 3. 6. Marcadores discursivos<sup>15</sup>

Lakoff consideraba que las mujeres usan más marcadores discursivos de imprecisión como *kind of* o *you know* que los hombres debido a lo que socialmente se espera de ellas: “Women are socialized to believe that asserting themselves strongly isn't nice and ladylike, or even feminine” (1975: 54). Sin embargo, estudios posteriores inciden en que el hecho de que los hombres se sirvan menos de partículas de este tipo no es porque socialmente se espera que ellos sean más firmes en su expresión lingüística y que muestren una mayor seguridad al hablar que las mujeres, como afirma Lakoff, sino porque los temas conversacionales de la interacción entre hombres son más impersonales frente a los tópicos más sensibles y emocionales de la conversación entre mujeres, donde, como sugiere Coates: “self-disclosure of this kind can be extremely face-threatening and speakers need to hedge their statements” (1993: 118). Existen, no obstante, otros estudios en los que se ha propuesto que la diferencia entre sexos más significativa en el empleo de estas formas no es tanto su frecuencia de uso, sino su función. Así, por ejemplo, el grado de utilización de marcadores como *I think* y *you know* es la misma entre hombres que entre mujeres (Holmes, 1986: 1-2); los hombres

---

<sup>15</sup> Con este término hacemos referencia a la categoría altamente productiva en los estudios de Lengua y Género de lo que se ha dado en llamar *hedges*. Formas como *I think*, *you know*, *sort of*, *kind of*, *quite*, *perhaps* y las *question-tags* se incluirían en este grupo según estudios clásicos como los de Janet Holmes (1984, 1986, 1987, 1995). Dado lo dificultoso que resulta la traducción de *hedges* al español, hemos optado por la denominación de “marcadores discursivos” del *Diccionario de lingüística moderna* de Alcaraz y Martínez, que utilizan este término “para aludir a todos los recursos que tienden a guiar al destinatario en la interacción textual” (1997: 344), lo cual incluiría sin duda la imagen de imprecisión y el tono evasivo que el emisor proyecta sobre su receptor con el empleo de este recurso. Más recientemente, Enrique Alcaraz (2000: 170-174) se ha servido del término *matizadores* para referirse a esta categoría.

emplean más estas formas para expresar incertidumbre mientras que las mujeres las usan más para expresar confianza (Holmes, *ibíd.*: 3; 1987: 64). De hecho, según un estudio de Freed y Greenwood (1996) sobre la conversación entre amigos, el empleo de marcadores discursivos como *you know* es igual de frecuente en el habla de hombres y mujeres, independientemente del sexo del interlocutor, cuando unos y otras adoptan un estilo conversacional cooperativo.

En cuanto al caso concreto de las “**preguntas coletilla**” (*question-tags*)<sup>16</sup>, ocurre algo parecido: aunque Lakoff observara en principio que los hombres usan menos preguntas coletilla cuando éstas aparecen utilizadas de manera ilegítima<sup>17</sup> (1975: 54), la evidencia de estudios posteriores es contradictoria, ya que Dubois y Crouch (1975) mantienen, en contra de Lakoff, que los hombres las usan más que las mujeres. Sin embargo, para Holmes, de nuevo, lo fundamental no es tanto la diferencia de frecuencia de uso, sino la función: los hombres se servirían predominantemente de estas formas cuando tienen un valor modal mientras que, por el contrario, las mujeres las utilizarían más profusamente cuando poseen un valor afectivo o facilitativo (1984: 54; 1986: 2)<sup>18</sup>, lo cual no significa que sean más utilizadas por un género que por otro.

## II. 1. 1. 2. 3. 7. Verbosidad

A pesar de la existencia del estereotipo de que los hombres hablan menos que las mujeres, el cual recogen en sus investigaciones Tannen (1991: 75) o Jones y Drakich (1993: 281), existen numerosos trabajos que han probado que en realidad son los hombres los que hablan más en situaciones comunicativas de lo más diverso: durante las deliberaciones de los jurados en los juicios (Strodtbeck *et al.*, 1956); en las entrevistas que Marlatt (1970) llevó a cabo de manera individualizada a 96 estudiantes universitarios sobre temas personales; en grupos de niños y niñas cuando están jugando juntos (Mueller, 1972; Brownwell y Smith, 1973); en las reuniones de la plantilla de los hospitales (Doherty, 1974); en las discusiones matrimoniales (Strodtbeck, 1975); y en

---

<sup>16</sup> La traducción de “question tag” por “pregunta coletilla” puede encontrarse en el *Collins diccionario español/inglés inglés/español* de Smith (1988) o en la *Gramática inglesa* de Sánchez Benedito (1991).

<sup>17</sup> Para Lakoff, el uso ilegítimo de las *question-tags* viene dado cuando esta forma se utiliza como disculpa por hacer la aserción que la precede, y no porque el hablante muestre incertidumbre sobre los hechos –uso legítimo– (1975: 55).

<sup>18</sup> El *valor modal (speaker-oriented question-tags)* expresa incertidumbre sobre la validez de la proposición que se declara, y el *valor afectivo (addressee-oriented question-tags)*, solidaridad o actitud positiva del hablante hacia el receptor (Holmes, 1986: 2). En estudios posteriores, Holmes habla de *valor epistémico*, en vez de modal, para referirse al grado de confianza del hablante en la verdad de la proposición expresada (1995: 119).

los foros de debate de internet (Herring *et al.*, 1995). Según Spender (1980: 42), la contradicción entre los estereotipos y la realidad que muestran estos estudios se debe a que, mientras a los hombres se les reconoce el derecho a hablar, de las mujeres se espera que permanezcan en silencio; así, todo cuanto hablen se considerará demasiado.

## **II. 1. 1. 2. 3. 8. Control de tópicos conversacionales<sup>19</sup>**

Diversos trabajos sobre las conversaciones entre hombres y mujeres sugieren que, aunque las mujeres realizan más tentativas que los varones por introducir nuevos tópicos en el seno de la conversación, los intentos de éstas tienen menos éxito que los de los hombres; ellos realizan menos intentos, pero con más éxito, ejerciendo así su control (Maltz y Borker, 1982: 198; Cheshire, 1984: 44; Poynton, 1989: 71; Lee, 1992: 122). Por contra, en conversaciones entre hablantes del mismo sexo, los participantes se reparten de modo equitativo el control de los tópicos conversacionales (Coates, 1993: 113).

## **II. 1. 2. Lo masculino y la comunicación no verbal: Nivel kinésico o paralingüístico**

No podemos concluir este repaso sobre las investigaciones efectuadas a propósito de la relación existente entre la categoría de lo masculino y el lenguaje sin hacer, cuando menos, una breve mención a algunas conclusiones significativas extraídas de los trabajos dedicados a estudiar el vínculo entre la masculinidad y lo paraverbal<sup>20</sup>. Puede decirse que, en términos generales, las habilidades kinésicas de los hombres son menores que las de las mujeres, haciendo aquéllos un menor uso de su lenguaje corporal (Johnson y Goodchilds, 1976; Rosenthal *et al.* 1979). Al margen de esta apreciación general, diversos estudios han constatado las siguientes características:

- A los varones les cuesta mantener el contacto visual con su interlocutor más que a las mujeres (Ickers y Barnes, 1977; Hall, 1984). Esta tendencia sería especialmente marcada, según Vrugt y Kerkstra (1984: 23), cuando los contactos visuales tienen lugar en grupos donde sólo hay hombres. Tannen (1994: 99) ha postulado que la dificultad de los hombres en mantener la mirada cuando hablan con

---

<sup>19</sup> Cfr. la noción de *tema/tópico* en los análisis de la conversación llevados a cabo desde los estudios de Lengua y Género, tal y como se ha expuesto en el apartado II.1.1.2.3.5. *supra*.

<sup>20</sup> Para una aproximación general al lenguaje no verbal, véase Poyatos (1993, 1994).

alguien es comparable con el trabajo que a éstos les supone mantener una cohesión tópica en la conversación y el modo en que acaban diluyéndose en pequeños tópicos.

- La realización por parte de los hombres de menos gestos mientras hablan que les ayuden a reforzar lo que están diciendo (Icker y Barnes, 1977), siendo la expresión facial de los hombres menor que la de las mujeres (Eakins y Eakins, 1978: 155)<sup>21</sup>. Con todo, Vrugt y Kerkstra han dado un sentido distinto al valor kinésico de la sonrisa entre hombres y mujeres:

*Women smile more than men and we may perhaps conclude that smiling has a different motivational basis from smiling in men. For men, smiling could be associated with feelings of friendliness, affiliation, and comfort. For women, it could be an expression of feelings of uneasiness, socially desirable (stereotypical) behavior, and reconciliation (1984: 19).*

- El evitar el contacto físico entre individuos de sexo masculino manteniendo una mayor distancia corporal de la que mantienen las mujeres entre sí (Hall, 1984), algo que Vrugt y Kerkstra explican en los siguientes términos: “The larger distance between men among men can be interpreted as avoiding behavior that might be taken as a sign of homosexual intentions” (1984: 7). Ahora bien, los hombres tenderían a adoptar una actitud más relajada ante el espacio físico que ocupan, por ejemplo, cuando caminan o al estar sentados (Eakins y Eakins, 1978: 160-169).

Todos estos comportamientos no verbales vendrían a dar cuenta de las relaciones de poder que los hombres ejercen sobre las mujeres, y que, como ha señalado Henley, se ponen de manifiesto tanto en los rasgos lingüísticos como en los paralingüísticos:

*In grammar, vocabulary, voice quality, and intonation patterns, women’s language keeps them at a disadvantage, while men’s (the dominant) language tends to ignore women completely or deprecate them. Terms of address, conversational patterns, self-disclosure, demeanor, distribution of space, touch, eye contact, and visibility all contribute to the maintenance of the status quo (1975: 198).*

---

<sup>21</sup> Con todo, ciertos gestos han sido calificados como prototípicamente masculinos: Montagu ha señalado algunos que utilizan los hombres para liberar tensión, como el rascarse la cabeza, frotarse la barbilla, la frente, los lóbulos de las orejas o la parte posterior del cuello (1971: 208). Eakins y Eakins recogen otros gestos típicamente masculinos como chasquearse los dedos, separar las piernas al sentarse, cruzar el tobillo de un pie sobre la rodilla de la otra pierna, o estirar las piernas al sentarse con los tobillos cruzados (1978: 163-64). A éstos habría que añadir otros más puramente sociales como son caminar con las manos en los bolsillos, el modo de coger una carpeta o un cigarrillo (López y Morant, 1991: 83-84).



### **III. LOS ESTUDIOS SOBRE LA MASCULINIDAD**

Abordamos en este capítulo una breve revisión de lo que han sido y son los estudios en torno a la masculinidad hoy tan de moda. La elaboración de este trabajo sobre la construcción de la identidad masculina en los consultorios de las revistas para hombres a través de un análisis lingüístico de esta sección impone que el estado de la cuestión de nuestro estudio no se limite a las investigaciones sobre la relación entre la masculinidad y el lenguaje. Hay que plantearse asimismo cómo nace el interés por lo masculino como categoría *per se* y desde qué disciplinas se ha estudiado antes de que a finales de los noventa autores como Sally Johnson se lamentaran de la escasa atención que se había prestado a lo masculino desde un punto de vista lingüístico, a pesar de existir toda una tradición académica sobre esta noción en otras ciencias sociales: “Whilst masculinity remains relatively unexplored in linguistics, its problematization within the social sciences led to the emergence of a new field of research in the 1970s, now generally referred to as ‘men’s studies’” (1997: 16).

Cerrará este capítulo un repaso esquemático a las aproximaciones de estudio sobre la noción de masculinidad desde el contexto anglosajón contemporáneo. Esta contribución de carácter eminentemente sociocultural a propósito del tipo de identidad de los hombres en nuestros días va a proporcionarnos las líneas maestras con que interpretar y explicar los datos lingüísticos de la muestra de textos estudiados según el modelo de Fairclough (1989), que aplicaremos al corpus de textos analizados en este estudio.

#### **III. 1. Definición y exégesis**

Hablar de estudios acerca de la masculinidad o, como se denominan en la comunidad académica anglófona, *Men’s Studies*, es considerar un enfoque o aproximación de análisis genérico que impregna diversas disciplinas en las ciencias humanas, y que se centra en el interés por lo masculino en sí mismo. El paradigma definitorio de las investigaciones sobre la masculinidad resulta similar en la forma al de otros movimientos de actuación genérica como el feminismo o los estudios sobre gays y lesbianas, cuya más temprana aparición y desarrollo les hacen contar con una más amplia tradición académica. De ahí que el reciente auge en el interés por la categoría “hombre” haga de los estudios en torno a la masculinidad un enfoque de análisis todavía

novedoso dentro de ciertas disciplinas como la lingüística, mientras que en otras está ya plenamente consolidado.

Una **definición** canónica de los estudios acerca de la masculinidad o *Men's Studies* es la que Brod proporciona cuando afirma:

*The most general definition of Men's Studies is that it is the study of masculinities and male experience as specific and varying social -historical-cultural formations. Such studies situate masculinities as objects of study on a par with femininities, instead of elevating them to universal norms (1987: 40).*

Partiendo del tradicional androcentrismo de la cultura occidental, que ha elevado lo masculino a la categoría de lo universal, lo no marcado y lo genérico, los estudios sobre la masculinidad se proponen corregir esta falacia a través del estudio de lo masculino como tal y no en tanto que norma incuestionable de lo humano. El modo de actuación es, por lo tanto, similar al de los estudios feministas, que se proponen la revisión crítica y reconstrucción del canon de conocimiento tradicional para corregir y rectificar toda exclusión de la mujer en razón de un androcentrismo y una ideología patriarcal dominante que han ocultado la experiencia femenina.

En este sentido, la definición de dicha línea de investigación en torno a lo masculino no se entiende sin atender a la **coyuntura en que surge este enfoque**. En particular, Kimmel (1987b: 279) destaca la reacción de la masculinidad heterosexual estadounidense contra los desafíos que supusieron los análisis sobre la discriminación política y económica, la desigualdad social y la construcción social de la sexualidad que llevan a cabo los movimientos de liberación feminista de los años sesenta, a los que se unen gays y lesbianas desde los setenta con su crítica hacia la opresión que el canon heterosexual imperante suponía para los individuos con una orientación sexual diferente. En el nivel de la acción puramente política, durante la década de los setenta, desde los E.E.U.U. primero, y posteriormente desde el Reino Unido, comenzó así un movimiento de liberación de hombres heterosexuales que se veían a sí mismos como objeto de un nuevo sexismo y comenzaron a reivindicar su condición masculina heterosexual que veían peligrar por momentos. Parte de estos hombres manifiestan una actitud reaccionaria, si bien hubo también muchos hombres dispuestos a reflexionar sobre el daño que la sociedad patriarcal en que vivían les estaba haciendo a ellos mismos en tanto que hombres<sup>22</sup>. Sin embargo, esta contestación del canon patriarcal de

---

<sup>22</sup> A lo largo y ancho de Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido comenzarían a formarse, a partir de los años setenta, lo que se ha dado en llamar “grupos de hombres”, donde los varones reflexionarían sobre las

la sociedad occidental iniciada por los movimientos de liberación feministas y de gays y lesbianas va a crear paulatinamente una conciencia en torno a la necesidad de reflexionar sobre la condición masculina. De este modo, se iría gestando en un clima de euforia generalizada el embrión de estudios sobre lo masculino, que se desarrollasen de manera paralela a otras líneas de actuación genérica como los estudios sobre mujeres: “From several different directions in the 1970s, critiques and analyses of masculinity appeared. Quite strong claims about the emergence of a new area of study, and a new departure in sexual politics, were made” (Carrigan *et al.*, 1985: 551). De hecho, el propio Kimmel afirma que este tipo de estudios en torno a la masculinidad no pueden sustituir a los estudios sobre la mujer, sino completar el camino que estos estudios habían iniciado:

*Inspired by the academic breakthroughs of women’s studies, men’s studies addresses similar questions to the study of men and masculinity [...] Men’s studies seeks neither to replace nor to support women’s studies; quite the contrary. Men’s studies seeks to buttress, to augment women’s, to complete the radically redrawn portrait of gender that women’s studies have begun (1987c: 10-11).*

Si a esta reacción política de los años setenta se añaden –como abordaremos seguidamente– los análisis acerca del rol sexual masculino desde la psicología a partir de estos años, y los estudios sociológicos sobre el modo en que los cambios en el entorno laboral o familiar afectan a los hombres desde los ochenta, podemos encontrar el marco en que el interés por el estudio de la masculinidad se va a ir consolidando hasta dar lugar al auge que se aprecia en la década de los noventa, que se dejará notar sobre otras ciencias sociales como la historia, la filosofía o la lingüística, como se señala en el apartado siguiente referido a los distintos dominios disciplinares en que estas investigaciones ejercen su influencia.

### **III. 2. Dominios de actuación**

A continuación ofrecemos una breve presentación del interés por lo masculino desde las perspectivas de la política, la psicología, la sociología, la antropología, la

---

heridas que las estructuras patriarcales, y los roles de género a que éstas habían dado lugar, producen a los propios hombres. En uno de los muchos manifiestos publicados al respecto –éste concreto, en 1978– en la revista *Achilles Heel*, y posteriormente editado por Victor Seidler, se afirma a propósito: “Men’s groups and the men’s movement have emerged out of the recognition that our power in society as men not only oppresses women but also imprisons us in a deadening masculinity which cripples all our relationships – with each other, with women and with ourselves” (1991: 24).

filosofía y la historia como disciplinas que precedieron a la lingüística en su atención a los hombres como objeto de estudio.

### ***DIMENSIÓN POLÍTICA***

Esta variable se encuentra en la raíz misma de la aparición de los estudios sobre la masculinidad como línea de investigación con entidad propia. A consecuencia de las reivindicaciones feministas y de los desafíos que para la masculinidad heterosexual supuso la crítica feminista y homosexual, a lo largo de la década de los setenta proliferaron las respuestas de los hombres que, en el ámbito político, quedaron plasmadas en distintos manifiestos teóricos que correspondían a tres posicionamientos principales:

- (a) Una perspectiva conservadora, en la que teóricos como Goldberg (1973) argüían que las sociedades patriarcales y las diferencias de roles entre los hombres y las mujeres eran algo moral y biológicamente natural.
- (b) Una perspectiva profeminista, de acuerdo con la cual obras como *A Book of Readings for Men against Sexism* (Snodgrass, 1977) o *The Limits of Masculinity* (Tolson, 1977) reconocieron la conveniencia de las propuestas feministas y la necesidad de una reorganización de la masculinidad de acuerdo con las reivindicaciones del feminismo. Así surgieron organizaciones que se marcaron estos objetivos como “The National Organization of Men Against Sexism” en los E.E.U.U.
- (c) Una perspectiva que se apropió de la forma del discurso y los análisis feministas para reivindicar el hecho de que la masculinidad hegemónica tradicional era tan perjudicial para las mujeres como para los hombres. Ideólogos como Farrell (1974) o Nichols (1975) reclamaban el reconocimiento de nuevas formas de sexismo contra los hombres. Siguiendo estos presupuestos teóricos, se va a ir formando un movimiento de liberación de los hombres que se daría en llamar “Men’s Liberation Movement”, con el que la masculinidad heterosexual adoptaba un posicionamiento político paralelo a los movimientos de liberación de las mujeres y los homosexuales ya existentes.

Durante los años ochenta se iría gestando lo que, con la publicación de la obra del poeta Bly (1990), *Iron John: A Book About Men*, constituiría la perspectiva mitopoética, dando lugar al llamado “New Men’s Movement”, formado por grupos de hombres a los que la reflexión sobre el daño psíquico y emocional que para su

masculinidad habían supuesto las críticas feministas les llevaría a concebir un pasado mítico y legendario donde encuentran los modelos de masculinidad que la sociedad moderna ha destruido.

Junto a estas aproximaciones políticas al estudio de la masculinidad, en la década de los noventa habrá que contar también con otras perspectivas que señala Clatterbaugh (1997: 13-15), como son las de los movimientos de hombres homosexuales, los hombres negros, y, en los E.E.U.U., un movimiento de hombres cristianos evangélicos que, a través de su lectura de la Biblia, preconiza, de manera hartamente conservadora, una concepción del hombre como padre, proveedor y cabeza de familia.

### ***DIMENSIÓN PSICOLÓGICA***

La psicología fue una de las disciplinas donde primero surge el interés por lo masculino. Según entiende Connell (1995: 8), la obra de Freud está llena, ya a principios de siglo, de referencias a la masculinidad, si bien nunca se desarrolla una teoría sobre lo masculino como tal. Sin embargo, será con el auge de la psicología social y la teoría de los roles sexuales a partir de los años setenta cuando se empiece a desarrollar una teoría sobre el *rol sexual masculino*<sup>23</sup>. Trabajos como *Males & Females* de Hutt (1972), “Growing up male” de Pleck y Sawyer (1974), *The Myth of Masculinity* de Pleck (1981) y *The Fragile Male* de Greenstein (1993) contribuyen a construir el paradigma definitorio del rol sexual masculino, caracterizado por la tendencia a la competitividad, el poder, la ambición, la agresividad y la seguridad al hablar, así como por el intento de no dejar translucir las propias emociones y sentimientos, y la primacía de lo público sobre lo privado en la construcción de la identidad psicológica

---

<sup>23</sup> En su tratado sobre la psicología de la masculinidad *The Myth of Masculinity*, Pleck define el concepto de *rol sexual* del siguiente modo: “The term sex role refers to a set of behaviours and characteristics widely viewed as (1) typical of women or men (sex roles stereotypes), and (2) desirable for women or men (sex role norms). The behaviours and characteristics comprising sex roles include aspects of personality (traits, dispositions) and social roles (especially activities performed at the job and in the family) [...] sex role identity is a hypothetical structure by which, it is thought, an individual “validates” or “affirms” his or her sex group” (1981: 10-12). Esta definición resulta típica de una concepción binarista del género, que limita las diferencias genéricas entre individuos a poco más que lo sexual. Sin embargo, la tendencia a considerar el género como algo socialmente construido hará que en la década de los noventa autores como Clatterbaugh empiecen a hablar de *rol de género* para referirse a la masculinidad: “This is a set of behaviors, attitudes and conditions that are generally found in the men of an identifiable group [...] Gender roles are social roles that belong to the identifiable groups of men who exist in reasonably specific, ethnic, or religious situations” (1997: 3).

masculina<sup>24</sup>. Más recientemente, los estudios de Levant y Pollack (1995) y de Rowman (1997) analizan los desajustes psicológicos que en los hombres están teniendo los cambios en las relaciones de poder tradicionales entre géneros, proponiendo modelos de actuación al respecto.

### ***DIMENSIÓN SOCIOLÓGICA***

Diversos estudios sociológicos llevados a cabo durante las décadas de los ochenta y los noventa profundizan en la crisis a que se está viendo sometida la masculinidad tradicional como consecuencia de los cambios operados en lo que Althusser (1971) denomina los *aparatos ideológicos del estado* —el mundo del trabajo, la familia, etc.—, donde las formas de masculinidad históricamente hegemónicas y dominantes están viendo cómo su todopoderoso dominio en el ámbito sociocultural occidental está siendo trastocado por la influencia cada vez mayor de la mujer y de otras formas de masculinidad distintas de la de los hombres heterosexuales, blancos, de mediana edad y clase media, que tradicionalmente son los que han ejercido el poder en las sociedades occidentales. Los estudios de los años ochenta, como *Men* de Ingham (1984) o *He and She. Men in the Eighties* de Walczac (1988), suelen ser investigaciones de campo basadas en amplias encuestas que reflejan la cambiante actitud de los hombres ante variables como el trabajo, las tareas domésticas, la paternidad, la educación o las relaciones personales. En los noventa, primará la atención al cada vez mayor papel desempeñado en sociedades como la británica o la estadounidense por nuevas formas de masculinidad caracterizadas por su distinta orientación sexual, étnica o de clase social, tal y como atestiguan los trabajos de Hearn y Morgan (1990a) y Hearn *et al.* (1998).

### ***OTRAS DIMENSIONES***

Aun cuando el interés por los hombres y la masculinidad se dejó sentir desde los años setenta en trabajos políticos, sociológicos y psicológicos, será necesario esperar al auge de dichos estudios sobre la categoría de lo masculino en los noventa para que esta atención se diversifique a otras ciencias sociales.

---

<sup>24</sup> Un caso especial lo constituyen las contribuciones de Sattel (1983), Sherrod (1987), Reid y Fine (1992) o Strikwerda y May (1996) relativas al estudio de la amistad entre hombres y la poca intimidad a que ésta da lugar, debido a las reticencias por parte de los varones a abrirse a la revelación de sus emociones y sentimientos.

En **antropología**, Gilmore (1990) busca rasgos comunes de la masculinidad en culturas de áreas tan diversas como el Mediterráneo, Asia u Oceanía, encontrando que características como el hecho de que la masculinidad no es una condición natural, sino algo que hay que demostrar constantemente, se repiten en todo el mundo. Por el contrario, Cornwall y Lindisfarne (1994a), en el volumen que editan *Dislocating Masculinity: Comparative Ethnographies*, insisten en la idea de la masculinidad como estructura diversa y multiforme a través de su análisis en diferentes ámbitos culturales.

En **historia**, a partir de la idea del género como un constructo social de carácter eminentemente histórico, Stearns (1990) y Mosse (1996) han estudiado cómo se ha ido configurando el modelo de masculinidad dominante en nuestros días desde los tiempos antiguos. Por otro lado, McLaren (1997) incide en el hecho de que el lugar hegemónico de la masculinidad heterosexual contemporánea no es sino el resultado de una selección ideológica operada por los discursos médicos y legales de los siglos XIX y XX, analizando para ello otras formas de masculinidad (exhibicionistas, travestidos, sádicos y masoquistas, etc.) distintas de la única forma de masculinidad que tradicionalmente se ha visto como opuesta a la heterosexualidad dominante, esto es, la homosexualidad. De igual modo, Spierenburg (1998) se centra en un período histórico concreto, la Edad Moderna, para explorar un rasgo definitorio de la masculinidad hegemónica que se ha prolongado hasta nuestros días, a saber, los delitos violentos. Recientemente, la editorial Longman ha iniciado una colección monográfica sobre el significado de la masculinidad en períodos históricos concretos como la Edad Media (Hadley, 1999), la Edad Moderna (Foyster, 1999), etc.

En **filosofía**, los estudios de Lloyd (1993) y Seidler (1989, 1994) suponen una reflexión teórica sobre la asimilación de la masculinidad y la razón desde el Siglo de las Luces, lo cual ha llevado a desterrar como negativo todo aquello opuesto a la preponderancia universal de la razón, como son los sentimientos y las emociones. Igualmente, esta identificación que siempre se ha llevado a cabo de la razón con lo masculino da cuenta de la consideración de lo masculino como lo no marcado, lo natural y lo incuestionable hasta que la crítica feminista empezó a cuestionar la categoría de lo masculino a partir de los años sesenta y setenta, y pusiera esta premisa en tela de juicio, algo que Lloyd deja bien claro cuando afirma desde la óptica de la filosofía contemporánea: “To allege that Reason, despite its pretensions to be gender-free, might after all be thoroughly ‘male’, may well seem preposterous” (1993: xvii).

Además de las contribuciones citadas en el capítulo anterior, en **lingüística** hay que incidir en el valor precursor de la obra que editan Johnson y Meinhof (1997) *Language and Masculinity*, que viene a reconocer la necesidad de estudiar lo masculino en sí mismo desde una perspectiva puramente lingüística. A este respecto, el presente trabajo pretende contribuir a la corriente actual que ve en el lenguaje un instrumento al servicio de la configuración de la identidad masculina, partiendo de la sección de consulta de las revistas de interés general para hombres como medio de expresión dirigido en principio a un público masculino heterosexual.

Desde la **teoría y crítica literaria**, han sido numerosos los intentos de dilucidar hasta qué punto es posible la realización de una aproximación a la obra literaria desde presupuestos masculinos según el modelo de la ya larga tradición de la crítica feminista, los estudios sobre gays y lesbianas o el *Queer Reading*. En este sentido, Brody (1993) trata de determinar las particularidades de la escritura masculina. Recientes trabajos como los de Schoene-Harwood (2000), sobre el tratamiento de la categoría *hombre* en la literatura inglesa desde la novela gótica hasta nuestros días, o el análisis de las identidades masculinas en la poesía de Byron (Rapf, 1991), en el teatro de Arthur Miller y Tennessee Williams (Savran, 1992), o en la obra de Henry James (Cannon, 1994), son sólo algunos ejemplos de las innumerables aportaciones al estudio de lo masculino en la literatura en lengua inglesa surgidos a partir de la década de los años noventa.

Este breve repaso a los dominios disciplinares interesados en la masculinidad no sería completo sin hacer mención a los **estudios autobiográficos** de autores como Jackson (1990), que en su obra *Unmasking Masculinity* explora cuestiones tan diversas como las relaciones con su propio padre, en la escuela o con sus amigos, las actividades deportivas, o sus experiencias sexuales, para profundizar desde una perspectiva autobiográfica en la importancia de tales variables en la formación de la identidad masculina. De igual modo, Edley y Wetherell (1995: 3-4) recogen en el Reino Unido el auge de las discusiones sobre la condición masculina en televisión (con programas como *Wimp to Warriors*, *Men Talk* o *Men Only* en Channel 4)<sup>25</sup>, en la radio (v.g. *The Locker Room Series*, Radio 4), así como en la prensa de los países anglosajones (donde las revistas para hombres de que se ocupa este estudio son parte fundamental del mercado periodístico). En esta línea, la obra de Easthope (1990) *What a Man's Gotta*

---

<sup>25</sup> En esta línea relativa a la cultura propia de los hombres se halla el popular programa de la BBC *Men Behaving Badly*, que Garrett define como: “a postfeminist situation comedy exploring traditional and contemporary ideas of masculinity” (1997: 162).



*Do: The Masculine Myth in Popular Culture* supuso un primer estudio sobre la imagen de la masculinidad heterosexual hegemónica en la cultura anglosajona, pasando revista para ello a los medios de comunicación de masas, las canciones o la literatura popular anglosajonas.

### III. 3. Aproximaciones al concepto de masculinidad

Los estudios sobre lo masculino parten de una serie de asunciones en torno a la masculinidad que vienen a definir lo que se podría considerar como el paradigma que subyace a propósito de lo masculino en el mundo anglosajón. En un trabajo de estas características habría ciertamente que señalar las siguientes premisas básicas en torno a la identidad masculina, que anticipan las claves culturales que permitirán llevar a cabo las fases de interpretación y explicación de las descripciones lingüísticas en el modelo de Fairclough (1989) cuando lo apliquemos al corpus estudiado, teniendo presente que, naturalmente, las líneas maestras que a continuación se esbozan se tratarán con mayor amplitud en el análisis empírico de cada muestra de discurso analizada.

Antes de nada, resulta imprescindible definir la **noción de masculinidad** con la que se opera en este trabajo de investigación. Para ello partiremos de la definición de Robert Connell, que en su obra *Masculinities* (1995) define este concepto como un lugar en las relaciones de género, las prácticas de hombres y mujeres asociadas a esta construcción, y los efectos de las mismas en el ámbito personal y cultural:

*‘Masculinity’, to the extent the term can be briefly defined at all, is simultaneously a place in gender relations, the practices through which men and women engage that place in gender, and the effects of these practices in bodily experience, personality and culture (1995: 71).*

Esta aproximación a la noción de masculinidad se aleja, de acuerdo con la revisión que Connell (1993: 599-600) lleva a cabo de este concepto, de las definiciones que consideraban la masculinidad como una *esencia psicológica y biológica* de los individuos –que dejaba de lado las cuestiones relativas al papel de las estructuras sociales e históricas en la dinámica de relaciones entre géneros–; y de la creencia en un *rol sexual* masculino, que, a pesar de ubicar la identidad de género dentro de modelos o estereotipos sociales, no tiene en cuenta la pura individualidad de los individuos o las relaciones de poder entre géneros, y el papel de lo institucional en la distribución de las mismas. Antes al contrario, la definición de que partimos ubica la masculinidad dentro del marco del discurso, las prácticas de representación y construcción a que éste da

lugar y las relaciones de poder que en él se desarrollan. La masculinidad se constituye así como una construcción sujeta a la variabilidad social, cultural e histórica, coherente con la noción de género que más adelante apuntaremos. Por tanto, la masculinidad se entiende dentro de un enfoque constructivista, del que en los últimos años se han empapado las ciencias sociales, como producto de las diversas formas de interacción entre los individuos: “Masculinities are neither programmed in our genes, nor fixed by social structure, prior to social interaction. They come into being as people act. They are actively produced, using the resources and strategies available in a given social setting” (Connell, 2000: 12).

Dentro de este marco, los estudios sobre la condición masculina llevados a cabo en el ámbito sociocultural anglosajón contemporáneo han venido a incidir en ciertas dimensiones sobre este concepto, a los cuales pasamos revista someramente a continuación.

### **III. 3. 1. Masculinidad no marcada**

Tradicionalmente se ha visto lo masculino como **lo no marcado**, como un punto de partida universal e incuestionable<sup>26</sup>. Sin embargo, esto no es sino una estrategia de poder tendente a evitar todo escrutinio por parte de otros hombres y mujeres, como indican Hearn y Morgan:

*If there has been an invisibility of men in sociological and other research this may not be entirely accidental. The invisibility of men may serve men's interests, keeping their activities apart from critical scrutiny, by other men as well as by women* (1990b: 7).

### **III. 3. 2. Masculinidades**

A partir de la consideración del género como un constructo social, cultural e histórico, que rompe con la concepción binarista que contribuía a dar por hecho el dominio incuestionable de lo masculino sobre lo femenino, la idea de masculinidad dará paso a la de **masculinidades**, entendiéndose que las circunstancias sociales, culturales e históricas hacen del concepto de masculinidad algo múltiple, variado y polivalente (Hearn y Morgan, 1990b: 11; Cornwall y Lindisfarne, 1994b: 16). Se rompe, pues, con una concepción esencialista y reduccionista del género, basada en la existencia de dos

---

<sup>26</sup> Esta afirmación que hoy se considera como una premisa básica de los estudios sobre la masculinidad la hacen suya autores como Tolson (1977: 8-9), Easthope (1990: 2) o Hearn y Morgan (1990b: 7).

categorías únicas –lo masculino y lo femenino– correspondientes al sexo biológico de los individuos.

### III. 3. 3. Relaciones entre masculinidades

Una vez admitida la existencia de una pluralidad de masculinidades, se impone la consideración de las **relaciones** que éstas establecen entre sí a partir de la interacción de la dimensión de género con otras como las de clase social, raza, orientación sexual o edad. La identidad masculina está así compuesta de diferentes componentes o atributos que se agregan los unos a los otros dándole, según ha visto Petersen (1998: 14), una dimensión aditiva. En este entramado de relaciones a que está sujeta la masculinidad, cabe distinguir:

(a) Una *masculinidad hegemónica* que Connell define en los siguientes términos: “‘Hegemonic masculinity’ is not a fixed character type, always and everywhere the same. It is, rather, the masculinity that occupies the hegemonic position in a given pattern of gender relations, a position always contestable” (1995: 76). En el ámbito anglosajón, Hearn y Morgan proponen el tipo de masculinidad hegemónica según un modelo de hombre blanco, heterosexual, de clase media y angloparlante: “Today such a model [of hegemonic masculinity] might be white, heterosexist, middle-class, Anglophone, and so on” (1990b: 11)<sup>27</sup>. Esta masculinidad hegemónica se vislumbra como heredera de la concepción de la masculinidad tradicional en tanto que categoría apriorística y no marcada, propia de sociedades dominadas por una ideología patriarcal, y que solamente a partir de los análisis feministas empieza a mostrarse como dominante, poderosa y opresora, una vez desnuda del androcentrismo que la hacía invisible. Rasgos como la agresividad, la invulnerabilidad, la distancia emocional, y en general todo lo opuesto a las cualidades que se tienen por femeninas, han contribuido a definir la imagen tradicional de esta masculinidad hegemónica: “Hegemonic masculinity is currently the ‘robocop’ – invulnerable, tough, emotionally distant, assertive, aggressive, all-conquering, cool and big” (Wetherell, 1996b: 323).

---

<sup>27</sup> Además de las variables de raza, orientación sexual, estatus social y lengua, Hearn y Morgan dejan abierta la posibilidad de restringir aun más el modelo de masculinidad hegemónica, de lo que da cuenta la coletilla “...and so on” con que finaliza su definición. Se puede pensar en la subordinación experimentada por las minorías religiosas, ancianos, discapacitados físicos, etc. Algunos de estos factores quedan, de hecho, sugeridos en su explicación de la definición de este concepto: “This implies that men may experience subordinations as a consequence of their sexuality, ethnic identity, class position, religion or marital status” (1990b: 11).

(b) Distintas *masculinidades subordinadas*, que, en función del contexto de etnicidad, orientación sexual o clase social sobre el que la masculinidad hegemónica ejerza su relación de poder, van a constituirse en manifestaciones diversas. Connell (1995: 77-81) reconoce tres tipos principales de relaciones de subordinación a las que se puede ver sometida la masculinidad: (I) *subordinada* a un grupo de hombres dominantes, como ocurre con los hombres homosexuales respecto a los heterosexuales; (II) *cómplice* con el proyecto hegemónico, donde las premisas patriarcales se llevan a cabo indirectamente, como sucede en el matrimonio o en el ejercicio de la paternidad; y (III) *marginal*, a través de la interrelación de la masculinidad con variables como la etnicidad, caso de los hombres negros. Estas formas de masculinidad secundarias van a estar sujetas a la opresión de la masculinidad hegemónica de igual modo que las mujeres.

A este respecto, resulta útil plantearse la notable influencia que en el estudio de lo masculino en el ámbito anglosajón han ejercido, además de los movimientos de liberación feministas<sup>28</sup>, la reacción de otros grupos subordinados entre los propios hombres, cuya subordinación no se hacía tan ostensible al formar parte de esa masculinidad hegemónica. Según señala Connell (1995: 216-217), la reacción de la masculinidad homosexual no se hizo esperar y fue especialmente notoria a partir de los años sesenta. Asimismo, el alto grado de violencia entre los hombres de color norteamericanos a partir de los conflictos de segregación racial iniciados en dicha década es debido, según la obra de Staples (1982) sobre la masculinidad negra *Black Masculinity*, al desempleo y la pobreza combinados con las formas de racismo institucional de la clase blanca dominante, que han impedido a los hombres negros el desempeño de funciones básicas en el rol sexual masculino<sup>29</sup>.

### III. 3. 4. Definiciones alternativas

Este carácter relacional de la categoría de lo masculino significa que toda definición de la identidad masculina está en función de otras definiciones alternativas,

---

<sup>28</sup> “Feminist social theory addresses the broad question of how and why women came to be subordinated by men, and offers analyses of the social and cultural processes through which that subordination is perpetuated [...] the resurgence of feminism in the 1960s and 1970s was based on a shared recognition that women were oppressed, and we had to develop a theory and politics that would further our liberation from that oppression” (Jackson *et al.*, 1993: 3).

<sup>29</sup> “It is patently clear that the central concerns of black men are not about relinquishing male privilege or forging new concepts of androgyny or sex role egalitarianism. They are about giving men the minimal

es decir, tal y como apunta Wetherell en la obra *Identities, Groups and Social Issues* que edita, los hombres –y en concreto las formas de masculinidad hegemónica, que es como se ha entendido el concepto *hombre* tradicionalmente– configuran su identidad no tanto en función de lo que son sino de lo que no son, y ello incluye a formas de alteridad como las mujeres o los homosexuales:

*Any definition of what men are is always constructed in relation to other possible definitions [...] It depends not just on what men assert they are but on what they say they are not. And of course, it has been often gay men who have provided the strongest sense of contrast or ‘otherness’ for straight men. Crucially, however, masculinity is also defined in relation to women. Often the simplest and most accurate way of describing forms of masculinity is to say that masculinity is not femininity* (1996b: 322-323).

La masculinidad cobra así el carácter de **algo que hay que construir activamente**; se convierte, en vez de en una condición biológica natural, en un proyecto activo que un hombre ha de demostrar a lo largo de su existencia con las decisiones que toma sobre su apariencia, su indumentaria, sus gestos, su modo de hablar o sus actitudes en las diversas situaciones sociales: “male identity is also actively created by men” (Wetherell, *ibíd.*: 320).

### III. 3. 5. Crisis del concepto de masculinidad

Como consecuencia de los cambios en la estructura socio-económica del mundo anglosajón desde la posguerra, los hombres ven cómo han ido perdiendo muchos de sus privilegios, estatus y un poder que parecía incuestionable, equilibrándose paulatinamente la relación entre hombres y mujeres. Esta mayor paridad, junto a ciertas conquistas del feminismo, ha provocado una **cierta crisis de identidad** que Kimmel describe así:

*That men are today confused about what it means to be a “real man” – that masculinity is in “crisis” – has become a cultural commonplace, staring down at us from every magazine rack and television talk show* (1987a: 121).

Esta crisis de la masculinidad, que se empieza a gestar en los años setenta, y de la que en los noventa existe plena conciencia como atestiguan títulos del tipo *Masculinity in Crisis* (Horrocks, 1994) o *The End of Masculinity* (MacInnes, 1998), vendría dada por la confusión de un hombre que ha de hacer frente al conflicto que se le plantea entre el

---

prerequisites of manhood – life sustaining, employment and the ability to support a family” (Staples, 1982: 13).

cumplimiento de su rol patriarcal tradicional y una sociedad que se cuestiona cada vez más el dominio y poder históricamente asociado a los varones<sup>30</sup>.

### III. 3. 6. Nuevos modelos de masculinidad: *New Man* y *New Lad*

Desde la década de los ochenta, van a ir apareciendo una serie de categorías referentes a diversos “modelos” de masculinidad dentro del maremagnum de discursos de crisis sobre lo masculino que van a emerger a raíz de la problematización de esta categoría. Figuras como las del “hombre nuevo” (*New Man*), el “nuevo tío” (*New Lad*) o el “hombre castigador” (*Retributive Man*)<sup>31</sup> se van ir haciendo cada vez más familiares en las sociedades anglosajonas merced a su recurrencia en la prensa, la televisión, el cine, la literatura de autoayuda, y hasta en el mundo académico, con trabajos en el campo de los Estudios Culturales como los de Nixon (1996, 1997) y Edwards (1997), donde se examina el significado de estas categorías. Se trata de construcciones de lo masculino –en la línea de las posiciones que ocupan los sujetos que más adelante abordaremos– que se construyen en la plétora de discursos sobre la masculinidad que han emergido recientemente. En ningún momento habrá, pues, que entender que los hombres de carne y hueso en sociedades como la británica tengan que acomodarse a estos patrones de identidad, según apunta Mort, por ejemplo, a propósito del *New Man*: “The figure of the ‘new man’ [...] was a composite icon, assembled out of a diverse alliance of knowledges and forms of business expertise. He was most immediately visible as a set of images which circulated in the marketplace” (1996: 183). Se trata de representaciones de lo masculino en la cultura popular que se han construido como productos de los discursos mediáticos, y no a partir de las prácticas discursivas entre individuos reales, según afirman Edley y Wetherell: “One of the difficulties with these notions of the new man and retributive man is their global sweep and lack of grounding in the actual interactional and discursive practices of men in mundane life” (1997: 204). El valor de estas figuras se halla, pues, en tanto que modelos de identidad masculina construidos y promovidos desde el discurso de los medios de comunicación y otras manifestaciones de la cultura popular británica contemporánea. Ver el modo en que los hombres de sociedades como la británica están o no adecuando sus

---

<sup>30</sup> Desde la teoría de los roles sexuales de la psicología social, Pleck da cuenta de esta crisis a través de lo que él denomina *gender role strain* (1995: 12), según lo cual las expectativas sociales a que se encuentran sometidos los hombres para el ejercicio de su rol masculino dan lugar a efectos psicológicos negativos sobre éstos.

<sup>31</sup> Las traducciones de estos términos del inglés son nuestras.

comportamientos al aparato ideológico que envuelve estas posiciones de sujeto sería ya labor de un estudio de carácter puramente sociológico. A este respecto, cuando Nixon analiza los códigos visuales asociados a estas figuras en la prensa, advierte del limitado alcance que poseen los resultados obtenidos de cara a identificar cambios de identidad en el individuo de a pie:

*Any assessment of their cultural impact needs to be clear on the limits of what a purely formal textual analysis can deliver. This means giving due regard to the processes of articulation between these images and their consumers in order to understand the way in which these images might have transformed the masculinity of particular groups of men (1997: 329).*

La explicación de la aparición de estas figuras ha tenido en cuenta la determinación social de los discursos sobre lo masculino en que se ubican; y son manifestaciones de los distintos modos de reacción de las formas tradicionalmente dominantes de masculinidad ante la turbulenta contestación que los movimientos de liberación feministas, o de gays y lesbianas, llevaron a cabo contra unas relaciones entre géneros basadas en presupuestos patriarcales. De un lado, como respuesta a esta situación generalizada de crisis de identidad, una parte de la masculinidad hegemónica va a evolucionar dando lugar a un nuevo modelo de identidad: es el *New Man*, que, según Chapman, resuelve las contradicciones del macho clásico y adopta roles y cualidades de la femineidad (1988: 227). Se trata de una respuesta constructiva ante las críticas que los análisis feministas venían planteando contra los modelos más tradicionales de masculinidad. En concreto, como Rutherford (1988: 32) ha afirmado, supone un intento de expresar la vida emocional de la masculinidad. Sin embargo, la reacción de otra parte de la masculinidad hegemónica ante esta crisis de identidad va a ser completamente opuesta, recreándose en los aspectos más opresivos y destructivos de la masculinidad tradicional. Surge así una forma de *masculinidad radical* que Rutherford denomina *Retributive Man*: “*Retributive Man* represents the struggle to reassert a traditional masculinity, a tough independent authority” (*ibíd.*); otros autores como Storry y Childs (1997: 338) o Edwards (1997: 82) lo han llamado *New Lad*. En tanto que forma de identidad masculina exagerada, es un reflejo, según Pleck (1981: 4-5), de la inseguridad de la masculinidad hegemónica tradicional en el propio rol sexual que históricamente ha venido cumpliendo. Constituye así la otra cara de la moneda del intento del *New Man* de adaptarse a un nuevo orden socio-económico donde el dominio patriarcal de los hombres ha dejado de ser incuestionable. Las formas culturales sobre lo masculino que giran en torno a la figura del *New Lad* se han dado en llamar *laddism*:

*Laddism is a male culture which may be seen as a reaction to the idea of the caring, sensitive 'new man' produced by the feminist movement. So laddism is characterised by a climate of rough behaviour, excessive drinking ('lager louts') and all-male attendance at soccer matches (Storry y Childs: *ibíd.*).*



## ***IV. MÉTODO DE ANÁLISIS***

En este capítulo realizaremos una presentación del modelo de ACD que Fairclough desarrolla fundamentalmente en *Language and Power* (1989) y que, actualizado y puesto al día en obras posteriores (1992a, 1992b, 1995a, 1995b), constituye el armazón metodológico que hemos aplicado en nuestro trabajo. En primer lugar, definimos las nociones de *discurso* e *identidad* con las que trabajamos en este estudio, algo que resulta imperativo dado las diferentes interpretaciones que de estos términos se han dado. Pasaremos seguidamente a abordar la cuestión de la construcción de las identidades en el discurso –aspecto éste en que se sustenta un trabajo como el presente–, para centrarnos luego en las particularidades de este proceso en el caso del discurso periodístico en concreto. Acto seguido, intentaremos justificar la utilización del ACD en general y del modelo de Fairclough en particular para el estudio que aquí llevamos a cabo sobre la construcción de la identidad masculina en las revistas de interés general para hombres. Previamente habremos hecho una introducción a las investigaciones de ACD dentro del campo más amplio del Análisis del Discurso. Concluiremos con la descripción del método de trabajo propiamente dicho.

### **IV. 1. La construcción de las identidades en el discurso**

#### **IV. 1. 1. La noción de discurso**

##### ***DESDE LA LINGÜÍSTICA***

Algunos lingüistas han visto el **discurso** como la unidad de análisis lingüístico superior a la oración. Tal es la noción de discurso de diccionarios de lingüística como el de Richards : “whereas grammar refers to the rules a language uses to form grammatical units such as CLAUSE, PHRASE, and SENTENCE, discourse refers to larger units of language such as paragraphs, conversations, and interviews” (1985: 83); o Crystal: “a term used in LINGUISTICS to refer to a continuous stretch of LANGUAGE larger than a sentence” (1997: 118). Con esta definición se trabaja igualmente en manuales de análisis del discurso clásicos, como el de Stubbs, para quien: “roughly speaking, it refers to [...] the organization of language above the sentence or above the clause” (1983: 1)

Otros autores como Alcaraz y Martínez se han hecho eco en su *Diccionario de lingüística moderna* de la utilización del término para designar al lenguaje oral frente al

lenguaje escrito: “También se emplea el término ‘discurso’ para aludir exclusivamente al lenguaje oral, debidamente contextualizado, que se emplea en la comunicación social” (1997: 185).

De igual modo, se ha utilizado el concepto de discurso para referirse a los diversos usos del lenguaje en distintas situaciones sociales, por ejemplo, el discurso publicitario, el discurso jurídico, el discurso del aula: “As a count noun (‘a discourse’), it means a relatively discrete subset of a whole language, used for specific social or institutional purposes –as in ‘the medical discourses of the middle ages’” (McHoul, 1994: 940). Los contextos de producción de los textos determinarán, según este sentido, sus características intrínsecas. Por encima del reduccionismo que implica su enfoque como lenguaje por encima del nivel oracional, esta aproximación al discurso da cuenta de la consideración de esta noción para hacer referencia a todo uso del lenguaje, según Brown y Yule: “The analysis of discourse is, necessarily, the analysis of language in use. As such, it cannot be restricted to the description of linguistic forms independent of the purposes or functions which these forms are designed to serve in human affairs” (1983a: 1); o Fasold: “The study of discourse is the study of *any* aspect of language use” (1990: 65).

Ahora bien, a raíz del poderoso influjo de Michel Foucault desde la teoría social, el discurso ha venido a designar los diferentes modos de estructurar las áreas de conocimiento y prácticas sociales: “The practices that systematically form the objects of which they speak” (Foucault, 1972: 49). Quedará así ampliada la concepción de discurso:

*Instead of gradually reducing the rather fluctuating meaning of the word ‘discourse’, I believe I have added to its meanings: treating it sometimes as the general domain of all statements, and sometimes as a regulated practice that accounts for an individualizable group of statements (ibíd.: 80 [subrayado nuestro]).*

En la primera parte de la definición (“the general domain of all statements”), Foucault hace referencia a que todos los enunciados o textos que tienen un significado y repercusiones en el mundo real cuentan como discurso; es ésta una noción de carácter más teórico. En la segunda parte de la definición (“an individualizable group of statements”), alude a los grupos de enunciados que pueden estar regulados en cierto modo con una coherencia y fuerza comunes; es aquí donde cabría hablar del discurso de la masculinidad, de la feminidad, del imperialismo, etc. Esta concepción del discurso entendido no sólo como uso del lenguaje, sino como uso del lenguaje visto en tanto que

práctica social, impregna buena parte de los estudios de análisis del discurso como disciplina lingüística que gira en torno a esta noción, tal y como se observa en la concepción del discurso de recientes manuales como el de Helena Calsamiglia y Amparo Tusón:

*Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea vida social. (1999: 15).*

Para van Dijk, no se puede olvidar que esta aproximación al discurso como forma de práctica social lleva aparejada una componente emocional –la comunicación de ideas, creencias o sentimientos que conlleva todo evento comunicativo– que convierten al discurso en una forma de cognición:

*One characterization of discourse that embodies some of these functional aspects is that of a communicative event. That is, people use language in order to communicate ideas or beliefs (or express emotion), and they do so as part of more complex social events, for instance in such specific situations as an encounter with friends, a phone call, a lesson in the classroom, a job interview, during a visit to the doctor, or when writing or reading a news report (1997c: 2).*

Hay que decir, para acabar, que dicha noción de discurso, donde toda verbalización de nuestra experiencia del mundo viene a construir el mismo, conformando y reproduciendo las prácticas de la vida social, resulta hoy fundamental no sólo en el Análisis del Discurso en tanto que disciplina centrada en este concepto, sino en muchas otras que se sirven de esta noción de manera instrumental –la sociología, la psicología, la antropología, las ciencias políticas, la teoría cultural, etc.–, según apunta Candlin:

*In this sense, discourse is a means of talking and writing about and acting upon worlds, a means which both constructs and is constructed by a set of social practices within these worlds, and in so doing both reproduces and constructs afresh particular social-discursive practices, constrained and encouraged in the overarching social formation (1997: ix).*

### **DESDE LA TEORÍA CULTURAL**

En un estudio como éste, que trata de investigar qué papel desempeña el lenguaje en la construcción de lo masculino que se lleva a cabo en las revistas británicas para hombres actuales, los análisis lingüísticos no son sino un instrumento para llegar a conclusiones de índole cultural. Resulta imprescindible hacer, cuando menos, una breve mención al papel del discurso en la teoría cultural contemporánea, tratando de

demostrar de qué modo encaja el modelo de análisis lingüístico que aquí aplicamos –y la noción de discurso de que éste parte– dentro de las más recientes aproximaciones sobre el lugar del discurso en los Estudios Culturales. En este sentido, superando la tradicional dicotomía entre *high culture* y *popular culture* –las grandes ideas que encarna la literatura, el arte, la música o la filosofía de una sociedad, frente a las formas más extendidas y cotidianas de música, arte, diseño, literatura o actividades de entretenimiento populares o de masa, respectivamente–, Stuart Hall ha definido el término *cultura* como aquello que caracteriza el modo de vida o los valores comunes de un grupo o de toda una sociedad:

*The word 'culture' is used to refer to whatever is distinctive about the 'way of life' of a people, community, nation or social group. This has come to be known as the 'anthropological' definition. Alternatively, the word can be used to describe the 'shared values' of a group or of society – which is like the 'anthropological' definition, only with a more sociological emphasis (1997a: 2).*

Pues bien, –añade el propio Hall– en esta producción e intercambio de significados comunes que constituyen la cultura de una comunidad, el lenguaje va a desempeñar un papel crucial: en la construcción de identidades, en las prácticas que rigen su producción, representación y consumo, y en las normas que regulan este proceso:

*The question of meaning arises in relation to all the different moments or practices in our 'cultural circuit' – in the construction of identity and the making of difference, in production and consumption, as well as in the regulation of social conduct. However, in all these instances, and at all these different institutional sites, one of the privileged 'media' through which meaning is produced and circulated is language (ibíd.: 4).*

Bajo la fuerte influencia constructivista durante las últimas décadas, la función del lenguaje en las prácticas culturales se ha entendido siguiendo, fundamentalmente, enfoques semióticos –en la tradición saussuriana los signos serían vehículos de significado cultural– y discursivos. Los enfoques discursivos han partido de las nociones posestructuralistas<sup>32</sup> del *discurso*, en la tradición de Foucault, donde este término alude al modo de construir y referirse al dominio de conocimiento asociado a una práctica social determinada: “Language studied as discourse opens up countless new areas for the critical investigation of social and cultural life – the composition of

---

<sup>32</sup> En efecto, a raíz de la influencia posestructuralista, más que de la influencia del *lenguaje* en sentido abstracto, se tiende a hablar del influjo que sobre los individuos tienen los *discursos* y los sistemas de valores a ellos asociados: “Individual speakers are exposed to the ideological effects of 'discourses' rather than 'language'; these, unlike abstract language structures, embody particular meanings and values [...] in poststructuralism, such discourses construct a person's conscious and unconscious self, referred as their *subjectivity*” (Graddol y Swan, 1989: 161).

cultural groups, the management of social relations, the constitution of social institutions, the perpetuation of social prejudices, and so on” (Jaworski y Coupland, 1999a: 5).

Sin duda, una de las mayores críticas a la concepción de *discurso* de Foucault radica en la dificultad de aplicarla a muestras de lenguaje reales, según ha puesto de manifiesto el psicólogo del discurso Jonathan Potter: “The relation of Foucault’s notion of discourse to any particular instance of talk or writing is not always well specified” (1996: 87). En efecto, Foucault ha sabido ver en el lenguaje algo más que un mero sistema de representación, para sacar a la luz la dimensión de práctica social que resulta inherente a todo uso del lenguaje, según hace ver Hall en su crítica de Foucault: “It is important to note that the concept of *discourse* in this usage is not purely a ‘linguistic’ concept. It is about language AND practice. It attempts to overcome the traditional distinction between what one says (language) and what one does (practice)” (1997b: 44). Sin embargo, en su empresa, podemos afirmar con todo derecho, no profundizó en el análisis de muestras discursivas a partir de textos reales<sup>33</sup>. El modelo de Análisis Crítico del Discurso de Norman Fairclough (1989, 1992a, 1992b, 1995a, 1995b) bebe directamente de la noción de discurso de Foucault; sin embargo, Fairclough da un paso adelante en el análisis de la doble dimensión –social y lingüística– de todo discurso. Por consiguiente, modelos de análisis discursivo crítico como el de Fairclough incorporan a los significados que el discurso adquiere en la teoría cultural las posibilidades que la lingüística ofrece para desentrañar el funcionamiento de los discursos en textos concretos, y los efectos sobre sus participantes, según apunta Sarah Mills: “This fusion of linguistics and cultural theory has inevitably resulted in an overlaying of the meanings of discourse from both fields” (1997: 10).

### ***DESDE EL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO Y ESTE TRABAJO***

Es desde esta perspectiva desde donde ha de entenderse la concepción del término discurso con la que operaremos en este trabajo de investigación, que no es sino aquella sobre la que Fairclough (1989, 1992a, 1992b, 1995a) fundamenta su teoría del Análisis Crítico del Discurso, tal y como la presentaremos en el apartado IV.3. Por el momento, baste decir que, partiendo de la consideración del lenguaje como forma de

---

<sup>33</sup> Y, a pesar de todo, Foucault admite el hecho de que lo puramente lingüístico se halla en la base misma de cualquier discurso, considerando los enunciados concretos como unidades mínimas discursivas: “The statement is the elementary unit of discourse” (1972: 80).

práctica social en la que los fenómenos lingüísticos son sociales y los fenómenos sociales son a su vez lingüísticos en función de una relación dialéctica según la cual los unos son originados y dan lugar a los otros mutuamente, la noción de discurso va a tener una dimensión simultáneamente tripartita: como *texto*<sup>34</sup> oral o escrito, resultado de la producción discursiva; como *interacción* o *práctica discursiva*, que se inserta en una situación social determinada dando lugar a procesos de producción e interpretación de textos por los hablantes; y como *práctica* o *acción social*, que estructura áreas de conocimiento y que no sólo refleja entidades o relaciones sociales, sino que las constituye o conforma. Fairclough resume su concepción del discurso en los siguientes términos:

*Any discursive 'event' (i.e. any instance of discourse) is seen as being simultaneously a piece of text, an instance of discursive practice, and an instance of social practice. The 'text' dimension attends to language analysis of texts. The 'discursive practice' dimension, like 'interaction' in the 'text-and-interaction' view of discourse, specifies the nature of the process of production and interpretation [...] The 'social practice' dimension attends to issues of concern in social analysis such as the institutional and organizational circumstances of the discursive event and how that shapes the nature of the discursive practice, and the constitutive/constructive effects of discourse (1992a: 4).*

Hay que dejar patente la distinción que en sus estudios sobre la teoría y práctica del ACD Fairclough establece entre (1) “discurso” (*discourse*) como nombre incontable y (2) “discurso” (*a discourse, discourses*) como nombre contable. Hasta el momento, hemos hecho referencia a la primera noción, el discurso en tanto que uso del lenguaje. Para Fairclough, sólo la concepción del lenguaje como discurso puede dar cuenta del carácter de aquél como una forma de práctica social determinada por las estructuras sociales: “the conception of language we need for CLS [Critical Language Study] is *discourse*, language as social practice determined by social structures” (1989: 17). De ahí que, como hemos visto, todo análisis de los usos lingüísticos concretos se va a apoyar en un modelo de tres fases que hagan evidentes la determinación mutua entre el lenguaje y la sociedad: la pura **descripción** textual; la **interpretación** de la práctica discursiva o procesos de producción e interpretación textual; y la **explicación** de la

---

<sup>34</sup> En este trabajo, operaremos con una noción de *texto* en la línea de Fairclough: “I shall be making extensive use of the term text, and shall use the term [...] for both written texts and ‘spoken texts’ [...] A text is a product rather than a process – a product of the process of text production” (1989: 24). Esta consideración del texto, tanto en su dimensión oral como escrita, es también una premisa básica para Brown y Yule, que definen este concepto en los siguientes términos: “We shall use **text** as a technical term, to refer to the verbal record of a communicative act” (1983: 6).

práctica social, es decir, la determinación y los efectos sociales del discurso: “I see *discourse* as a complex of three elements: social practice, discursal practice (text production, distribution and consumption), and text” (Fairclough, 1995a: 74 [cursiva nuestra]). La teoría de análisis del discurso que propone Fairclough (1989: 6-26 y *passim*) es entonces un modo de análisis lingüístico que, al contrario que otras aproximaciones al estudio del lenguaje, toma como premisa básica la interrelación e influencia mutua entre los hechos lingüísticos y los hechos sociales.

En este sentido, la concepción de Fairclough de que el lenguaje ha de entenderse como discurso comporta que los análisis de ejemplos de uso lingüístico concretos serán muestras igualmente concretas de discurso. Esto lleva a emplear el término discurso como nombre contable (*a discourse*) para designar a las manifestaciones particulares del lenguaje que el analista encuentra materializadas en textos orales o escritos concretos. Así pues, estas muestras particulares de discurso tendrán la triple dimensión (textual, interaccional y social) que el lenguaje (y por tanto el discurso) posee para Fairclough: “Discourse analysis identified text, interaction and social context as three elements of *a discourse*” (1989: 109 [cursiva nuestra]). Es por esto que la definición misma de discurso como nombre incontable conlleva la alusión a los discursos –como nombre contable– concretos con que va a operar el analista crítico: “and the analysis of *a specific discourse* calls for analysis of these three dimensions” (1995a: 74 [cursiva nuestra]). Ambos usos del término discurso son igualmente legítimos, en sus respectivos contextos para Fairclough: “It [the term *discourse*] can be used to refer generally to discursal action, or to refer to specific instances (*a discourse*)” (1989: 29).

Sin embargo, la complejidad de la noción de *discurso* para Fairclough no se extingue aquí. Con frecuencia, cuando el autor aborda la vida intertextual de los textos y del modo en que las muestras discursivas específicas se configuran en función de la combinación de diferentes tipologías preexistentes, va a emplear –con un sentido distinto de la utilización de este concepto como nombre contable que acabamos de explicar– este término para designar al lenguaje con que se representan determinadas prácticas sociales en tanto que dominios de conocimiento:

*A discourse is the language used in representing a given social practice from a particular point of view. Discourses appertain broadly to knowledge and knowledge construction. For instance, the social practice of politics is differently signified in liberal, socialist and Marxist discourses* (1995b: 56 [subrayado nuestro]).

Este sentido del concepto de discurso estará –como veremos en el apartado V.2.1. dedicado al estudio de Género del corpus que hemos analizado– en íntima relación con el de *género* en tanto que uso del lenguaje para denominar a prácticas sociales determinadas:

*A genre, by contrast, is the use of language associated with and constituting part of some particular social practice, such as interviewing people (interview genre) or advertising commodities (advertising genre). Genres can be described in terms of their organizational properties – an interview, for instance, is structured in a quite different way from an advertisement (ibíd.).*

La relación entre unos y otros puede llegar a ser compleja<sup>35</sup>, como precisamente se pone de relieve a propósito de la noción de **tipo de discurso**, en tanto que configuración concreta de estos géneros y discursos al combinarse: “I introduced the concept of ‘discourse type’ for the configuration of genres and discourses which actually occur, and which may become more or less stable and conventionalized within orders of discourse” (*ibíd.*). Esta noción es especialmente útil para explicar el fenómeno de que no siempre vamos a encontrar géneros puros; antes bien, el análisis de las muestras discursivas concretas revela con frecuencia una combinación de diferentes géneros, o de géneros con discursos con los que no es esperable que éstos concurren, lo cual va a dar lugar a tipos de discurso complejos por su heterogeneidad intertextual<sup>36</sup>. Nuestro análisis del *tipo de discurso* como variable del modelo de ACD de Fairclough (1989) tendrá, por todo lo dicho, presente estas consideraciones al analizar las muestras discursivas de consultorios en las revistas para hombres.

#### **IV. 1. 2. La noción de identidad**

En un trabajo donde se investiga la construcción de la identidad masculina en el discurso, resulta imperativo acercarse al modo de entender el concepto de identidad, y, como veremos en el siguiente apartado, a la manera en que los discursos construyen identidades. El término *identidad* es definido de la siguiente manera por *The Oxford*

---

<sup>35</sup> “Genres occur in particular combinations with discourses – particular genres occur in particular combinations with particular discourses. For instance, party political broadcast is a genre which predictably draws upon economic discourse, discourse of law and order and educational discourse, but not, for instance, on the discourses of science, cookery, or craft (knitting). But discourse types also standardly involve configurations of genres rather than a single genre. So, for instance, a party political broadcast may combine political oratory, interview, and simulated fireside conversation” (1995b: 66).

<sup>36</sup> Fairclough pone el ejemplo del tipo de discurso que a veces puede constatarse en algunas entrevistas de trabajo donde se combinan los géneros de la entrevista con el de la conversación informal (1995b: 76), o la influencia del género de la entrevista entre doctor y paciente por el discurso del asesoramiento para dar un tono más distendido al formato tradicionalmente coercitivo de las entrevistas médicas (1992a: 148).



*English Dictionary*: “the sameness of a person or thing at all times or in all circumstances; the condition or fact that a person or thing is itself and not something else; individuality, personality” (1978: 19). Dado que en el presente trabajo de investigación pretendemos analizar cómo se construye la identidad de género masculino en los consultorios de las revistas para hombres británicas, partiremos de una concepción de la identidad en tanto que *dimensión social* que viene a configurarse en función de distintos parámetros como el género, la etnicidad, la clase social o la edad<sup>37</sup>. Así lo han puesto de manifiesto Gumperz y Cook-Gumperz: “we customarily take gender, ethnicity, and class as given parameters and boundaries within which we create our own social identities” (1982: 1). La **identidad de género**, que aquí abordamos, no sería sino una de las variables que vienen a formar parte de la identidad social del individuo, entendiéndose por “identidad social”:

*la dimensión de la identidad de un sujeto relativa a su posición en la estructura social, así como a la pertenencia a una de las categorías biopsicológicas (sexo, edad), grupos (socioprofesionales, étnicos, vecinales, nacionales, etc.), rol social (familiar, profesional, institucional, etc.) o afiliación ideológica (iglesias, partidos, movimientos sociales, etc.)* (Bloch *et al.*, 1996: 396);

y por “género”, la dimensión social –claramente diferenciada del sexo en sentido biológico– referente al sentido cultural que adquieren lo masculino y lo femenino, tal y como sugiere Garrett en su obra *Gender*:

*sociologists make an important distinction between ‘sex’ and ‘gender’. The term ‘sex’ refers to the biological differences between males and females, while ‘gender’ refers to the socially-determined personal, and psychological characteristics associated with being male or female, namely ‘masculinity’ and ‘femininity’* (1987: vii).

Por lo tanto, la construcción de la identidad masculina vendría a ubicarse dentro del estudio de la identidad de género del individuo.

Ahora bien, todo estudio sobre la identidad de un grupo en particular habrá de partir de las identidades particulares de los individuos concretos de ese grupo social en cuestión, tal y como afirman Storry y Childs en su obra *British Cultural Identities*: “Identity is concerned with how people see themselves, or are seen, in relation to others

---

<sup>37</sup> El concepto de “identidad” ha sido también utilizado en otras disciplinas como la filosofía, para designar el principio según el cual toda cosa es igual a ella misma (Ferrater, 1994: 1743); en semántica, donde “identity is, technically, a congruent relation, that is, a relation that each thing has to itself and to nothing else” (Brennan, 1994: 1640); o en psicología, designando la continuidad de la personalidad del sujeto a lo largo de su existencia a pesar de las modificaciones impuestas por su crecimiento, vestimentas, etc. (Bloch *et al.*, 1996: 394).

[...] In short, identity is perhaps two things: who people take themselves to be and who others take them to be” (1997: 6). Esto es algo especialmente importante en un estudio de estas características, donde el análisis de las muestras discursivas basadas en la experiencia personal de los varones que escriben a los consultorios de la revistas de interés general donde aparecen publicados se toma como punto de partida para definir la identidad de grupo de la masculinidad heterosexual a la que se dirigen dichas publicaciones. En efecto, la identidad de cada individuo será inseparable de la identidad del grupo social del que forme parte:

*Inevitably, social identities are not wholly divorced from one’s personal identity; one’s experience of a social identity will affect personality and character and one’s identity as a unique individual. One’s personal identity, conversely will have contributed to one’s choice of social identities or the personal way in which a social identity is acted out* (Brown, 1996: 40).

En nuestro intento de analizar cómo se construye la identidad masculina a través del estudio lingüístico de un tipo de textos consumidos primordialmente por hombres, hemos partido del Análisis Crítico del Discurso, puesto que este modelo toma como premisa básica la interrelación e influencia mutua entre los hechos lingüísticos y los sociales. Esta herramienta de análisis sería, pues, adecuada para estudiar la configuración de la identidad de género en el discurso, por cuanto autores como Petersen han conferido al concepto de identidad un carácter netamente discursivo: “increasingly, identity is seen as a discursive construction – one that is arbitrary and exclusionary, and acts as a normative ideal for regulating subjects” (1998: 14). Esta dimensión discursiva de la identidad es igualmente puesta de manifiesto por Margaret Wetherell:

*Discourse analysts and social constructionists suggest that identity is accomplished as people speak. And, of course, because the process of speaking has a long history for each individual, individual human minds become built from the accretion of voices spoken over the years* (1996a: 224).

De hecho, el propio Fairclough, en la presentación de su modelo de ACD del que en este trabajo nos servimos, considera que el discurso contribuye a la construcción de la identidad social del sujeto: “Discourse contributes first of all to the construction of what are variously referred to as `social identities” (1992a: 64); esto presupone una concepción discursiva de la identidad, y apoya la conveniencia de este modelo de análisis del discurso para el estudio de la configuración de la identidad masculina en el discurso de los textos analizados.

#### IV. 1. 3. La construcción de la identidad de género en el discurso

Como dejamos claro en la revisión de las investigaciones sobre Lengua y Género en el capítulo II, los últimos desarrollos de esta disciplina han dejado de lado toda concepción esencialista del género, abandonando la búsqueda de correlatos entre el sexo del hablante y los rasgos lingüísticos que emplea, para tratar de descifrar el papel del lenguaje en la construcción del género. Dentro de esta línea de actuación, y sirviéndose del ACD como instrumento, este trabajo investiga, ante todo, qué papel desempeña el lenguaje en el proceso de construcción de la identidad –en concreto la identidad de género, y más específicamente la identidad masculina– en la prensa para hombres. La aproximación al concepto de *identidad* que, de manera global, seguimos en este estudio sería, pues, la que parte de las aportaciones posestructuralistas que se desarrollan a partir de influencias tan notables como las teorías marxistas de Althusser, las aproximaciones psicoanalíticas de Lacan, o la teoría discursiva de Foucault, dando lugar al nacimiento de una tendencia en los Estudios Culturales en lengua inglesa de los últimos treinta años que Redman ha dado en llamar “the subject of language approach” (2000: 9). Dentro de este marco teórico, se considera que las identidades se constituyen a partir del poder de los discursos para producir aquello que nombran y regulan, de manera que la identidad de los individuos surge cuando éstos ocupan posiciones que los discursos crean y ponen a su disposición. Stuart Hall resume así esta noción de identidad:

*I use ‘identity’ to refer to the meeting point, the point of sature, between, on the one hand, the discourses and practices which attempt to ‘interpellate’, speak to us or hail us into place as the social subjects of particular discourses, and, on the other, the processes which produce subjectivities, which construct us as subjects which can be ‘spoken’. Identities are thus points of temporary attachment to the subject positions which discursive practices construct for us (2000: 19).*

En efecto, los discursos construyen “posiciones de sujeto” (*subject positions*) que los individuos vienen a ocupar<sup>38</sup>. Las reglas que rigen la formación de los discursos van a colocar las identidades en un proceso de constante cambio. Así, obras de Foucault

---

<sup>38</sup> El concepto de *posición de sujeto* dentro del paradigma discursivo que surge a raíz de la obra de Foucault emana de la potestad de los discursos de generar los objetos a los que se refieren, pero también de constituir los sujetos a los que envuelven: “A subject position incorporates both a conceptual repertoire and a location for persons within the structure of rights for those that use that repertoire. Once having taken up a particular position as one’s own, a person inevitably sees the world from the vantage point of that position and in terms of the particular images, metaphors, story lines and concepts which are made relevant within the particular discursive practice in which they are positioned” (Davies y Harré, 1990: 46).

como, por ejemplo, *The History of Sexuality* (1979) darán cuenta de esta historicidad de las identidades, es decir, de las distintas maneras en que los individuos “se reconocen como sujetos” (*ibíd.*: 10) –en este caso, en el campo de la sexualidad y la conducta moral–. La ideología, que esos discursos encarnan<sup>39</sup>, vendría así a “interpelar”, a “llamar” a los individuos a convertirse en sujetos sociales<sup>40</sup> con una identidad dada: “Ideology ‘acts’ or ‘functions’ in such a way that it ‘recruits’ subjects among the individual (it recruits them all), or ‘transforms’ the individuals into subjects (it transforms them all) by that very precise operation which I have called interpellation or hailing” (Althusser, 1971: 163). Dado que, desde la teoría sobre el discurso de autores como Foucault, el discurso es el escenario de las relaciones de poder de una sociedad, las posibilidades de identidad que se construyen en un determinado contexto social –es decir, las posiciones de sujeto que los individuos son llamados a ocupar en los diferentes tipos de discurso– van a tener una componente ideológica esencial, y van a depender de las relaciones de poder que en ese momento existan en la formación social en que nos encontremos: “They [identities] emerge within the play of specific modalities of power, and thus are more the product of the marking of difference and exclusion, than they are the sign of an identical, naturally constituted unity” (Hall, 2000: 17)<sup>41</sup>. Ahora bien, las posiciones de sujeto que los individuos vienen a actualizar en el curso de las prácticas discursivas no serán algo que les venga impuesto de antemano,

---

<sup>39</sup> Podríamos decir que la obra de Althusser (1971) marca un primer paso en la teorización de los posestructuralistas franceses sobre cómo se construye la identidad en el discurso. En efecto, en los análisis de Foucault (v.g. 1972, 1979) queda claro el modo en que son los *discursos* los que dan lugar a diferentes posiciones de sujeto que los individuos concretos vienen a actualizar. Sin embargo, impregnado todavía de teoría marxista, Althusser (1971) emplea en todo momento el término *ideología* para hacer referencia a este proceso. En este torbellino ideológico de la Francia de los años setenta, la obra de Pêcheux (1982 [1975]) resulta inestimable como puente entre ambas aproximaciones. Para Pêcheux, el discurso aparece como una de las formas específicas de ideología: “In saying that the complex whole of discursive formations is imbricated with that of ideological formations, I want to stress that the former is not the general form of the latter (discursivity is not the ‘general form of ideology’!), but rather one of its specific forms” (*ibíd.*: 185-186). Macdonell ha hecho una relectura del modo en que Pêcheux postula una lucha ideológica que impregna a todo discurso y que, por tanto, resulta determinante en su construcción: “To develop a theory of how discourses are constructed, Pêcheux proposes that ideological struggle traverses the ‘whole’ of discourse [...] In that case, discourse is not the individual’s way of inhabiting the language, a kind of self-expression. The language takes on meaning and discourses are constructed through struggles” (1986: 46-47).

<sup>40</sup> “Social subjects can be conceived of in terms of the positioning of people progressively over a period of years – indeed a life time – in a range of subject positions. The social subject is thus constituted as a particular configuration of subject positions” (Fairclough, 1989: 103).

<sup>41</sup> Aunque Foucault nunca llega a hablar de identidades como tal en su obra, en estas líneas se puede entrever su concepción sobre el papel de las relaciones de poder en la construcción de las posiciones que los sujetos ocupan en los discursos: “My objective [...] has been to create a history of the different modes by which, in our culture, human beings are made subjects [...] It is a form of power which makes individuals subjects. There are two meanings of the word subject: subject to someone else’s control and

sino que estarán sujetas a un proceso de *negociación* en que los sujetos se van a replantear recurrentemente su posición en los discursos de los que entran a formar parte: “Thus, individual subjects should not be simply seen to adopt roles which are mapped out for them by discourses; rather, they experience discomfort with certain elements implicit in discourses, they find pleasure in some elements, they are openly critical about others” (Mills, 1997: 97). Esto significa que las posiciones de sujeto no se van a adoptar de manera homogénea y uniforme por los individuos de un grupo social dado, sino que siempre se producirá un proceso de transacción individual, dependiendo de las prácticas interaccionales personales.

En este proceso de teorización sobre el modo en que las identidades se construyen en el discurso, autores como Benveniste resultarían claves para dar el salto de una noción más abstracta de discurso –en tanto que forma de práctica social– a un concepto más puramente lingüístico de discurso. Para Benveniste, el individuo se convierte en sujeto con una identidad en y por medio del lenguaje, pues el yo de los individuos es un efecto de las posibilidades que el lenguaje ofrece para expresar esa subjetividad:

*Language is accordingly the possibility of subjectivity because it always constrains the linguistic forms appropriate to the expression of subjectivity, and discourse provokes the emergence of subjectivity because it consists of discrete instances. In some way language puts forth ‘empty’ forms which each speaker, in the exercise of discourse, appropriates to himself and which he relates to his ‘person’ (2000 [1972]: 43).*

Teniendo en cuenta esto, y pasando al orden de la identidad de **género** en particular, hay que comenzar recordando que la consideración del género como un constructo social, cultural e histórico –y no algo biológico e inherente al individuo como el sexo– no es algo nuevo. Ya a principios de los setenta afirma Oakley:

*“Sex” is a biological term; “gender” a psychological and cultural one. Common sense suggests that they are merely two ways of looking at the same division and that someone who belongs to, say, the female sex will automatically belong to the corresponding (feminine) gender. In reality this is not so. To be a man or a woman, a boy or a girl, is so much as function of dress, gesture, occupation, social network and personality, as it is of possessing a particular set of genitals (1972: 158).*

Sin embargo, en las investigaciones de Lengua y Género, va a ser a partir de los años noventa cuando, bajo la fuerte impronta del constructivismo social, se trate de investigar

---

dependence, and tied to his own identity by a conscience and self-knowledge. Both meanings suggest a form of power which subjugates and makes subject to” (1982: 208, 212).

cómo se construye el género a través del lenguaje. En efecto, el constructivismo social parte del hecho de que las estructuras sociales y cognitivas se conforman en las distintas formas de interacción que tienen lugar entre los individuos (Mehan, 1983: 77)<sup>42</sup>. Dentro de este paradigma se ubicaría la consideración del género de Judith Butler, para quien la identidad de género no es sino la construcción que produce la reiteración, de manera performativa, de diversas prácticas interaccionales del sujeto:

*Acts, gestures, and desire produce the effect of an internal core or substance, but produce this on the surface of the body, through the play of signifying absences that suggest, but never reveal, the organizing principle of identity as a cause. Such acts, gestures, enactments, generally construed, are performative in the sense that the essence or identity that they otherwise purport to express are fabrications manufactured and sustained through corporeal signs and other discursive means (1990: 136 [subrayado nuestro]).*

Butler ha desarrollado, pues, la noción de género como constructo social e histórico, entendiendo en toda su dimensión las prácticas individuales dentro del contexto cultural en que se inscriben, tal y como queda patente en su definición, hoy clásica, de género:

*Gender is not a noun, but neither is it a set of free-floating attributes, for we have seen that the substantive effect of gender is performatively produced and compelled by the regulatory practices of gender coherence [...] gender proves to be performative—that is, constituting the identity it is purported to be. In this sense, gender is always a doing [...] There is no gender identity behind the “expressions” of gender; that identity is performatively constituted by the very “expressions” that are said to be its results (ibíd.: 25).*

No resulta extraño, por consiguiente, que Butler hable de esos “otros medios discursivos” que vienen a servir para la construcción del género en un contexto histórico y cultural determinado, ya que el discurso es el escenario en que se construyen los diversos significados que cobra el género en un contexto dado:

*An acknowledgement of the historical specificity of current beliefs about women and men opens new ways of thinking about gender as construction [...] Gender can be thought as a particular discourse, i.e. a set of overlapping and often contradictory cultural descriptions and prescriptions referring to sexual difference which arises from and regulates particular economic, social, political, technological and other non-discursive contexts. Gender is inscribed in the subject along with other discourses, such as those of ethnicity, class and sexuality, in a variety of cultural practices (van Zoonen, 1992: 19-20 [subrayado nuestro]).*

---

<sup>42</sup> Naturalmente, el lenguaje se encuentra dentro de estas prácticas interaccionales, como prueba el fuerte influjo del constructivismo social entre los etnometodólogos. Respecto a esta consideración de las prácticas lingüísticas de diverso tipo como formas de interacción, Mehan (1983: 81) ofrece ejemplos como pueda ser la participación coordinada de los sujetos en la conversación, o cuando éstos abordan un determinado tema o realizan una simple declaración.

Ahora bien, aunque Judith Butler alude, en su teoría sobre el género, a otros medios discursivos, no habla *sensu stricto* en ningún momento del lenguaje; sin embargo, teóricos de la relación entre el género y el lenguaje como Deborah Cameron han visto la teoría de la performatividad del género de Judith Butler como “muy aplicable a los usos lingüísticos” (1996: 385), pues el lenguaje conlleva también una repetición de actos que dependen de las prácticas regulatorias de una sociedad. En este sentido, las investigaciones de Lengua y Género de la última década han sabido ver las distintas formas de interacción verbal como instrumento –a la par de gestos, actos, etc.– al servicio de la construcción de la identidad de género de los sujetos sociales, según hace ver Ushida, en su crítica del marco teórico de las investigaciones de Lengua y Género de décadas pasadas: “The relation between gender and language should be approached from the viewpoint that we are *doing* gender in interaction” (1992: 547).

Resulta hoy incuestionable en la teoría social y en los estudios de Análisis del Discurso el hecho de que el discurso es el vehículo en que se forma y reproduce la ideología, según apuntan, por ejemplo, Jaworski y Coupland: “It is through discourse and other semiotic practices that ideologies are formulated, reproduced and reinforced” (1999b: 495). El análisis de los discursos concretos nos permitirá así descifrar qué papel juega el lenguaje en la conformación de la ideología que reina en una sociedad determinada. Pues bien, el significado que cobra el género en un determinado contexto se va a construir, en gran medida, en función de la ideología imperante en una estructura social dada, según ha puesto de relieve Michèle Barrett cuando escribe con toda claridad: “ideology is an extremely important site for the construction of gender” (1985: 83). Por lo tanto, los análisis lingüísticos serán una herramienta de primer orden para acceder a la construcción de las identidades de género en una sociedad.

#### **IV. 1. 4. El discurso periodístico y la construcción de las identidades de género**

Dice Martínez Albertos que “el discurso periodístico tiene como fin específico la divulgación objetiva de hechos a través de la información, la interpretación o el comentario de los hechos que son noticia” (1993: 41). Esta definición de *discurso periodístico* entendido como discurso informativo se corresponde sólo en parte con lo que en inglés se denomina *media discourse*. De hecho, muy recientemente Cotter ha justificado la utilización generalizada del término *media discourse* para aludir a la

actividad periodística, dado que lo noticioso abarca una gran parte de los contenidos transmitidos a través de los medios de comunicación de masas: “To refer to the content of output of journalists, in qualifying “discourse”, I will use “media” and “news” interchangeably, in part because what is considered news comprises a great proportion of what is transmitted through the media” (2001: 417). En efecto, para Jucker (1995: 1) los *medios de comunicación de masas* se pueden entender, en un sentido lato, como todos aquellos canales de comunicación que llegan a audiencias amplias y anónimas: libros, periódicos y revistas, folletos y anuncios, radio y televisión, internet, discos, casetes y otras formas de comunicación artística como el cine, la música o la danza; sin embargo, según una definición más estrecha, para Jucker, los *mass media* se limitarían a los canales característicos de la comunicación periodística: radio, televisión y prensa escrita. Habrá, pues, que tener en cuenta esta salvedad cuando hablemos de discurso periodístico para referirnos al discurso de las revistas de interés general para hombres que aquí estudiamos<sup>43</sup>. En cualquier caso, en el apartado dedicado al estudio de género y registro del corpus trataremos más detalladamente esta cuestión.

Frente a la comunicación cara a cara, la comunicación de masas se va a caracterizar por la presencia de múltiples productores y una audiencia masiva que accede a los mensajes así producidos, y la imposibilidad de retroalimentación por parte de los consumidores: “Mass communication has several characteristics which distinguish it from face-to-face communication and offer advantages to the linguist: multiple originators, a mass simultaneous audience, a fragmented audience, absent feedback, and general accessibility to the public” (Bell, 1991: 2)<sup>44</sup>. Los medios de comunicación de masas van a ser, por tanto, un instrumento privilegiado en la transmisión y construcción de formas culturales en el seno de una sociedad, según apunta Gerbner: “The communications of a culture not only inform but form common images; they not only entertain but create publics; they not only reflect but shape attitudes, tastes, preferences”

---

<sup>43</sup> Ya en los años sesenta, Wolseley señala a este respecto: “The magazine is one outlet for an activity called *journalism* [...] And journalism itself is part of communications, which adds the motion picture, speech, the recording, and the book [...] when the term *mass communications* is used we mean the study of the art of science of such communications when they involve newspapers, magazines, radio, television, movies, and books” (1969: 3).

<sup>44</sup> Las cuatro categorías principales de **productores** en los medios de comunicación de masas son, según Bell (1991: 36-44), (1) *principals*, que inician el proceso comunicativo (v.g. el propietario del periódico o canal de televisión en cuestión); (2) *authors*, que componen los textos que se transmiten; (3) *editors*, que comprueban el lenguaje del texto producido por el autor y le dan forma final; y (4) *animators*, que transmiten el mensaje final (locutores, técnicos, cámaras, etc.). Los mensajes así producidos se van a **distribuir** periódicamente, siendo accesibles a una **audiencia** masiva y anónima, que, con todo, los productores tratarán de definir lo más detalladamente posible –en términos de edad, sexo, nivel socioeconómico e intereses, etc.– mediante los correspondientes estudios de consumo.



(1985: 14). La idea de que el discurso construye la realidad, las identidades de los sujetos sociales y las relaciones entre éstos, resulta especialmente clave en el caso del discurso de los medios de comunicación de masas, un término que se puede definir del siguiente modo: “The term “media discourse” refers to the forms, structures, and uses of languages and other semiotic codes that are specific to the media. It also applies to the underlying cognitive systems (e.g. ideologies)” (Leitner, 1997: 190)<sup>45</sup>. En efecto, la representación que ofrecen los medios de comunicación de masas a sus consumidores no va a ser en modo alguno una ventana cristalina al mundo sino una (re)construcción de la realidad *mediatizada* por la ideología imperante en una sociedad que se ofrece a los consumidores:

*The media attempt to make sense of the world for others, namely the consumers of media products. In doing so they may attempt to shift readers from adherence to ideological positions, or to cement them more firmly in their allegiance to ideological affiliations. In other words, the media attempt to shape and influence the ideological structure of the society in which they act* (Kress, 1983: 43).

El discurso así generado va a producir imágenes y modos de conceptualizar a grupos sociales determinados –por ejemplo la identidad de género de hombres y mujeres–, lo cual va a repercutir en el modo en que esos individuos experimentan la realidad y en cómo son percibidos por los demás, según apuntan Branston y Stafford: “This is partly because the major mass media have the power to represent, over and over, some images, some assumptions, and to exclude others, [...] One of the richest areas of discussion of representation and media forms exists around gender identities” (1996: 78). Si el discurso en general da lugar a posiciones de sujeto a partir de las cuales los individuos van a construir sus identidades sociales, el *discurso periodístico* en particular se caracterizará por crear lectores ideales sobre los que va a presuponer sistemas de valores determinados: “The creation of groups in this way has the effect of implying the existence of a body of opinion, and frequently opinion that is associated with qualities that the majority of people who read the articles would find feasible” (Reah, 1998: 40). La construcción de imágenes ideales de lo masculino o lo femenino a las que los consumidores han de aspirar se hace especialmente patente en las revistas de interés general para hombres y mujeres, según apunta McLoughling:

---

<sup>45</sup> Escapa a nuestros objetivos el ofrecer un panorama de las diferentes aproximaciones y metodologías empleadas en el estudio del discurso periodístico. Fairclough (1995b: 20-34), Garrett y Bell (1998) o Cotter (2001) ofrecen completas y exhaustivas puestas al día donde pasan revista a las principales aproximaciones y líneas de investigación: desde la sociolingüística, la lingüística crítica y la semiótica social, según modelos sociocognitivos, desde la teoría de los géneros, etc.

*Writers of magazines are in difficulty in addressing a mass audience. They cannot claim to know the identity of each reader, yet they often speak as though they already know the reader, their thoughts, attitudes, likes and dislikes. In order to do this an imaginary addressee is constructed which I will refer to as ideal-reader (2000: 67).*

La construcción de identidades de género se produce así no sólo en la representación que estas publicaciones ofrecen a sus lectores de lo que se entiende como masculino o femenino, sino también en el posicionamiento mismo de sus lectores en tanto que hombres o mujeres que, como consumidores de estas revistas, aspiran a esos modelos; Caldas-Coulthard ha hablado así del verdadero constreñimiento que estas revistas llevan a cabo a la hora de presuponer modelos de identidad entre sus lectores: “since they construct an ‘ideal’ reader who is at the same time both produced and in a sense imprisoned by the text” (Caldas-Coulthard 1996: 250). Concretamente, en las revistas para hombres que en esta tesis estudiamos, va a ser altamente significativa la construcción de modelos de identidad masculina entre el público de hombres consumidores de este tipo de publicaciones, según indica Wright: “Men’s magazines can ultimately be defined as one cultural resource that provided young men with a means of doing the work of identity” (1999: 86).

En el caso particular de la construcción de la **identidad masculina en la sección de consulta** de las revistas para hombres que se aborda en este trabajo, partiremos de la importante función que en nuestros días cumplen los medios de comunicación de masas para reflejar y contribuir a crear tendencias culturales y sociales: “the media reflect and influence the formation and expression of culture, politics and social life” (Garrett y Bell, 1998); y para proyectar modelos varios de identidad, tal y como destaca Fairclough en sus estudios sobre lenguaje periodístico de su obra *Media Discourse*:

*The wider social impact of media is not just to do with how they selectively represent the world, though that is a vitally important issue; it is also to do with what sorts of identities, what versions of ‘self’, they project and what cultural values (be it consumerism, individualism or a cult of personality) these entail (1995b: 17).*

Según esto, su concepción del discurso periodístico como interacción entre los periodistas productores del discurso, el público consumidor y otros participantes a los que continuamente se alude en el mensaje periodístico, llevan a Fairclough a plantear la configuración de las identidades en los medios de comunicación de masas en términos de una relación e influencia mutua entre distintos participantes: “I shall be concerned

with questions of identity: the sorts of social and personal identity that are set up in media output for reporters, for audiences, and for the various categories of ‘other’ participant” (*ibid.*: 126). De ahí que, en nuestro análisis del modelo de identidad masculina que emerge en el discurso de estos consultorios insertos en la prensa, resulten tan significativas las preocupaciones e inquietudes de los lectores que escriben a esta sección como los valores que se fomentan desde la respuesta que los asesores de cada revista otorgan a éstos; así como toda alusión a otros participantes (instituciones, compañeros sentimentales, amigos, etc.) tanto por los unos como por los otros.

El tipo de público lector que consume las revistas para hombres en que aparecen estos consultorios y la autonomía de los redactores de estas secciones a la hora de estructurar cada ejemplo de interacción lector-asesor tal y como aparece en el consultorio serán igualmente relevantes para nuestra labor. A este respecto, como se verá en el apartado V.2.1. dedicado al género de los consultorios en prensa, las muestras analizadas pertenecen al discurso de asesoramiento con abundantes rasgos propios de los discursos epistolar y periodístico. La inclusión de estos consultorios en un vehículo de la comunicación periodística como son las revistas permite concebir que estas muestras discursivas se vean manipuladas por parte de los redactores de esta sección de acuerdo con los sistemas de valores que la revista en cuestión intente promover entre sus lectores:

*A common way in which papers may identify and address their implied readership is by reporting stories in a way that is designed to evoke one particular response, thus establishing a set of shared values, usually in opposition to another group who do not share, or who attack these values [...] It is often revealing to look at attitudes expressed towards other aspects of our culture – for example gender, ethnicity, family, sexual orientation (Reah, 1998: 40 [subrayado nuestro]).*

Esta tendencia general de la prensa escrita ha sido igualmente destacada en lo que se refiere a los consultorios de las revistas para mujeres por McCracken: “The advice appears to be offered in the spirit of friendship as a means of remedying real problems when, in fact, the problems are often artificially stimulated or magnified” (1993: 57). Por consiguiente, dado el formato paralelo de los consultorios en las revistas para hombres y en las femeninas<sup>46</sup>, cabe esperar de algún modo una práctica paralela a la descrita por McCracken en las revistas para hombres.

---

<sup>46</sup> Ballaster *et al.* describen el formato básico de los consultorios en las revistas femeninas a lo largo del tiempo, que es esencialmente el mismo de las muestras discursivas analizadas en este trabajo, tal y como

## IV. 2. Justificación del método

Al contrario de lo que sucede en otras disciplinas cuyo más temprano interés por el estudio de la identidad masculina les ha permitido consolidar un determinado método de análisis –por ejemplo, la teoría de los roles sexuales en psicología social, o los estudios de campo a base de entrevistas en sociología–, la reciente atención hacia la masculinidad desde una perspectiva lingüística hace que no contemos con muchos estudios discursivos a propósito de la identidad masculina. Por esta razón, los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación van a ser de algún modo significativos de hasta qué punto el método elegido resulta adecuado.

En un estudio que aborda el papel del lenguaje en la construcción de la identidad masculina en la prensa escrita, estamos arrancando, sin duda, de la función incuestionable del lenguaje en la construcción de las identidades: “One of the most fundamental ways we have of establishing our identity, and of shaping other people’s views of who we are, is through the use of language” (Thornborrow, 1999: 136). Y lo que es más, del papel esencial del lenguaje en la construcción del género, tal y como se plantea Poynton:

*If gender is a social construction, then one should be able to find evidence that this is so, including evidence of the process of its creation. In particular, one should be able to find linguistic evidence, since language is the primary means by which we create the categories that subsequently come to organise our lives (1985: 4).*

Sin embargo, antes de nada, habría de plantearse si resulta viable un estudio en que se examina la construcción de una dimensión como lo masculino en función de las prácticas de representación de lo masculino que constituyen el discurso de la sección de consulta de ciertas revistas para hombres. De entrada, podríamos decir que, en la línea de la concepción de género de Butler (1990), la repetición de manera acumulativa de este discurso en estas revistas va produciendo un modelo de masculinidad entre sus lectores. De hecho, hay autores que han sabido dar una doble lectura a la noción del género en general y la masculinidad en particular como fruto de las prácticas

---

pondrá de manifiesto el estudio de género del capítulo V: “The convention of the letters page itself in which the ‘auntie’ figure offers advice to individual readers has persisted. Not only that, it has maintained its importance as an essential element of the women’s magazine” (1991: 118). Y, antes de que ocuparan un lugar propio con la aparición de las revistas para hombres en el Reino Unido a mediados de la década de los ochenta, Kent habla de la existencia ya en la década de los setenta de secciones de este tipo específicamente para los hombres en revistas femeninas cuando estudia la labor de la columnista Angela Williams en la revista *Woman’s Own*: “In 1974 she [Angela Williams] started a separate column covering

interaccionales de los individuos: la masculinidad no se construiría sólo en el curso de la comunicación interpersonal entre individuos sino también –lo cual otorga sentido al punto de partida de este trabajo de investigación– a través de las distintas formas de comunicación mediática –como pudieran ser las revistas que aquí examinamos–:

*Researchers within the men's studies perspective [...] are calling for an approach that emphasizes more the socially constructed nature of gender. Such a model of gender and masculinity would emphasize the relational and power aspects of gender dynamics. It would seem that a study of masculinity as a communication phenomenon, a concept of masculinity as something that is created, maintained, reinforced, and changed through the process of both interpersonal and mediated communication, would be a logical place to start (Fejes, 1989: 219 [subrayado nuestro]).*

Se construye, pues, un cierto modelo de masculinidad que se proyecta entre los consumidores de las revistas. Estamos arrancando así de una noción de discurso en tanto que construcción de la realidad, a la vez que representación de la misma –algo de lo que parte Fairclough en su modelo de ACD: “Discourses do not just reflect or represent social entities and relations, they construct or ‘constitue’ them; different discourses constitute key entities in different ways, and position people in different ways as social subjects” (Fairclough, 1992a: 3-4)–. Por lo tanto, estamos partiendo de la base de que la representación de la masculinidad conlleva un proceso simultáneo de construcción de ésta. En efecto, según la teórica del género Teresa de Lauretis: “The construction of gender is both the product and the process of its representation” (1987: 5). De Lauretis va más allá, al postular una íntima relación entre las prácticas de representación y el proceso de construcción del género, tanto en los individuos concretos como en la sociedad a la que pertenecen. Según esta ideóloga, la representación global del género afecta a su construcción individual, del mismo modo que las prácticas de representación individuales afectan a la construcción social del género:

*The social representation of gender affects its subjective construction and, viceversa, the subjective representation of gender—or Self-representation— affects its social construction [...] The construction of gender is the product and the process of both representation and self-representation (ibíd.: 9).*

Esta concepción de que el género se construye en las prácticas discursivas de representación ha impregnado un gran número de estudios sobre el significado de lo masculino en los medios de comunicación de masas. Así lo ha visto Hanke, que,

---

men's problems, in response to a post-bag in which fifteen percent of the letters [in *Woman's Own*] came

revisando las aproximaciones al estudio de la masculinidad en los medios de comunicación, considera lo masculino como un proceso de representación, y el producto del mismo proceso, donde la masculinidad se habría de entender –en la línea de la teoría sobre identidad y discurso de Foucault ya expuesta– como una de las “posiciones de sujeto” (*subject positions*) que vienen a configurar la identidad social de los individuos:

*In media studies of the last decade, we can come to understand masculinity as ‘both a product and process of representation’ [...] Within a constructivist approach to representation and meaning [...] where masculinity is regarded as one of the subjectivities (or subject positions) that make up our social identities. Within the growing body of work on gender representation and discourse in the media, particular attention has been paid to the representation of the male (1998: 183).*

Así pues, teniendo en cuenta la noción de *discurso* de Foucault y el posestructuralismo –de donde bebe directamente Fairclough y el Análisis Crítico del Discurso– en tanto que forma de práctica social que constituye los objetos sobre los que versa, resulta del todo factible la idea de que existan discursos sobre el género, según apuntan Davies y Harré cuando afirman, en este contexto, a propósito de la noción de discurso:

*In this context a discourse is to be understood as an institutionalised use of language and language-like sign systems. Institutionalisation can occur at the disciplinary, the political, the cultural and the small group level. There can also be discourses that develop around a specific topic, such as gender or class (1990: 45).*

La posibilidad de que existan discursos sobre lo masculino –que no un lenguaje masculino en sí– en marcos institucionalizados centrados en la categoría hombre y dirigidos a los hombres, pongamos por caso en revistas dedicadas al público masculino, convierte en totalmente viable el proyecto que con este trabajo emprendemos: “Thus, we assume that there is a set of discourses of femininity and masculinity, because women and men behave within certain range of parameters when defining themselves as gendered subjects” (Mills, 1997: 17)<sup>47</sup>. En el caso concreto del género de los consultorios en la prensa escrita, existen ya precedentes investigadores que han abordado –aunque de manera muy limitada– la construcción del discurso sobre los géneros. De entrada, Joseph Moran (1989: 119-120) se hace eco, desde una perspectiva

---

from men” (1979: 259).

<sup>47</sup> No olvidemos que para Foucault el *discurso* no son sino aquellas prácticas que conforman los objetos sobre los que versan: “Practices that systematically form the objects of which they speak” (1972: 17).

puramente sociológica, de diversos estudios que analizan el modo en que las columnas de consulta de diferentes diarios norteamericanos reflejaban tendencias y cambios en la sociedad estadounidense entre los años cincuenta y los ochenta. Ya en el marco del Análisis Crítico del Discurso, Gough y Talbot (1993) analizan el papel de la coherencia en la construcción de la identidad heterosexual en una muestra del consultorio sentimental de un diario dominical británico. Sirviéndose asimismo de una sola muestra de este género en una revista femenina australiana, Thibault (1988) explora la construcción de la ideología asociada a las relaciones de género a partir de las opciones lingüísticas utilizadas, empleando para ello una aproximación sistémico-funcional.

Llegados a este punto, los objetivos que pretendemos alcanzar presuponen que los hechos sociales tienen una manifestación lingüística. Sin embargo, no entenderemos esta relación en el sentido que la sociolingüística la ha planteado tradicionalmente, según el cual existiría una correlación entre las características sociales de un individuo y los rasgos lingüísticos que éste emplea. Antes bien, este estudio sobre la construcción de la identidad masculina a través del análisis discursivo de una tipología de textos consumidos por hombres parte del hecho de otorgar una dimensión ideológica al lenguaje. Así, si examinamos, pongamos por caso, la crisis de la masculinidad hegemónica tradicional a través del discurso de los consultorios de las revistas para hombres, no sólo estamos entendiendo que el hecho social que constituye esta relación de poder se manifiesta en el lenguaje, sino que el propio lenguaje está contribuyendo a este hecho social desde el momento en que el texto, en tanto que forma de expresión de esta masculinidad, se convierte en manifestación suya en sociedad. Es éste el armazón teórico sobre el que se construirá el **ACD**, y, desde uno de los artículos pioneros con que se inaugura esta metodología, “Critical linguistics”, Fowler y Kress postulan ya:

*Social groupings and relationships influence the linguistic behaviour of speakers and writers, and moreover, these socially determined patterns of language influence non-linguistic behaviour including, crucially, cognitive activity [...] The world-view comes to language users from their relation to the institutions and the socio-economic structure of that society. It is facilitated and confirmed for them by a language use which has society's ideological impress. Similarly, ideology is linguistically mediated (1979: 185).*

El ACD parte, por consiguiente, de la inseparabilidad entre el significado lingüístico, la ideología y la interdependencia de éstos con la estructura social, por lo que los análisis lingüísticos se consideran como un poderoso instrumento para el estudio de los procesos ideológicos que dan lugar a las relaciones sociales de poder y control en

el seno de la sociedad. Como ha señalado Fowler: “in relation to public discourse [...] the goals of the critical linguist are in general terms defamiliarisation and consciousness-raising” (1996: 5). El ACD se ha constituido así en una eficaz herramienta para el análisis de la dimensión ideológica de relaciones de poder en sociedad tan diversas como el racismo, el sexismo o la desigualdad en el ámbito educativo<sup>48</sup>. De hecho, van Dijk defiende que los analistas críticos del discurso deben dar a su trabajo una clara dimensión política, luchando en todo momento contra el abuso de poder y la desigualdad social:

*In our opinion CDA [Critical Discourse Analysis] should deal primarily with the discourse dimensions of power abuse and inequality that result from it [...] Unlike other discourse analysts, critical discourse analysts (should) take an explicit sociopolitical stance: they spell out their point of view, perspective, principles and aims, both within their discipline and within society at large [...] In other words, CDA is unabashedly normative: any critique by definition presupposes an applied ethics (1993: 252-253).*

Sin embargo, entendemos que el método puede ampliar esta dimensión política reduccionista para dar cuenta de otros fenómenos sociales con una dimensión ideológica, como la crisis de la masculinidad hegemónica tradicional que se anunciaba en los estudios sobre la masculinidad del apartado III.3.; o, en general, del proceso de construcción de las identidades sociales y la relación entre los sujetos sociales, algo que Fairclough admite con toda claridad al demarcar los discursos como objetos de análisis: “Discourses do not just reflect or represent social entities and relations, they construct or ‘constitute’ them; different discourses constitute key entities in different ways, and position people in different ways as social subjects” (1992a: 3-4). Este análisis objetivo no tiene por qué distorsionarse al servicio del ideario del analista que emprenda dicha labor.

Por consiguiente, hemos optado por la aplicación de un modelo de ACD, y en nuestra elección de uno en particular hemos tenido muy en cuenta los resultados positivos que, en los recientes estudios de análisis del discurso sobre masculinidad de Neff (1997) y Talbot (1997)<sup>49</sup> ha proporcionado la línea de estudio crítico el lenguaje

---

<sup>48</sup> Wodak (1989) y van Dijk (1991) son sólo dos ejemplos de las numerosas aplicaciones del análisis crítico del discurso por estos autores para estudiar el discurso político y el racismo; Fairclough (1992b) lo aplica al ámbito educativo; y Molina (1997) para estudiar el sexismo en el lenguaje de los libros de texto en lengua inglesa.

<sup>49</sup> Neff (1997) y Talbot (1997) analizan la representación de la masculinidad en el discurso político español y la construcción de la masculinidad en la prensa sensacionalista británica respectivamente, llegando en ambos casos a la parecida conclusión de que la aparente defensa a nivel superficial de los derechos de la mujer en estos géneros esconde un discurso sexista soterrado.



desarrollada por Fairclough (1989, 1992a, 1992b, 1995a, 1995b). De hecho, en la crítica del volumen donde los trabajos de Neff y Talbot aparecen editados, Bucholtz, a propósito de la metodología empleada para el estudio de su representación de la masculinidad en el discurso político y en la prensa, reconoce: “Both these studies clearly demonstrate the utility of Critical Discourse Analysis” (1999: 312). Respecto al empleo de esta metodología para analizar la construcción del género en revistas, ya a principios de los noventa Mary Talbot (1992) se sirve del ACD para examinar el caso de la por aquel entonces popular publicación para adolescentes *Jackie*. De alcance muy reducido es el intento de aplicación del ACD en revistas para hombres por parte de Tetlow (1991), que analiza la construcción de la masculinidad en un número de la revista *Arena* en su tesis de máster. Todas estas aportaciones han empleado el ACD para investigar los valores ideológicos asociados al género partiendo de la premisa de trabajo básica de que el lenguaje es uno de los instrumentos más poderosos para la difusión de esa ideología, según sostiene la australiana Cate Poynton: “The ideology of gender is perpetuated by being created anew for each generation by means of what we may (and do) say, how we say it, and what we say it for” (1985: 20).

Queda claro, llegados a este punto, por qué hemos elegido el ACD como método de este trabajo. En efecto, el estudio de la construcción de la identidad masculina a partir del análisis del discurso de los consultorios de las revistas de interés general es algo que podría haberse emprendido sirviéndonos de otras aproximaciones cualesquiera al **análisis del discurso** como disciplina de análisis lingüístico centrado en esta noción. Sin embargo, resulta innegable que, frente a otras corrientes de análisis del discurso más preocupadas por los aspectos formales del lenguaje, en sus distintos modelos el ACD se preocupa por la configuración del propio sujeto y su dimensión social por medio del discurso:

*En las investigaciones de Análisis Crítico del Discurso se intenta desvelar cómo se lleva a cabo la construcción de los acontecimientos, de las relaciones sociales, y del propio sujeto a través del discurso, y, paralelamente, se trata de revelar cuáles son las implicaciones de este proceso de construcción* (Martín Rojo, Pardo y Whittaker, 1998: 11).

En efecto, el Análisis Crítico del Discurso ha sabido incorporar la aproximación al discurso de Michel Foucault (v.g. 1972), donde el discurso viene a constituir y construir lo social en varias dimensiones: los objetos de conocimiento, los sujetos sociales y las relaciones entre ellos, y los marcos de conocimiento. Tal y como ha visto Fairclough (1992a: 44-45), a propósito de la relación entre las prácticas lingüísticas y la

construcción de las identidades de los individuos, frente a otros modelos de análisis lingüístico más formales –pensemos en la sociolingüística– que estiman que las identidades sociales de los individuos afectan a los usos lingüísticos de las personas, la concepción del lenguaje de Foucault –que el modelo de Análisis Crítico del Discurso de Fairclough hará suya– supone, al contrario, que son los usos lingüísticos de los individuos, sus prácticas discursivas, las que conformarán la identidad social de éstos: “I shall take up Foucault’s position by placing the question of the effects of discursive practice upon social identity at the centre of Textual Oriented Discourse Analysis [...] [i.e.] Foucault’s insistence upon the subject as an effect of discursive formations” (Fairclough, 1992a: 44-45).

Por lo tanto, el ACD parece adecuado para descifrar las claves de cómo se construye el sujeto “hombre” en los consultorios de las revistas para un público masculino, tanto más cuanto que, tal y como hemos apuntado en la presentación de nuestra concepción del concepto de identidad, esta noción se construye de un modo netamente discursivo. El propio Fairclough destaca que una de las consecuencias más destacadas de los medios de comunicación de masas –dentro de los cuales se inscriben los consultorios en prensa que aquí analizamos– es la contribución a la creación de identidades sociales:

*The wider social impact of media is not just to do with how they selectively represent the world, though that is a vitally important issue; it is also to do with what sorts of social identities, what versions of ‘self’ (be it consumerism, individualism or a cult of personality) these entail (1995b: 17).*

### **IV. 3. Presentación del método**

#### **IV. 3. 1. Los estudios sobre Análisis del Discurso**

En el capítulo de introducción de *The Discourse Reader*, del que son editores, Adam Jaworski y Nikolas Coupland (1999a: 14-38) pasan revista a lo que son y han sido algunas de las **tradiciones** de investigación más destacadas en torno al discurso. El Análisis Crítico del Discurso –fundamento metodológico básico de este trabajo– compartiría el interés por la noción de discurso con otras direcciones como puedan ser la pragmática, la teoría de los actos de habla –incluidas las teorías del principio de cooperación, de la relevancia o de cortesía lingüística–, el análisis de la conversación, la psicología discursiva, la etnografía de la comunicación, la sociolingüística interaccional

o los análisis narrativos. Helena Calsamiglia y Amparo Tusón (1999: 19-26) añaden otras disciplinas por su implicación en el análisis del discurso: la antropología lingüística, la etnometodología, la psicolingüística, el pensamiento filosófico, la nueva retórica, y desarrollos más puramente lingüísticos como la lingüística funcional, la lingüística textual o la teoría de la enunciación. Los cuatro volúmenes del ya clásico *Handbook of Discourse Analysis*, que edita Teun van Dijk (1985a), revisan la atención al discurso de éstas y otras disciplinas. Recientemente, los dos volúmenes que edita van Dijk (1997a, 1997b) o el flamante *The Handbook of Discourse Analysis* que coeditan Deborah Schiffrin, Deborah Tannen y Heidi Hamilton (2001) dan cuenta, con su empeño integrador, del carácter eminentemente interdisciplinar del análisis del discurso.

Esta interdisciplinaridad de los estudios centrados en el discurso obedece a la **emergencia** misma del Análisis del Discurso como orientación investigadora independiente. Tras rastrear los antecedentes del análisis del discurso en la retórica clásica, el formalismo ruso, y, ya en los años sesenta, el estructuralismo francés, la semiótica, la antropología norteamericana, las gramáticas textuales germánicas y la lingüística funcional en Checoslovaquia y otros desarrollos sistémicos cercanos, van Dijk (1985b) sitúa el nacimiento del análisis del discurso como línea de investigación interdisciplinar, autónoma y con entidad propia a comienzos de los años setenta. El análisis del discurso en el aula de Sinclair y Coulthard (1975) o el trabajo sobre la organización de turnos de palabras en la conversación de los etnometodólogos Sacks, Schegloff y Jefferson (1974) son sólo dos ejemplos significativos de la incipiente publicación de análisis discursivos a partir de ese momento desde campos tan variados como los que acabamos de mencionar en el párrafo anterior, amén de otros como la psicología cognitiva, la psicología social, los estudios centrados en los medios de comunicación de masas, la historia o el ámbito legal<sup>50</sup>.

El interés de todos estos dominios disciplinares por el discurso va a ser distinto en función de sus objetivos, variando igualmente lo que desde ellas se entiende por *análisis del discurso*<sup>51</sup>, tal y como hemos tenido ocasión de constatar al delimitar las diferentes aproximaciones a la noción de *discurso*: la atención al lenguaje en el nivel supraoracional, toda forma de lenguaje en uso, la consideración del lenguaje como práctica social, o como cognición. Por ejemplo, el examen de nociones de Análisis del Discurso como *tópico* y *tema* vendría dado por el énfasis en la estructura más puramente

---

<sup>50</sup> Para una revisión, véase van Dijk (1985a, 1985b, 1997a, 1997b, 1997c).

<sup>51</sup> El término *análisis del discurso* lo utiliza por primera vez Harris (1952).

verbal del discurso, esto es, en su constitución textual; a una orientación hacia el discurso como cognición obedecen las investigaciones centradas en los procesos de producción y comprensión discursiva; y a una dimensión del discurso entendido como práctica social obedecerían desarrollos del Análisis del Discurso como el Análisis Crítico del Discurso.

Ocurre pues que no resulta posible dar una **definición** única para el Análisis del Discurso, sino que todo intento de definición vendrá dado por la aproximación al discurso de las diferentes disciplinas que se sirven de este concepto en sus investigaciones, según apunta Teun van Dijk con una clara voluntad integradora:

*It would be nice if we could squeeze all we know about discourse into a handy definition. Unfortunately [...] the notion of discourse is essentially fuzzy. As is often the case for concepts that stand for complex phenomena, it is in fact the whole discipline, in this case the new cross-discipline of discourse studies (also called 'discourse analysis'), that provides the definition of such fundamental concepts (1997c:1).*

De ahí el carácter interdisciplinar del análisis del discurso como “un instrumento que permite entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social en las que el uso de la palabra –oral y escrita– forma parte de las actividades que en ellas se desarrollan” (Calsamiglia y Tusón, 1999: 26).

Ahora bien, no podemos obviar el hecho de que este carácter multidisciplinar y variado de los estudios sobre discurso conlleva un **solapamiento** y, en ocasiones, una difícil delimitación de la frontera entre lo que se entiende por *análisis del discurso* y otros términos cercanos como *lingüística del texto* o *pragmática*. Así, por ejemplo, según advierten Enrique Alcaraz y M<sup>a</sup> Antonia Martínez (1997: 50), aquéllos que entienden el discurso como toda forma de lenguaje por encima del nivel oracional<sup>52</sup> encontrarán difícil discernir dónde se encuentra el límite entre sus investigaciones y las de quienes se ocupan de la lingüística textual, ciencia que de Beaugrande y Dressler definen como: “any work in language science devoted to the text as the primary object of inquiry”. En efecto, de acuerdo con el repaso al origen y consolidación de los estudios de Análisis del Discurso que Östman y Virtanen (1995: 239-240) llevan a cabo en el *Handbook of Pragmatics*, los términos *análisis del discurso* y *lingüística del texto* se han venido intercambiando de manera a veces poco rigurosa desde que a finales de los sesenta los lingüistas se dieran cuenta de la utilidad de considerar fragmentos más

---

<sup>52</sup> Para obtener referencias a autores concretos, véase el apartado IV.1.1. sobre los distintos modos de entender la noción de *discurso*.

largos que las oraciones individuales en sus análisis. De hecho, la distinción ya clásica entre *texto* y *discurso*, en tanto que *producto* y *proceso* respectivamente<sup>53</sup>, no parece a veces ser especialmente esclarecedora si nos atenemos a la agenda de la lingüística del texto que, en sus análisis textuales se preocupa tanto como el análisis del discurso por los aspectos del lenguaje entendido como proceso, algo que deja claro el profesor Enrique Bernárdez en otra definición de esta disciplina, donde se refiere a la lingüística del texto como el “estudio científico de los *procesos de constitución y comprensión del texto*, de la estructura interna de éste y de sus relaciones con la situación en que se produce” (1982: 291 [cursiva nuestra]). Esta aproximación al estudio del texto ha llevado a teóricos de esta ciencia como de Beaugrande a admitir la inseparabilidad de los objetivos de la lingüística textual y del análisis del discurso: “Defining the ‘text’ and our main task this way brings ‘text linguistics’ into line with the research tradition of discourse analysis” (1995: 539-540), abogando en los noventa por una ciencia general e integradora del texto y el discurso (*ibíd.*: 542.); no es de extrañar, pues, que, de acuerdo con esta aproximación al discurso como análisis del lenguaje por encima del nivel oracional, en 1995 Östman y Virtanen entiendan las investigaciones de lingüística textual como subsidiarias de las investigaciones más genéricas de análisis del discurso:

*Our personal stance is to treat discourse analysis as an umbrella-term for all issues that have been dealt with in the linguistic study of text and discourse [...] Although our general approach to discourse is to see it as an all-encompassing (and, admittedly vague) notion of going ‘beyond the sentence/utterance’, for the purpose of delimitating the subject matter of this entry we have in some respects accepted Levinson’s (1983)<sup>54</sup> controversial distinction between discourse analysis (including text linguistics) and approaches such as conversation analysis (1995: 240 [subrayado nuestro]).*

De otro lado, quienes entienden el término *discurso* para referirse no ya a las formas de lenguaje por encima del nivel oracional, sino como toda forma de lenguaje en uso o de lenguaje usado encontrarán un solapamiento con la *pragmática*, entendida como “el estudio de cualquier aspecto discursivo, comunicativo o social del lenguaje, es decir, lo que se llama LENGUAJE EN USO y también lenguaje usado” (Alcaraz y Martínez, 1997: 445), o más bien como una perspectiva de análisis lingüístico centrada en esta concepción del lenguaje:

---

<sup>53</sup> Véase el repaso de Brown y Yule (1983: 24) a la tradición de análisis que durante largo tiempo ha entendido el texto como producto y el discurso como proceso dentro del sistema comunicativo.

<sup>54</sup> En efecto, para Levinson (1983: 286) las investigaciones de gramática textual vendrían a incluirse dentro de las de análisis del discurso.

*Pragmatics as a perspective on language rather than as a component of linguistic theory [...] does not deal with language as such but with language use and the relationship between language form and language use [...] The most common shorthand definition of pragmatics is the study of how language is used* (Verschueren, 1995: 1, 6).

Un repaso a los orígenes, influencias y desarrollo de ambos campos evidencia una trayectoria común (v.gr. van Dijk, 1985; Verschueren, 1995); y, lo que es más, una ojeada a los índices temáticos de manuales clásicos de pragmática y análisis del discurso, como los de Levinson (1983) y Brown y Yule (1983a), da cuenta de numerosas áreas de interés coincidentes como, por ejemplo, la teoría de la presuposición o las implicaturas. En este sentido, seguiremos a van Dijk, quien, además de considerar a la pragmática como una dimensión del análisis del discurso ya en su *Handbook of Discourse Analysis* (1985a), entiende a finales de los noventa que la pragmática no es sino una subdisciplina de los estudios sobre discurso: “*Pragmatics [...] generally focuses on the study of language use as action in the sociocultural context. Since this is also one major goal of discourse studies, we may consider pragmatics as a subdiscipline of discourse studies*” (1997c: 14). Esta visión coincide con la de autores como Verschueren (1995:10) y de Beaugrande (1995: 540), que defienden la interrelación entre la pragmática, el análisis del discurso y la lingüística textual.

Tras todo lo expuesto, no pretendemos nosotros, ni muchísimo menos, arrojar luz nueva sobre esta polémica cuestión. Después de explorar un terreno tan pantanoso, sólo esperamos haber contribuido a dejar clara la riqueza de los estudios de Análisis del Discurso, área que sirve de armazón metodológico de base para este trabajo de investigación.

#### **IV. 3. 2. El Análisis Crítico del Discurso**

El Análisis Crítico del Discurso ha venido a delimitar fundamentalmente un lugar en las investigaciones de *Análisis del Discurso* caracterizado por el intento de desentrañar el modo en que el discurso contribuye al ejercicio de las relaciones de poder, su reproducción o contestación, en la sociedad. Así lo entiende van Dijk en una reciente **definición** del término:

*Critical discourse analysis (CDA) is a type of discourse analytical research that primarily studies the way social power abuse, dominance, and inequality are enacted, reproduced, and resisted by text and talk in the social and political context. With such dissident research, critical discourse analysts take explicit*

*position, and thus want to understand, expose, and ultimately resist social inequality* (2001: 352).

A diferencia de otras aproximaciones al estudio del discurso, caracterizadas por la homogeneidad metodológica, en el caso del Análisis Crítico del Discurso, sólo cabe hablar de unos objetivos globales, unas asunciones básicas y unos antecedentes teóricos unificadores; el enfoque metodológico va a variar considerablemente dependiendo de las diferentes variantes o modelos de análisis crítico existentes. Es por eso que van Dijk (*ibíd.*) estima más apropiado el hablar, en vez de una escuela o corriente más dentro de los estudios sobre el discurso, de una perspectiva de análisis que se extiende, en mayor o menor medida, a campos tan dispares del análisis del discurso como el análisis de la conversación, la pragmática, la retórica o la sociolingüística interaccional. Esta perspectiva aboga por el compromiso del teórico con sus objetos de estudio, de modo que se proyecte una mirada *crítica* “que problematiza el propio modo de mirar y busca puntos de reunión que permitan abrir caminos antes no explorados y establecer nuevos objetos de estudio” (Martín Rojo, Pardo y Whittacker, 1998: 9-10)<sup>55</sup>. En efecto, uno de los puntos en común de las distintas tradiciones de Análisis Crítico del Discurso resulta de su **objetivo** común de hacer visible el papel del lenguaje en la estructuración de las relaciones de poder –a menudo opresivas– y la componente ideológica de la vida social, adoptando, mediante sus análisis, una actitud comprometida en la lucha contra la exclusión, la dominación, los abusos de poder, el silenciamiento o las desigualdades sociales, interviniendo al lado de los grupos oprimidos y en contra de los opresores, según se desprende de la definición de van Dijk de la que hemos partido.

De esta atención a los problemas sociales se hace partícipe la agenda de todas las escuelas de Análisis Crítico del Discurso. Junto a ello, una de las **asunciones básicas** que guían el estudio crítico del lenguaje radica en el énfasis que se concede a la determinación del discurso por las relaciones de poder y las ideologías existentes en una sociedad, y, de manera simultánea y dialéctica, los efectos constructivos del discurso

---

<sup>55</sup> De acuerdo con Titscher *et al.* (2000: 144), el apelativo *crítico* en Análisis Crítico del Discurso nos remite a dos sentidos: primero, a la idea de la Escuela Filosófica de Frankfurt, y en concreto de Habermas de que toda ciencia crítica ha de ser autorreflexiva, esto es, debe reflexionar sobre los intereses que subyacen bajo ella, teniendo muy presente el contexto histórico en que tienen lugar las distintas formas de interacción lingüística y social. Sin embargo, lo crítico se referiría, asimismo, a la emergencia de una corriente en lingüística que, representada por teóricos como Kress y Hodge (1979) o Fowler *et al.* (1979), reaccionó de modo crítico contra la falta de vinculación que en la pragmática –v.g. en la teoría de los actos de habla– y la sociolingüística –v.g. en los modelos cuantitativos y correlativos de Labov– del momento existía entre las estructuras lingüísticas y las sociales, relación que a partir de entonces pasarían a incorporar cada vez más investigadores desde diferentes disciplinas.

sobre diversas dimensiones de la vida social tales como las identidades, las relaciones sociales, o los dominios cognoscitivos e ideológicos:

*Critical approaches differ from non-critical approaches in not just describing discursive practices, but also showing how discourse is shaped by relations of power and ideologies, and the constructive effects discourse has upon social identities, social relations and systems of knowledge and belief, neither of which is normally apparent to discourse participants* (Fairclough, 1992a: 27).

Amén del interés por los problemas sociales, el carácter constitutivo que posee el discurso respecto a la sociedad y la cultura, el entender como discursivas las relaciones de poder y el dar por hecho la labor ideológica de todo discurso, en su repaso a los principios fundamentales que orientan las investigaciones de Análisis Crítico del Discurso, Norman Fairclough y Ruth Wodak (1997: 271-80) insistirán sobre la idea de que el discurso es una forma de acción social y tiene carácter histórico, de manera que los análisis discursivos no habrán de ser únicamente descriptivos sino más bien interpretativos y explicativos. Y es que la relación entre los textos concretos y la sociedad no se entiende como directa sino más bien mediatizada por la existencia de órdenes discursivos, por las prácticas de los actores sociales y por la existencia de procesos sociocognitivos, dimensiones que los análisis críticos tratan de iluminar.

En lo concerniente a sus **orígenes teóricos**, a pesar de que muchos analistas críticos del discurso no lo reconocen abiertamente, resulta innegable la deuda histórica que el Análisis Crítico del Discurso tiene respecto a las teorías neomarxistas y su énfasis sobre el papel de lo cultural –y como tal lo ideológico– por encima de lo económico en la creación y sustento de las relaciones de poder de una sociedad. Dependiendo de las distintas tradiciones de Análisis Crítico del Discurso, y con mayor peso en unos casos que en otros, han resultado destacadas las influencias de Antonio Gramsci (1971) y su teorización del modo en que las ideologías vienen a servir a la aquiescencia del ámbito civil de una sociedad con la hegemonía ejercida por el ámbito político de la misma; el énfasis de Althusser (1971) sobre la materialización de esas ideologías en las prácticas de las diferentes instituciones sociales; la aproximación al carácter lingüístico de las ideologías de Volosinov (1973); y la teoría sobre el carácter dialógico de los textos de Bakhtin (1986) –lo que más tarde Kristeva (1986) llamaría sus propiedades intertextuales–, y su teoría de los géneros, según la cual cualquier texto no es sino el resultado de unos repertorios predeterminados de géneros, pudiéndose mezclar diferentes géneros de manera innovadora. Igualmente destacada ha sido la influencia de la Escuela Filosófica de Frankfurt, especialmente Habermas (1984) y su



concepto de la “situación ideal de habla”, una visión utópica de la comunicación donde no se produciría la distorsión creada por ningún tipo de relaciones de poder ni de discurso con cargas ideológicas.

Al margen de este marco neomarxista, no insistiremos más sobre la fuerte influencia de Michel Foucault (1971, 1972, 1979, 1982) y su teoría sobre el discurso a la que venimos haciendo referencia en este trabajo. El modelo de Análisis Crítico del Discurso de Fairclough (1989, 1992a) es deudor de la aproximación al discurso de Foucault y la teoría posestructuralista, lo cual ha sabido integrar con los análisis detallados del uso del lenguaje a nivel supraoracional de otros modelos de Análisis del Discurso más formales. Esta labor de imbricación entre la teoría cultural y el análisis discursivo más formal acerca los objetivos del Análisis Crítico del Discurso a la agenda de los investigadores de Psicología Social (v.g. Potter y Wetherell, 1987; Wetherell y Potter, 1992), y sus análisis de contenido de muestras conversacionales en la línea de la tradición etnometodológica.

En este punto, se hace indispensable hacer, cuanto menos, un repaso sucinto a las principales **tradiciones** de Análisis Crítico del Discurso que, al margen de la línea de Fairclough que en este estudio aplicamos, han ido desarrollándose durante las últimas décadas<sup>56</sup>. Una de las más pioneras y fructíferas escuelas de Análisis Crítico del Discurso se encuentra en el trabajo de la *Lingüística Crítica* (*Critical Linguistics*) que comienza a desarrollarse a finales de los años setenta con trabajos hoy clásicos como los de Fowler, Hodge, Kress y Trew (1979) o Kress y Hodge (1979), que trataron de conjugar un método de análisis lingüístico textual con una teoría social sobre el funcionamiento del lenguaje en los procesos políticos y sociológicos, sirviéndose para ello de la teoría sistémico-funcional de Halliday (1978, 1985), sin dejar de lado la influencia de la dimensión léxica en la categorización de la realidad. A pesar de la labor pionera de este grupo de East Anglia, no abordaron el valor de los discursos como escenario de luchas sociales de poder, viendo los textos más como un producto que como un proceso de producción e interpretación. Destaca su contribución en el campo del discurso periodístico. Más recientemente, algunos de los fundadores de esta corriente (Hodge y Kress, 1988) han derivado su trabajo al campo de lo que se ha dado en llamar *Semiótica Social*, prestando especial atención a la interrelación entre los

---

<sup>56</sup> Dado que un repaso detallado de las aportaciones dentro de cada línea de trabajo en Análisis Crítico del Discurso desbordaría los límites de este trabajo por lo extenso, nos limitamos a reseñar algunas de las contribuciones más significativas, siguiendo las exhaustivas revisiones de Wodak (1995), Fairclough y Wodak (1997) y van Dijk (2001).

procesos semióticos y los procesos ideológicos, y las relaciones de poder de una sociedad, sugiriendo diversos modos para analizar imágenes visuales, además de las relaciones entre éstas y el lenguaje (Kress y van Leeuwen, 1990).

Otra de las tradiciones de Análisis Crítico del Discurso más importantes la constituye el trabajo de Teun van Dijk y su *modelo sociocognitivo*, que pone de relevancia el papel fundamental de las estructuras cognitivas por su valor mediador entre los procesos discursivos y los procesos sociales, algo que ignorarían muchos otros modelos. Van Dijk (1980, 1985c, 1987, 1991) conjuga esta aproximación al Análisis Crítico del Discurso con su aplicación práctica para examinar la construcción de discursos basados en la discriminación étnica y el racismo, muy especialmente en la prensa. La utilización del Análisis Crítico del Discurso para examinar la producción de discursos racistas, y en especial antisemitas, se halla igualmente en la base del *método discursivo-histórico* que se ha venido desarrollando en Viena en torno a la figura de Ruth Wodak. Este método (Wodak *et al.*, 1990; Wodak y Matouschek, 1993) se caracteriza por el intento de incorporar a los análisis y descripciones discursivas toda la información de fondo disponible sobre la producción y comprensión de los textos en cuestión, prestando especial atención a la dimensión de los implícitos y las alusiones en el discurso racista.

El interés por el discurso político –en este caso de la Alemania nazi– resulta asimismo central en el “método de análisis de lectura” (*Lesartenanalyse*) de Utz Maas (1984), que combina las aproximaciones al discurso de Foucault con una metodología que examina especialmente la dimensión histórica de los discursos, algo esencial, como en el método discursivo-histórico, para alcanzar a comprender las alusiones dentro del discurso. También en Alemania, desde la *Escuela de Duisbeurg* (Jäger y Jäger, 1993), lo mismo que Maas, se ha conjugado las nociones de discurso de Foucault con los análisis microestructurales de textos, atendiendo a variables como las metáforas, los símbolos colectivos y las construcciones agentivas, y aplicando su metodología para investigar la construcción del discurso de la nueva derecha alemana. No podemos tampoco dejar de lado la labor de la tradición de *análisis del discurso en Francia*, y muy especialmente el trabajo de Pêcheux (1982) y su esfuerzo por integrar la teoría sobre la ideología de Althusser y la del discurso de Foucault en análisis –un tanto abstractos, eso sí– de discursos concretos, sobre todo de la izquierda política francesa.

En España, han sido numerosas las contribuciones al Análisis Crítico del Discurso, a partir de la década de los noventa, en áreas tan diversas como la

construcción de las identidades de género (Martín Rojo, 1997b, 1998; Neff, 1996, 1997; Pujolar, 1997), las identidades culturales y nacionales (Tusón, 1991), el sexismo en los libros de texto (Molina, 1997), y muchos otros campos que resulta imposible reflejar ahora aquí por lo extenso. Martín Rojo, Pardo y Whittaker (1998) ofrecen, a este respecto, un completo repaso de las principales aportaciones no sólo en España sino también en Iberoamérica hasta finales de los noventa.

#### **IV. 3. 3. El modelo de Análisis Crítico del Discurso de Fairclough**

El modelo de ACD de Fairclough que utilizamos para alcanzar los objetivos de este trabajo de investigación aparece desarrollado fundamentalmente en *Language and Power* (1989), y parte de la interrelación e influencia mutua entre los hechos lingüísticos y sociales, centrándose especialmente en la dimensión lingüística de los hechos sociales, la determinación social del lenguaje y los efectos que el mismo puede tener sobre el sistema social:

*CLS [Critical Language Study] analyses social interactions in a way which focuses upon their linguistic elements, and which sets out to show up their generally hidden determinants in the system of social relationships, as well as the hidden effects they may have upon that system (ibíd.: 5).*

El modelo de 1989 quedará ulteriormente perfilado por Fairclough con las aplicaciones del ACD para el estudio de los cambios sociales y culturales de la sociedad contemporánea (1992a); en efecto, Fairclough se ha sentido especialmente interesado por las relaciones existentes entre el cambio sociocultural y el cambio discursivo, prestando atención a fenómenos como la mercantilización (*commodification*) de los servicios públicos en el Reino Unido o la convesacionalización de los discursos públicos. También se ha interesado por las propuestas de aplicación en programas lingüísticos del ámbito educativo (1992b). Muy relevantes resultan asimismo las reflexiones sobre estos temas, el modelo mismo y su fundamentación teórica (1995a), y sus aplicaciones en el campo de la comunicación de masas (1995b).

Para Fairclough (1989: 23), **el lenguaje es una forma de práctica social**, lo cual comporta una doble implicación: por una parte, los fenómenos lingüísticos son sociales en el sentido de que, cuando la gente habla, escucha, escribe o lee, lo va a hacer de un modo que está determinado socialmente, y esto va a tener unos efectos sociales; por otro, los fenómenos sociales son lingüísticos en tanto en cuanto la actividad

lingüística que se desarrolla en un contexto social dado no es sólo el reflejo de unos procesos y prácticas sociales, sino que es parte de esos mismos procesos y prácticas.

Si bien estas ideas de Fairclough no difieren mucho de estudios críticos del lenguaje anteriores, su aportación fundamental en el método que desarrolla desde la publicación de *Language and Power* reside en el modelo de análisis de textos que desarrolla en tres fases sucesivas de **descripción**, **interpretación** y **explicación** (*ibíd.*: 26 y *passim*), que a continuación presentamos *grosso modo* y que quedarán detalladas más rigurosamente en la exposición propiamente dicha del modelo:

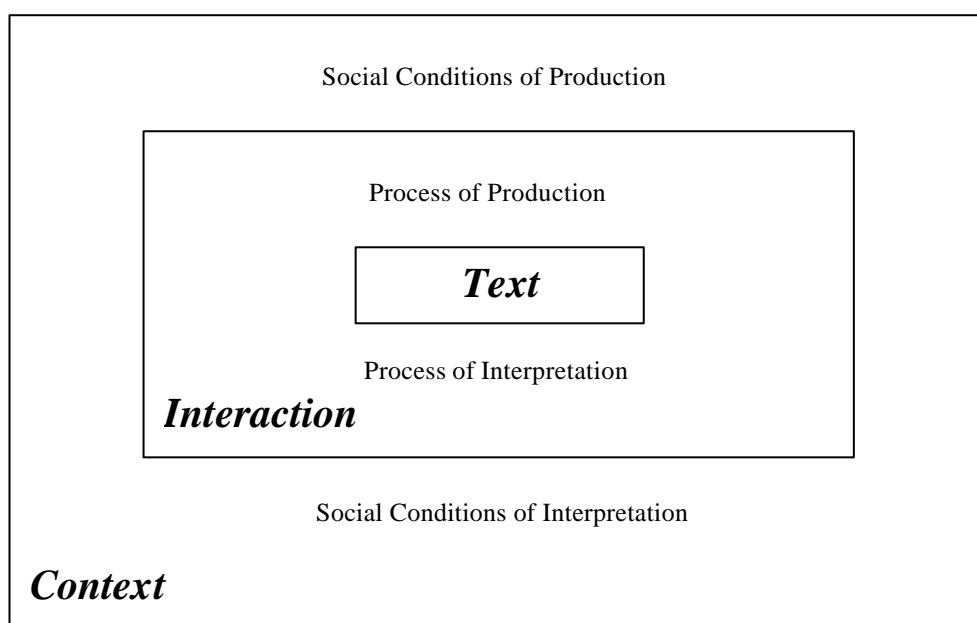
- (1) **DESCRIPCIÓN**, en que se llevaría a cabo la simple definición de las propiedades formales del texto. Ahora bien, dado que no es posible extrapolar directamente de las características formales de un texto los efectos que éste ejerce en sociedad, serán necesarias sendas fases de interpretación y explicación que den cuenta de la relación entre texto y sociedad.
- (2) **INTERPRETACIÓN**, relativa a las relaciones entre el texto y la interacción, entendiendo por *interacción* los procesos de producción e interpretación de ese texto por las personas en sociedad. El término *interpretación* será utilizado por Fairclough para definir el proceso social que toma al texto como un recurso a decodificar y como un producto del proceso de producción de éste en sociedad. Sin embargo, el término *interpretación* se entenderá asimismo en tanto que segunda fase del modelo de análisis crítico del discurso que propone el autor. Los rasgos formales y estilísticos del texto servirán de base para analizar los procesos de producción e interpretación de dicho texto en sociedad.
- (3) **EXPLICACIÓN**, referente a la relación entre la interacción y el contexto social, donde se atenderá a cómo la producción e interpretación del texto viene determinada por los procesos sociales de lucha y relaciones de poder, al tiempo que influye sobre los mismos. En tal contexto habrá que atender a tres niveles de organización social, en que el texto ocupa un lugar: (a) la situación social inmediata; (b) la situación institucional; y (c) la sociedad en su conjunto.

Este proceso interpretativo se fundamenta en la consideración por parte de Fairclough de que **el lenguaje como práctica social tiene una naturaleza esencialmente discursiva**, y sólo desde esta dimensión discursiva del lenguaje se puede explicar su carácter social:

*So, in seeing language as discourse and as social practice, one is committing oneself not just to analysing texts, not just to analysing processes of production and*

*interpretation, but to analysing the relationship between texts, processes, and their social conditions, both the immediate conditions of situational context and the more remote conditions of institutional and social structures. Or [...] the relationship between texts, interactions and contexts (ibíd.: 26).*

El lenguaje, entendido como práctica social, se ve como un proceso social más que viene condicionado por otros elementos sociales no lingüísticos. Sólo la consideración del lenguaje como discurso, en la línea de Foucault ya expuesta, daría cuenta de esta naturaleza del lenguaje. Fairclough refleja esquemáticamente esta interrelación entre lenguaje y sociedad a través de la siguiente figura:



*Figura 1: Discourse as text, interaction and context<sup>57</sup> (ibíd.: 25)*

Esta concepción del lenguaje, según la cual los fenómenos lingüísticos son un tipo especial de hechos sociales del mismo modo en que los fenómenos sociales tienen una dimensión lingüística, conlleva una determinación e influencia mutua entre el orden social –es decir, la estructuración de un espacio social dado en diversos campos asociados a los tipos de prácticas que en ellos se llevan a cabo– y el orden discursivo –a saber, el orden social enfocado desde la perspectiva discursiva con los tipos de discurso ligados a las prácticas de un determinado ámbito social–. Según Fairclough, el discurso se erige, así, en escenario de las relaciones y luchas de poder de la sociedad: “Any given

piece of discourse may simultaneously be a part of a situational [power] struggle, an institutional [power] struggle, and a societal [power] struggle” (1989: 70). Los discursos van a ser portadores de ideologías, y frecuentemente, dada la tendencia de los grupos sociales más poderosos a generalizar su visión del mundo, los discursos van a manifestar luchas ideológicas. Esas ideologías quedarán infiltradas en rasgos de esos discursos de manera naturalizada e imperceptible para los sujetos (*ibíd.*: 77). El modelo de ACD de Fairclough, como otras aproximaciones críticas al discurso se propondrá la tarea de desnaturalizar estas convenciones, y el aparente sentido común que subyace tras ellas, para hacer visible la ideología y las relaciones de poder que encierran y el modo en que el lenguaje contribuye a su (re)producción:

*Much of the research on power, ideology and control in discourse falls under the aegis of critical discourse analysis [...] Thus, CDA examines the structure of spoken and written texts in search of politically and ideologically salient features, which are constitutive of the (re)produced power relations without often being evident to participants* (Jaworski y Coupland, 1999b: 497).

Para la realización de análisis concretos, Fairclough, en su modelo de ACD, propone la utilización de aquellos elementos que puedan resultar útiles de otras disciplinas como lo que él considera lingüística propiamente dicha (gramática en un sentido amplio: fonología, morfología, sintaxis y semántica), la sociolingüística, la pragmática, el análisis del discurso, la psicología cognitiva e inteligencia artificial, y algunas ideas procedentes de la teoría social. Para el autor (*ibíd.*: 6-13), lo más útil de estas teorías en la conformación de su teoría de ACD serían las siguientes disciplinas:

- **Lingüística:** De entre lo que él considera lingüística propiamente dicha, los enfoques funcionales como el de la lingüística sistémica de Halliday (1978, 1985)<sup>58</sup> resultan más útiles que los enfoques formales en la línea de la gramática generativo-transformacional, que no explora la conexión entre lenguaje y sociedad/cultura. Por el contrario, Halliday se pregunta por

---

<sup>57</sup> Fairclough aclara la diferencia entre lo que entiende por *texto* y *discurso*: “A text is a product rather than a process –a product of the process of text production. But I shall use the term discourse to refer to the whole process of social interaction of which a text is just a part” (1989: 24).

<sup>58</sup> Fairclough se une a la tendencia de otros analistas críticos del discurso que consideran que las aproximaciones al estudio crítico del lenguaje desde las gramáticas funcionales resultan más útiles que desde las gramáticas formales. Así lo entienden, por ejemplo, Fowler y Kress (1979: 187-189). Sin embargo, años más tarde, Fowler (1996: 8), reflexionando sobre hasta qué punto los análisis críticos del discurso deberán basarse en la gramática sistémico-funcional de Halliday (1985, 1994), reivindica el huir de todo reduccionismo en la realización de los análisis, puesto que, si bien los estudios críticos obtienen resultados muy significativos de conceptos como la transitividad o la nominalización que desarrolla la gramática sistémico-funcional, otras áreas destacables para la lingüística crítica (como la teoría de los actos de habla, o los análisis conversacionales) están mejor cubiertas en otros modelos.

cuestiones funcionales relativas a cómo utiliza la gente el lenguaje o cómo se estructura éste para ser utilizado. Además, defiende el carácter semántico y contextual del uso del lenguaje.

- **Sociolingüística:** Aunque es una disciplina que cuantifica los hechos sin exponer el porqué de los mismos como resultado de la influencia del positivismo sobre las ciencias humanas, resulta especialmente útil al tomar como premisa básica la naturaleza socialmente constituida de la práctica del lenguaje.
- **Pragmática:** En palabras del propio Fairclough, “the idea that uttering is acting is an important one, and is also central to Critical Language Study in the form of the claim [...] that discourse is social practice” (1989: 9). Esto hará de la teoría de los actos de habla de Austin (1962) y Searle (1969), y de conceptos pragmáticos fundamentales como la presuposición y la implicatura conversacional, aportaciones clave para la teoría del análisis crítico del discurso, al ayudar a interpretar el contexto intertextual y las relaciones de poder entre los participantes.
- **Análisis del discurso:** De entre las distintas aproximaciones metodológicas que comporta el estudio del discurso, Fairclough considera especialmente útil el *análisis de la conversación* que llevan a cabo los etnometodólogos<sup>59</sup> en amplias muestras de conversación real, siendo especialmente positivo su visión de la conversación como estructurada socialmente.
- **Psicología cognitiva e inteligencia artificial:** Se toma como especialmente positiva la naturaleza activa de la comprensión que plantean estas disciplinas. No es que solamente sea cuestión de descodificar los enunciados, sino que se emparejan los rasgos de éstos con las representaciones almacenadas en la memoria a largo plazo o prototipos (lingüísticos o no, como la forma de las palabras, la estructura de una oración, la secuencia posible de hechos en una situación concreta, etc.). Fairclough los llamará colectivamente *members’ resources* (1989: 10-11).
- **Algunas teorías sociales actuales:** Además de los trabajos sobre ideología y el papel del lenguaje en su producción y reproducción (v.g. Althusser, 1972; Thompson, 1984), destaca la aportación de Michel Foucault (v.gr.

---

<sup>59</sup> Destaca la labor de Garfinkel (1967, 1986); Sacks, Schegloff y Jefferson (1974); Tannen (1984, 1991) o Drew y Heritage (1992).

1972), con especial atención al carácter social del discurso y su importancia en el ejercicio, mantenimiento y cambio de poder, puesto que el discurso contribuye a constituir y construir la sociedad en varias dimensiones: los objetos de conocimiento, los sujetos sociales y las formas del “yo”, las relaciones sociales y los marcos conceptuales. Asimismo, resulta especialmente importante su concepción de que todo discurso sólo puede entenderse en su dimensión de interdiscursividad e intertextualidad, es decir, en tanto que generado por otras prácticas discursivas.

Antes de pasar a la presentación propiamente dicha del método de ACD de Fairclough, hay que insistir en el hecho de que éste resulta de adaptar otras múltiples perspectivas de análisis lingüístico que vienen a configurar una metodología ecléctica al servicio del objetivo de hacer conscientes las tensiones sociales en el lenguaje. Según esto, en este trabajo de investigación seguiremos el modo de actuar del propio Fairclough en la aplicación práctica de su método (1989, 1992a, 1992b, 1995a) a partir de la adaptación y uso de otras fuentes. Dado el elevado número de teorías lingüísticas que vienen a configurar el modelo, la exposición teórica exhaustiva de cada una de ellas desbordaría los límites de este estudio a la vez que resultaría inútil para nuestros objetivos. De hecho, en la filosofía misma de Fairclough y de otros analistas críticos del discurso (v.g. Fowler *et al.*, 1979; van Dijk, 1993), encontramos sólo la presentación y aplicación de los modelos que ellos mismos diseñan, haciendo uso de las teorías lingüísticas de base cada vez que sea pertinente y tomando siempre como punto de partida los armazones teóricos que ellos mismos crean. Así, dado el breve tratamiento teórico de Fairclough en la explicación de las variables lingüísticas que han venido a conformar su propio modelo, hemos intentado ampliar este marco teórico en la medida de lo posible con una presentación sucinta, o cuanto menos una definición, a partir de fuentes secundarias, del mayor número de variables que entran a configurar este método de análisis. Somos conscientes de lo limitado que estas notas adicionales puedan resultar; sin embargo, la filosofía del modelo es que estas teorías de base estén al servicio del modelo de ACD, y no al contrario, de lo cual da fe el hecho de que teóricos del ACD como el propio Fairclough, van Dijk o Fowler parten de su propia reelaboración de dichas teorías.

Aunque en este estudio tomamos como base el modelo de ACD de Fairclough de 1989, hemos tenido en cuenta las aportaciones posteriores del autor, especialmente en



su obra *Media Discourse* (1995b), donde desarrolla un modelo en cinco fases que, en gran medida, son una reelaboración de sus obras anteriores para el análisis del discurso de los medios de comunicación de masas:

1. *¿Cómo está diseñado el texto?*
2. *¿Cómo se producen y es posible que se consuman los textos de este tipo?*
3. *¿Qué indica el texto sobre el orden del discurso de los medios de comunicación de masas?*
4. *¿De qué procesos socioculturales forma parte el texto y cuáles son sus condicionamientos y efectos sociales más amplios?*
5. *¿Qué se puede hacer con este texto?*

En la primera pregunta, Fairclough propone un análisis de la *intertextualidad* (que en el modelo de 1989 abordaba en la fase de INTERPRETACIÓN) e incide en el valor que ciertas variables de las fases anteriores de DESCRIPCIÓN e INTERPRETACIÓN para el análisis de las *representaciones* (presuposiciones; procesos verbales; sustantivaciones, agencialidad y voz; metáforas; subordinación; o rasgos de coherencia local y global), así como de las *relaciones e identidades* (rasgos de oralidad y conversacionalización; tonalidad; vocabulario; modos y modalidad; o control de turnos de palabra). De otro lado, hemos integrado las preguntas 2 y 3 en el apartado relativo al *Tipo de Discurso* de la fase de INTERPRETACIÓN del modelo de 1989. Por último, las preguntas 4 y 5 se corresponden con la fase de EXPLICACIÓN de dicho modelo. Hay que decir que el modelo de *Media Discourse* no tiene en cuenta variables del de 1989 que entendemos altamente productivas (contexto situacional, actos de habla, macroestructuras), mientras que añade otras totalmente inútiles para el corpus con que en este estudio se trabaja (v.g. relación entre texto e imagen). Por lo tanto, hemos partido del modelo original, incorporando en él los añadidos posteriores más significativos para nuestro estudio. Procedemos, dicho esto, a la presentación del modelo según lo plantea Fairclough en *Language and Power* (1989)<sup>60</sup> siguiendo las tres fases de descripción, interpretación y explicación de que parte el lingüista.

---

<sup>60</sup> Cuando nos refiramos a lo largo de este capítulo a *Language and Power* (1989), indicaremos únicamente el número de página de la obra con ánimo de no resultar excesivamente reiterativos.

## ***I. DESCRIPCIÓN***

### ***I. 1. Vocabulario***

#### ***I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales<sup>61</sup> poseen las palabras?***

##### ***I. 1. 1. 1. ¿Qué esquemas de clasificación se utilizan?***

Se hará aquí mención a los *campos semánticos* principales del texto que se esté estudiando.

##### ***I. 1. 1. 2. ¿Existen palabras con un contenido ideológico controvertido?***

Se identificarán las discusiones que en el propio texto pudiera haber a propósito de discrepancias ideológicas referentes al significado de una palabra<sup>62</sup>.

##### ***I. 1. 1. 3. ¿Hay “overwording” o “rewording”?***

El término *overwording*, correspondiente a *overlexicalization* para analistas como Fowler y Kress (1979: 210), es definido por Fairclough como “an unusually high degree of wording, often involving many words which are near synonyms” (115). De igual modo, *rewording* se corresponde con *relexicalization* en Fowler *et al.*:

*The labelling, the provision of a new set of terms, either for the whole language or for a significant area of the language; it promotes a new perspective for speakers, often in specialized areas which are distinct from those of the social group (ibíd.: 210).*

##### ***I. 1. 1. 4 ¿Qué relaciones de significado ideológicamente destacables (sinonimia, hiponimia, antonimia) hay entre las palabras?***

Estos tres términos hacen referencia a palabras que tienen igual significado; a palabras cuyo significado está incluido en el significado de otra; y a la incompatibilidad de significado, respectivamente (116).

#### ***I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales<sup>63</sup> tienen las palabras?***

Se atenderá aquí al tipo de relaciones sociales que crea el hablante a través de la elección de términos. Para ello se comentará si el hablante ha elegido *vocablos*

---

<sup>61</sup> “A formal feature with experiential value is a trace of and cue to the way in which the text producer’s experience of the natural or social world is represented. Experiential value is to do with contents and knowledge beliefs” (Fairclough, 1989: 112).

<sup>62</sup> Leech se aproxima a esta variable del modelo de ACD de Fairclough cuando habla de la existencia de un *significado afectivo*, que puede ser objeto de controversia ideológica: “Language reflects the personal feelings of the speaker, including his attitude to the listener, or his attitude to something he is talking about. AFFECTIVE MEANING, as this sort of meaning can be called, is often explicitly conveyed through the conceptual or connotative content of the words used” (1974: 15).

<sup>63</sup> “A formal feature with relational value is a trace and a cue to the social relationships which are enacted via the text in the discourse. Relational value is (transparently) to do with relations and social relationships” (Fairclough, 1989: 112).

*marcadamente formales o informales*<sup>64</sup>, o si se sirve de *eufemismos*, concepto que Fairclough define como: “a word which is substituted for a more conventional or familiar one as a way of avoiding negative values” (117).

### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos<sup>65</sup> tienen las palabras?***

Se tendrán aquí en cuenta las estimaciones y valoraciones positivas o negativas que lleva a cabo el hablante o la persona que escribe por medio de la utilización de determinados campos semánticos o esquemas de clasificación que funcionan como sistemas de evaluación ideológicamente significativos en el propio texto (119).

### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

Para Fairclough, “metaphor is a means of representing one aspect of experience in terms of another”<sup>66</sup> (120).

## ***I. 2. Gramática***

### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

#### ***I. 2. 1. 1. ¿Qué tipos de procesos y participantes predominan?***

Los conceptos de *proceso* y *participante* son categorías semánticas que permiten explicar el modo en que los fenómenos del mundo se representan por medio de estructuras lingüísticas; es decir, los procesos vendrían a representar la realidad por medio de predicados verbales. En palabras de Halliday:

*Our most powerful impression of experience is that it consists of `goings-on´ [...] all these goings-on are sorted out in the grammar of the clause [...] The grammatical system by which this is achieved is TRANSITIVITY (1994: 106).*

---

<sup>64</sup> Leech postula la existencia de un significado social (*social meaning*), que es el que las palabras y enunciados transmiten sobre las circunstancias sociales de su uso: “Some features of language tell us something of the social relationship between the speaker and the hearer: we have a scale of `status´ usage, for example descending from formal and literary English at one end to colloquial, familiar, and eventually slang English at the other” (1974: 14).

<sup>65</sup> “A formal feature with expressive value is a trace of and a cue to the producer’s evaluation (in the widest sense) of the bit of the reality it relates to. Expressive value is to do with subjects and social entities” (Fairclough, 1989: 112).

<sup>66</sup> Lee define el funcionamiento de la metáfora en el discurso como la estructuración de un dominio de experiencia en términos de otro distinto: “What is happening, rather, is that one domain of experience [...] is being structured in terms of a different domain of experience [...] through the use of language” (1992: 71). De hecho, en su estudio sobre la metáfora, Lakoff y Johnson extienden el uso de este recurso no sólo a la poesía, sino al lenguaje corriente y a nuestro modo de conceptualizar la realidad: “Metaphor is for most people a device of the poetic imagination and the rhetorical flourish [...] we have found, on the contrary, that metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature” (1980: 3).

A este respecto, el proceso no constaría, en principio, solamente del proceso verbal en sí, sino de los participantes en el mismo, y las circunstancias asociadas con ese proceso, v.g.:

<i>The lion</i>	<i>chased</i>	<i>the tourist</i>	<i>lazily</i>	<i>through the bush</i>
<b>Participante</b>	<b>Proceso</b>	<b>Participante</b>	<b>Circunstancia</b>	<b>Circunstancia</b>
Grupo Nominal	Grupo Verbal	Grupo Nominal	Grupo Adverbial	Grupo Preposicional

(*ibíd.*: 109).

Se atenderá, por tanto, a la configuración del mundo de nuestra experiencia en procesos verbales concretos que constituyen las opciones de transitividad en el texto. Sin embargo, dado lo limitado de la tipología de procesos que propone Fairclough en su modelo<sup>67</sup>, hemos optado por operar con la clasificación más amplia y exhaustiva de Halliday (1994: 106-175), de la que hacemos una presentación sucinta a partir de los seis tipos principales de procesos verbales que distingue:

- **Procesos Materiales**, que son aquéllos en los que una entidad hace algo; y comprenden desde las acciones más puramente físicas (v.g. *The lion*[Actor] *caught*[Proceso] *the tourist*[Goal]) hasta acontecimientos más abstractos (v.g. *The mayor*[Actor] *resigned*[Proceso]). Como puede observarse, en ambos casos va a existir siempre un participante (*Actor*) que va a dar lugar a un nuevo estado de cosas, y que va ser el único en las construcciones intransitivas como la del segundo ejemplo. Alternativamente, pueden existir construcciones transitivas donde, además del *Actor*, haya otro participante denominado *Goal* que sea aquél sobre el que directamente se opere el proceso creativo, tal y como se observa en el primer ejemplo.

<sup>67</sup> Fairclough (1989: 120-122) considera únicamente una tipología básica de procesos: **acciones** (*actions*), que implican dos participantes (un agente y un paciente), actuando el agente sobre el paciente de algún modo, v.gr. *Reagan* (S[sujeto]) *attacks* (V[verbo]) *Libya* (O[objeto]); **sucesos** (*events*), que comportan un único participante, animado o inanimado, v.gr. *Many peasants* (S) *have died* (V); teniendo en cuenta que la estructura SV puede suponer un tipo especial de acción sin paciente que Fairclough denomina **acción no dirigida** (*non-directed action*). Esta última respondería a la pregunta *What did the subject do?*, v.gr. *Reagan* (S) *was finishing* (V); mientras que un suceso respondería de manera natural a la pregunta *What has happened?*, v.gr. *Many peasants have died*. Finalmente, están las **atribuciones**, en que hay un solo participante y algún tipo de atributo tras el verbo, sea un atributo posesivo si el verbo es *have*, o no posesivo si el verbo es otro como *be*, *feel*, *look* o *seem*, pudiendo ser este atributo un nombre o un adjetivo, *Reagan* (S) *is* (V) *dangerous/a menace* (C[complemento]).

- **Procesos Mentales**, que aparecen con verbos de percepción (*seeing, hearing*), de afecto (*like, fear*) o de cognición (*think, know, understand*). El participante que percibe, siente, etc. es denominado *Senser* por Halliday, mientras que llama *Phenomenon* a la entidad percibida o conocida, v.g. *Mary[Senser] liked[Proceso] the gift[Phenomenon]*.
- **Procesos Relacionales**, que indican un estado. Cabe la posibilidad de realizar una doble clasificación: De un lado, se pueden subdividir en **atributivos**, que comportan la relación entre lo que Halliday llama un *Carrier* y su *Atributo* (v.g. *Sarah[Carrier] is[Proceso] wise[Atributo]*); e **identificadores**, donde entra en juego la relación entre un participante *Identificado* y su *Identificador* (v.g. *Tom[Identificado] is the leader[Identificador]*). De otro, se pueden subdividir en **intensivos**, en que existe una relación del tipo *x es a*; **circunstanciales** (*x está en a*); y **posesivos** (*x tiene a*). La siguiente tabla de ejemplos ofrece las posibilidades combinatorias posibles:

	<b>Atributivos</b>	<b>Identificadores</b>
<b>Intensivos</b>	<i>Sarah is wise.</i>	<i>Tom is the leader.</i>
<b>Circunstanciales</b>	<i>The fair is on Tuesday.</i>	<i>Tomorrow is the 10<sup>th</sup>.</i>
<b>Posesivos</b>	<i>Peter has a piano.</i>	<i>The piano is Peter's.</i>

- **Procesos de Comportamiento**, que se refieren a una conducta psicológica o fisiológica, generalmente humana (v.g. *breathe, cough, smile, look, watch, dream, talk, cry, laugh, sing, lie, worry, chatter...*). En estos procesos aparece un participante, normalmente humano, denominado *Behaver* (v.g. *Mary[Behaver] is laughing[Proceso]*), y, opcionalmente, puede aparecer un segundo participante llamado *Range* cuando la construcción es transitiva (v.g. *The child[Behaver] wept[Proceso] copious tears[Range]*).
- **Procesos Verbales**, con *verba dicendi*, es decir, aquéllos que expresan una actividad comunicativa (v.g. *say, tell, ask, promise, suggest, imply...*). Los participantes en estos procesos son: el que proyecta la señal comunicativa (*Sayer*); lo que se dice (*Verbiage*); y, opcionalmente, aquél a quien se dirige

la acción comunicativa (*Receiver*); v.g. *I[Sayer] told[Proceso] the judge[Receiver] the whole truth[Verbiage]*.

- **Procesos Existenciales**, que son aquéllos que representan que algo existe u ocurre. Estos procesos implican un único participante denominado *Existent*, y aparecen con predicados verbales como *exist, remain, arise, occur, happen, take place*; con la construcción *there is/are...*; y con verbos meteorológicos como *rain*; v.g. *There was[Proceso] a storm[Existent]*; o *The wind[Existent] is blowing[Proceso]*.

Naturalmente, este breve resumen no contempla algún otro tipo de participante, y los casos excepcionales abordados por Halliday, que resultarían excesivos para los objetivos del modelo.

### ***I. 2. 1. 2. ¿Está clara la agencialidad<sup>68</sup>?***

Habrà que fijarse especialmente en los casos de acciones con agentes inanimados, en los agentes realizados por nombres abstractos o nominalizaciones, y la posible motivación ideológica que lleva a camuflar la agencialidad y responsabilidad de los procesos (123-124).

### ***I. 2. 1. 3. ¿Son los procesos lo que parecen?***

Veremos si lo que normalmente son procesos de un tipo aparecen como procesos de otra clase por razones ideológicas. Fairclough da un ejemplo, donde lo que normalmente sería un suceso, *Stones were falling from the lorries*, aparece representado como una acción, *Unsheeted lorries from Middlebarrow Quarry were still causing problems by shedding stones*, con el objeto de dar una naturaleza agentiva al sustantivo inanimado *lorries* (124).

### ***I. 2. 1. 4. ¿Se emplean sustantivaciones?***

Según Fairclough, “a nominalization is a process converted into a noun”<sup>69</sup> (124), y resulta significativa desde el momento en que la información sobre tiempo, modalidad o agencialidad que aparecería en el proceso verbal correspondiente desaparece.

---

<sup>68</sup> El concepto de *agencialidad* deriva de *agente* en tanto que uno de los tipos de participantes en algunos procesos verbales –en concreto, los materiales en la clasificación de Halliday (1985, 1994)–, tal y como de manera sencilla –pues un agente no tiene por qué ser únicamente humano y animado– lo definen Hurford y Heasley: “The agent of a sentence is the person deliberately carrying out the action described, e.g. *John* in *John opened the door*” (1983: 220). Para Lee, el concepto de agencialidad comporta una clara carga ideológica, pues una misma situación puede presentarse como agentiva o no: “One important area of meaning that is encoded in the grammars of all languages is the notion of agentivity and the related notion of casualty [...] The question of whether a particular situation is encoded as an agentive or as a non-agentive event is often a matter of perspective and interpretation (e.g. *You dropped the vase* [agentiva] / *The vase fell out of my hands* [no agentiva])” (1992: 6-7).

### **1. 2. 1. 5. ¿Son las oraciones activas o pasivas?**

Como ocurre con las sustantivaciones, se estará atento a las oraciones pasivas sin agente, puesto que la agencialidad y la responsabilidad de las acciones no quedan claras en éstas<sup>70</sup> (124-125).

### **1. 2. 1. 6. ¿Son afirmativas o negativas las oraciones?**

En algunos casos la presencia de la negación, en vez de utilizar las formas afirmativas correspondientes, puede tener una motivación ideológica que conviene identificar:

*The writer is using negatives as a way of implicitly taking issue with the corresponding positive assertions [...] What the writer in fact seems to be assuming is that these assertions are to be found in antecedent texts which are within reader's experience (154-155)*<sup>71</sup>.

### **1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?**

Se atenderá en este apartado a la utilización de los modos en la oración, la presencia de rasgos de modalidad y el uso de pronombres.

---

<sup>69</sup> Aunque Fairclough utiliza el término *nominalization*, hemos optado por traducirlo como *sustantivación* en lugar de caer en la tentación de emplear el término *nominalización* siguiendo el criterio de Albentosa (1998b), que se hace eco del predominio del primer término en las publicaciones en lengua inglesa y del segundo en las españolas, haciendo para ello un repaso histórico a la tradición filosófica y lingüística que justifica la utilización de los términos sustantivo y sustantivación en España. El mismo autor lleva a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica sobre las distintas aproximaciones a este fenómeno lingüístico, y propone, siendo consciente de las numerosas discrepancias y debates respecto a la formación y funciones discursivas de este fenómeno lingüístico, la breve definición de sustantivación de Roca Pons: “La sustantivación consiste en convertir en sustantivos, de un modo permanente u ocasional, palabras, semantemas u oraciones, que no lo son originalmente” (1970: 166 [citado en Albentosa, 1998b: 59]). Ésa es básicamente la aproximación de una gramática descriptiva clásica del inglés como la de Quirk *et al.*: “we can take a normally dynamic item (say the verb in ‘He wrote the book’), pretending – as it were – to see the action as a static ‘thing’” (1985: 75). En cualquier caso, para los objetivos de este estudio, nos interesa especialmente la dimensión ideológica de este fenómeno, que, según Fowler y Kress, proviene del hecho de eliminar todo sentimiento de actividad en el lenguaje: “it [nominalization] attenuates any feeling of activity in the language [...] It makes for ‘impersonality’ in style; this is an effect of the delimitation of participants, often the actor or the affected, which are possible with nominalization” (1979: 207). De ahí los efectos ideológicos: “showing less means someone else seeing less. And seeing less means thinking less” (Hodge y Kress, 1993: 22).

<sup>70</sup> Así lo han visto también Hodge y Kress: “The passive with a deleted actor [...] creates an impression of objectivity through the impersonality of the language” (1993: 134). A esto se añade la posibilidad que ofrece la pasiva de enfatizar ciertos elementos colocados en la posición de sujeto: “this device allows a writer or a speaker to emphasize his thematic priorities, to emphasize what the text is ‘about’ even when the entities of the theme are, strictly speaking, semantically subordinate (affected rather than agentive)” (Fowler y Kress, 1979: 209).

<sup>71</sup> Hodge y Kress subrayan que la negación es un modo de expresar deseos y creencias que, aunque negados, se hacen presentes en el discurso: “A negative is a convenient way of expressing forbidden meaning, evading a censor by the vehemence of the denial. It is also a way of planting ideas without any responsibility for them [...] Negatives can allow an extreme form of double-think, mediating a total contradiction by distributing its elements between the deep and the surface structure [...] With any negative we need to know who is suppressing what, and why. We must also realize that we cannot always tell how successful the suppression has been, or how far the suppressed positive survives” (1993: 146).

### ***I. 2. 2. 1. ¿Qué modos<sup>72</sup> (declarativo, interrogativo, imperativo) se utilizan?***

Según Fairclough (1989: 126), habrá que tener presente que quien pide una información (*modo interrogativo*), o acción (*modo imperativo*) se encuentra siempre en una posición de poder respecto al destinatario de estas formas que se hace mucho más visible que con la utilización del *modo declarativo*, en donde el emisor otorga una información que su destinatario recibe. Esta aproximación tripartita al modo en inglés (declarativo, interrogativo e imperativo), donde Fairclough no habla en ningún momento del modo indicativo, es la que hacen otros autores como Berry (1975:166-167), para quien los modos declarativo e interrogativo no son sino dos opciones del indicativo<sup>73</sup>. Downing y Locke (1992: 168), por otra parte, hacen una aproximación a las características formales de los modos declarativo, interrogativo e imperativo en función de la presencia o ausencia del sujeto, así como por el orden existente entre éste y la parte finita o personal del sintagma verbal. Así, en el modo declarativo, el sujeto precede a la parte finita del verbo (v.g. *Jane sings*); en el interrogativo, la parte finita del verbo precede al sujeto (v.g. *Does Jane sing?*); y en el imperativo, no hay sujeto (v.g. *Sing!*). Naturalmente, esta regla general admite numerosas excepciones.

De igual manera, como se verá más adelante a propósito de los actos de habla, habrá que estar atentos al hecho de que no siempre existe una correspondencia directa entre las categorías gramaticales del sistema de modos en inglés (declarativo, interrogativo e imperativo) y las categorías semánticas o fuerzas ilocutivas<sup>74</sup> (aseveración, pregunta, orden) con que se suelen corresponder los modos<sup>75</sup> (126).

---

<sup>72</sup> El término *modo* ha venido a designar a la categoría gramatical cuyo contenido semántico se ha relacionado con la actitud proyectada sobre el contenido proposicional, tal y como se desprende de definiciones como las de Palmer: "It [mood] is formally a morphosyntactic category of the verb like tense and aspect, even though its semantic function relates to the contents of the whole sentence" (1986: 21); o Alcaraz y Martínez: "El `modo´ es una categoría gramatical que se expresa mediante la flexión verbal y cuyo contenido se ha asociado, generalmente, con la MODALIDAD, con la actitud subjetiva que se adopta ante el enunciado" (1997: 357).

<sup>73</sup> Para autores como Martin (1992: 44), habría también que considerar un modo exclamativo. Martin sugiere sustituir la denominación de declarativo por la de afirmativo, diferenciándose dos opciones dentro del modo afirmativo: por un lado, el declarativo propiamente dicho, y por otro, el exclamativo.

<sup>74</sup> Cf. el tratamiento de esta noción en la sección sobre *actos de habla* del apartado *II.2.* del modelo de análisis dedicado al **Tipo de Discurso**.

<sup>75</sup> Hodge y Kress postulan que las estructuras de modo, o formas superficiales (*surface forms*) como ellos las denominan, no siempre vienen a realizarse por las categorías semánticas que de manera neutra las actualizan: "There is a non-matching relation between the model [semantic category] and the surface form [mood]. The neutral form of a statement is a declarative; the neutral form of a command is an imperative; and the neutral form of a question is an interrogative [...]. As we shall show, any semantic category may be realized by any one of the surface forms" (1993: 94). Otros autores como Halliday han señalado igualmente esta falta de correspondencia: "The relation between the semantic categories of statement, question ... and command and the grammatical categories of the mood system [...] is a rather complex one" (1994: 95).



### ***I. 2. 2. 2. ¿Existen rasgos destacados de modalidad?***

El concepto de *modalidad*<sup>76</sup> es primordial para comprender no sólo los valores relacionales de la gramática, sino también los expresivos. Fairclough distingue dos dimensiones, siendo el factor clave la dirección en que se orienta la autoridad. Así, tenemos, por un lado, la **modalidad relacional**, que tiene que ver con la autoridad de un participante en relación con los otros, y vendrá expresada no sólo por auxiliares modales (v.gr. *may, must, should, can('t), ought to*), sino también por adverbios o incluso por el tiempo verbal (127). Estos elementos se estudiarán pertinentemente en el análisis empírico cada vez que aparezcan. Por otro lado, la **modalidad expresiva** tiene que ver con la evaluación del emisor con respecto a la verdad de sus enunciados; de modo que tan importante será el uso de formas modales que sean significativas de la representación del mundo que llevan a cabo los interlocutores como las formas de compromiso categórico con la verdad de las proposiciones –ausencia de modalidad– que dan una idea del mundo aparentemente transparente y sin necesidad de interpretación<sup>77</sup> (129). Otros autores como Nuyts (2001) diferencian entre evaluaciones “subjetivas” y “objetivas” sobre la situación. Esta diferencia se remonta a los estudios de lógica en los términos de modalidad epistémica y modalidad alética. Estudios famosos de modalidad epistémica que mencionan la dimensión subjetiva son los de Coates (1983) y Palmer (1986), aunque no van más allá de una caracterización subjetiva de ésta.

### ***I. 2. 2. 3. ¿Se emplean los pronombres We y You, y en tal caso cómo?***

Estos pronombres pueden ayudarnos a comprender el tipo de relación existente entre el hablante y el oyente. En el caso de *we*, se prestará atención a los usos inclusivos (*inclusive we*) en que el pronombre engloba al escritor/hablante y al lector/oyente<sup>78</sup>; en

---

<sup>76</sup> Una definición clásica de *modalidad* es la que ofrece Lyons: “Modality is used by the speaker in order to express, parenthetically, his opinion or attitude towards the proposition that the sentence expresses or the situation that the proposition describes” (1977: 452).

<sup>77</sup> La distinción entre *modalidad relacional* y *modalidad expresiva* que lleva a cabo Fairclough se corresponde con los dos ejes básicos de modalidad propuestos por autores como Quirk *et al.* (1985: 219), que distingue entre *modalidad intrínseca* (obligación, permiso, voluntad) y *modalidad extrínseca* (posibilidad, necesidad, predicción). En cualquier caso, en el estudio de la modalidad, se prestará atención no sólo a los verbos auxiliares modales (*may, must, will, ...*), sino también a otros adverbios modales (*perhaps, maybe, possibly*), formas modales nominales y adjetivales (*possible, possibility*), “preguntas coletilla” (*question-tags*), o marcadores discursivos (*hedges*) como *I think, I suppose, sort of, kind of, quite, etc.*, elementos a los que autores como Hodge y Kress (1993: 127), Coates (1987), o Lee (1992: 125) conceden valor modal. Otros estudios más recientes a este respecto son los de Bybee *et al.* (1994) y los de van der Auwera y Plungian (1998).

<sup>78</sup> Quirk *et al.* (1985: 341) señalan que el pronombre *we* puede excluir al receptor (v.g. *Are we [John and I] late, Mary?*) o incluirlo (v.g. *Are we [you and I] late, Mary?*), denominando a estos usos *exclusive 'we'* y *inclusive 'we'* respectivamente.

cuanto a *you*, interesa su utilización en los medios de comunicación de masas para referirse a un destinatario aun cuando éste sea desconocido, así como para crear, cuando se usa como forma impersonal, una cierta solidaridad entre quien habla y el público en general<sup>79</sup> (127-128).

### ***I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?***

Aquí se analizará el valor de los procedimientos de cohesión en el texto, entendiendo por cohesión la definición que se da en el estudio clásico de Halliday y Hasan, *Cohesion in English*:

*Relations of meaning that exist within the text, and that define it as a text. Cohesion occurs where the interpretation of some element in the discourse is dependent on that of another. The one presupposes the other, in the sense that it cannot be effectively decoded except by recourse to it. When this happens, a relation of cohesion is set up* (1976: 4)<sup>80</sup>.

#### ***I. 2. 3. 1. ¿Qué conectores lógicos se usan?***

El uso de conectores lógicos corresponde a lo que Halliday y Hasan denominan relaciones cohesivas por CONJUNCIÓN: “It is based on the assumption that there are in the linguistic system relationships between sentences” (1976: 320). Se tendrán, pues, en cuenta los conectores que marcan relaciones aditivas, adversativas, causales o temporales entre oraciones<sup>81</sup>, y se verá si son portadores de presupuestos ideológicos, lo que nos permitirá descubrir los matices ideológicos del texto.

#### ***I. 2. 3. 2. ¿Hay coordinación o subordinación en las oraciones?***

Dado que todas las oraciones no son simples, sino que existen oraciones complejas que constan de *cláusulas*<sup>82</sup>, Fairclough propone que se tengan presentes las relaciones de coordinación y subordinación entre las cláusulas que vienen a constituir las oraciones cuando ello pueda tener implicaciones ideológicas. Puede llegar a ser útil

---

<sup>79</sup> Quirk *et al.* se refieren al uso genérico de *you* con significado parecido al del pronombre indefinido *one*: “Generic *you* is typically an informal equivalent of *one*: *You/One can always say what she is thinking*” (Quirk *et al.*, 1985: 354).

<sup>80</sup> Para otros modelos de cohesión, véase Hoey (1990) o Stoddard (1991). En especial, para una visión general detallada de los distintos modelos de cohesión, véase el capítulo 3 de la tesis doctoral de Mercedes Díez Prados (1998), titulada *Estudio de los mecanismos de cohesión y coherencia y su aplicación a un corpus de textos escritos en inglés como idioma extranjero por alumnos universitarios españoles*.

<sup>81</sup> En la gramática que edita Sinclair, se propone la siguiente definición de oración (*sentence*): “A group of words which express a statement, a question, or command. A sentence usually has a verb and a subject, and may be a simple sentence, consisting of a clause, or a complex sentence, consisting of two or more clauses. A sentence in writing has a capital letter at the beginning and a full stop, question mark, or exclamation mark at the end” (1990: xxii).

<sup>82</sup> La oración compleja sería, pues, aquélla que consta de distintas cláusulas o proposiciones. Halliday define la oración compleja, que él denomina *clause complex*, en los siguientes términos: “A Head Clause together with other clauses that modify it” (1994: 215).

el ver si se utilizan subordinadas en las que se da por presupuesta la información o si son las proposiciones principales las que portan un mayor contenido informativo. En todo caso, considerando lo amplio que resultaría realizar una presentación teórica de todos los tipos de coordinación y subordinación, éstos quedarán definidos en el análisis empírico de los textos si fuera pertinente<sup>83</sup>.

### ***I. 2. 3. 3. ¿Qué recursos se usan para la referencia endofórica y exofórica?***

Para estudiar los casos de referencia dentro del texto (endofórica) y fuera del texto (exofórica), se atenderá al uso de recursos como los pronombres, el artículo determinado o los demostrativos (132). Halliday y Hasan definen así este procedimiento cohesivo:

*What characterizes this particular type of cohesion, that which we are calling REFERENCE, is the specific nature of the information that is signalled for retrieval. In the case of reference the information to be retrieved is the referential meaning, the identity of the particular thing or class of things that is being referred to; and the cohesion lies in the continuity of the reference, whereby the same thing enters into the discourse a second time (1976: 31).*

Además de las tres variables que Fairclough propone para estudiar las relaciones de cohesión en el texto (preguntas 1.2.3.1., 1.2.3.2. y 1.2.3.3. del modelo) se pueden tener en cuenta los procedimientos cohesivos propuestos por Halliday y Hasan –pero que Fairclough no menciona– de *sustitución, elipsis y cohesión léxica*, si fuesen ideológicamente significativos para el estudio.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

En el caso concreto del corpus aquí analizado, se atenderá a las características organizativas con valor relacional de las cartas de los consultorios. Se estudiarán las convenciones naturalizadas y sus conexiones implícitas con las relaciones de poder entre los participantes.

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

Dependiendo de las relaciones de poder entre los participantes en la conversación, existirá un determinado sistema de turnos de palabra, que en el caso de las conversaciones habrá que analizar (134). Sin embargo, dado que nuestro corpus de

---

<sup>83</sup> Como se observará en el análisis empírico de los textos, para aproximarnos a las relaciones de coordinación y subordinación, partiremos de la tipología de una gramática descriptiva clásica del inglés como la de Quirk *et al.* (1985).

análisis no está compuesto por muestras conversacionales, sino por textos escritos, esta variable del modelo no resultará especialmente significativa para nuestro estudio.

### ***1. 3. 1. 1. ¿Hay formas mediante las cuales un participante controla los turnos de palabra?***

En este punto, serán destacables algunas dimensiones como las interrupciones; el control de tópicos conversacionales por parte de los interlocutores más poderosos; la imposición a los participantes de que no resulten ambiguos o abandonen su silencio mediante preguntas del tipo *Is that a threat?* o *Do you understand?* respectivamente; o el uso de reformulaciones<sup>84</sup> como formas de control. Aunque el concepto de *reformulación* se utiliza fundamentalmente en corpus de textos conversacionales, puede resultar ciertamente útil para nuestro análisis dado el hecho de que la macroestructura de los consultorios permite que uno de los participantes (el que da consejo) pueda reformular, obedeciendo a motivaciones ideológicas, algunas de las cuestiones que plantea el lector que solicita el consejo cuando desde la revista se quiera enfocar desde una determinada óptica el problema planteado por quien escribe.

### ***1. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

Aquí se tendrá en cuenta cómo, dependiendo del tipo de texto tratado, éste puede tener una estructura y unos elementos en un orden predecible, de manera que la interpretación de ciertos elementos vendrá dada por lo que se espera en el punto en que aparecen en un determinado tipo de texto, más que en función de lo que son (138). En el presente trabajo de investigación, la sección dedicada al estudio del género de los consultorios en prensa nos dará ya las claves sobre los rasgos estructurales y su orden en el corpus de textos objeto de estudio.

## ***II. INTERPRETACIÓN***

En esta fase se abordará la interrelación entre el texto y la sociedad a través de la práctica discursiva de la que el texto forma parte, partiéndose de la base de que las características textuales sólo cobran su valor operativo si se entiende que los textos se producen e interpretan en el seno de una sociedad. De ahí que, si en la fase de descripción nos concentrábamos en el texto en sí, y en la de explicación el énfasis se pondrá en la determinación más puramente social del discurso, en esta fase de

---

<sup>84</sup> “A **formulation** is either a rewording of what has been said, by oneself or others, in one turn or a series of turns or indeed a whole episode; or it is a wording of what may be assumed to follow from what has been said, what is implicit by what has been said” (Fairclough, 1989: 136).

interpretación será más importante que nunca el paralelismo entre los procesos sociales y los discursivos; en efecto, la relación entre textos y estructuras sociales es indirecta y viene mediatizada por el discurso del que el texto forma parte, el contexto situacional en que se ubica dicho texto, y la relación intertextual entre éste y otros textos. En este estadio del modelo, se parte del hecho de que las características formales de los textos no son sino rasgos del proceso de producción que el “creador” del texto ha llevado a cabo interpretando la realidad; esas características formales son también pistas para los intérpretes de esos textos, quienes, sirviéndose de sus asunciones y expectativas del mundo<sup>85</sup>, efectúan su propia interpretación. Puede decirse que los rasgos textuales sólo cobran su valor de operatividad social cuando se los considera dentro de una interacción social, donde se producen e interpretan los textos.

## **II. 1. Contexto**

### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

Fairclough establece una distinción entre contexto situacional y contexto intertextual. De un lado, dependiendo de cómo interpreten los participantes una *situación* dada, identificarán un tipo de discurso determinado y, de acuerdo con éste, le darán su correspondiente significado a los rasgos textuales. Por otra parte, los participantes asumirán, en los procesos de interpretación textual, *series* de discursos con las que el tipo de discurso que están interpretando en ese momento se relaciona.

#### **A. Contexto situacional**

Para la determinación del contexto de situación, se establece un proceso de fragmentación del orden social en su conjunto en instituciones sociales, y de éstas en situaciones concretas:

*First [...] the interpreter arrives at a determination of the institutional setting, of which institutional domain the interaction is happening within, on the basis of societal social order [...] Second, the interpreter arrives at a determination of the situational setting, of which situation type the interaction is happening within, on the basis of the institutional social order selected (150).*

---

<sup>85</sup> Fairclough (1989: 11, 24) hablará, en este sentido, de prototipos o *members' resources*, que incluirían el conocimiento de los sujetos sobre la realidad, representaciones sobre los mundos naturales y sociales que habitan, valores, creencias, asunciones sobre tipos de objetos o personas, secuencias esperables en diversos tipos de situaciones, etc. Algunos de ellos son lingüísticos (la forma gramatical de las oraciones; la estructura típica de una narración; etc.).

Al objeto de definir este contexto situacional, Fairclough propone cuatro preguntas que van a tener una correspondencia con sendas dimensiones del tipo de discurso:

1) *¿Qué sucede?*, donde se considerarán tres subdimensiones:

1.1.) *Tipos de Actividades*, a saber:

*Distinctive categories of activity, which are recognized as distinct within a particular social order in a particular institution and which have large-scale textual structures (147)*<sup>86</sup>;

1.2.) *Tópicos*, que Fairclough entiende en su modelo de análisis en tanto que “a summary interpretation of the text as a whole which interpreters arrive at” (144). La noción de *tópico* que propone Fairclough para su modelo de ACD, y con la que nosotros operamos en este trabajo de investigación, se entenderá en tanto que una de las dimensiones de análisis que delimitan el contexto situacional en que se desenvuelve la actividad comunicativa. Al demarcar el lugar de ésta y otras variables de análisis contextual dentro de su modelo de ACD, Fairclough está bebiendo directamente de las fuentes de la etnografía de la comunicación, escuela que durante los años sesenta y setenta intentará establecer sistemáticamente el papel del contexto en el curso de las actividades comunicativas. De hecho, en las referencias bibliográficas a las que se refiere al final de la presentación de las distintas fases de su modelo en *Language and Power* (1989) para ampliar el tratamiento de cada variable, el propio Fairclough (1989: 168) remite al lector al artículo clásico de Hymes (1962), “The ethnography of speaking”, como base de su tratamiento del contexto situacional en su modelo de ACD. Según Hymes:

*The Topic factor points to study of the lexical hierarchy of the languages spoken by a group, including idioms and the content of any conventionalized utterances, for evidence and knowledge of what can be said. To a large extent this means simply that semantic study is necessary to any study of speaking. An ethnography of speaking does also call attention to indigenous categories of topics. One needs to know the categories in terms of which people will answer the question, “What are*

---

<sup>86</sup> En una aproximación anterior, Levinson admite igualmente el papel fundamental, para el análisis contextual, de las *actividades* que se ponen en marcha en el curso de una interacción comunicativa: “I take the notion of an activity type to refer to a fuzzy category whose focal members are goal-defined, socially constituted, bounded, events with constraints on participants, setting, and so on, but above all on the kinds of allowable contributions” (1979: 368). Desde la perspectiva del ACD, el análisis de las actividades resulta especialmente interesante, pues, por simple que parezca, las acciones de los individuos son un reflejo de sus actitudes ante la realidad: “People’s actions are found to be systematically related to their attitudes” (Ajzen y Fishbein, 1977: 888).

*they talking about?”*, and the attributes and patterns of occurrence for these categories. The rhetorical category of *topoi* might go here as well (*ibid*: 27).

En esta misma línea, Hymes define la variable del tópico en un artículo posterior como “what is being talked about” (1972: 60). Es en este sentido, y siempre partiendo de la definición de Fairclough en su modelo de ACD, en el que nosotros entenderemos el término tópico<sup>87</sup>.

**1.3.) Propósitos** de esa situación comunicativa, donde se podrá distinguir entre los propósitos primarios, es decir, los resultados esperables de una interacción

---

<sup>87</sup> Ahora bien, la noción de *tópico* ha sido objeto de un gran interés desde otras perspectivas de análisis lingüístico interesadas por el estudio de la estructura informativa, temática y tópica de la cláusula. Tal y como señala Moya a este respecto, “El interés por el tópico arranca en nuestro siglo de manos de la Escuela de Praga, en cuyo seno Mathesius (1942) realiza unas primeras y veladas aproximaciones al término. Desde entonces, han sido muchos los lingüistas que han reflexionado sobre los límites de un concepto que muchos han considerado excesivamente intuitivo y resbaladizo” (1998: 129). En su tesis sobre el mantenimiento del tópico en las noticias de sucesos y en los folletos turísticos, Moya (1999), siendo consciente del gran número de términos empleados para referirse a la estructura oracional desde un punto de vista informativo (tema, tópico, información conocida, etc.), repasa exhaustivamente los principales modelos de tópico, y las polémicas terminológicas a que ha dado lugar la definición inicial de Mathesius de tema en tanto que constituyente inicial de la oración informativamente conocido que expresa aquello sobre lo que trata ésta. Según Moya (1998: 130-131; 1999: 1), si bien autores como Halliday (1967, 1985, 1994), Martin (1992) o Eggins (1994) asumen la validez de esta identificación del tema como parte de la oración que expresa información conocida, como punto de partida del mensaje, además de ser aquello sobre lo que versa el enunciado, otros lingüistas como por ejemplo Alcaraz (1990), Huddleston (1991), Downing (1990, 1991, 1997, 1998) o Downing y Lock (1992) han abordado este concepto partiendo de la no identificación automática entre tres realidades distintas y no siempre coincidentes: el punto de partida del mensaje en la estructura oracional, la información conocida, y la dimensión semántico-pragmática de *aboutness*. Siguiendo a van Dijk (1977, 1981a, 1981b), van Dijk y Kintsch (1983), van Oosten (1985) y a Downing (1997), Moya y Albentosa definen el tópico desde una perspectiva semántico-pragmática en los siguientes términos: “The semantic-pragmatic concept of topic is defined from the aboutness perspective as the entity, proposition, or main idea which a sentence, a stretch of discourse, or a discourse in its global sense is about. The communicative purpose of the writer, the knowledge that both the writer and the reader share, and the linguistic and extralinguistic contexts are all taken into account in the delimitation of topic as *aboutness*” (2001: 351). Haciéndose eco de los trabajos de lingüistas como van Dijk (1977, 1981a), van Oosten (1985), Siewierska (1991) o Downing (1997), Moya (1998, 1999) y Moya y Albentosa (2001) establecen una diferenciación entre los tópicos oracionales y los tópicos discursivos: “Los tópicos discursivos se conciben como esquemas cognitivos, planes generales, escenas o evaluaciones globales, que engloban a todos los tópicos locales u oracionales del discurso. En términos generales, representan la idea global sobre la que trata el discurso o una parte del mismo. Los tópicos oracionales, sin embargo, actúan como representantes del tópico global en el ámbito local y su nivel de aplicación no es el discurso, sino la oración de la que forman parte; están realizados por un constituyente o un sintagma de la estructura oracional y expresan aquello sobre lo que ésta trata” (Moya, 1998: 136). Pues bien, aunque resulta tentadora la posibilidad de asimilar la noción de tópico en tanto que interpretación textual global con la que Fairclough (1989) opera –y que nosotros aplicamos igualmente en este estudio– con la de tópico discursivo del que habla Moya, ello resultaría a todas luces metodológicamente inapropiado. En efecto, ello significaría mezclar el tratamiento del tópico como categoría de análisis contextual, de la que parte Fairclough según la tradición de la etnografía de la comunicación, con el papel del tópico como categoría textual: “The topic is, above all, a textual category” (Moya y Albentosa, 2001: 351). A pesar de su relevancia e incuestionable utilidad, los estudios de progresión tópica en que se centran las investigaciones de todos los lingüistas a los que venimos haciendo referencia por su interés en el tópico sobrepasan el alcance de esta noción en el modelo de ACD de Fairclough (1989), donde no es sino una más de las muchas variables empleadas para definir el contexto situacional en que se desenvuelve un tipo de discurso determinado.

comunicativa dada; y los secundarios, a saber, aquéllos que se derivan de los objetivos particulares de los participantes en el curso de la situación comunicativa concreta<sup>88</sup>;

- 2) *¿Quién participa?* (en tanto que sujetos o participantes en la situación comunicativa). Además de los participantes meramente físicos de una situación comunicativa, resultará a veces rentable la atención a otros que se hacen presentes en la estructuración de las voces de un texto. En su análisis crítico del discurso de las revistas para adolescentes, Talbot insiste, a este respecto, en que no sólo se ha de tener en cuenta la interacción mutua entre autores y lectores, sino que también se puede considerar a otros caracteres, es decir, “individuos, sean reales o imaginarios, cuyas palabras o pensamientos se representan en un texto. Estas palabras o pensamientos se pueden incrustar en un texto citándolas en estilo directo o indirecto, o simplemente presuponiéndolas” (1992: 177);
- 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?* (entendiéndose estas relaciones en lo que se refiere a poder, distancia social, etc.)<sup>89</sup>;
- 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Aunque en la presentación del modelo de ACD de 1989 Fairclough no explica expresamente lo que entiende por funciones del lenguaje, sin embargo, en aplicaciones posteriores del modelo define este concepto y ofrece una tipología de funciones con que trabajar:

*We can distinguish three aspects of the constructive effects of discourse. Discourse contributes first of all to the construction of what are variously referred to as `social identities´ and `subject positions´ for `subjects´ and types of `self´ [...] Secondly, discourse helps to construct social relationships between people. And thirdly, discourse contributes to the construction of systems of knowledge and belief. These three effects correspond respectively to three functions of language and dimensions of meaning which coexist and interact in all discourse – what I shall call*

---

<sup>88</sup> En uno de los primeros estudios de la etnografía de la comunicación, metodología de donde bebe la aproximación al análisis del contexto de Fairclough directamente, Hymes presenta ya esta jerarquización de los tipos de propósitos: “*Purposes – outcomes*: Conventionally recognized and expected outcomes [...] *Purposes – goals*: The purpose of an event from a community standpoint, of course, need not be identical to the purposes of those engaged in it” (1972: 61). Saviile-Troike (1989: 156) utilizará explícitamente la etiqueta de “primarios” en esta jerarquización de propósitos, dentro de la misma tradición de análisis de la etnografía de la comunicación.

<sup>89</sup> De hecho, Candlin (1987), fruto del trabajo conjunto con Fairclough en la Universidad de Lancaster a finales de la década de los años ochenta, desarrolla un modelo de ACD muy semejante al de éste, donde igualmente considera, para describir el contexto situacional, las relaciones entre los participantes que entiende en términos prácticamente idénticos a los que plantea Fairclough: “their relationships of power, distance and imposition” (1987: 27).



'identity', 'relational', and 'ideational' functions of language (1992a: 64 [subrayado nuestro]).

De este modo, habría que ver, en lo relativo a las funciones del lenguaje, de qué modo aparecen manifiestas las **funciones de identidad, relacional e ideacional** que distingue Fairclough, sin que ello signifique un estudio pormenorizado de las variables lingüísticas en que otros autores como Halliday (1978, 1985, 1994) han visto la materialización de estas funciones, lo cual escaparía a los objetivos del modelo<sup>90</sup>.

Estas tres funciones del lenguaje, tal y como las define Fairclough, tienen una dimensión eminentemente discursiva ya que el lingüista va a partir en su modelo de ACD de una concepción del lenguaje como discurso: “for CLS [Critical Language Study], the conception of language we need is that of discourse, language as a form of social practice” (1989: 20).

## B. Contexto intertextual<sup>91</sup>

De acuerdo con Fairclough,

*Discourses and texts which occur within them have histories, they belong to historical series, and the interpretation of intertextual context is a matter of deciding which series a text belongs to, and therefore what can be taken as common ground for participants, or presupposed* (1989: 152);

por lo que habrá que estar especialmente atentos a las **presuposiciones**<sup>92</sup> y a su dimensión ideológica, no en tanto que propiedades formales de los textos, sino como parte de la interpretación que el productor del texto lleva a cabo del contexto

---

<sup>90</sup> La tipología de funciones desempeñadas por el lenguaje con que opera Fairclough (1992a) está en íntima relación con las tres macrofunciones del lenguaje en torno a las cuales se organiza la teoría sistémico-funcional de Halliday (1978, 1985, 1994), quien distingue igualmente una macrofunción **ideacional** (también denominada *experiencial*), pero agrupa las funciones de **identidad** y **relacional** de Fairclough en una sola macrofunción que denomina *interpersonal*. Sin embargo, Halliday considera también una macrofunción *textual*, donde se abordarían aspectos como la estructura temática e informativa de la oración, que Fairclough no aborda en su modelo de análisis lingüístico, el cual nosotros aplicamos en este estudio. La noción de **instrumentalidad** del lenguaje para satisfacer alguna necesidad, a que frecuentemente alude Fairclough (1989), es igualmente tenida en cuenta por Halliday (1973).

<sup>91</sup> El concepto de *intertextualidad* es creado por Kristeva para dar cuenta de la dimensión histórica de los propios textos, definiéndolo como “the insertion of history (society) into a text and of this text into society” (1986: 39).

<sup>92</sup> Levinson trata ampliamente el concepto de *presuposición* (1983: 167-225) y las diferentes aproximaciones al estudio de esta noción pragmática. En este trabajo operaremos con la definición de Yule, que define dicho concepto de este modo: “A presupposition is something the speaker assumes to be the case prior to making an utterance. Speakers, not sentences, have presuppositions” (1996: 25). Tal y como ejemplifica el propio Yule, dado el enunciado *Mary's brother bought three horses*, el hablante

intertextual, sea evocando otros textos o atribuyendo a los lectores una determinada experiencia textual que pueden no tener; esto resultará especialmente significativo con los lectores/audiencias ideales que crean los medios de comunicación de masas. Igualmente útiles pueden llegar a ser las **implicaturas** en tanto que inferencias que el oyente lleva a cabo a partir del contenido de lo que ha dicho el hablante y de asunciones específicas sobre la naturaleza cooperativa de la conversación<sup>93</sup>.

En la actualización de su modelo para el análisis del discurso periodístico, Fairclough insta a la identificación de las **voces** que se pueden llegar a articular en un determinado tipo de discurso. Según Fairclough, “voices are the identities of particular individual or collective agents” (1995b: 77); los rasgos de estilo directo/indirecto pueden resultar especialmente útiles a la hora de identificar estas voces (*ibíd*: 203).

## **II. 2. Tipo/s de Discurso**

Como ya se ha adelantado al abordar la noción de *discurso* con la que operamos en este trabajo, Fairclough desarrollará el concepto de ‘tipo de discurso’ (*discourse type*) para iluminar la configuración concreta de diferentes géneros y discursos tal y como se materializan en la muestra lingüística en cuestión que el analista esté explorando. La definición sistemática de este concepto en su obra *Media Discourse* apela al análisis de la construcción del género o géneros y el discurso o discursos (que no tipos de discurso)<sup>94</sup> que vienen a conformar una muestra textual concreta: “I want to use the term discourse type for relatively stabilized configurations of genres and discourses within the order of discourses” (1995b: 66); no obstante, ya desde *Language and Power*, Fairclough deja constancia de la necesidad de definir qué discursos se han empleado a la hora de producir e interpretar la muestra concreta que se esté analizando:

---

tendrá la presuposición de que existe una persona llamada Mary, que tiene un hermano; incluso que Mary tiene sólo un hermano, y que éste tiene mucho dinero (*ibíd.*).

<sup>93</sup> Yule define así el concepto de *implicatura conversacional*: “An additional unstated meaning that has to be assumed in order to maintain the cooperative principle” (1996: 128). Grice (1989) desarrolla la teoría de las implicaturas conversacionales a partir de la idea de que la conducta conversacional viene dada por unas máximas o principios generales que permiten el uso eficiente y cooperativo del lenguaje. Estas máximas (de calidad, cantidad, relevancia y manera) generan inferencias que van más allá del contenido semántico de las oraciones enunciadas y se llaman implicaturas (conversacionales). Igualmente útiles pueden resultar las *implicaturas convencionales*, basadas en la idea de que existen expresiones lingüísticas que permiten inferir determinados significados convencionalmente atribuidos, y que Levinson define así: “Conventional implicatures are non-truth-conditional inferences that are *not* derived from superordinate pragmatic principles [...] but are simply attached by convention to particular lexical items or expressions” (1983: 127). Yule (*ibíd.*: 45) pone el ejemplo de las expresiones adversativas como *but*, que implican convencionalmente la idea de contraste.

<sup>94</sup> Cf. *discurso/discursos/tipo de discurso* en el apartado IV.1.1. relativo a esta noción en el presente trabajo de investigación.

*A discourse type embodies certain constraints on contents, subjects and relations [...] these dimensions of the discourse type which is conventionally associated with a particular type of situation are determined by the dimension of situation: contents by what is going on, subjects by who's involved, and relations by the relationships between subjects. In addition, there is a fourth dimension, connections, determined by the role of language in what's going on (1989: 149).*

Ahora bien, resulta indudable que toda consideración de las variables que Fairclough establece para la determinación del tipo de discurso y su asociación con lo que él denomina contexto situacional hacen pensar en los estudios de género y registro que han llevado a cabo otros autores, conceptos que Fairclough no parece discernir de manera diferenciada y que parece incluir en el de contexto situacional. Por ejemplo, las actividades, los tópicos, los propósitos, los sujetos y las relaciones entre éstos, y el papel del lenguaje son categorías de las que se sirve Fairclough para determinar el tipo de discurso a partir de la asociación convencional de esta variable con un contexto situacional dado. Sin embargo, muchos de estos términos van a aparecer en las aproximaciones al concepto de *género* de autores como Swales (1990) o Paltridge (1997), y al de *registro* por otros como Eggins (1994), que abordan este binomio mucho más sistemáticamente que Fairclough. Puesto que hemos de admitir que puede existir cierta confusión, hemos optado por respetar el modelo de ACD de *Language and Power* (1989) en este punto para dar homogeneidad al trabajo; sin embargo, daremos mayor sistematicidad a los conceptos de *género* y *registro* en el capítulo cinco a través de un estudio específico de estas categorías aplicadas al corpus aquí analizado de consultorios en las revistas para hombres. Ello no significa que la aplicación de las variables que Fairclough propone en su modelo, que nosotros seguiremos en el análisis empírico de los textos, no dé cuenta igualmente de la conformación de las muestras lingüísticas analizadas a partir de modelos genéricos y discursivos preexistentes que servirán para explicar la idiosincrasia discursiva de los fragmentos estudiados. Hecha esta precisión, continuamos con la presentación del modelo de Fairclough en *Language and Power* (1989) y en actualizaciones posteriores (1992a, 1992b, 1995a, 1995b).

Las muestras textuales reales que se esté analizando encarnarán, pues, un *tipo de discurso* dado, es decir, “un conjunto de convenciones subyacentes que pertenezcan a un orden de discurso determinado” (*ibíd.*: 149). Fairclough incorpora aquí el concepto de orden de discurso, que por primera vez emplea Foucault (1971). Habría así distintos tipos de prácticas sociales que, en su conjunto, estructuran un espacio social

determinado dando lugar a un orden social. Del mismo modo, la dimensión discursiva de los hechos sociales nos permitiría hablar de un orden discursivo donde existirían diferentes tipos de discurso correspondientes a los diferentes tipos de prácticas sociales. Al igual que las prácticas sociales concretas se agrupan en diversos tipos de práctica, los discursos concretos –es decir, las muestras discursivas escritas u orales reales– formarían siempre parte de tipos de discurso más genéricos.

El método de ACD de Fairclough parte de una correspondencia entre los órdenes sociales y los órdenes discursivos en función de una concepción del lenguaje según la cual éste surge y tiene efectos en la sociedad y viceversa (1989: 29). Por lo tanto, una vez definida una práctica social dada (contexto situacional), habrá que interpretar la dimensión discursiva correspondiente. Así, a las cuatro dimensiones de base que servían para interpretar el contexto social situacional (*¿Qué sucede?, ¿Quién participa?, ¿Qué tipo de relaciones hay entre los participantes?, ¿Qué papel desempeña el lenguaje?*) corresponde la interpretación de los Contenidos, los Sujetos, las Relaciones entre éstos y las Conexiones, que darán lugar a una evaluación textual del tipo de discurso correspondiente al contexto situacional. En la práctica, estas cuatro categorías, que van a dar forma al tipo de discurso ante el que nos encontremos, van a concretarse en las variables que Fairclough propone en la siguiente pregunta de su modelo de ACD.

**II. 2. 1. ¿Qué tipos de discurso se encuentran? (¿Qué reglas, sistemas o principios de fonología, gramática, cohesión oracional, vocabulario, semántica y pragmática; y qué esquemas, marcos y guiones?)**

Aspectos lingüísticos que, según el autor de *Language and Power*, resultarán determinantes en la interpretación del tipo de discurso, una vez identificado el contexto situacional a que dicho tipo de discurso se va a asociar, son:

- A. La mera **superficie de los enunciados**: fonética, gramática, vocabulario.
- B. El **significado de los enunciados**, con especial atención a los *actos de habla*<sup>95</sup>, teniendo en cuenta que éstos encarnan representaciones ideológicas de los sujetos y de las relaciones sociales entre éstos. Interesantes pueden resultar los actos de habla

---

<sup>95</sup> Tal y como lo describe Yule, un acto de habla es: “an action performed by the use of an utterance to communicate” (1996: 134). La teoría de los actos de habla, de la que Levinson (1983: 226-83) ofrece un amplio tratamiento, se desarrolla principalmente a partir de los estudios de Austin (1962) y Searle (1969, 1979). Fundamental para los propósitos de este trabajo resulta la **clasificación** básica de actos de habla que, a partir de los cinco tipos básicos de acción que él estima que pueden realizarse al hablar, lleva a cabo Searle (1979): *representativos*, que comprometen al hablante con la verdad de la proposición expresada; *directivos*, que son intentos del hablante de que el destinatario haga algo; *comisivos*, que van a comprometer al hablante con la realización de alguna acción futura; *expresivos*, que expresan un estado

indirectos, en que no va a existir una relación directa entre la estructura semántica y la función comunicativa de un enunciado (v.gr. usar la forma interrogativa para formular un ruego), así como los grados de cortesía que utiliza el hablante cuando espera conseguir algo del oyente y su implicación en el principio de la cooperatividad de Grice (1975).

- C. La **coherencia local**<sup>96</sup> entre los enunciados del texto, que ayudará a interpretar la dimensión de las conexiones del tipo de discurso.
- D. La **estructura** del texto. Para interpretarla, habrá que examinar la *coherencia global* del texto, partiéndose de que, en los procesos de producción e interpretación textual, va a entrar en juego una interrelación entre las propiedades textuales y las representaciones prototípicas del mundo almacenadas en la memoria de los individuos o *members' resources* (10-11, 24-25). Hay que decir que, en los últimos años, el concepto de *coherencia* se ha revisado y cambiado, subrayándose más la importancia del usuario del lenguaje que del propio texto y haciéndose cada vez más hincapié en el lenguaje oral, esto es, en cómo los hablantes negocian la coherencia. La coherencia es hoy para varios lingüistas el resultado de la integración de procesos cognitivos entre el hablante, el escritor y el lector (Gernbascher y Givón, 1995: viii). Esta visión de la coherencia no coincide con la implicación de todo o nada de una textura perfecta o de la coherencia total frente a la incoherencia. La coherencia desde la perspectiva cognitiva se considera como indeterminada intrínsecamente y escalar, dado que las imágenes mentales de los hablantes no son idénticas, sino en el mejor de los casos aproximadas. Esta perspectiva de la coherencia está ligada al contexto, está más orientada al usuario y basada en la comprensión e interpretación. Para un resumen del enfoque cognitivo y lingüístico de la coherencia, puede consultarse Díez Prados (1998: 2-65 y ss.).

---

psicológico; y *declarativos*, que efectúan cambios inmediatos en el estado de cosas institucional y que tienden a apoyarse en instituciones extralingüísticas elaboradas.

<sup>96</sup> Fairclough no deja del todo claro lo que él entiende por *coherencia* y las diferencias entre *coherencia local* y *global*. Cuando habla de la *coherencia global* del texto, propone el estudio de macroestructuras tales como esquemas, marcos y guiones, que vienen a otorgar sentido integral a un texto. Precisamente Brown y Yule estudian estos tres conceptos en tanto que elementos de coherencia del discurso, noción que proponen que hay que entender así: “In addition to our knowledge of sentential structure, we also have a knowledge of other standard formats in which information is conveyed. We also rely on some principle that, although there may be no formal linguistic links connecting contiguous strings, the fact of their contiguity leads us to interpret them as connected. We readily fill in any connections which are required” (1983: 224). Sin embargo, la apelación que hace Fairclough a considerar las relaciones entre los enunciados del texto al hablar de *coherencia local* –“interpreters draw upon that aspect of their ‘knowledge’ of language which has to do with cohesion” (1989: 149)– le lleva a identificar *coherencia local* con *cohesión textual* en el sentido en que Halliday y Hasan (1976: 4) definen esta noción.

Así pues, para desentrañar la coherencia global del texto –no sólo entre partes secuenciales del texto en cuestión, sino entre diversas partes de este texto y el mundo–, se tendrán presente tres conceptos psicolingüísticos clave:

- Los *esquemas* (*schemata*): se pondrá en relación el texto con estos modelos característicos de organización textual asociados con distintos tipos de discurso que Fairclough define como “a representation of a particular type of activity in terms of predictable elements. It is a mental representation of the ‘large-scale textual structures’”<sup>97</sup> (158). Ayudarán a identificar los *tipos de actividades* dentro de los contenidos del discurso.
- Los *marcos* (*frames*): “They represent the entities that populate the natural and social world. A frame is a representation of whatever can figure as a topic, a ‘subject matter’, or ‘referent’ within an activity”(158-159). Serán útiles para la determinación de lo que Fairclough denomina *tópico*<sup>98</sup> dentro de los contenidos del discurso.
- Los *guiones* (*scripts*), que ayudarán a la interpretación discursiva de los sujetos y de las relaciones que hay entre ellos; Fairclough los define así:

*They represent the subjects who are involved in the activities and their relations. They tipify the ways in which specific classes or subjects behave in social activities, and how members of specific classes or subjects behave towards each other –how they conduct relationships (159)*<sup>99</sup>.

Por lo tanto, estas cuatro dimensiones (superficie y significado de los enunciados, coherencia local y estructura del texto) resultarán esclarecedoras a la hora de la interpretación del tipo de discurso y de las variables que para ello hay que tener en

---

<sup>97</sup> Haciéndose eco de los estudios sobre esquemas de otros autores, Brown y Yule definen así este concepto: “Schemata are said to be higher-level complex (and even conversational or habitual) knowledge structures [...] which function as ideational scaffolding [...] in the organization and interpretation of experience [...] Rather than deterministic constraints on how we must interpret discourse, schemata can be seen as the organised background knowledge which leads us to expect or predict aspects in our interpretation of discourse” (1983: 247-248). Según reconoce el propio Fairclough al dar cuenta de las fuentes de su modelo de ACD, parte del estudio clásico de Shank y Abelson (1977) para abordar el tratamiento de los esquemas y otras nociones relacionadas.

<sup>98</sup> La identificación entre marco y tópico prototípico que hace Fairclough ya aparece igualmente postulada por Charniak: “I take a frame to be a static data structure about one stereotyped topic” (1975: 42).

<sup>99</sup> Esta definición de *guiones* que hace Fairclough en tanto que modelos de comportamiento y actitud social de los sujetos la adopta de Abelson, para quien: “in our view, attitude toward an object consists in the ensemble of scrips concerning that object” (1976: 16). De hecho, en una revisión posterior del trabajo de Abelson sobre la noción psicolingüística de guiones, Tannen apuntará a propósito: “among the most interesting of the perspectives Abelson (1976) investigates is the relationship between scripts, attitudes, and behaviour” (1979: 140).

cuenta (contenidos, sujetos, relaciones entre éstos y conexiones textuales); si bien habrá que tomarlas en consideración globalmente para la interpretación del tipo de discurso.

En la actualización del modelo para analizar el discurso periodístico, Fairclough (1995b: 203) insta a tener en cuenta las posibles notas de **oralidad y conversacionalización** de los discursos, y su construcción con **tono serio o de humor** –Fairclough emplea el término *key*<sup>100</sup>; estas dimensiones resultan significativas al analizar las identidades y tipos de relaciones que se activan entre los participantes del discurso, especialmente entre los productores del discurso periodístico y las audiencias. Para llegar a entender la construcción del tipo de discurso, Fairclough incidirá también en la necesidad de poner de relieve el proceso de **producción y consumo** de los textos periodísticos, y el lugar que ocupa un texto concreto dentro del **orden del discurso**<sup>101</sup> periodístico.

## ***II. 3. Diferencia y Cambio***

### ***II. 3. 1. ¿Varían las respuestas a las preguntas A y B en función de los distintos participantes?***

Los participantes pueden llegar a diferentes interpretaciones del contexto situacional e intertextual dándole valores distintos a los rasgos textuales; y, cuando hay un participante con más poder que los demás, éste puede tratar de imponer su interpretación del contexto sobre los participantes menos poderosos.

### ***II. 3. 2. ¿Cambian en el transcurso de la interacción?***

Lo dicho a propósito de la variable anterior ha de matizarse teniendo presente que las interpretaciones del contexto pueden llegar a variar en el transcurso de la interacción.

---

<sup>100</sup> Fairclough (1995b: 203) utiliza el término “tono”/*key*: “A term used by some sociolinguists as part of a classification of variations in spoken interaction: it refers to the tone, manner or spirit in which a SPEECH ACT is carried out, e.g. the contrast between mock and serious STYLES of activity” (Crystal, 1997: 210).

<sup>101</sup> Como ya se ha anticipado brevemente al introducir lo que Fairclough entiende por *tipo de discurso*, partiendo del concepto de *orden discursivo*, acuñado por Foucault (1971), Fairclough entiende que la estructuración de los espacios sociales en dominios asociados a los tipos de prácticas que en ellos se producen va a tener siempre una dimensión discursiva, definiendo la noción de *orden discursivo* de la siguiente manera: “a social order looked at from a specifically discursive perspective – in terms of those types of practice into which a social space is structured which happen to be discourse types” (1989: 29). La estructuración de los órdenes discursivos –paralelamente a la de los órdenes sociales– va a legitimizar la aparición y circulación de unos tipos de discurso u otros en sociedad, según ha puesto de manifiesto Martín Rojo: “El orden discursivo se asienta, en consecuencia, sobre un principio de desigualdad, que

### **III. EXPLICACIÓN**

Ya que el discurso se entiende como una práctica social, habrá que poner de manifiesto el modo en que el discurso está determinado por las estructuras sociales y los efectos que, de forma acumulativa, pueden tener los discursos sobre dichas estructuras sociales, sosteniéndolas o cambiándolas. En efecto, los discursos –fase de *interpretación*– donde se inscriben los rasgos textuales –fase de *descripción*– sólo se actualizan y cobran un valor socialmente operativo en tanto que parte de procesos de lucha institucional y social –fase de *explicación*–<sup>102</sup>. Para Fairclough, las estructuras sociales configuran las convenciones de sentido común naturalizadas o *members' resources*, en función de las cuales se conformarán los discursos; sin embargo, el que esas estructuras cognitivas de los individuos sigan siendo las mismas o varíen va a depender de los discursos existentes, de modo que ese saber prototípico sobre el mundo ejercerá una poderosa influencia sobre las estructuras sociales (1989: 162). Para desarrollar la fase de explicación, se proponen las variables que desarrollamos a continuación.

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

##### **III. 1. 1. ¿Qué relaciones de poder en los niveles situacional, institucional y social<sup>103</sup> pueden ayudar a configurar este discurso?**

Entendiendo los discursos como escenarios de las relaciones y luchas de poder que tienen lugar en una estructura social, se prestará atención a la determinación social del discurso, y en concreto al resultado que sobre el discurso puedan haber tenido luchas de poder pasadas (1989: 163). Se trata de detallar la naturaleza de lo que en comentarios

---

explica por qué junto a *discursos autorizados*, encontramos “*discursos des-autorizados*”, frente a *discursos legitimados*, “*discursos des-legitimados*” (1997a: 4-5).

<sup>102</sup> Naturalmente, los análisis de textos periodísticos habrán de contemplar también la matriz y efectos sociales de este discurso, según añade Fairclough en su obra *Media Discourse*: “This question brings into the picture wider social conditions (including economic and political ones) which constrain media discourse and media texts, and their social effects – in terms of systems of knowledge and beliefs (and ideologies), social relations of power, and the positioning of people as social subjects” (1995b: 206).

<sup>103</sup> Fairclough explicará así lo que entiende por nivel situacional, institucional y social:

- NIVEL SITUACIONAL: “Social actions tend very much to cluster in terms of institutions; when we witness a social event (v.g. a verbal interaction [nivel situacional o acción social concreta], we normally have no difficulty identifying it in institutional terms, i.e. as appertaining to the family, the school, the workplace...” (1995a: 37);

- NIVEL INSTITUCIONAL: “We focus upon the institution as a ‘pivot’ between the highest level of social structuring, that of the ‘social formation’ [la sociedad en su conjunto], and the most concrete level, that of the particular social event or action” (*ibíd.*: 37);

- NIVEL SOCIAL: “I use the term ‘social formation’ to designate a particular society at a particular time and stage of development (e.g. Britain in 1984). The term society is used too loosely and variously to serve the purpose” (*ibíd.*: 53).



posteriores sobre su modelo de ACD Fairclough, en la obra *Discourse and Social Change* (1992a: 237), denominará “matriz social del discurso” (*social matrix of discourse*), tal y como explica el autor: “The aim is to specify the social and hegemonic relations and structures which constitute the matrix of this particular instance of social and discursive practice; how this instance stands in relation to these structures and relations” (*ibíd.*). Las relaciones de poder en sociedad tienen, para Fairclough, siempre el carácter de lucha. Sin embargo, estas luchas no son sólo de clases, sino que también pueden tener lugar entre géneros, grupos étnicos, etc:

*Power relations are not reducible to class relations. There are power relations between social groupings in institutions, as we have seen, and there are power relations between women and men, between ethnic groupings, between young and old, which are not specific to particular institutions* (1989: 34).

### **III. 2. Ideologías**

#### **III. 2. 1. ¿Qué elementos de los procedimientos interpretativos empleados poseen un carácter ideológico?**

Se partirá del hecho de que las asunciones sobre la cultura, las relaciones sociales y las identidades sociales, que vienen a formar parte de los procedimientos interpretativos<sup>104</sup> de los sujetos, tienen una dimensión ideológica<sup>105</sup>, es decir, están determinados por relaciones de poder en el seno de la sociedad o de una institución (1989: 166). El estudio de la determinación ideológica del discurso pondrá, de este modo, al descubierto qué relaciones de dominio y poder en el seno de la sociedad de la que forma parte el discurso subyacen en el discurso que estemos analizando:

*Discursive practices are ideologically invested as they incorporate significations which contribute to sustaining or restructuring power relations [...] Ideologies arise in societies characterised by relations of domination on the basis of class, gender, cultural group, and so forth* (1992a: 91).

---

<sup>104</sup> Cicourel explica lo que son los *procedimientos interpretativos* en los siguientes términos: “The interpretative procedures activate short- and long-term information (socially distributed knowledge) that enables the actor to articulate general normative rules with immediate interaction scenes. The interpretative procedures and surface (normative) rules provide the actor with a scheme for partitioning his environment into domains of relevance” (1974: 40).

<sup>105</sup> Thompson define el significado del controvertido concepto de *ideología* del siguiente modo: “The term is used in two fundamentally different ways. On the one hand, ‘ideology’ is employed by many authors as if it were a purely descriptive term. One speaks of ‘systems of thought’, of ‘systems of belief’, of ‘symbolic practices’ which pertain to social action or political projects. This use of the term rises to what may be called a neutral conception of ideology [...] There is, however, another sense of ‘ideology’ which is evident in the current literature. In the writings of some authors, ideology is essentially linked to the process of sustaining asymmetrical relations of power, that is, to the process of maintaining domination. This use of the term expresses what may be called a critical conception of ideology” (1984: 3-4).

### **III. 3. Efectos**

#### **III. 3. 1. ¿Cómo se posiciona este discurso respecto a las luchas de poder<sup>106</sup> en los planos situacional, institucional y social?**

Se atenderá aquí a los resultados sociales que el discurso puede tener en las luchas sociales en el futuro; es decir, la relación e influencia mutua entre las prácticas discursivas y las prácticas sociales significa que no sólo son los discursos los que vienen determinados por la base social en que surgen, sino que, de manera acumulativa, los discursos van a tener un resultado sobre la sociedad y las pugnas de poder que en ella tienen lugar:

*The objective is to portray a discourse as part of a social process, as a social practice, showing how it is determined by social structures, and what reproductive effects discourses can cumulatively have on those structures [...] Explanation is a matter of seeing a discourse as part of processes of social struggle, within a matrix of relations of power [...] We can see discourses as part of social struggles and contextualize them in terms of these broader (non-discoursal struggles), and the effects of these struggles on structures. This puts the emphasis on the social effects of discourse, on creativity, and on the future (1989: 163 [subrayado nuestro]).*

#### **III. 3. 2. ¿Son estas luchas abiertas o encubiertas?**

Las luchas sociales abiertas son propias de un discurso creativo, mientras que las encubiertas resultan características de un discurso normativo (165), conceptos éstos que quedan explicados en la siguiente variable del modelo de análisis.

#### **III. 3. 3. ¿Es discurso normativo o creativo?**

Un **discurso normativo** se asocia con situaciones sociales no problemáticas y familiares para los participantes. Los procedimientos interpretativos<sup>107</sup> con que cuenta el sujeto dan lugar a una interpretación inmediata de una situación dada a través de un modo estándar de combinar los recursos y convenciones de producción e interpretación de situaciones sociales/discursivas. Esto se manifiesta bajo la forma de géneros

---

<sup>106</sup> En la fase de explicación, Fairclough arranca de una concepción marxista de la sociedad basada en un proceso de luchas de poder. De ahí que, cuando habla de los condicionamientos sociales en que surge el discurso y de los efectos de éste, considere que existen unas relaciones de poder en el seno de la sociedad que tienen el carácter de pugna. Autores como Jameson en *The Political Unconscious* parten de similares premisas a la hora de interpretar los textos: "To rewrite the individual text, the individual cultural artifact, in terms of the antagonistic dialogue of class voices ..., the individual utterance or text is grasped as a symbolic move in an essentially polemic and strategic ideological confrontation between the classes [...] The individual text or cultural artifact is here restructured as a field of force in which the dynamics of sign systems of several distinct modes of production can be registered and apprehended" (1989: 85-98).

<sup>107</sup> Lo que Fairclough considera procedimientos interpretativos del sujeto incluyen los conocimientos que éste tiene sobre la lengua, las representaciones del mundo social en que vive, sus valores, creencias, asunciones que tiene en su mente y que usa para producir e interpretar textos. También los llama *Members' Resources* o *Background Knowledge* (1989: 141).

discursivos puros (165). Por el contrario, un **discurso creativo** resulta característico de situaciones problemáticas para los participantes en el sentido de que hay una disyunción entre la situación que se plantea y las que resultan familiares para los participantes, que viene dada por la existencia de tensiones palpables en la estructura de una sociedad (*ibíd.*). Esto ocurre, por ejemplo, en los procesos de cambio social, en donde el sujeto ha de combinar los recursos de sus procedimientos interpretativos para interpretar una situación dada, como sucede cuando los géneros discursivos no se dan en estado puro, sino en una dimensión marcadamente intertextual<sup>108</sup>.

Fairclough está trasladando al ámbito de lo discursivo la teoría sobre la reproducción de las ideologías de Althusser (1971), relativa a los mecanismos por medio de los cuales las sociedades sostienen a lo largo del tiempo sus estructuras y relaciones sociales; cuando los individuos ocupan una determinada posición de sujeto al producir o interpretar un determinado tipo de discurso, están reproduciendo ese discurso y las prácticas sociales a él asociadas. Ahora bien, esa reproducción puede ser *conservadora* –dando lugar a una continuidad en los ordenes discursivo y social– o *transformadora* –dando lugar a cambios–; ello dependerá de las relaciones y luchas de poder entre las fuerzas sociales (Fairclough, 1989: 39-40).

### ***III. 3. 4. ¿Contribuye a mantener las relaciones de poder existentes o a transformarlas?***

Habría que ver de qué modo influye el discurso que se esté analizando en la dinámica de relaciones sociales de que forma parte: si el discurso se limita a reproducir las relaciones de poder existentes en la sociedad de la que forma parte, o si, por el contrario, coadyuva a cambiarlas por otras distintas. En el caso de *textos periodísticos*, Fairclough (1995b: 205) estima oportuno sacar a la luz si existe algún tipo de **respuesta a la forma de acción social** que constituye estos discursos: a través de otros textos – cartas de felicitación o quejas, reseñas, etc.– o con acciones no textuales – manifestaciones, acciones gubernamentales–.

---

<sup>108</sup> En escritos posteriores, Fairclough aclara estos conceptos: “Where the social action is conventional and takes place within relatively stable and well-defined social relations and practices, one might expect discourse conventions to be followed in a relatively normative way. It is when relations and practices are in flux, and when the social action is perhaps oppositional or in some way problematic, that one might expect innovative combinations of conventions” (1992c: 11).

## ***V. CORPUS DE TEXTOS***

En las páginas que siguen pasamos a presentar desde distintos puntos de vista los textos que analizamos en el presente estudio. En primer lugar abordaremos las peculiaridades de la revista como formato particular del discurso periodístico para centrarnos en los estudios de mercado sobre las revistas para hombres en particular, donde se incluye la sección de consultorio que en este trabajo investigamos. Seguidamente, realizaremos un estudio de género y registro de los textos objeto de análisis que permita comprobar la homogeneidad de los mismos, tanto más necesario cuanto que las aproximaciones teóricas a esta sección de la prensa escrita han sido más bien escasas. Finalmente, expondremos cuáles han sido los criterios de selección de las muestras concretas de discurso que aquí examinamos.

### **V. 1. Las revistas para hombres en el Reino Unido**

#### **V. 1. 1. La revista: definición y clasificación**

En un intento de definir el término *revista* en un manual de periodismo de mediados de los sesenta, escribe Hildick: “This is a collection of articles or stories (or articles and stories), by various people, which is published periodically” (1966: 13). Más de veinte años más tarde, Anthony Davis no puede por menos que reconocer la imposibilidad de aportar una definición universal para este formato de la prensa que no se apoye en esos mismos criterios de publicación de artículos e historias de diversos autores de manera periódica:

*There is no universally accepted definition of magazine other than it should contain articles or stories by different authors, and that it should be published at regular intervals, which can be any period longer than a day, according to some, and not less than a week in the view of others* (1988: 3).

Para Desinano de Ossuna, las diferencias fundamentales entre las revistas y el canal de comunicación periodística más similar a ella –el periódico– no sólo radican en el menor tamaño y aspecto más atractivo, la más compleja distribución y el mayor espacio dedicado al material gráfico, o el mayor lugar ocupado por la propaganda, sino también por el tipo especial de contenidos de las revistas:

*La revista prescinde casi completamente de la noticia tal y como es volcada por las agencias informativas en los otros medios de información; por el contrario*

*su material aparece conformado en notas, comentarios, reportajes, críticas especializadas sobre diferentes temas (1987: 21-22).*

Y frecuentemente información y opinión son menos importantes en este tipo de publicaciones –del que tenemos ya noticia a finales del siglo XVII en Francia e Inglaterra– que publicidad o entretenimiento, dependiendo, eso sí, del tipo de revista en cuestión.

A partir de esta definición de revista, Wolseley (1969: 9-10) propone ya en su obra *Understanding Magazines* una clasificación de las revistas contemporáneas en dos grandes grupos:

1. Las *revistas de interés general*, que, si el grupo de consumidores al que van dirigidas tiene un carácter especializado, pueden subdividirse: revistas de noticias, revistas de viajes, revistas para hombres, revistas para mujeres, revistas de deportes, etc. En cualquier caso, serán de amplísima tirada.
2. Las *revistas especializadas* en función de diversos intereses o aficiones: juveniles, literarias, académicas, de negocios, científicas, religiosas, etc. Éstas tienen una menor tirada<sup>109</sup>.

Wolseley no deja clara la diferencia entre las revistas especializadas dentro del grupo de las de interés general y las especializadas propiamente dichas, al no explicitar lo que entiende por “tirada amplia o reducida”; y de hecho admite que no son familias excluyentes: “They are not exclusive groups” (*ibíd.*: 9). Con todo, resulta significativo que reconozca ya la existencia de un tipo especial de revistas con una idiosincrasia propia para los hombres, que define así:

*Just what is a man’s magazine? [...] a definition is to say that a man’s magazine is one that makes its appeal to man’s maleness; similarly, a woman’s magazine is one appealing to woman as a woman. (ibíd.: 290).*

## **V. 1. 2. Las revistas para hombres**

Admitida la existencia de una categoría especial de revistas dirigidas a un público masculino, se impone hacer mención al origen de este tipo de publicaciones y al panorama actual en el Reino Unido. En este sentido, Peterson (1972: 309-19) señala en su trabajo *Magazines in the Twentieth Century* la existencia de revistas destinadas a los hombres en los Estados Unidos ya en el siglo XIX, surgiendo muchas más durante las cuatro primeras décadas del siglo XX; si bien éstas eran todas revistas especializadas en

---

<sup>109</sup> Véase más abajo las cifras de tirada del corpus de revistas aquí analizado.

su contenido según intereses particulares como la caza y la pesca (v.g. *Field and Stream; Hunting and Fishing*), la mecánica y el bricolaje (v.g. *Popular Mechanics; Mechanix Illustrated*), o el deporte (v.g. *Sport*). Para Peterson, será a partir de los años treinta, y especialmente desde la Segunda Guerra Mundial, cuando surjan las primeras revistas de interés general para hombres en Norteamérica, con títulos como *True, Argosy, Esquire* o *Play Boy*.

En el Reino Unido, Edwards divide el panorama de las revistas para hombres de los últimos años de la década de los 90 en dos grupos claramente diferenciados:

1. Las **revistas de interés general**<sup>110</sup>: “a list of fully style-conscious and self-conscious general interest magazines aimed directly and overtly at a male readership including *GQ, Esquire, Arena, For Him Magazine (FHM), Loaded* and *Maxim*” (1997: 72).
2. Las **revistas de intereses específicos**: “a gargantuan group of men’s interest magazines which covertly target men as their primary readership including car, camping, photography, sport and technical titles” (*ibíd.*: 73).

Aunque en el caso de este segundo tipo existe una larga tradición histórica en el país –unido a las publicaciones pornográficas dirigidas fundamentalmente al público masculino–, las primeras revistas de interés general para hombres no van a surgir en Gran Bretaña hasta mediados de la década de los ochenta, con la aparición de títulos como *FHM* en 1985 y *Arena* en 1986, tras los que irían apareciendo otros como *Sky (Magazine)* (1987), *GQ* (1988), *Esquire* (1991), *Attitude* (1994) –la única dirigida explícitamente al público masculino homosexual–, *Loaded* (1994), *Men’s Health* (1995), *XL for Men* (1995), *Maxim* (1995), *Stuff for Men* (1996), *GQ Active* (1997), *Later* (1999), *ZM* (1999), etc. Esto contrasta con la amplia tradición de tres siglos (Kent, 1979) con que cuentan las revistas de interés general dedicadas al público femenino, de lo que son prueba los numerosos estudios dedicados a dicho tipo de publicaciones tanto en inglés (White, 1970; Ferguson, 1983; Winship, 1987; Ballaster *et al.*, 1991; McCracken, 1993; Hermes, 1995; Caldas-Coulthard, 1996) como en español (Stoll, 1994; Feliu Arquiola *et al.*, 1999). Esta considerable diferencia entre el mercado de las revistas dirigidas a cada sexo se explicaría si tenemos en cuenta que las revistas destinadas al público masculino han estado históricamente dispersas en contenidos

---

<sup>110</sup> En inglés, junto a la denominación de “revistas de interés general para hombres” (*general interest men’s magazines*) alterna la de “revistas de estilo de vida masculino” (*men’s lifestyle magazines*), que utilizan, por ejemplo, Jackson, Brooks y Stevenson (1999).

concretos, mientras que las consagradas a las mujeres han versado sobre intereses generales relacionados con el modo de vida femenino, algo que no ha ocurrido con el mercado de publicaciones para los varones hasta muy recientemente. Nixon trata de explicar esto en razón del diferente modo de socialización de los hombres y las mujeres, aludiendo a estas razones para que el mercado de las revistas de interés general para hombres comenzara a desarrollarse con tanto retraso respecto al femenino en Gran Bretaña:

*While women become “friends” with their magazines, there is an inbuilt male resistance to the idea of a magazine that makes public and shares ideas about being a man. To men it is an unacceptable contradiction. Self-consciousness is permissible, even attractive, in a woman; it is perceived as weak and unmanly in a man [...] Men don’t define themselves in what they read, they define themselves as people who are into cars, who play golf or fish (1996: 129-130).*

Las revistas de interés general para hombres son publicadas por grupos editoriales británicos tan importantes como EMAP, IPC, The National Magazine Company y Condé Nast, y, según un estudio de mercado editado por Philippa Smith (1996: 1-2), moverían un volumen comercial de ochenta y dos millones de libras anuales, lo cual las había convertido en el sector de más rápido crecimiento del mercado de revistas del Reino Unido tan sólo diez años después de su aparición. En un informe de 1999 de Jackson y Stevenson (1999)<sup>111</sup> sobre este tipo de publicaciones, los autores manejan las cifras de **tirada** del *Audit Bureau of Circulations* británico del segundo semestre de 1997, que oscilan entre los 53.000 y los 644.000 ejemplares, según se desprende de los siguientes datos que ofrecen. Las cifras del primer semestre de 2000 de otro estudio de Jackson, Stevenson y Brooks (2001: 30) son prácticamente idénticas, recogiendo la siguiente tabla el movimiento a la alta o a la baja de cada publicación<sup>112</sup>:

TÍTULO	PERÍODO		
	<u>Segundo semestre de 1997</u> (Jackson y Stevenson, 1999)	<u>Primer semestre de 2000</u> (Jackson, Stevenson y Brooks, 2001)	<u>Segundo semestre de 2001: informe publicado el 30-1-2002 por el <i>Audit Bureau of Circulations</i> en su página web: <a href="http://www.abc.org.uk">http://www.abc.org.uk</a></u>
<i>Arena</i>	86.922	-	38.182

<sup>111</sup> El informe no aparece paginado.

<sup>112</sup> No podemos dar cifras exactas para el primer período de 2000, ya que los datos de Jackson, Stevenson y Brooks (2001: 30) aparecen en un gráfico sin cifras absolutas.

<i>Esquire</i>	106.203	-	62.007
<i>FHM</i>	644.110	+	570.719
<i>GQ</i>	129.294	+	125.885
<i>GQ Active</i>	64.381	Sin datos	Sin datos
<i>Loaded</i>	441.567	-	308.711
<i>Maxim</i>	249.096	+	276.640
<i>Men's Health</i>	225.126	=	215.517
<i>Stuff for Men</i>	61.358	Sin datos	55.606
<i>XL for Men</i>	53.759	Sin datos	Sin datos
<i>Front</i>	Sin datos	Sin datos	153.613
<i>The Face</i>	Sin datos	Sin datos	55.329

Estas cifras, que comparan con las de años anteriores, revelan un crecimiento sostenido y continuado del número de lectores; de hecho, según información aparecida en *The Independent* el 15 de agosto de 1997, los títulos más vendidos superaban ya la tirada de revistas para mujeres como *Cosmopolitan*. Sin embargo, según el informe del *Audit Bureau of Circulations* del Reino Unido para el segundo semestre del 2001 –publicado el 30-1-02 y accesible en la página web que figura en la tabla–, aunque hay títulos como *Maxim* que aumentaron su tirada, se constata una ligera tendencia a la baja en la tirada del resto de publicaciones.

Cuando hace cinco años Edwards publica su estudio sobre las revistas de hombres en el Reino Unido, en el capítulo quinto de su obra *Men in the Mirror* define el reciente mercado del subgrupo de las revistas de interés general, objeto del presente estudio, en función de los siguientes parámetros (1997: 75-79):

- **Precio:** de 2 a 3 libras por número;
- **Contenidos:** secciones sobre moda, deporte, salud y culto al cuerpo, sexo y mujeres, viajes y arte; reportajes sobre aspectos relacionados con el modo de vida masculino; entrevistas a personajes famosos; y publicidad (sobre todo sobre moda, accesorios, tabaco, alcohol y tecnología)<sup>113</sup>;
- **Destinatarios:** primordialmente un público urbano de hombres solteros, heterosexuales, de altos ingresos y de perfil consumista:

<sup>113</sup> Smith (1996: 3) amplía la tipología de contenidos a secciones sobre música, comida, artículos sobre temas de actualidad, ciencia, coches o reseñas sobre literatura, cine y vídeo. La publicidad alcanzaría, según el estudio de Jackson y Stevenson (1999) los dos tercios de los contenidos de estas revistas.



*a quite specific and often fixed targeting of single, affluent, city-dwelling, high-earning and high-spending, primarily heterosexual men to the exclusion of all others: that is, all those who do not at least primarily aspire to this way of living or its values (ibíd.: 76).*

A estos rasgos habría que añadir la edad media de los lectores que consumen estas publicaciones de carácter mensual o bimensual, que al poco de empezar a publicarse se situaba, según Mort (1988: 211), sobre todo, entre los veinticinco y los treinta y cinco años. No obstante, de acuerdo con el estudio de mercado que edita Smith (1996: 32) casi diez años después, el número de lectores se hace incluso más amplio en la franja de varones de edades entre quince y veinticinco años. Según su estudio, el 65% de los jóvenes en esa edad leen este tipo de revistas, frente al 59% de hombres entre veinticinco y treinta y cuatro años, descendiendo progresivamente el número de lectores con la edad. Asimismo, añade Smith (*ibíd.*), el número de consumidores de las revistas de interés general para hombres es mayor conforme más elevado es su estatus social y su nivel de estudios, siendo el cómputo total de lectores ligeramente más alto en Escocia, en Londres y en el Suroeste del Reino Unido.

Hay que mencionar que el hecho de que tanto las revistas de estilo de vida masculino como las femeninas se dirijan a un amplio público de mujeres y hombres respectivamente va a convertir a estas publicaciones, tal y como afirman Caldas-Coulthard y Martín Rojo (1999: 5), en espacios privilegiados para acceder a la producción en sociedad de discursos institucionalizados sobre la masculinidad y la feminidad que ponen en circulación, legitiman y homogeneizan representaciones de los géneros y auspician estructuras determinadas de valores sociales y económicos. Fieles a la tendencia generalizada del discurso periodístico de producir un lector ideal, sobre el que se va a proyectar, y al mismo tiempo presuponer, un sistema de valores dado<sup>114</sup>, las revistas dirigidas a uno u otro sexo van a configurar imágenes de lo que se entiende como masculino o femenino, que van a divulgar entre su público de lectoras o lectores. Según apunta Caldas-Coulthard a propósito de las revistas femeninas, y que se puede aplicar igualmente a las masculinas: “They have a highly important role in the maintenance of cultural values, since they construct an ‘ideal’ reader who is at the same time both produced and imprisoned by the text” (1996: 250). Los productores del

---

<sup>114</sup> Así lo entiende Reah en su estudio del discurso periodístico: “Newspapers assume the existence of groups that may not actually exist as groups within society and, by addressing themselves to these groups, create a shared ideology [...] Newspapers create an implied audience by overt identification in which the paper becomes an individual and the readers are a named group” (1998: 35-45).

discurso periodístico van a ejercer un notable poder sobre sus consumidores, al decidir qué incluir, cómo se proyectan los acontecimientos y qué *posiciones de sujeto* o patrones de identidad –en este caso qué significados sobre lo masculino– ofrecen a sus destinatarios: “Media discourse has built into a subject position for an ideal subject, and actual viewers or listeners or readers have to negotiate a relationship with an ideal subject” (Fairclough, 1989: 50). Estas revistas van a ejercer, así pues, un poderoso influjo en la construcción y proyección de modelos masculinos entre su público de hombres lectores.

## **V. 2. La sección de consultorio: Género y Registro**

La sección de consulta de periódicos y especialmente en revistas de interés general ha sido objeto de interés académico desde distintas perspectivas: el estudio de los orígenes (Hendly, 1977) y la evolución histórica (Kent, 1979) de esta forma de cultura popular; el alcance psicológico del asesoramiento que se ofrece en estas columnas (Moran, 1989); o la breve mención al valor marginal de este tipo de secciones en la praxis periodística, como prueban las definiciones de diversos diccionarios y manuales de periodismo (Fraser Bond, 1965: 309-314; Martínez Sousa, 1981: 108; López de Zuazo Algar, 1990: 52; Hodgson, 1993: 56-57; Muñoz, 2000: 62). No han faltado tampoco enfoques más puramente lingüísticos, como el examen de la construcción discursiva de las identidades de género según la gramática sistémico-funcional (Thibault, 1988); a través de los mecanismos de coherencia dentro del marco del ACD (Gough y Talbot, 1993); o analizando las asunciones que subyacen a las preguntas que en esta sección se formulan (Kreuz y Graesser, 1993). Con todo, y a pesar de que autores como Thibault (1988: 205) y Kreuz y Graesser (1993: 65) no dudan en referirse a esta sección como género con autonomía propia, en ningún momento llegan a examinar sus rasgos característicos.

Abordamos, por tanto, dicha tarea en esta sección de nuestro trabajo, donde trataremos de delimitar las peculiaridades del género de las secciones de consulta en las publicaciones periódicas, y, en concreto, en las revistas de interés general para hombres británicas como vehículo de la prensa. Para ello, llevaremos a cabo los correspondientes análisis de género y registro a partir de las muestras textuales que hemos tenido en cuenta para la realización de esta tesis.

## V. 2. 1. Género

La presencia de una sección de consultorio en periódicos y revistas de interés general donde los lectores plantean problemas de diversa índole que encuentran respuesta desde la publicación a la que van dirigidos no es algo nuevo en la prensa británica. En su obra *Aunt Agony Advises. Problem Pages through the Ages*, Kent localiza el origen del género en Inglaterra a finales del siglo XVII:

*The problem page was invented by John Dunton, a thirty-two year old printer and bookseller, who spoke of morality but knew more about sin in 1691 [...] The consequence was the birth, on 10 March 1691, of The Athenian Gazette, the first device for audience participation in the history of publishing* (1979: 1).

Kent rastrea los orígenes de estos consultorios en la prensa inglesa de los tres últimos siglos, ofreciendo ejemplos desde el siglo XVIII –en que literatos como el mismo Daniel Defoe en la revista *The Review*, o Richard Steele en las gacetas *The Tatler* y *The Spectator*, contestaban a las consultas sentimentales de los lectores y las lectoras de la época– hasta mediados de la década de los setenta del siglo XX en conocidas revistas femeninas como *Cosmopolitan* o *Woman's Own*.

El término **consultorio**, que nosotros utilizamos en el presente trabajo aparece ya mencionado por Martínez Albertos en el breve apartado dedicado a lo que él denomina “las secciones de los lectores” de su *Curso General de Redacción Periodística*:

*Las modalidades más habituales de estos espacios [las secciones de los lectores] son estas tres: 1) tribuna pública o tribuna libre; 2) consultorio; 3) cartas de los lectores como sección doctrinal. [...] La diferencia entre el consultorio y la sección de cartas es que en el primer caso hay una especialización temática. Evidentemente no todos los consultorios dan pie para esta tarea editorializante, como pudiera ser el caso de los consultorios sentimentales. Pero algunos de carácter jurídico, económico, laboral, cultural... son una valiosa fuente para esa labor de orientación ideológica que caracteriza la actividad editorialista de los periódicos. Cuando el consultorio tiene carácter técnico, suele ser una sección aséptica y se encomienda normalmente a colaboradores especializados* (1983: 407).

En muchas publicaciones periódicas no faltan las secciones de consulta especializadas en temas muy concretos: médicos, jurídicos, financieros, de cocina o jardinería, etc.; sin embargo, es en las revistas de interés general, y especialmente, en las llamadas revistas femeninas, donde más tradición han tenido históricamente las secciones de consulta centradas en cuestiones relativas al modo de vida de sus lectoras. La existencia de

columnas de consulta para varones es algo mucho más reciente, estando ligadas a la aparición de las revistas de interés general masculinas en los últimos años en el Reino Unido<sup>115</sup>. En inglés se hablará de *problem pages* (v.g. Kent, 1979), *advice columns* o *agony columns*, vocablos utilizados indistintamente por Ballaster *et al.* a lo largo de su estudio sobre las revistas femeninas para definir “the form of the personalized letter and personalized answer” (1991: 123). De hecho, el término “consejera” (*agony aunt*) ha venido a designar coloquialmente a las periodistas encargadas de responder a los lectores en estas secciones –de ahí el apelativo *agony columns*–. En su definición del término, Room sintetiza las líneas maestras del género: “a journalist (usually but not necessarily a woman) who has a regular column or page in a newspaper or magazine to give personal advice to readers who write in” (1990: 4).

Todo lo dicho hasta ahora vendría a dar una visión global del género del consultorio en la prensa. Una práctica cultural como es la de solicitar y proporcionar asesoramiento al público lector de una publicación periódica –en concreto sobre cuestiones ligadas al modo de vida masculino– ha dado lugar al género correspondiente, teniendo en cuenta que la noción de género se asocia a la de contexto cultural, tal y como han puesto de manifiesto diversos teóricos (v.g. Halliday y Hasan, 1989; Swales, 1990; Paltridge, 1997); en palabras de Eggins y Martín: “Different genres are different ways of using language to achieve different culturally established tasks, and texts of different genres are texts which are achieving different purposes in a culture” (1997: 236). Con todo, para llevar a cabo una aproximación más sistemática al concepto de **género**, partiremos de una definición canónica de esta noción como la que ofrece Swales:

*A genre comprises a class of communicative events... which share some sort of communicative purposes. These purposes are recognized by the expert members of the parent discourse community, and thereby constitute the rationale for the genre. This rationale shapes the schematic structure of the discourse and influences and constraints choice of content and style...In addition to purpose, examples of a genre exhibit various patterns of similarity in terms of structure, style, content and intended audience* (1990: 58).

---

<sup>115</sup> La falta de una tradición de consultorios centrados en cuestiones relativas al modo de vida masculino se observa en estas definiciones de dos prestigiosos diccionarios de periodismo, donde, al definirse el término *consultorio*, se alude inmediatamente, además de a aquéllos especializados en otras cuestiones, a los femeninos: 1. “CONSULTORIO. Sección de una publicación en la que se responde a las cartas de los lectores. **Femenino**. Sección de una publicación en la que se responde a preguntas sobre cuestiones de la mujer” (Martínez Sousa, 1981: 108); 2. “CONSULTORIO. Sección de una publicación para responder las cartas de los lectores o programa de radio para responder a quienes piden consejo por carta. Es frecuente el consultorio femenino” (López de Zuazo Algar, 1990: 52).

Según esta definición de Swales, la determinación del género vendría dada por unos patrones comunes de propósitos comunicativos, estructura, estilo, contenido y audiencia hacia la que el género va dirigido. De este modo, si aplicamos estas variantes al corpus de textos objeto de estudio, podremos delimitar los rasgos de género de la sección de consultorio de las revistas de interés general para hombres:

El ***propósito comunicativo*** es el de asesorar a los lectores –en este caso siempre hombres– que, escribiendo a la publicación donde aparece inmersa la sección de consulta correspondiente, solicitan información o consejo sobre cuestiones relacionadas con el modo de vida masculino:<sup>116</sup> los temores asociados a la paternidad (textos 1, 7, 11); los trastornos de la vida sexual de los hombres (2, 9, 13, 15, 17); las desavenencias derivadas de la convivencia en pareja (3, 4, 20); la preocupación por el envejecimiento (3, 6) y otras cuestiones de estética personal (8, 14, 20); la canalización de sentimientos diversos entre amigos, en pareja o en el trabajo (5, 16, 19); la forma física (10, 18); la cultura de la embriaguez (12). Se pretende que el asesoramiento que se ofrece al lector concreto, cuya consulta se publica como representativa de los conflictos de los lectores de la revista para hombres donde se ubica la consulta en cuestión, sirva a éstos.

La ***estructura esquemática*** del consultorio consta de dos partes bien diferenciadas: en primer lugar, la pregunta o consulta del lector, seguida de la respuesta o asesoramiento que desde la revista se da al mismo. Resulta frecuente que la pregunta y respuesta vengán precedidas por las iniciales *Q* (“Question”) y *A* (“Answer”) respectivamente; y, en todos los casos, el espacio dedicado a la respuesta es considerablemente mayor que el empleado en la consulta. En el género “hermano” de las secciones de consulta en revistas femeninas, Thibault (1988: 219-221) y Gough y Talbot (1993: 11-12) han desarrollado una estructura básica que se corresponde, en gran medida, con la de los consultorios en revistas para hombres:

- **Consulta del lector**
  - ***Confesión inicial (razón del requerimiento)***
  - ***Requerimiento***
  
- **Respuesta del asesor**
  - ***Evaluación del problema y provisión de información sobre el mismo***
  - ***Exhorto al lector***

---

<sup>116</sup> De hecho, si, siguiendo a Bhatia (1993: 13), admitimos la existencia de *subgéneros* derivados de las variaciones menores en los propósitos comunicativos de un género dado, cabría hablar perfectamente del género de las secciones de consulta en la prensa, y, en particular, del subgénero de los consultorios especializados en cuestiones ligadas al modo de vida masculino; de igual modo existirían los consultorios femeninos, los de salud, los de belleza, cocina, etc. en diversas publicaciones periódicas.

De manera similar, en los consultorios masculinos, la presentación inicial de un problema o conflicto va seguida de la consulta propiamente dicha del lector: una pregunta concreta o una petición de ayuda o consejo, normalmente en modo interrogativo, aunque también en imperativo (15, 16). Hay, con todo, ocasiones en que el requerimiento de la consulta queda implícito (2, 7); y no falta algún caso en que la consulta del lector precede a la presentación del conflicto (10), o no hay presentación alguna (12, 18). En lo que respecta a las respuestas de los especialistas, ocurre igual que en las correspondientes secciones femeninas, donde los comentarios evaluativos del asesor sobre el conflicto presentado preceden a la provisión de claves concretas con que solucionarlo. No obstante, hay ejemplos donde **hay también una evaluación final** tras la exhortación del asesor a actuar de una manera determinada para solucionar el problema planteado (2, 3, 7, 8, 14, 20). Asimismo, hay algún caso en que la totalidad de la respuesta se basa más en el otorgamiento de información que en un exhorto (3, 7, 14, 20) o viceversa (11). Sin embargo, resulta significativa la **falta de la evaluación inicial en numerosas respuestas** (4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 17, 18, 19, 20). Por todo esto, podríamos reelaborar el esquema inicial de Gough y Talbot o Thibault de la manera siguiente:

- **CONSULTA DEL LECTOR**
  - **CONFESIÓN INICIAL (RAZÓN DEL REQUERIMIENTO)**
  - **REQUERIMIENTO**
- **RESPUESTA DEL ASESOR**
  - **(EVALUACIÓN INICIAL DEL PROBLEMA)**
  - **EXHORTO AL LECTOR Y/O PROVISIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL PROBLEMA PLANTEADO**
  - **(EVALUACIÓN FINAL)**

Si por *estilo* entendemos la noción sociolingüística de “varieties of language used by an individual appropriate to a level of formality” (Spolsky, 1998: 125), diremos que el estilo de los textos del corpus resulta neutro con una clara tendencia hacia lo informal y coloquial<sup>117</sup>. Diversos rasgos lingüísticos vendrían a dar cuenta de la

---

<sup>117</sup> Uno de los analistas pioneros en el estudio del estilo, Joos, distingue cinco variedades estilísticas básicas: íntimo, coloquial, estándar, formal y frío: “Tentatively, then, I recognized exactly five styles, which I have called 1. intimate, 2. casual, 3. consultative, 4. formal, and 5. frozen” (1968: 188). A finales de los 90, Sandig y Selting (1997: 139) mantienen de algún modo este gradiente que va desde lo “coloquial” a lo “formal” pasando por lo “normal o estándar”. Werlich define las variedades neutral e informal, de las que aquí nos servimos, del siguiente modo: “*Neutral style* is characterized by the encoder’s exclusive use of that set of lexical and syntactic choices in a text which is present in all varieties as the common core of a natural language (e.g. English) [...] *Informal style* is the referential variety which is marked by a set of linguistic choices that reflect the encoder’s state of feeling socially at

elaboración de esta variedad estilística en las muestras analizadas, entre los que cabría reseñar los siguientes:

- contracciones (textos 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, [v.g. *I'm so vain*; *I've met the girl of my dreams*; *It's up to them to sort it out*; etc.]);
- abundantes *phrasal verbs* (textos 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 18, 19 [v.g. *I keep putting off suggesting sex*; *A surprisingly large number of men walk out of relationships within the first few months of the birth of their baby*]);
- rasgos de puntuación informal como la raya (textos 1, 2, 5, 12, 13, 15, 16, 20 [v.g. *Check it side-on in a mirror – you may be pleasantly surprised by what you see*]);
- formas léxicas abreviadas (textos 4, 14, 16, 17 [v.g. *One of those fat, ugly, women's mag people*; *My girlfriend was raped by her ex on three occasions*]);
- oraciones exclamativas e interrogativas directas (textos 1, 2, 3, 8, 11, 13, 17, 20, etc. [*How dare you write in with a real problem!*]);
- uso de vocabulario informal (textos 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 19, 20 [v.g. *mate, jammy git, all that fuss, get pissed, the bog; keep hard*]).

La tendencia al empleo del léxico coloquial se lleva al extremo de lo soez en el estilo lleno de formas tabú (v.g. *shag, tits, fuck, pussy, arse, sickle-dick, a bent willy, no shit*, etc.) de los textos de *Sky Magazine* (2, 15, 17), que, dentro de la parodia de este género, deconstruyen el tono sensiblero estereotipado en los consultorios femeninos tradicionales. Al margen de esta excepción, el estilo ciertamente coloquial consigue crear la impresión de autenticidad y de que las consultas no han sido manipuladas desde la revista.

Ahora bien, el concepto de *estilo* puede no limitarse exclusivamente a los grados de formalidad sino ampliarse a toda variación en el discurso que refleje la respuesta del codificador del mensaje a los fenómenos que tienen lugar en el proceso de comunicación:

*A style is a referential variety of language use in that the encoder's utterance is characterized by sets of linguistic features which reflect his responses (reactions, directions of attention, attitudes) to factual or conceptual phenomena in a specific communication process* (Werlich, 1982: 270).

---

ease with his addressee or addressees. Informal style is used among a limited number of people who know each other, but are not on confidential terms" (1982: 270-271).

En este sentido, a la huida de un estilo formal en este género, habría que añadir el uso esporádico de notas propias del discurso conversacional<sup>118</sup> que dan un tono natural y espontáneo a las interacciones comunicativas presentadas. Ello queda reflejado en los siguientes rasgos del lenguaje de este género:

- elipsis, por ejemplo de verbos auxiliares en las preguntas (textos 1, 2, 9, 10, 18 [v.g. *Got any excuses I can use?*]);
- marcadores discursivos conversacionales (textos 1, 2, 15, 16, 17 [v.g. *Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you; You know, in a few years you'll look back on this*]);
- nombres genéricos y frases de significado poco preciso (textos 1, 2, 5, 9, 15, 16, 17 [v.g. *I've never been good at emotional stuff; Only ten percent of men or something like that have straight penises*]);
- predominio de la voz activa sobre la pasiva (textos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 18, 19, etc.);
- abundante coordinación (casos significativos en las muestras 1, 2, 4, 5, 15);
- frases nominales que funcionan como oraciones completas (*In a few years you'll look back on this and think, "All that fuss over a pair of tits..." [2]; *The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else [12]; *You need professional help. No shit [17]; *Write to someone cuddly next time. One of those fat, ugly, women's mag people [17]);****
- esporádicamente encontramos otros rasgos conversacionales como respuestas cortas (*Yes and no* [3]); reproducción de relajaciones articulatorias (*As for that grandfather, gimme [give me] a gun* [17]); etc.

Junto a todo esto, habría que mencionar el tono irónico<sup>119</sup> que con frecuencia impregna a estas consultas, especialmente las respuestas de los asesores, según muestran los siguientes ejemplos, naturalmente ubicados en su contexto (v.g. *Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain* [1]; *But in the brave new dawn of genetic engineering your fledgling feminist's daughter may well catch you up* [3]; *If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is – then he's also less likely to feel quite so threatened or undermined* [5]; *For some bizarre reason women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1970 out loud* [9]; etc.). En los ejemplos de *Sky Magazine* (2, 15, 17),

<sup>118</sup> "Style includes literary styles, non-literary written styles, as well as different styles in spoken discourse" (Sandig y Selting, 1997: 138).

<sup>119</sup> "Ironical style is the referential variety which is marked by a set of linguistic choices that reflect the encoder's feeling disrespect or contempt for the phenomenon that he refers to" (Werlich, 1982: 272).



dentro de la parodia del género a la que en ellos asistimos, el tono irónico se acerca más bien al sarcasmo.

Tal y como se ha anunciado en el apartado de propósitos comunicativos, los *contenidos* se van a estructurar, en gran medida, en torno a cuestiones derivadas de la convivencia de los hombres en pareja (v.g. discusiones sobre el compromiso con la paternidad [textos 1, 7, 11]; el ejercicio de un rol excesivamente dominante por parte de los hombres en la vida conyugal [texto 4]; o el apoyo psicológico mutuo [16]). También se aborda la dimensión emocional entre amigos (texto 5), y las preocupaciones por lo puramente sexual (2, 9, 13, 17). Además de lo sentimental, el trabajo (textos 5, 6, 19) junto con el aspecto físico y la imagen son igualmente destacables (textos 3, 6, 8, 10, 14, 18, 20); de hecho, en los textos 3, 8 ó 20 la consulta sobre imagen estará íntimamente relacionada con la dimensión sentimental. Obsérvese que la preocupación por la faceta sentimental no resulta tan patente como en los consultorios de las revistas de mujeres, a propósito de las cuales apuntan Ballaster *et al.*:

*Here, the negative side of family life and personal relationships is articulated. Common themes emerge [...]: dissatisfaction with marriage, lack of sexual fulfilment, inconsiderate or abusive partners, lack of success in finding a partner (1991: 147).*

Finalmente, en lo concerniente a la *audiencia* de estos consultorios, ésta va a ser el público masculino que compra estas revistas para hombres, tal y como ha quedado definido en el apartado V.1. dedicado a estas publicaciones: un hombre angloparlante de entorno urbano, primordialmente heterosexual, joven, con cierta solvencia económica, y que, aunque suele compartir su vida con una mujer –constantemente se habla de *my girlfriend*–, no suele estar casado. Estos rasgos están en función del tipo de público lector de las revistas en que se insertan estos consultorios que hemos señalado anteriormente.

Llegados a este punto, si comparamos la definición de género de Swales (1990) con la de Paltridge (1997), se podrá ampliar la caracterización de las muestras de consultorios analizadas teniendo en cuenta algún otro factor de especial importancia que Swales no aborda:

*Our perception of the concept of genre is an instance of a particular communicative event [...] The interactional characteristics of a genre may include specific author/s and audience/s of the text, a particular channel of communication and, at certain level of abstraction, a particular 'topic', and a social stock of knowledge. The communicative event, furthermore, occurs in a particular social and cultural setting and has a particular communicative*

*function. Co-occurring with this interactional frame is also a cognitive frame which incorporates a certain conceptual scenario. This scenario may include certain roles, co-occurring patternings of textual organisation and shared understandings, or protocols, of how the text might proceed. There may also be certain lexical items which are associated with the particular genre* (Paltridge, 1997: 106).

Así, aplicando esta definición al corpus de textos objeto de estudio, la definición del género de Swales se completaría con variables de Paltridge que aquél no considera, como es el **canal de comunicación**, que en el género de las secciones de consulta sería la prensa escrita, y en concreto las revistas de interés general para hombres.

La variable de *audiencia* ha quedado ya analizada con la definición de Swales; y, en lo tocante al **autor**, no se explicita si las respuestas que reciben los lectores proceden de un periodista o de un especialista de la revista en cuestiones relativas al modo de vida masculino, como se indica en la definición de Martínez Albertos (1983: 407) dada más arriba. Las consultas que se publican en las revistas –incluidas las preguntas y respuestas– han sido seleccionadas y reelaboradas hasta alcanzar su forma definitiva, tal y como salen a la calle, por parte de los editores de la sección de consulta de la publicación en cuestión.

Los conceptos de *tópico*<sup>120</sup> y *conocimiento social prototípico* ya han sido explorados a propósito de los temas tratados en estos consultorios: sentimentales, emocionales, estéticos y de salud y culto al cuerpo, sexuales, etc. Igualmente hemos descrito la *función comunicativa*, es decir, el propósito comunicativo en Swales; y, en lo referente al **contexto sociocultural**, éste vendría dado por lo relativamente frecuente que en la Inglaterra de finales del siglo XX resulta que los hombres de clase media escriban a las revistas sobre el modo de vida masculino para encontrar solución a diversos problemas de su existencia siguiendo una práctica común del ámbito sociocultural británico del momento, tal y como afirma Fairclough: “A great many people now seek some form of ‘help’ with their ‘personal’ problems, be it in the casual form of ‘problem’ columns or articles in magazines or through various forms of therapy or counselling” (1989: 198).

El consultorio de las revistas vendría a activar así un **marco cognitivo (scenario)**<sup>121</sup> perfectamente identificable por cualquier persona consumidora de estas

---

<sup>120</sup> Cfr. el tratamiento de este concepto en la presentación del modelo de ACD aplicado en este trabajo.

<sup>121</sup> Partiendo de estudios anteriores, Brown y Yule definen este concepto psicolingüístico en los términos siguientes: “the extended domain of reference which is used in interpreting written texts, since one can

publicaciones, y que incluye la presencia de un lector y un consejero que interactúan pidiendo y dando consejo respectivamente en una publicación periódica. Además, como señala Paltridge en su definición, *ciertas palabras* resultan características de estos consultorios masculinos como pudieran ser: *problem* (textos 2, 8, 17), *girlfriend* (textos 3, 4, 7, 8, 16, 20), *relationship* (textos 7, 17, 19), *friends* (textos 2, 7, 10, 17, 18), *partner* (textos 4, 11, 16), *worrying/worried* (textos 2, 8, 9, 14, 16), *advice* (textos 1, 12), *help* (textos 6, 13, 15, 16, 17), etc.

Las definiciones de *género* hasta ahora abordadas no distan mucho de la que da Fairclough en tanto que uso del lenguaje asociado con una determinada práctica de la vida social: “A genre is a way of using language which corresponds to the nature of the social practice that is being engaged in; a job interview, for instance, is associated with the special way of using language we call ‘interview genre’” (1995b: 76). Ahora bien, para Fairclough, el concepto de género corre parejo al de *discurso* en tanto que modo de construir determinados dominios de la práctica social que suelen hacer referencia a los diferentes campos del conocimiento:

*A discourse is the language used in representing a given social practice from a particular point of view. Discourses appertain broadly to knowledge and knowledge construction [...] discourses are relatively independent of genres, in the sense that, for instance, a technocratic medical discourse might show up in interviews, lectures, news items or textbooks [genres] (ibíd.: 56-76).*

Para Fairclough no existe una relación directa entre géneros y discursos, de modo que un género puede servirse de distintos discursos de igual modo que un mismo discurso puede aparecer en diferentes géneros<sup>122</sup>: “a genre may predictably draw upon a particular range of discourses, though a given discourse may be drawn upon in various genres” (1995a: 12). Así pues, la sección de consultorio en estas revistas para hombres se configura como un género con autonomía propia dentro de lo que se ha dado en llamar el **discurso de asesoramiento** en tanto que práctica de consejo proporcionado

---

think of knowledge of settings and situations as constituting the interpretative scenario behind a text” (1983: 244).

<sup>122</sup> Es precisamente en la fase de su modelo de ACD que Fairclough (1989) denomina *Tipo de Discurso* donde se va a poner más claramente de manifiesto la necesidad de hacer evidentes las relaciones entre *géneros* y *discursos*. Desde que empieza a elaborar su teoría de ACD en *Language and Power* (1989) hasta comentarios posteriores sobre su modelo, el término *tipo de discurso*, que no *discurso*, viene a designar las ocurrencias concretas de las nociones abstractas que son los géneros y los discursos: “I introduce the concept of ‘discourse type’ for the configurations of genres and discourses which actually occur, and which may become more or less stable and conventionalized within orders of discourse” (1995b: 76). Si analizamos el tipo de discurso de los consultorios de las revistas para hombres, habría que ver cómo se configuran los géneros y los discursos que entran a formar parte de esta manifestación discursiva concreta.

por un profesional a nivel terapéutico, financiero, a estudiantes, etc. a un usuario que demanda dicha ayuda (Vaughan, 1976). De hecho, para Fairclough: “Counselling is a salient discourse type which has colonized workplaces, schools, and so forth” (1989: 73). Este carácter prominente que las formas de discurso de asesoramiento han cobrado en nuestros días se debe, según Fairclough, a la necesidad de los seres humanos de encontrar soluciones personalizadas a los problemas que a nivel individual están produciendo los cambios sociales, políticos y económicos que globalmente tienen lugar en el mundo en que vivimos:

*People have reacted to the increasing impingement of the economy and the state upon their lives: through seeking individual solutions to their disorientation, loss of identity, and so forth, in the various forms of therapy, counselling, and ‘helping’ services (ibíd.: 228).*

En este sentido, el discurso del asesoramiento ha sido definido como una forma de comunicación de persona a persona basada en la empatía del asesor o consejero que trata de dar solución a los problemas de su cliente sin someterlo a la presión de juicios autoritarios, sino más bien intentando que éste reflexione sobre aspectos que antes no había considerado. Básicamente, esta conceptualización corresponde a la descripción de este discurso que hace Vaughan en su obra *Concepts of Counselling*:

*A person-to-person form of communication marked by the development of a subtle emotional understanding often described as “rapport” or “empathy”; that is centred upon one or more problems of the client; and that is free from authoritarian judgements and coercive pressures by the counsellor (1976: 14).*

El género de los consultorios en prensa –y en concreto en revistas– corresponde al formato de comunicación entre dos personas (el lector que solicita consejo y el asesor de la revista), con un tono coloquial. que, teniendo en cuenta las limitaciones que impone un medio escrito como las revistas donde se insertan estos consultorios y el reducido espacio con que cuenta cada consulta, va a mantener el tono distendido de las conversaciones entre los clientes y los asesores en géneros del discurso del asesoramiento como las entrevistas terapéuticas<sup>123</sup>. A pesar de hallarnos ante un medio escrito, vamos a poder constatar rasgos propios de la conversación<sup>124</sup> informal ya

---

<sup>123</sup> En el caso de las entrevistas terapéuticas, Fairclough ha señalado que los médicos adoptan técnicas propias de un asesor como son el uso constante de gambitos con que aproximarse al punto de vista del paciente: “The doctor like the counsellor in a counselling session appears to cede much of the control and leadership of the interaction to the patient [...] A more overtly counselling feature is the degree of empathy shown by the doctor, in the textual form of his substantial backchannelling activity (*hm, right, yes, and so on*)” (1995a: 100).

<sup>124</sup> Para el tratamiento de estos rasgos del lenguaje oral hemos seguido a Brown y Yule (1983: 15-17).

mencionados: elisión de verbos auxiliares (*Got any good excuses I can use?*) y empleo de respuestas cortas (*yes and no*) en tanto que formas de oraciones incompletas y en extremo sencillas; abundancia de estructuras paratácticas con *and* (v.g. *My wife is pregnant with our first child and I don't want to be in the delivery room when it pops out – the thought makes me feel sick, and I'm sure it would murder my sex drive. Got any good excuses I can use?* [pregunta del lector del texto 1]); interjecciones (*Oh*); marcadores discursivos conversacionales (*you know*); uso reducido de la voz pasiva; utilización de términos genéricos<sup>125</sup> (*make sure you don't hang around at the business end; got any good excuses I can use?*). El tono distendido de la conversación entre los asesores y sus clientes se pone igualmente de manifiesto en la abundancia de expresiones coloquiales e informales que también se han mencionado ya (*the thought makes me feel sick; get a raw deal; jammy git; etc.*), además de algunos recursos propios del inglés informal como son las contracciones<sup>126</sup> (*I'm sure; you don't hang around; I've fancied her; we've been having huge arguments; he's also less likely; etc.*) o de signos diacríticos como la raya en vez de la coma, el punto y coma o el punto<sup>127</sup> (*I don't want to be in the delivery room when it pops out – the thought makes me feel sick, and...; But if you think you may be particularly squeamish, make sure you don't hang around at the business end – make yourself useful by mopping your wife's brow...; You have to risk your arse to get some – that's the law; I'm very conscious of my double chin and jowls – are there any exercises I could do to firm up my face?; The result is that men do have a better deal than women in this area – but in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist's daughter may well catch you up; etc.*).

Además de estos factores de orden formal, el rasgo definitorio del discurso del asesoramiento relativo a la búsqueda de soluciones reflexivas ajenas a soluciones drásticas es algo que en las respuestas escritas de estos consultorios se practica en la medida de lo posible. Sin duda, el hecho de que la interacción entre lector y asesor sea mínima en este género obliga al consejero a realizar esta labor en la única oportunidad que tiene para contestar a la igualmente única intervención del lector/cliente. El análisis del contenido de las respuestas de estas muestras discursivas evidencia cómo se ayuda a

---

<sup>125</sup> Brown y Yule se refieren a términos del tipo *stuff, place, thing, got, do, etc.* (1983: 17), refiriéndose a lo que Halliday y Hasan (1976: 279) llaman *general words*.

<sup>126</sup> Quirk *et al.* apuntan el estilo informal y coloquial que comportan las contracciones verbales: "Contractions such as *didn't* are appropriate in both informal and neutral English; they are excluded from formal English" (1985: 26).

<sup>127</sup> Véase Quirk *et al.* (1985: 1636) a propósito.

los lectores a darle enfoques diferentes a sus problemas, para lo cual podemos mencionar algunos ejemplos. En el texto 1, la búsqueda de excusas por parte del lector para no estar presente en el momento del alumbramiento de su primer hijo por miedo a perder su libido en el futuro deriva en una desmitificación de estos temores sexuales y un intento de persuadirle sobre lo conveniente de brindar su apoyo a su esposa en este trance. En el texto 3, el convencimiento del varón que escribe al consultorio de *GQ* de lo erróneo de la creencia de su novia de que las mujeres envejecen más rápido que los hombres y su consulta sobre la validez de esta postura encuentra un “sí y no” (*Yes and no*) por respuesta, donde se arguyen razones científicas que demuestran la veracidad de la opinión de la novia del lector, pero se trata de no herir demasiado su autoestima masculina diciéndole que con los avances de la ingeniería genética esta situación puede llegar a cambiar. Igualmente, en el texto 4, se dan las pautas para no ejercer un papel tan hegemónico en su relación de pareja al joven que pide una solución para acabar con las discusiones que tiene con su novia que le acusa de ser él quien controla hasta los más pequeños aspectos de su vida en común, y se le tranquiliza de algún modo haciéndosele ver lo común de este problema entre dos personas que conviven juntas. Como pondrá de manifiesto el análisis empírico de cada texto en particular, algunos recursos lingüísticos como las reformulaciones, y el uso de los actos de habla, van a estar en función de esta característica del discurso del asesoramiento.

Dicho esto, señalaremos que el género va a incorporar igualmente características propias de los discursos epistolar y periodístico, dado que dicho género sólo se va a justificar a partir de su inclusión en la prensa escrita; de tal modo que estos rasgos van a dar una idiosincrasia al consultorio en revistas que lo van a diferenciar de otras formas de discurso del asesoramiento (como por ejemplo la entrevista terapéutica entre psicólogo y paciente), sin que ello signifique que podamos hablar de discursos epistolar y periodístico propiamente dichos. Fundamentalmente habría que tener presente que, desde el momento en que la interacción comunicativa entre un individuo que solicita determinado consejo y el asesor que se lo proporciona queda inserta en una revista, la comunicación deja de limitarse al contacto exclusivo entre un emisor y un receptor que, según Vaughan (1976: 18), caracteriza al discurso de asesoramiento que tiene lugar en las entrevistas terapéuticas entre psicólogos y pacientes, en el trabajo, en la escuela o en entornos financieros. Básicamente, el discurso oral de la conversación entre un asesor y su cliente se reduce a un intercambio comunicativo escrito entre ambos, donde, además

de no existir el contacto cara a cara característico del medio hablado, la interacción entre uno y otro se limita a una única réplica para cada interlocutor.

Teniendo esto en cuenta, en lo que se refiere a las características propias del **discurso epistolar**, si por tal entendamos “la forma más sencilla de comunicación entre un *yo* y un *tú*, mediante la que se transmite de forma personal, y a veces confidencial, una información a un receptor que está ausente” (Álvarez, 1995: 12), vamos a poder constatar estos rasgos en los textos de nuestro estudio. Sin embargo, no podemos hablar aquí de discurso epistolar como tal, por cuanto convenciones propias de esta clase de discurso –como la presencia de la fecha, el encabezamiento, la introducción, el cuerpo, la despedida, la firma, y, eventualmente, una posdata– son fórmulas ritualizadas propias de una carta, según el estudio de este género de María Álvarez (*ibíd.*: 13), que no aparecen en los consultorios de la prensa. Sólo el hecho definitorio básico del discurso epistolar de ser una conversación retardada entre dos interlocutores sería aplicable a los consultorios de las revistas para hombres donde se ubican éstos.

Tampoco cabría hablar de **discurso periodístico** propiamente dicho, si por tal entendemos “aquellas modalidades de la creación literaria relacionadas con la *información de actualidad* y destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (Martínez Albertos, 1983: 272); o incluso, si tomamos la definición más lata de Albertos, “las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (1974 [citado en Martínez Albertos: *ibíd.*]). De hecho, como ya se ha dicho, de entre lo que Martínez Albertos denomina “secciones de los lectores”<sup>128</sup>, sólo la tribuna libre –donde se establece una especie de polémica entre corresponsales a través de artículos o comentarios de estilo editorializante con actitud no informativa o interpretativa sino de opinión (*ibíd.*: 291)– merece la consideración de género periodístico. La exclusión que hace el autor del *Curso general de redacción periodística* de los consultorios y las cartas de los lectores contrasta con la posición adoptada por Martín Vivaldi, para quien las cartas al director y las encuestas o cartas orientadas por un tema predeterminado vendrían a conformar lo que él denomina “el llamado género crítico” (1998: 242), si bien se apresura a puntualizar: “Obsérvese que esta sección no recoge realmente todas las cartas u opiniones que recibe un periódico” (*ibíd.*); con lo cual, da a entender que tampoco se podría considerar como discurso periodístico *per se* otras secciones de carácter (cuasi) epistolar como pudieran ser los consultorios. No cabría hablarse, pues, de discurso

periodístico como tal en el caso de los consultorios de las revistas para hombres, aun cuando, dada su inclusión en uno de los vehículos de la comunicación periodística como son las revistas, el discurso de asesoramiento al que pertenece este género se ve salpicado por rasgos del discurso periodístico relativos a la relación entre el emisor y el destinatario, en concreto, por la divulgación que cobran las consultas individuales al verse ubicadas en un medio de comunicación de masas que permite, según la definición de discurso periodístico de Martínez Albertos (1983: 272), la difusión colectiva. La inserción en una revista va a permitir también que los editores de la sección de consultorio hayan podido manipular aspectos como la pregunta original del lector que escribe dándole un determinado tamaño o un tono particular, lo cual es ya una de las características propias del discurso periodístico según afirma Desinano de Ossuna (1987: 9-10) en *El discurso periodístico*. No obstante, a pesar de este rasgo fundamental de la comunicación periodística del que quedan impregnadas estas consultas de la prensa –que se diferencian así de otras formas de asesoramiento que no van a contar con tal divulgación y que se van a limitar al ámbito de lo privado–, en ningún momento cabría hablar del carácter noticioso que caracteriza al discurso periodístico<sup>129</sup>, y que escapa a estos consultorios.

El género de los consultorios de la prensa escrita –y en concreto en las revistas de interés general para hombres– ha de ser entendido, tras todo lo dicho, como una forma de discurso de asesoramiento impregnado de rasgos propios de los discursos epistolar y periodístico. Y aunque las revistas para hombres son relativamente recientes en el Reino Unido, estos consultorios cuentan con una autonomía propia en la prensa británica ya desde el siglo XVIII. La reciente aparición de un género especializado en las cuestiones y problemas relativos al modo de vida masculino refleja así cambios en la construcción cultural de lo masculino en el Reino Unido, y en las relaciones sociales entre hombres y mujeres, como se detalla en el análisis empírico propiamente dicho de esta tesis. En efecto, tal y como ha puesto de manifiesto Albentosa en su aproximación a los géneros periodísticos anglosajones, “el concepto de género se presenta, pues, ineludiblemente ligado a la idea de cultura y comunidad sociolingüística (Kress, 1989: 6 y 19), comunidad que construye los géneros como modelos comunicativos para dar

---

<sup>128</sup> Cf. la definición aportada *supra*.

<sup>129</sup> Definiendo qué se puede considerar como discurso periodístico dentro de la prensa escrita, Martínez Albertos se limita a considerar “la existencia de una diversidad de géneros periodísticos en el conjunto de los *textos noticiosos o de comentarios* que aparecen en las páginas de los periódicos, sea cual sea su periodicidad” (1983: 276 [cursiva nuestra]).



respuesta a los problemas de comunicación verbal que se le plantean” (1998a: 80). El surgimiento de este género responde así a la necesidad de muchos varones de encontrar asesoramiento sobre diversas cuestiones relativas a su modo de vida en momentos de crisis para las concepciones tradicionales sobre qué significa ser hombre y cómo ha de entenderse lo masculino hoy en día.

## V. 2. 2. Registro

Haciéndose eco de la contribución que para los estudios lingüísticos de género y registro representa la tesis de Malinowski (1946: 306-307) de que los contextos cultural y situacional resultan indispensables para la comprensión de las expresiones lingüísticas de una sociedad, Albentosa señala que “el género aparece asociado al contexto cultural, mientras que el registro representa el contexto situacional concreto en el que se desenvuelve un determinado acto comunicativo” (1998a: 80). Según esto, dejando de lado la noción más puramente sociolingüística del concepto de registro para designar variedades lingüísticas asociadas con usos profesionales u ocupacionales<sup>130</sup>, partiremos de una noción clásica de registro en tanto que contexto situacional, tal y como lo definen Gregory y Carroll: “a contextual category correlating groupings of linguistic features with recurrent situational features” (1978: 4). Esta definición no dista mucho de otras aproximaciones más recientes a esta noción como la de Biber y Conrad, que entienden el registro en tanto que variedades de lengua asociadas a situaciones determinadas:

*Varieties defined in terms of general situational parameters are known as registers. We use the label register as a cover term for any variety associated with a particular configuration of situational characteristics and purposes. Thus, registers are defined in nonlinguistic terms. However, as illustrated in this chapter, there are usually important linguistic differences among registers as well* (2001: 175).

Desde el momento en que Reid (1956), lingüista del círculo de Firth, introdujese el término *registro* en la teoría lingüística, y Halliday, McIntosh y Strevens (1964) se aproximasen por primera vez a esta noción de manera sistemática, este concepto va a ser desarrollado sobre todo por Halliday (v.g. 1978) y otros lingüistas de su entorno, que se van a aproximar a esta noción a partir de tres variables: los conceptos de *campo*

---

<sup>130</sup> Para el sociolingüista Wardhaugh, “registers are sets of vocabulary items associated with discrete occupational or social groups” (1992: 49).

(*field*), *tenor* (*tenor*) y *modo* (*mode*), tal y como quedan definidos por Gregory y Carroll:

*Field of discourse is the consequence of the user's purposive roles, what his language is about, what experience he is verbalizing. This includes, of course, topic, and subject matter [...] The mode of discourse is the linguistic reflection of the relationship the language user has to the medium of transmission [...] The relationship the user has with his audience, his addressee(s), is the situational factor that is involved in tenor of discourse (1978: 7-8).*

De acuerdo con esta definición, el **campo** de los consultorios de las revistas de hombres vendría dado por la consulta de los lectores de sexo masculino y la correspondiente respuesta desde la revista a temas de carácter sentimental, afectivo, de convivencia en pareja, estético y de culto al cuerpo; todos estos dominios tienen que ver con el “foco institucional” o el “tipo de actividades sociales” (Martin, 1984: 23) que caracterizan al modo de vida masculino. Para Eggins, el concepto de campo tiene que ver con el carácter más o menos técnico del lenguaje utilizado: “field varies along a dimension of technicality” (1994: 71)<sup>131</sup>; digamos que en los consultorios de estas revistas la tecnicidad del lenguaje va a ser muy baja al estar escritos los textos con un lenguaje asequible y cotidiano. Lo más cercano a un léxico de especialización son ciertos términos que, si bien no son del todo tecnicismos y son fácilmente comprensibles, tienen que ver con aspectos concretos del cuidado del aspecto físico personal (v.g. *sex hormone, androgen, moist* [3]); la forma física (*regression rate* [10]; *ligaments, flexibility of joints, resistance [extra weight]* [18]), o la moda (“*full hose*” [14]; *spread-collar shirts, button-down shirts* [20]). Precisamente, en el texto 15, de acuerdo con el propósito de parodiar el género de los consultorios masculinos desde la revista *Sky Magazine*, su asesora utiliza dos falsos vocablos de especialización médica (*Chordee or Peyronie's Disease*), con los que se mofa del asesoramiento prestado por los especialistas de estas secciones en otras revistas para hombres.

Por tanto, la tónica general es que los consultorios de las revistas de interés general para hombres den lugar a taxonomías poco profundas<sup>132</sup>, donde no se asume un conocimiento especializado ni de psicología, ni de moda, ni de fisiología, etc., lo cual se manifestaría en una subclasificación detallada de las esferas de actividad que se

---

<sup>131</sup> Igualmente, a lo largo de este apartado, nos haremos eco de la aproximación de Eggins (1994: 49-80) al estudio del registro, y la representatividad de diversas variables lingüísticas a la hora de determinar el papel del lenguaje en la configuración de los registros.

<sup>132</sup> “The knowledge that constitutes a field can be represented in **taxonomies**, by asking “how do people who act in this field classify and sub-classify the areas of the field?” (Eggins, 1994: 72).

construyen en el curso de las interacciones entre lectores y asesores. Antes al contrario, el léxico tiende a estructurarse en torno a palabras comunes y fácilmente comprensibles por todo el mundo. A modo de ejemplo, en el texto 1 se habla de *sex drive* en lugar de *libido*; el lector del texto 9 utiliza la expresión *coming too quickly* en lugar de *early ejaculation*; y el del texto 11 afirma: *I know I can't have children*, en vez de emplear el término *sterile*. Con la excepción de *NHG (Nasty Hairy Gap)* para aludir a una terminología propia de los críticos de estética en televisión (texto 14), no se constata el empleo de acrónimos, característicos de registros técnicos; y en las pocas ocasiones en que un término se emplea técnicamente, éste aparece entrecomillado ("*lookist*" *society* [3] "*full hose*" [14]; "*louche*" *look* [20]), o explicado entre paréntesis (*To decrease the regression ("losing fitness") rate...* [10]). Además, las estructuras gramaticales son de tipo estándar y no asistimos en ningún momento al empleo de la sintaxis abreviada que caracteriza a los textos técnicos o de especialización.

Tratando de poner de relieve el lugar del **modo** en la configuración del registro, apunta Dittmar: "This term refers to the linguistic shaping of the discourse, e.g., the written medium is to be distinguished from the oral form. Another central issue is what function the language is supposed to fulfil in the social context" (1995: 3). Esta variable va a venir determinada, según propone Eggins (*ibíd.*: 53-54) en *An Introduction to Systemic Functional Grammar*, por una combinación de las variables de *distancia espacial/interpersonal* (o posibilidades de retroalimentación más o menos inmediata entre los participantes en la interacción comunicativa), y *distancia experiencial*, en función de la distancia entre la lengua y el proceso social del que forma parte, que irá desde la pura consideración de la lengua como acción –por ejemplo, en el transcurso de una partida de cartas– hasta la utilización de la lengua sólo para reflexionar sobre una experiencia dada –por ejemplo, al escribir un pasaje de ficción–.

Así, habría que hablar de lo particular que resulta el tipo de situación comunicativa escrita de estos consultorios, puesto que la suerte de conversación retardada que constituye la consulta y respuesta de cada consulta –con una sólo réplica de cada interlocutor– hace que la distancia espacial e interpersonal entre el lector que plantea su consulta y quien le responde no sea tan grande como la existente entre el escritor y el lector de un libro, aunque en modo alguno puede compararse a la que se produce en el seno de una conversación espontánea con múltiples oportunidades de retroalimentación mutua entre los interlocutores. Para los varones que escriben al consultorio, las respuestas de los especialistas suponen una forma de retroalimentación

mínima. Sin embargo, esta distancia espacio-interpersonal se agudiza si consideramos la situación comunicativa que se plantea entre los editores de esta sección de la revista – donde aparecen las consultas y respuestas concretas– y el resto de público que las lee, no existiendo así posibilidad de retroalimentación. Huelga decir que ni en un caso ni en otro existe contacto visual o auditivo entre los interlocutores.

Por otro lado, en lo referido a la distancia experiencial, desde la perspectiva del tipo de comunicación que se establece entre los consumidores de las revistas para hombres que leen estas consultas y los editores encargados de su publicación, el lenguaje se aproxima a la reflexión. Ahora bien, el hecho de que a las preguntas de los lectores les sigan unas respuestas dadas significa que el lenguaje tiene tanto el papel de pura reflexión como el de acción para alcanzar el objetivo comunicativo de satisfacer las consultas concretas.

Por todo esto, cabría destacar el tipo especial de comunicación escrita, con abundantes rasgos de oralidad, que viene a caracterizar el registro de estos consultorios. En efecto, no se trata de una interacción cara a cara basada en la alternancia de turnos de palabra propia de la conversación, con las interrupciones, solapamientos, frases incompletas, vacilaciones y falsos comienzos que le son característicos. Antes al contrario, estos textos son el resultado de un cuidadoso proceso de elaboración y reescritura por parte de los editores de las revistas donde aparecen –quienes no han dejado huellas de bosquejos anteriores–, y gozan de una cierta independencia de su contexto de producción. Otros rasgos propios del modo escrito que comparten estas muestras son su estructura sinóptica, fruto de la cuidadosa organización de las cartas de los lectores y las respuestas de los especialistas por parte de los editores de la sección de consulta de las revistas para hombres donde aparecen las muestras publicadas; piénsese que los casos seleccionados para su publicación han de servir de ejemplo no sólo para los lectores que escriben a las revistas presentando un problema para el que desean respuesta, sino también para los lectores de estas revistas, que tienen la opción de tomarlas como asesoramiento ante conflictos similares.

Con todo, estos textos van a incorporar muchos rasgos de oralidad, tal y como se ha puesto de manifiesto en el apartado de estilo del estudio de género. A ello habría que sumar los siguientes rasgos:

- Aunque no falta el léxico prestigioso característico del modo escrito (*Murder my sex drive [1]; Both parties say they are doing the correct thing [10]; Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have*

*the opposite effect [13]; Generally disdained [14]; As the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion [18]; The sight of Hugh Grant ... ruined my enjoyment of Notting Hill [20]; You should be grateful that your girlfriend thinks that you fulfil these criteria [20]), abunda el vocabulario cotidiano (Hang around at the business end [1] *Rather than what a jammy git he is* [5]; *Women get a bit funny* [9]; *I've never been good at emotional stuff* [16]; Steer well clear of it [19]; *It's up to them to sort it out* [19]).*

- La densidad léxica<sup>133</sup> del 45 %, aun siendo relativamente alta, no llega a los niveles mucho superiores de otros textos escritos.
- Puede constatarse también algún rasgo de gramática no estándar, cual es la elisión de verbos auxiliares y sujetos en algunas preguntas (*Got any good excuses I can use?* [1]; *Any delay methods you can recommend?* [9]; *When weight training should I start...?* [18]), o algún caso en que una frase nominal funciona como si fuera una oración completa (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else* [12]; *Write to someone cuddly next time. One of those fat, ugly, women's mag people* [17]; *You need professional help. No shit.* [17]).
- En este sentido, asistimos con frecuencia a un nivel bastante alto de complejidad gramatical<sup>134</sup> (alrededor de un 3.4), con numerosos ejemplos en que se concentran varias cláusulas en el seno de una oración, rasgo éste característico del modo oral (v.g. *I live with my girlfriend and over the last few years we've been having huge arguments, usually started by her complaining that I always control what we watch on TV* [1]; *If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is – then he's also less likely to become quite so threatened or undermined* [5]).

<sup>133</sup> “The lexical density of a text can be calculated by expressing the number of content carrying words in a text/sentence as a proportion of all the words in a text/sentence” (Eggins, 1994: 60).

<sup>134</sup> Eggins emplea el término *grammatical intricacy*: “Grammatical intricacy relates to the number of clauses per sentence, and can be calculated by expressing the number of clauses in a text as a proportion of the number of sentences in the text” (1994: 61). Según Halliday, junto a la densidad léxica, es éste un factor muy significativo al establecer diferencias entre el lenguaje oral y el escrito: “Typically, written language becomes complex by being lexically dense: it packs a large number of lexical items into each clause; whereas spoken language becomes complex by being grammatically intricate: it builds up elaborate clause complexes out of parataxis and hypotaxis” (1994: 350).

- Esta especial simbiosis entre lenguaje escrito y oral se manifiesta también a propósito de la sustantivación, de la que, habiendo algún ejemplo en prácticamente todas las muestras textuales, no llega a ser, ni muchísimo menos, tan abundante como en otros géneros periodísticos. En efecto, tal y como prueban los siguientes ejemplos escogidos aleatoriamente (*However, thanks to the recent wave of Sixties and Seventies nostalgia – and the reappearance of the male cleavage into polite society – the louche look you describe is back in a big way* [20]), la presencia de ideas o razones unidas por medio de procesos relacionales en oraciones condensadas –rasgo propio del oral– alterna no pocas veces con los casos en que actores humanos forman parte de procesos que expresan acciones en secuencias dinámicas de cláusulas, característica ésta del lenguaje escrito (*If I drink water on a booze binge will I get pissed slower or quicker?* [12]; *When weight training should I start with light weights and build up or viceversa?* [18]).

Por último, en lo que concierne al **tenor**, Eggins (1994: 64-65) va a calificar la situación comunicativa como formal o informal en función de las coordenadas de poder, contacto y relación afectiva entre el emisor y el receptor. De esta manera, las situaciones formales vendrían dadas por una relación de poder desigual, un contacto infrecuente y una baja relación afectiva entre los participantes; por el contrario, una situación informal se caracterizaría por una relación de poder igualitaria, un contacto frecuente y una relación afectiva alta. Aplicando estas variables a nuestro corpus de textos, y teniendo siempre presente los dos niveles de comunicación que se establecen en el género de las secciones de consulta de la prensa escrita, constataremos los siguientes rasgos:

- Una relación entre lectores y asesores donde, a pesar de que el *poder* es claramente ostentado por quien tiene el control que otorga la potestad para contestar a una pregunta dada de quien escribe al consultorio, dicho poder se ejerce para tratar de solucionar los problemas planteados por los lectores, lo que supone un acercamiento a los mismos. Naturalmente, la relación de poder entre los editores de la sección de consulta y el público consumidor de las revistas se inclina a favor de los primeros, que son quienes deciden el contenido y la forma de las consultas seleccionadas para su publicación.

- Un *contacto* entre lectores y asesores que, si bien se limita al intercambio comunicativo que comporta el contestar a una consulta dada, supone tener en mente desde la revista a un lector concreto al que, sin embargo, no se conoce personalmente. Este contacto es, por supuesto, prácticamente nulo si tenemos en cuenta el vínculo que se establece entre los editores y el público lector en general.
- Una *relación afectiva* entre lectores y especialistas que, aunque baja, lo es mayor que entre el escritor y el lector de un libro, desde el momento en que se tienen en cuenta los problemas de un lector preciso y se hace lo posible por proporcionarle soluciones. Esta relación afectiva es muchísimo menos estrecha entre los editores y los consumidores de las revistas donde aparecen insertas las consultas que construyen este género.

Todo esto nos permite hablar de un tenor que cabría calificar como neutro con una clara tendencia hacia lo coloquial o informal. En este sentido, aunque el estudio de Género ha puesto ya de manifiesto la existencia de notas informales en los textos analizados, habría que tomar en consideración la aparición de algún otro rasgo informal, que, aunque de manera no generalizada, sí va a resultar recurrente en buena parte de las muestras estudiadas:

- imperativos por parte de los asesores (*Take a front-row seat* [1]; *Avoid training when you have a cold* [10]; *Don't be tempted to break the news over dinner* [11]; *Use soft drinks to keep within your limits* [12]; *So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre* [16]), y hasta de algunos lectores (*Help* [13, 15, 16]);
- léxico actitudinal con función evaluativa<sup>135</sup> (*If you think you may be particularly squeamish* [1]; *Your fledgling feminist's daughter* [3]; *How knackered I look* [6]; *For some bizarre reason women get a bit funny...* [9]; *You are clearly helping* [16]; etc.);
- formas léxicas abreviadas (*TV* [4]; *her ex* [16]; *women's mag people* [17]).

---

<sup>135</sup> “Attitudinal lexis can express either a positive or a negative evaluation, and we often refer to these as “purr” and “snarl” worlds” (Eggins, 1994: 65).

Los rasgos de informalidad se van a acentuar en los fragmentos de *Sky Magazine*, donde se van a multiplicar las palabras tabú (*shag; tits; fuck; the ball; risk your arse* [2]; *willy; dick* [15]; *shit* [17]), o los vocativos con los que la asesora apela a los hombres que le escriben (*So, yellow-belly, why not take her for a drink and then say you fancy her?* [2]; *Honey, get on the phone to the Samaritans* [17]; *You need professional help. No shit. Sherlock* [17]). Esta exageración del tenor informal está al servicio de la parodia o imitación burlesca del género de los consultorios masculinos de otras revistas para hombres. De hecho, la elección premeditada de un registro inapropiado para este género, cosa que se consigue tanto con el tenor como con el campo en esta revista en particular, produce este efecto cómico, según una regla que ha destacado Spillner: “He [the speaker] can also deliberately choose an inappropriate register and thus cause special effects (comic touch, alienation, insult, etc.)” (1987: 281).

Además de estas notas de proximidad/distancia y jerarquía/solidaridad entre los interlocutores, determinantes del tenor interpersonal de esta muestra de textos, hay que llamar la atención también respecto a la abundancia de *rasgos de personalización* en el curso de las interacciones entre lectores y asesores, significativas del tenor personal en tanto que “factor situacional que se refiere a las personas, su identidad, su posición, y el grado de involucración que muestran con su mensaje” (Calsamiglia y Tusón, 1999: 328). Así, a la poca utilización de construcciones impersonales y pasivas, habría que añadir los abundantes deícticos personales (v.g. *My wife...; Our fist child; Your problem is...; I live with my girlfriend; I’m really jealous; You can begin to look at ways to achieve the same for yourself; Avoid training when you have a cold; Your appearance has a lot to do with general wellbeing; Now she’s getting definitely broody; etc.), o modalizadores de diverso tipo (v.g. *I’m sure...; If you think you may be particularly squeamish; I know her very well; If you don’t you will end up being like two separate states at war and might need to bring in the UN...; a surprisingly large number of men panic; Maybe your girlfriend likes you looking good; Do it at home, possibly over a drink; Only 10 percent, or something like that, maybe even 50 percent...; etc.) a lo largo y ancho de las muestras analizadas. Naturalmente esta personalización, tal y como aparece construida en la interacción entre lectores y consejeros, obedece al tipo de relación que los editores de esta sección de las revistas para hombres quieren proyectar entre su público de lectores. Así, a un registro basado en la ya aludida imagen de igualdad y cercanía entre lectores y asesores, se uniría este tono personal e íntimo; todo**



lo cual coadyuva a fomentar la confianza y acercamiento de los lectores a este género tradicionalmente asociado a las revistas femeninas, o ligado a la aridez de consultas muy específicas sobre salud, finanzas, leyes, etc. Ello explica la elección de este registro con tantas notas de oralidad, coloquialidad y tono personal, muy cercano al de la comunicación epistolar informal, tipo de discurso que, como hemos visto, resulta fundamental en la configuración de este género.

En otro orden de cosas, en un género que tiene la intención general de asesorar a sus lectores sobre los problemas asociados a su condición masculina –excepción hecha de los textos de *Sky Magazine* y su propósito de entretener a sus lectores mediante la parodia del género–, no podemos perder de vista los **propósitos retóricos**<sup>136</sup> explicativos que dan lugar a la presentación de los conflictos de los lectores y a los ofrecimientos por parte de los asesores de las claves para solucionarlos, apareciendo asimismo en las réplicas de éstos, con frecuencia, un propósito argumentativo con el que justificar los consejos dados.

Para finalizar, completaremos el estudio de registro de la muestra de textos analizadas en esta tesis mediante la puesta en práctica, sobre la muestra de textos estudiada en este trabajo de investigación, del esquema propuesto por Biber (1994) para el análisis de los parámetros situacionales de variación, donde hemos marcado las opciones pertinentes dentro de las alternativas propuestas por el autor:

## **I. Características comunicativas de los participantes**

- a. Locutor(es): individual [*asesor concreto*] / plural [*editores de la columna de consultas en cuestión*] / institucional
- b. Destinatario(s):
  - i. Uno mismo / otro
  - ii. Individual [*lector concreto que escribe*] / plural / innumerable [*público lector de la revista*]
  - iii. Audiencia: sí / no

## **II. Relaciones entre Locutor y Destinatario**

- a. Relaciones de estatus social-relativo estatus y poder de L y D:  
Locutor con más poder / estatus igual / Destinatario con más poder
- b. Alcance del conocimiento compartido:
  - i. Conocimiento especializado del tema: alto / bajo
  - ii. Conocimiento personal específico: alto / bajo

---

<sup>136</sup> Albentosa (1998a: 83) incorpora esta variable en el análisis del registro de los géneros periodísticos anglosajones, haciéndose eco de las reflexiones al respecto de autores como Vázquez, Downing o Lee. Dependiendo del autor, los propósitos retóricos se van a vincular más al ámbito del género, al campo o al modo. De hecho, Calsamiglia y Tusón emplean, a este respecto, el término *tenor funcional* para referirse, en sus análisis de registro, al “propósito con el que se produce un mensaje” (1999: 329).

- c. Interactividad: mucha / poca [entre lector y asesor] / ninguna [entre editores y público lector]
- d. Relación personal: confianza, respeto, miedo; pariente, amigo, enemigo, colega, etc.

### III. Escenario

- a. Características del lugar de la comunicación:
  - i. Privado / público
  - ii. Ámbito:
    - Trabajo y lugar de trabajo
    - Educación y mundo académico
    - Administración y leyes
    - Religión
    - Arte y entretenimiento
    - Doméstico y personal
    - Otros
  - iii. Medios de comunicación de masas audiovisuales (televisión, radio, cine)
- b. Espacio compartido: inmediato, próximo, separado
- c. Tiempo compartido: inmediato, próximo, separado
- d. Lugar y tiempo específicos de la comunicación

### IV. Canal

- a. Modo (canal primario): escrito / oral / de signos / mixto / otros
- b. Permanencia: sí / no
- c. Medio de transmisión:
  - i. Si hay permanencia:
    - 1. Grabado / transcrito / impreso / mecanografiado / manual / correo-e / otros
    - 2. publicado / no publicado
  - ii. Si no hay permanencia: cara a cara / teléfono / radio / TV / otros
- d. Insertado en un texto más extenso de registro diferente: sí / no

### V. Relación de los participantes con el texto

- a. Locutor—circunstancias de la producción: Revisado o editado / planificado / “on line”
- b. Destinatario—circunstancias de la comprensión: “on line” / restricciones de tiempo autoimpuestas
- c. Evaluación personal del texto por parte del Locutor y el Destinatario: Importante, valioso, necesario, bonito, popular
- d. Actitud del Locutor ante el texto:
  - i. Emocional / distante
  - ii. Respeto / familiaridad
  - iii. Excitación
  - iv. Etcétera

### VI. Propósitos, intenciones, fines

- a. Factibilidad:
  - (supuestamente) basado en: hechos / especulaciones / imaginaciones / mezcla

- b. Propósitos:
  - i. Persuadir o vender: alto / medio / bajo
  - ii. Transmitir información: alto / medio / bajo
  - iii. Entretener: alto / medio / bajo
  - iv. Expresión de sí mismo: (sentimientos, actitudes, estímulo de la relación): alto / medio / bajo

## VII. Tema

- a. Nivel del intercambio: especializado / general / popular
- b. Tema específico: economía, ciencia, religión, política, deportes, derecho, vida cotidiana, etc.

### V. 3. Criterios de selección del corpus

En la elección del corpus de textos objeto de análisis de este estudio hemos seguido un doble criterio, cualitativo y cuantitativo. **Cualitativamente**, los textos seleccionados responden a la forma canónica de los consultorios tradicionales en periódicos y revistas según el esquema tradicional de pregunta y respuesta, de modo y manera que hemos huido de otras formas de configuración de las secciones de consejo que pueden encontrarse en estas revistas: páginas de consejo sobre temas varios sin que éste venga justificado por la consulta de un lector, o secciones donde el consejo subyace bajo la forma de artículos o noticias. Asimismo, se ha procurado que, en la medida de lo posible, las revistas de hombres sean de interés general, evitando la consideración de revistas que, aun estando dirigidas a un público eminentemente masculino, versen sobre intereses particulares (coches, deportes, fotografía, pornografía, etc.). *FHM*, *GQ*, *Later*, *Maxim*, *Sky Magazine* y *ZM* son revistas de interés general que responden perfectamente a este criterio. En cuanto a *Men's Health*, supone un caso especial, puesto que, a pesar de no ser *sensu stricto* una revista de interés general y centrarse sobre todo en temas de salud y culto al cuerpo, no se caracteriza por la cerrazón de otras revistas de intereses específicos que tratan exclusivamente de un tema en cuestión (automóviles, pornografía, caza y pesca, etc.), sino que incluye además contenidos más amplios y diversos, propios de las revistas de interés general<sup>137</sup>.

---

<sup>137</sup> Explicando las diferencias entre las revistas de hombres de interés general y las de intereses específicos en el Reino Unido, Edwards, hablará también de: "a series of supposedly more specific periodicals with a more open readership that carry regular features concerning men's style, fashion, [...] including *Attitude*, *i-D*, *The Face*, *The Clothes Show Magazine*, *XL* and *Men's Health*" (1997: 72). *Men's Health* formaría parte, pues, de este pequeño grupo de revistas que, pareciendo concentrarse en un tema de interés concreto, incluyen además contenidos propios de las revistas de hombres de interés general.

En su estudio sobre las revistas masculinas, Edwards (1997) hace mención a *FHM*, *GQ*, *Maxim* y *Men's Health*. Por lo que se refiere a *Sky Magazine*, Mort la incluye ya entre los títulos que surgen a mediados de los ochenta a raíz de la pionera *Arena* en 1986, como prueba el siguiente comentario sobre el crecimiento del mercado de las revistas para hombres: “The continued existence of *Arena*, with estimated sales of somenwhat around the 70,000 mark, and the appearance of other titles like *Sky*, *Unique* and EMAP's *GQ*, may point ways forward” (1988: 211[negrita nuestra]). Por lo que se refiere a *Later* y *ZM*, no existe mención a ellas, al empezar a publicarse ambas en 1999, y ser estos estudios anteriores.

Al margen de las particularidades que ofrece *Men's Health*, dada su especialización en temas de salud y forma física, entre las otras revistas pueden constatarse ciertas diferencias. Como hemos visto, todas ellas responden al denominador común de estar dirigidas al público de hombres jóvenes heterosexuales, en su mayoría solteros y con una cierta solvencia económica. Sin embargo, el tono serio de los artículos de *GQ* y *Later* contrasta con la tendencia más sensacionalista que impregna las diferentes secciones de *Sky Magazine*, *FHM*, *Maxim* y *ZM*.

En todo caso, hay que decir que la combinación de las dos condiciones que han guiado el criterio cualitativo a la hora de elegir el corpus de análisis ha significado que no se haya podido tener en cuenta a otras conocidas revistas de hombres de interés general en las que no aparecían secciones de consultorio según la forma canónica presentada (v.g. *Arena*, *Boys Toys*, *Esquire*, *Loaded* o *Maxim*).

En lo que se refiere al **criterio cuantitativo**, se ha intentado que los textos de análisis resultasen homogéneos, soliendo oscilar todos, con alguna excepción poco significativa, entre las 100 y las 200 palabras, según recoge la siguiente tabla:

TEXTO	Nº DE PALABRAS
1	183
2	153
3	144
4	143
5	100
6	151
7	172
8	149
9	149
10	151
11	103
12	106
13	117

<b>14</b>	90
<b>15</b>	108
<b>16</b>	291
<b>17</b>	118
<b>18</b>	128
<b>19</b>	85
<b>20</b>	186

Así pues, aleatoriamente se ha elegido tres textos de la sección de consultorio de cada una de las revistas que se ajustaban a los criterios de selección fijados publicadas en 1999 (*FHM*, *GQ*, *Later*, *Maxim*, *Sky Magazine* y *ZM*); y sólo dos de *Men's Health*, para conseguir redondear el número de muestras que componían el corpus.

El número de textos analizados responde igualmente a uno de los objetivos de este trabajo de investigación, a saber, el verificar si el ACD es un método adecuado para el estudio de la identidad masculina partiendo de la manifestación lingüística escrita que constituyen los consultorios de las revistas para hombres. Ciertamente, el método podría haberse puesto en práctica sobre una muestra todavía más amplia de textos sobre los que se hubiera aplicado simultáneamente cada una de las variables de que consta el modelo de ACD aquí empleado. Sin embargo, esto hubiera restado transparencia a los resultados obtenidos de cada texto en particular; de ahí que, para hacer más visible la implementación del modelo y los resultados obtenidos, hayamos optado por una aplicación individualizada a cada fragmento para obtener luego unas conclusiones generales relativas a todos los textos en su conjunto. La ventaja que esta opción ofrece en lo que se refiere a lo diáfano que resulta la constatación de la idoneidad del modelo conforme se va practicando a los textos se ve contrarrestada por la extensión que cobra el análisis empírico. Huelga decir, pues, que el análisis de más fragmentos hubiera desbordado con creces las dimensiones de un trabajo de este tipo, ya de por sí dilatado. En cualquier caso, estimamos que la elección aleatoria de un total de veinte textos de los consultorios de las revistas examinadas resulta adecuadamente representativa de este género de la prensa dirigida al público masculino.

Los textos seleccionados poseen además una **homogeneidad temporal**, pues fueron recopilados en revistas publicadas en el Reino Unido durante el año 1999, concretamente entre los meses de marzo y noviembre de ese año.

## VI. ANÁLISIS EMPÍRICO DEL CORPUS

**TEXTO 1: Men's Health, julio/agosto 1999, p. 97.**

### I. DESCRIPCIÓN

#### I. 1. Vocabulario

##### I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?

El texto se estructura en torno a los siguientes **esquemas de clasificación**:

- la maternidad y el momento del parto (*wife; pregnant; first child; delivery room; pops out; slippery placenta; the business end*); así como lo doloroso que este trance resulta para las mujeres (*the going gets tough; the pain; the abuse she'll throw at you*);
- el miedo de los hombres a las exigencias de sus esposas de que ejerzan un rol más activo cuando ellas dan a luz (*I don't want to be [in the delivery room]; the thought makes me feel sick; got any good excuses I can use?; common fear; particularly squeamish*);
- el egoísmo de los maridos centrados en su propia sexualidad (*murder my sex drive; your sexuality; destroy your sex drive*);
- la necesidad de una mayor comprensión y apoyo de los esposos (*take a front seat; involved...at the beginning of the process; make yourself useful; mopping your wive's brow; holding her hand; letting her crush yours*), y la utilidad de los consejeros matrimoniales al respecto (*marriage and family therapist; his advice*).

Resultan especialmente significativos los ejemplos de **overwording** relativos a la necesidad de los maridos de perder sus miedos a ejercer un papel más activo durante el parto (*make yourself useful; ignore all the abuse; the more involved you are*); y, sobre todo, a propósito del temor y angustia que éstos experimentan ante este tipo de exigencias de sus parejas (*I don't want to be; feel sick; excuses I can use; common fear*).

Los ejemplos de **sinonimia** sobre la sexualidad (*sexuality; sex drive*) y sobre el miedo a que la presencia durante el parto haga a los hombres perder su libido (*murder my sex drive; destroy your sex drive*) vienen a resaltar los temores masculinos.

### ***I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?***

De entrada, la presencia, en relación cuasi antonímica, de los términos *father* y *wife*, da idea del conflicto y diferentes actitudes que el hecho de tener un hijo produce entre los dos miembros del matrimonio. El egocentrismo del marido y la preocupación exclusiva por sí mismo queda patente por el uso reiterado de la primera persona en su discurso cuando escribe al consultorio (*I don't want to be; the thought makes me feel sick; it would murder my sex drive*), lo cual contrasta con el consejo del especialista que, desde la revista, le insta a que tome más en cuenta el conjunto integrado por el marido y la esposa (*make yourself useful, mopping your wive's brow, holding her head, letting her crush yours, ignore all the abuse she'll throw at you*). A este respecto, resulta significativo el uso del reflexivo en la expresión *make yourself useful* para enfatizar el hecho de que es el marido mismo quien ha de convencerse de la conveniencia de desempeñar un papel más comprometido durante el parto de su mujer.

Igualmente, tienen un valor relacional destacado las frases y palabras ya señaladas a propósito de las exigencias matrimoniales femeninas y el miedo masculino a satisfacerlas (*I don't want to be; good excuses*).

El cierto carácter **informal** de buena parte del léxico que se utiliza cuando se responde desde la revista al lector (*business end; hang around; a trifle*) contribuye a crear una mayor confianza en el hombre que formula la consulta, pues se aproxima al tono protector de la conversación entre amigos, lo que facilita la asimilación por parte del lector del cambio de actitudes que, en la línea de una mayor atención a las exigencias de las esposas por parte de los maridos, se defienden en la revista.

### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

Al margen de entradas léxicas ya comentadas, como *feel sick* o *fear* a propósito de los temores masculinos a asumir las demandas de sus esposas, o *murder my sex drive* y *destroy your sex drive* en referencia al apego de los hombres a una atención exclusiva sobre sus necesidades sexuales sin tener en cuenta las carencias afectivas de sus parejas –lo cual resulta propio de la imagen de la masculinidad hegemónica tradicional–, habría que destacar el carácter expresivo que cobra el adjetivo *common* (*common fear*), resaltando lo extendido que está entre muchas parejas la situación reflejada en este ejemplo de consultorio.

### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

La utilización metafórica del verbo *murder* (*murder my sex drive*) para aludir al hecho de que la presencia en el parto por parte del padre acabará con su apetito sexual

resulta reveladora de la excesiva atención que los maridos conceden a sus deseos sexuales sin importarles demasiado las necesidades emocionales de sus mujeres. Precisamente otro uso metafórico como *Take a front seat* viene a ejemplificar el intento de cambiar esta actitud negativa y egocéntrica de los hombres desde la revista.

## **I. 2. Gramática**

### **I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?**

En lo que se refiere a los **procesos verbales**, es constatable una clara diferencia entre la pregunta y la respuesta de este ejemplo de consultorio. En lo que concierne a la pregunta, predominan los procesos verbales relacionales (*My wife is pregnant with our first child; I'm sure...; Have you got any good excuses...?) y mentales (*I don't want to be in the delivery room...; The thought makes me feel sick* [proceso mental dentro de una estructura causativa]<sup>138</sup>). Los primeros son representativos del hecho de que el lector esté describiendo un estado de cosas que le resulta conflictivo; los segundos responden al trastocamiento psíquico que se produce en el lector fruto de las exigencias de su esposa.*

Por lo que respecta a la respuesta que desde la revista se da al lector, hay que reseñar la abundancia de procesos materiales (*Take a front seat; ...you don't hang around at the business end; ...by mopping your wife's brow; ...letting her crush yours* [dentro de un grupo verbal de naturaleza causativa]; *Ignore all the abuse...; ...she will throw at you; ... for causing all the pain*). Este uso de los procesos materiales resulta revelador de la dimensión ideológica del consejo que se ofrece al lector desde la revista donde se le dice qué ha de hacer para solucionar el conflictivo estado de cosas que describe en su pregunta y para el que pide remedio. Naturalmente, en la contestación se utilizan igualmente otros tipos de procesos verbales: relacionales (*this is a common fear among men, but not always a rational one; Your sexuality is not that delicate; The more involved you are at the beginning of the process...; ...the sooner and the stronger the connection will be between father and child; ...you may be particularly squeamish; ...when the going gets tough*), que vienen dados por la descripción que, desde el consultorio, se le hace al propio lector de las particularidades de la situación que está

---

<sup>138</sup> Halliday (1994: 285-86) describe las estructuras causativas del tipo *Mary made John roll the ball* en términos de un *Initiator* (*Mary*) que es el participante que desencadena el proceso (*roll*) que lleva a cabo el Agente (*John*). Esto sólo sería aplicable a las estructuras causativas en que el *Initiator* desencadena un proceso material. En el ejemplo *The thought makes me feel sick*, el iniciador (*the thought*) desencadena un proceso mental en que *me* no sería un agente, sino un *Senser*.



viviendo; verbales (...says Frank Pittman, a family therapist; ...says Pittman), a partir del mayor valor que se pretende dar al consejo que desde esta publicación se ofrece al lector apoyándose en la opinión de otros especialistas; mentales (...a marriage and family therapist who thinks...; but if you think...), al llamar, desde el consultorio, la atención sobre su propia opinión y la de especialistas en relaciones matrimoniales; y de comportamiento (Make sure...), que se encuentra próximo a la línea de procesos materiales con que se recomienda una determinada línea de conducta al lector que ha escrito.

Los **procesos son siempre lo que parecen**, es decir, no se han encontrado casos en los que lo que normalmente sería un proceso de un determinado tipo aparece bajo la forma de otro tipo de proceso. Asimismo, existe una ausencia total de oraciones **pasivas**, lo cual, unido al hecho de que la **agencialidad** está siempre clara, y que apenas haya **sustantivaciones** destacables, nos permite concluir que no existe intento alguno de ocultar a los participantes o las circunstancias de los procesos verbales. La ausencia de estos rasgos resulta tan elocuente como lo hubiera sido su presencia, puesto que, si desde la revista no se hubiera querido hacer consciente al lector que escribe y a quienes lean este texto del modo generalizado de comportamiento entre los maridos de desatender las exigencias emocionales de sus esposas (v.g. estando presentes en el momento del parto), se podría haber disimulado esta “responsabilidad” con la utilización de estrategias de ocultación de la agencialidad como la pasiva, o las sustantivaciones. Ideológicamente esto supone que desde la revista se fomenta una masculinidad que poco tiene que ver con el modo de actuar del lector que formula la consulta.

El único caso significativo donde la agencialidad no queda del todo clara es cuando el lector confiesa: *The thought makes me feel sick*, donde la sustantivación (*The thought*) distancia al lector de la culpa que tendría que asumir por pensar volitivamente en algo que no debería y que le pone enfermo (*When I think about it, I feel sick*). Así, al utilizarse un iniciador inanimado y no humano (*The thought*) como responsable de su malestar, aun cuando está claro que es él el que piensa, se quita de algún modo la responsabilidad de no obrar correctamente reflexionando sobre cómo librarse de esta exigencia de su esposa.

Hay que hacer notar igualmente que los casos de **negación** en el texto (*I don't want to be in the delivery room; This is a common fear but not always a rational one; You sexuality is not that important; Make sure you don't hang around at the business*

end), especialmente los tres primeros, tienen una dimensión ideológicamente significativa, ya que, como señalan Hodge y Kress (1993) a propósito de esta variable, en muchos casos la utilización de la negación comporta una duplicidad de pensamiento, pues lo negado queda de algún modo presente en el discurso. A través de estos ejemplos queda claro que, aunque el lector no quiera estar presente en el paritorio (*I don't want to be in the delivery room*), ésta es una petición de su esposa que él no desea satisfacer. De igual manera, el hecho de que desde la revista se niegue el que este miedo tenga siempre un carácter racional (*This is a common fear but not always a rational one*) significa que, aunque ahora no sea el caso, las asunciones masculinas se tienen frecuentemente como fruto de la razón y, en consecuencia, como universalmente válidas<sup>139</sup>. En fin, cuando desde la revista se recuerda a los hombres que su sexualidad no es tan importante (*Your sexuality is not that important*)<sup>140</sup>, está quedando patente el excesivo valor que los varones conceden a esta faceta de la vida en pareja en detrimento de otras como la dimensión afectiva.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Dejando de lado la utilización del **modo** interrogativo, únicamente una vez por parte del lector para formular su consulta propiamente dicha (*Got any good excuses I can use?*), y del imperativo desde la revista cuando se le aconseja sobre cómo proceder para resolver el conflicto existencial que le atormenta (*Take a front-row seat; Make sure you don't hang around at the business end; Make yourself useful; Ignore all the abuse she will throw at you*), existe un predominio del modo declarativo (v.g. *My wife is pregnant...; I don't want to be in the delivery room...; The thought makes me feel sick; I'm sure it would murder my sex drive; this is a common fear...; Your sexuality is not that delicate; the more involved you are at the beginning of the process, the stronger the*

---

<sup>139</sup> Seidler ha estudiado el intento de los hombres de mantener una situación ventajosa de dominio y poder a partir del predominio incuestionable de la razón: "Men have taken control of the public world and sought to define the very meaning of humanity in terms of the possession of reason [...] Men have presented themselves as 'rationale' and 'reasonable', so defining others as lacking these essential qualities which define our very humanity" (1989: 14-15).

<sup>140</sup> En *A Comprehensive Grammar of the English Language* (1985: 1466), que en este estudio venimos utilizando, Quirk *et al.* señalan el carácter anafórico del intensificador *that*. Sin embargo, en *A Grammar of Contemporary English*, publicada trece años antes, abordan el uso de *that*, igual que *this* y *so*, siempre en función de la situación comunicativa inmediata del locutor: "*This* is used as an intensifier, but with reference to what is present to the speaker. *So* and *that* can be used in the same way, e.g. *I didn't expect it to be this/so/that full* (i.e. *as full as this*)" (1972: 706). Es decir, desde la revista se está haciendo ver al lector no sólo el hecho de que su sexualidad no es muy importante, sino que no es tan importante como a él le parece; lo cual implica un toque de atención hacia lo que otras personas como su esposa consideran importante.

*connection will be between father and child; etc.*). No teniendo una dimensión ideológica destacable el uso del modo interrogativo en la pregunta del lector –que de algún modo vendría casi exigido por las convenciones del género– y el carácter neutro del declarativo en la presentación de situaciones, hay que llamar la atención sobre el hecho de que los imperativos, que siempre se utilizan desde la revista, denotan una clara situación de poder de los editores de esta sección respecto al lector sobre el que adoptan una actitud de control al exigirle una respuesta que representa el llevar a cabo determinadas acciones para solucionar sus problemas; y vienen usados como herramientas al servicio del fomento de una ideología con la que se pretende que cambie la actitud hegemónica de la que el lector hace gala con su reticencia a estar presente en el paritorio satisfaciendo las exigencias de su esposa.

Sin embargo, no se llega a adoptar un tono excesivamente coercitivo a la hora de indicarle al lector cuál debe ser su conducta de cara a la situación planteada, tal y como prueba el hecho de que en la respuesta que se le da a B.H. de Portsmouth no se empleen formas explícitas de **modalidad relacional**, con las que se podría haber enfatizado la autoridad con la que el asesor de este consultorio cuenta en tanto que poseedor del consejo que lectores como éste necesitan. La única excepción son los imperativos con que se indica al lector cómo actuar en el parto (*Take a front-row seat; Make sure you don't hang around at the business end – make yourself useful...; ...and ignore all the abuse she'll throw at you...*). Y es que el tono autoritario que hubieran imprimido otras formas modales marcadas –como son los verbos auxiliares modales– podría significar que, sintiéndose agobiado, el lector hiciera caso omiso de las indicaciones que se le dan desde *Men's Health*. Existen, por el contrario, numerosos rasgos de **modalidad expresiva**. Aparte del empleo de los auxiliares modales *can* y *may* con valor de posibilidad (Palmer, 1990: 31 y 50) en el texto (*Got any good excuses I can use?; If you think you may be particularly squeamish...*), o el uso de adverbios como *optimistically*, es destacable la abundancia de formas donde la evaluación sobre la verdad de los enunciados se aproxima a la certeza absoluta, tanto en el lector que escribe (*I'm sure it would murder my sex drive*), como especialmente en la respuesta que éste recibe desde la revista, donde el futuro con *be going to* incorpora, especialmente en el lenguaje conversacional, según apunta Palmer (1990: 146), un sentido de que la proposición expresada resulta inevitable (*It's going to take more than a slippery placenta to destroy your sex drive*), y los enunciados con *will* manifiestan, de acuerdo con Leech (1987: 57), una evaluación de los acontecimientos futuros en tanto que predecibles (...the

*sooner and stronger the connection will be between father and child; ...all the abuse she'll throw at you for causing all the pain*). Este uso de los auxiliares modales para expresar este matiz de certidumbre alterna con una aparente falta de modalidad (*This is a common fear, but not always a rational one; Your sexuality is not that delicate*) donde el presente simple viene utilizado para expresar verdades incuestionables o “eternal truths” en la terminología que emplea Leech (*ibíd*: 6) en su estudio sobre los tiempos verbales ingleses. Esta imagen de total convencimiento en las proposiciones expresadas que se proyecta desde la respuesta del consultorio contribuye a reforzar la tentativa de convertir en universalmente válido el intento de *hacer* que cambie la reticencia de los maridos a atender exigencias femeninas como su presencia en el parto.

En otro orden de cosas, resulta elocuente la frecuencia con que se utiliza el pronombre **You** y los posesivos de segunda persona. Hay ocasiones en que queda claro que estas formas son parte de la deixis personal que se pone en juego entre el *yo* que responde desde la revista y el *tú* lector que escribió al consultorio (*Make sure you don't hang around at the business end; Make yourself useful...; ...by mopping your wife's brow...; ...and letting her crush yours...; etc.*). Sin embargo, hay también usos de la segunda persona donde, si bien se puede interpretar que son interpelaciones al lector, cabe también la posibilidad de ver un uso impersonal de estas formas (*If you think you may be particularly squeamish...; Your sexuality is not that delicate...; ...it's going to take more than a slippery placenta to destroy your sex drive; The more involved you are at the beginning of the process...; etc.*), con las que se consigue pluralizar sobre todos los hombres en general, lo cual contribuye a la dimensión ideológica de cambio de actitudes entre la masculinidad que desde la revista se intenta promover, al hacerse la situación descrita por el lector y el consejo que se le da extensible a otros hombres casados.

### ***I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?***

Los distintos mecanismos de cohesión y de subordinación se analizarán en éste y en el resto de los textos en tanto que tengan una dimensión ideológica significativa. Con todo, en el capítulo VII de conclusiones se ofrece una visión global de estos aspectos con referencias detalladas a los veinte textos del corpus.

De entre los elementos que confieren textura al texto, hay que señalar por su valor ideológico el empleo de **conectores** que vienen a proyectar un valor acumulativo tanto en la presentación de los problemas del lector como en las estrategias que el asesor le propone para solucionar el conflicto descrito. En esta línea se hallan las conjunciones

coordinantes copulativas (*My wife is pregnant with our fist child and I don't want to be in the delivery room when it pops out; The thought makes me feel sick, and I'm sure it would murder my sex drive; ...holding her hand and letting her crush yours when the going gets tough*) y disyuntivas (*Make yourself useful by mopping your wife's brow or, better still, holding her hand...*), así como los marcadores discursivos<sup>141</sup> de continuidad (*Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain*)<sup>142</sup>.

Destacaremos también el marcador discursivo de contraste *but*, con el que el asesor construye como una contrariedad la posibilidad de que el lector no sea capaz de aplicarse sus consejos anteriores (*But if you think you may be particularly squeamish, make sure you don't hang around at the business end*). Asimismo, incidiremos en el

---

<sup>141</sup> Aunque Fairclough se sirve genéricamente del término *conector* para abordar todas las relaciones entre cláusulas y oraciones dentro de un texto, no profundiza en la diferencia entre las relaciones que se establecen entre proposiciones o cláusulas dentro de una oración por medio de conjunciones, y las relaciones más amplias entre oraciones independientes –aun cuando sean complejas– por medio de marcadores discursivos que estructuran secuencias textuales más amplias. Autores como Winter intentan ya establecer una clara diferencia entre los conectores que en inglés marcan relaciones lógicas que se dan entre cláusulas dentro de una misma oración, por subordinación, lo que él llama SUBORDINATORS, –“The point about the list here [*subordinators*] is that these items either connect clause with clause or they embed one clause within another” (1977: 14)– y las relaciones lógicas entre distintas oraciones, lo que denomina SENTENCE CONNECTORS –“This list [*sentence connectors*] consists of adverbial adjuncts which are nearly always used to connect sentences and by this I mean independent clauses, in sequence” (*ibíd*: 15)–. Winter deja de lado los nexos coordinantes, que se aproximarían a los nexos subordinantes, y cuya diferencia ya ha quedado explicada en la presentación del método empleado en este estudio. Estos segundos constituyen lo que diversos autores han venido a calificar como marcadores discursivos, como apuntan Calsamiglia y Tusón: “El sistema de la lengua pone a disposición de los hablantes unas piezas lingüísticas que relacionan de forma explícita segmentos textuales, sean enunciados o secuencias de enunciados, estableciendo entre ellos diversos tipos de relaciones semánticas: se trata de los llamados marcadores discursivos y los conectores” (1999: 245). Van Dijk (1979: 449) utiliza el término *conector pragmático*, que básicamente se corresponde con la definición de marcador discursivo.

<sup>142</sup> Al igual que ocurre con *but* y *or*, *and* puede funcionar como conjunción cuando marca relaciones entre cláusulas dentro de una misma oración compleja –en este caso por coordinación, aunque también ocurre con la subordinación con otras partículas como *because*–, pero también como marcador discursivo al estructurar relaciones entre oraciones, actos de habla o fragmentos textuales más amplios. El empleo de éstos y otros marcadores discursivos se diferenciará del de las conjunciones –en tanto que nexos entre cláusulas oracionales– por su *función*: “Whether they are called discourse markers, discourse connectives, discourse operators, or cue phrases (I shall use the term ‘discourse marker’), the expressions under discussion share one common property: they impose a relationship between some aspect of the discourse segment they are a part of, call it S2, and some aspect of a prior discourse segment, call it S1. In other words, they function like a two-place relation, one argument lying in the segment they introduce, the other lying in the prior discourse. I represent the canonical form as <S1. DM+S2>” (Fraser, 1999: 938); y por su *posición* en el texto: “Although markers often precede sentences [...] they are independent of sentential structure. Removal of a marker from its sentence initial position, in other words, leaves the sentence structure intact. Furthermore, several markers – *y’know, I mean, oh, like* – can occur quite freely within sentence locations which are very difficult to define syntactically” (Schiffrin, 1987: 31-32). Dado que formas como *and, but or, so* o *because* pueden tener un doble funcionamiento, como meras conjunciones o como marcadores discursivos, Fairclough se sirve del término *conectores*. De hecho, van Dijk alude al doble funcionamiento de éstas y otras partículas, funcionamiento que él denomina semántico y pragmático: “Pragmatic connectives express relations between speech acts, whereas semantic connectives express relations between denoted facts [...] Semantic connectives express relations between propositions and represent relations between the facts which are the denotata of these propositions”

empleo de *oh* como marcador discursivo propio del discurso conversacional que, según Schiffrin (1987: 99) indica la introducción de un nuevo enunciado sobre el que el hablante quiere llamar especialmente la atención (*Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain*).

Sin embargo, resulta especialmente relevante desde un punto de vista ideológico el empleo de la **cohesión léxica** mediante el uso de sinónimos (*murder/destroy; sexuality/sex drive*); repeticiones (*sex drive* dos veces); palabras del mismo campo semántico (*pregnant / first child; delivery room / slippery placenta; therapist / advice*); y, según la terminología de Halliday y Hasan (1976), colocaciones (*Take...seat; father...child; mopping...brow; holding...hand; etc.*). Todo ello denota los *leit-motifs* de esta consulta: la sexualidad masculina en la pareja casada, la actitud de los futuros padres en el paritorio o la necesidad de un vínculo más afectivo en el matrimonio.

Hay que insistir asimismo en lo importante que resulta la profusión de **estructuras coordinadas** copulativas y disyuntivas cuando desde la revista se ofrece consejo al lector que previamente lo ha solicitado (*Make yourself useful by mopping your wife's brow or, better still, holding her hand and letting her crush yours when the going gets tough. Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain*). Una vez más, desde la revista se trata de fomentar una nueva norma de actuación de la masculinidad abandonando su egocentrismo tradicional en situaciones tan comunes como el momento del parto, lo cual se manifiesta en este nivel de las relaciones de cohesión en el texto a través del hecho de ofrecer distintas posibilidades (*and/or*) de comportamiento que los hombres pueden seguir en este momento en presencia de sus esposas. Por el contrario, con el empleo de las formas coordinadas copulativas en la consulta del lector, se alcanza un cierto efecto de acumulación en la presentación de lo que éste entiende como circunstancias desagradables e incómodas, que le cuesta superar para satisfacer los deseos de su mujer en el momento del parto (*My wife is pregnant with our first child and I don't want to be in the delivery room when the baby pops out – the thought makes me feel sick and I'm sure it would murder my sex drive*).

En lo que respecta a la **subordinación** en esta muestra, aunque no faltarán otros tipos de subordinación que no describiremos por carecer de valor ideológico, hay que subrayar la presencia de cláusulas subordinadas adverbiales temporales (...*I don't want*

---

(1979: 449); hablando así de conectores semánticos (*semantic connectives*) y pragmáticos (*pragmatic connectives*) respectivamente.

*to be in the delivery room when it pops out; ...letting her crush yours when the going gets tough), que nos refieren a los distintos momentos del parto; y condicionales (*But if you think you may be particularly squeamish, make sure you don't hang around at the business end*), con la que se restringen las posibilidades que permiten la presencia del lector en la sala de partos durante el alumbramiento de su esposa. Con todo, la riqueza en cláusulas subordinadas, en especial de la respuesta del asesor, nos da cuenta de la elaboración de los argumentos que se ofrecen al lector desde esta sección de consulta a propósito del tema de su paternidad; sin embargo, la inclusión de un gran número de cláusulas subordinadas en una sola oración, como ocurre en esta muestra a veces, es un rasgo significativo de oralidad.*

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

Aunque es un recurso característico de la interacción conversacional, la estructura de conversación retardada de este género nos permite hablar de la **reformulación** de la consulta realizada por el lector que se opera en la respuesta que se le da desde *Men's Health*. Mientras que el lector escribe pidiendo que se le dé algún tipo de excusa para no tener que estar presente en el momento del alumbramiento de su esposa, desde la revista se va a atender exclusivamente al conflicto personal que esta petición le plantea al lector, reflexionándose sobre lo común del problema, invitándole a que esté presente en la sala de partos, y sugiriéndole incluso cómo comportarse en tal momento. De este modo, no es que solamente no se le conteste al lector con la información que solicitara, sino que se le plantea como solución una vía de actuación totalmente contraria a la que él espera. Puede, pues, adivinarse la motivación ideológica de esta reformulación en tanto en cuanto desde la revista se está potenciando un acercamiento del marido a los requerimientos afectivos de su esposa, relegando así el tradicional distanciamiento de los hombres de las dimensiones emocionales y afectivas.

#### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura del texto es un ejemplo claro de columna de consultorio, tal y como se ha estudiado en el apartado correspondiente al género y registro del corpus. Aparece en primer lugar la pregunta del lector (B.H. de Portsmouth) precedida de la inicial *Q* (*Question* <Pregunta>), donde el lector plantea una situación dada –el hecho de que su mujer va a dar a luz y él teme que su presencia destruirá su libido– y la consulta propiamente dicha, es decir, las excusas que puede poner a su mujer para no

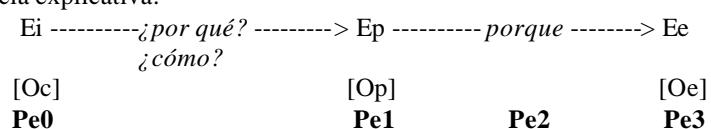
asistir. Sigue la respuesta que se da a este hombre desde la revista, sección a la que da comienzo la inicial A (*Answer* <Respuesta>), donde no se le ofrecen al lector las excusas que solicita, sino que, por el contrario, se le dan estrategias para cumplir con las expectativas de su esposa. Destaca el empleo del estilo directo ("*Your sexuality is not that important*", says Frank Pittman...) para dar mayor credibilidad al consejo otorgado citando la opinión de especialistas en psicología de la pareja.

Hay que mencionar el hecho de que, tanto en la pregunta como en la respuesta, el consejo que se pide y el que se da aparecen al final de ambas secciones, mientras que la pregunta y la respuesta aparecen encabezadas por la descripción del temor del marido a estar presente en el paritorio y la desmitificación de lo que se plantea como un miedo generalizado entre los varones casados, a la que se concede un lugar prominente en el texto. Esto, unido al hecho de que la línea de actuación sugerida poco tiene que ver con el intento de escapar a las peticiones de su esposa, contribuye decididamente al intento de propugnar desde *Men's Health* una mayor atención a las necesidades afectivas de las mujeres por parte de los hombres en el curso de la vida en pareja.

Esta estructura de pregunta y respuesta de la consulta reproduce, de manera reducida, el esquema de la macroestructura dialogal, uno de los tipos textuales principales según los estudios de autores como Calsamiglia y Tusón (1999: 318-323) o Adam (1997). En efecto, la consulta da cuerpo a una interacción dialogal mínima, con una sola réplica por parte de los dos interlocutores. Ahora bien, en la pregunta del lector de Portsmouth resulta constatable una clara tendencia a la reproducción del esquema prototípico de la macroestructura explicativa<sup>143</sup>, según la siguiente estructura:

- **Proposición explicativa 0:** Se parte de un esquema inicial en que nos referimos a un objeto complejo y desconocido, en concreto, la reticencia del lector a estar presente en la sala de partos durante el alumbramiento de su esposa (*My wife is pregnant with our first child and I don't want to be in the delivery room when it pops out*);

<sup>143</sup> Calsamiglia y Tusón (1999: 309) definen la secuencia explicativa así: “Se parte de un esquema inicial (Ei): la referencia a un objeto complejo [Oc] que se presenta como algo desconocido, difícil, oscuro. A partir de él, el primer movimiento explicativo aparece con la *pregunta*, el cuestionamiento, que lleva a la construcción de un esquema problemático (Ep), en el cual el objeto [Op] se presenta como problema cognoscitivo que se ha de resolver. Seguidamente se pasa a la fase resolutiva, en la que se da *respuesta* al problema y se desarrolla el esquema explicativo (Ee), cuyo resultado es que el objeto queda claro e inteligible [Oe]. Cada uno de los momentos de la secuencia está representado por una macroproposición explicativa (Pe) y la secuencia avanza por el mecanismo de los operadores de pregunta/respuesta” (1999: 309). El siguiente esquema de las autoras (*ibíd*) reproduce de manera gráfica el funcionamiento de la secuencia explicativa:





- **Proposición explicativa 1:** Queda implícita la problematización de este esquema inicial<sup>144</sup>;
- **Proposición explicativa 2:** Se activa un proceso explicativo con el que se exponen las razones por las que este hombre no desea estar en el paritorio cuando nazca su hijo (*The thought makes me feel sick, and I'm sure it would murder my sex drive*);
- **Proposición explicativa 3** donde se sintetizará y evaluará lo expuesto en el recorrido explicativo por medio de una pregunta final con que se concluye pidiendo distintas excusas que utilizar para no tener que asistir a ese momento (*Got any good excuses I can use?*).

Por otro lado, en la respuesta se mezclan rasgos propios de la macrosecuencia argumentativa con otros propios de la explicativa. En general, dado que se trata de razonar el hecho de que el miedo a presenciar un parto es un temor irracional y explicarse cómo actuar en consecuencia, lo argumentativo se convierte en secuencia envolvente donde se incrusta lo explicativo, según un procedimiento común que Calsamiglia y Tusón describen así:

*Para determinar la disposición de las secuencias en textos heterogéneos, Adam [1992] propone distinguir distintos tipos de secuencias. La secuencia dominante es aquella que se manifiesta con una presencia mayor en el conjunto del texto. La secuencia secundaria es aquella que está presente sin ser dominante. Si la dominante se constituye como el marco en que otras secuencias pueden aparecer incrustadas se llama secuencia envolvente (1999: 267).*

La secuencia argumentativa<sup>145</sup> domina la respuesta, pues se parte de una **premisa inicial** (*This is a common fear among men, but not always a rational one*), datos

<sup>144</sup> El carácter implícito de algunas proposiciones en las secuencias explicativas es algo frecuente, de acuerdo con Calsamiglia y Tusón: “En los textos empíricos las fases o los momentos de la secuencia [explicativa] pueden estar implícitos” (1999: 309).

<sup>145</sup> Calsamiglia y Tusón caracterizan la estructura básica de los textos argumentativos según este modelo: “Para justificar, defender y sostener una posición, el esquema es el siguiente: se parte de unos datos iniciales o de una premisa y se proponen argumentos para defender un nuevo enunciado, que se deriva de las premisas, y así llegar a una conclusión” (1999: 296). Adam (1997: 106) propone el siguiente esquema de la estructura argumentativa a modo de resumen:

**Proposición p**

[*La marquesa tiene las manos suaves* ]

**DATOS**-----**REGLA DE INFERENCIA**-----entonces, probablemente----**CONCLUSIÓN**  
[*Me gusta la marquesa*]

*Puesto que*  
**GARANTE**  
 [*A los hombres les gustan las mujeres con las manos suaves*]

*a menos que*  
**RESTRICCIÓN**  
 (refutación, excepción)

*dado que*  
**APOYO**

iniciales a los que acompaña un **argumento de apoyo** (“*Your sexuality is not that delicate*”, says Frank Pittman, a family therapist who thinks it’s going to take more than a slippery placenta to destroy your sex drive). El consejo final sobre cómo actuar en caso de asistir al parto se torna en **conclusión** de la premisa inicial de la que partiera la argumentación (*His advice...*). Ahora bien, esta conclusión con que finaliza la secuencia argumentativa que desarrolla el asesor de *Men’s Health* funciona a la vez como **Proposición explicativa 2** –o desarrollo explicativo– de una secuencia explicativa inconclusa e infradesarrollada que queda incrustada en el seno de la secuencia argumentativa que domina la respuesta (*Take a front-row seat. “The more involved you are at the beginning of the process, the sooner and stronger the connection will be between father and child”*, says Pittman, a trifle optimistically. *But if you think you may be particularly squeamish, make sure you don’t hang around at the business end – make yourself useful by mopping your wife’s brow or, better still, holding her hand and letting her crush yours when the going gets tough. Oh, and ignore all the abuse she’ll throw at you for causing all the pain*). De dicha secuencia, sólo contamos además de esta Pe2, con una vaga **Proposición explicativa 0**, la alusión misma al consejo que Frank Pittman ofrece en estos casos (*His advice*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

Para desentrañar la interpretación del contexto situacional, trataremos de responder a las siguientes variables:

##### **1) ¿Qué sucede?**

La **actividad** fundamental del texto es el acto mismo de pedir consejo un lector sobre cómo evitar su presencia en el paritorio por temor a perder su futuro apetito sexual. Junto a esta actividad principal, hay otras actividades “secundarias”: las que se desprenden de la actividad de ofrecer consejo desde la revista a este marido sobre qué

---

Adam llega a un modelo semejante al de Calsamiglia y Tusón en sus estudios sobre los tipos de textos más comunes: “En resumen, el esquema de base de la argumentación es una relación de unos *datos* con una *conclusión*. Esta relación puede fundarse implícita o explícitamente (*garante* y *apoyo*) o contrariarse (*refutación*, *excepción*). Si los datos son los elementos más frecuentemente explícitos, el apoyo está a

hacer durante ese momento (su presencia misma en el parto); así como el requerimiento de la esposa de que su compañero la acompañe.

Los **tópicos** fundamentales del texto consisten en el deseo por parte de las mujeres hacia sus esposos de que se involucren más en el momento del parto estando presentes, y el consiguiente temor de éstos a cumplir con esta solicitud por miedo a ver sangre y perder sus futuras apetencias sexuales. La desmitificación de estos temores maritales y la sugerencia de adquirir un papel más comprometido durante el alumbramiento vendrían a completar los tópicos abordados en el texto.

En cuanto a los **propósitos**, hay que ver la intención comunicativa esencial en el objetivo de aconsejar al reacio marido que se implique sin miedo en el parto brindando su apoyo a su esposa tal y como ésta lo solicita. El propósito primario de esta interacción se encuentra pues en brindar asesoramiento al lector que escribe a esta sección. De este propósito principal, se deriva otro secundario, que consiste en extender esta recomendación a muchos otros lectores para que se sientan identificados con el problema planteado por el lector de Portsmouth.

## 2) *¿Quién participa?*

Globalmente, los participantes en la situación comunicativa serían el lector que escribe a la revista (B.H. de Portsmouth) y el especialista encargado de responder a la sección de consultorio de *Men's Health*, además de la pluralidad de lectores del consultorio de la revista, y los editores mismos de esta sección de *Men's Health*. En el plano concreto de la situación planteada por el lector, habría que incluir la relación entre ambos esposos.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre el lector y el consejero de la revista tiene el carácter neutro propio de las convenciones de un género donde uno y otro no se conocen ni hay interacción directa y cara a cara entre ambos. Por otra parte, la relación entre el matrimonio parece un tanto distante por cuanto el marido se niega a estar presente en un acto tan importante para la pareja como es el alumbramiento de su primer hijo. Además, el esposo hace gala del más puro egoísmo machista pensando única y exclusivamente en su propia sexualidad.

Aunque podría parecer a primera vista que es la mujer la más perjudicada en esta relación, hay que considerar también el hecho de que el esposo se ve obligado a asumir

---

menudo implícito y los otros componentes se sitúan entre estos dos polos de lo implícito y lo explícito” (*ibíd.* [traducción nuestra]).

unas nuevas exigencias de las que estaba libre una masculinidad a la que tradicionalmente no se le hacían estos requerimientos afectivos. Esto le produce temor y desasosiego al sentirse superado por las cambiantes circunstancias sociales.

#### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Además de la mera **función instrumental**<sup>146</sup>, según la cual el lenguaje viene a ser el instrumento que permite la interacción comunicativa entre el lector que pide consejo y el responsable de responder en el consultorio de la revista, podemos distinguir las tres funciones del lenguaje que Fairclough (1992a: 64) propone analizar en todo texto. En primer lugar, existe una **función de identidad**, según la cual el discurso del consultorio vendría a contribuir a la configuración de la identidad social de género del lector al que se contesta (y de los lectores en general que consumen la revista) a quienes se da unas pautas de comportamiento que vendrán a moldear su rol sexual masculino, que se fomenta como más atento a las necesidades afectivas de las mujeres y menos concentrado en sus propias necesidades sexuales. En segundo lugar, hay una **función relacional**, por cuanto el discurso del texto viene a definir un determinado patrón de relaciones de pareja dado por el mayor compromiso de los esposos apoyando a sus mujeres en el momento del parto. Finalmente, cabe hablar de una **función ideacional**<sup>147</sup>, referente al plano del contenido y la ideología que subyace al tipo de masculinidad que se promueve desde esta revista para hombres: sin miedo a estar más en contacto con su dimensión emocional, más solícito ante las necesidades de sus esposas, y menos atento a sus propios intereses egocéntricos.

## B. Contexto intertextual

La **serie histórica** en que se enclava este texto es la de la crisis de los modelos de identidad masculina hegemónica tradicional<sup>148</sup> de muchos hombres, que, perdidos y

---

<sup>146</sup> En su obra *Explorations in the Functions of Language* (1973), Halliday establece la tipología de las funciones que, según él, desempeñaría el lenguaje: instrumental, regulatoria, interaccional, personal, eurística, imaginativa y representacional. La **función instrumental** consistiría en el hecho de que el lenguaje viene a satisfacer alguna necesidad material, en la línea aquí sugerida de permitir un tipo de interacción comunicativa dada.

<sup>147</sup> Según Downing y Locke, la función ideacional del lenguaje haría referencia a lo que denominan “linguistic representation of our experience of the world” (1992: 4).

<sup>148</sup> La crisis de la masculinidad hegemónica tradicional en el Reino Unido no es algo nuevo. Según Kimmel: “That men are today confused about what it means to be a ‘real man’ – that masculinity is in ‘crisis’ – has become a cultural commonplace, staring down at us from every magazine rack and television talk show in the country” (1987a: 121). El concepto de *masculinidad hegemónica* –definido en el apartado III.3. sobre la noción de masculinidad– se viene utilizando de forma sinónima al de *masculinidad tradicional* para caracterizar, en el contexto cultural anglosajón, al tipo de hombre blanco, heterosexual, de clase media, que históricamente ha ostentado un poder incuestionable sobre otras formas

desorientados ante los nuevos cambios y exigencias sociales que se les imponen (aquí, la petición de la esposa de estar presente en el momento del parto), buscan encontrar orientación para su propia identidad en crisis recurriendo a las columnas de consejo<sup>149</sup>.

La consulta en su conjunto presupone un discurso femenino que exige una mayor aproximación de los hombres a sus facetas emocionales, satisfaciendo en concreto las necesidades afectivas femeninas, como es su presencia en el momento de dar a luz para brindarles apoyo. El consejo que se da desde la respuesta del consultorio presupone así la existencia de un tipo de hombre más en contacto con su dimensión emotiva y con los sentimientos, más humano y dejando de lado su egoísmo machista. Es el tipo de hombre que en el ámbito anglosajón se ha venido a denominar “hombre nuevo” o *New Man*<sup>150</sup>. El juego dialógico entre este texto y otros previos (sobre las exigencias femeninas, la conveniencia de adoptar las virtudes del *New Man*, etc.), cercanos a la experiencia del lector, vendría a conformar el contexto intertextual de este fragmento.

Sin embargo, existen **presuposiciones** concretas en este texto que iluminan los sistemas de creencias y valores que los editores de esta sección dan por hecho entre sus lectores. De entrada, el enunciado *The thought makes me feel sick* presupone que este lector se plantea frecuentemente el momento mismo de asistir al parto de su hijo a raíz de las exigencias de su esposa, lo cual es algo que lo agobia sobremanera. Más significativas resultan las negaciones ya analizadas, que construyen una línea de pensamiento opuesta a la de lectores como B.H. Se presupone así la existencia de hombres dispuestos a asistir a la sala de partos (*...and I don't want to be in the delivery room; Make sure you don't hang around at the business end*); se presupone también un vínculo racional entre los hombres y los miedos a perder su libido por el hecho de presenciar un parto (*This is a common fear, but not always a rational one*); y se

---

marginales de masculinidad como son los gays u hombres de diferentes minorías étnicas, y más ostensiblemente sobre las mujeres. De esta conceptualización parten May *et al.* en su recreación de los roles masculinos tradicionales (*Traditional Male Roles*): “Manhood has been inextricably connected with patriarchy and injustice toward women” (1996: xi).

<sup>149</sup> Fairclough se remite a esta tendencia a tratar de encontrar solución a los problemas personales a través de las páginas de consejo en diversas publicaciones: “A great many people now seek some form of ‘help’ with their ‘personal problems’ [...] in the casual form of ‘problem’ columns or articles in magazines [...] Under the impact of the economy and the state or even more aspects of life, a great many people experience problems and ‘crisis of identity’, which they perceive as their individual ‘personal’ problems, and for which they seek ‘help’” (1989: 198-222).

<sup>150</sup> Rutherford define así el prototipo del *New Man* que se empieza a gestar en la década de los ochenta: “It is a fraught and uneven attempt to express masculine emotional and sexual life. It is a response to the structural changes of the past decade and specifically to the assertiveness and feminism of women. This reassessment of masculinity is engaged in forms of compromise” (1988: 32).

presupone por último una preocupación extrema entre los varones por su excitabilidad sexual como unpreciado bien que hay que guardar cuidadosamente (*Your sexuality is not that delicate*).

Tampoco podemos dejar de lado la referencia intertextual explícita que supone el hacer referencia al discurso de un especialista en temas de pareja y matrimonio, Frank Pittman, cuyas recomendaciones se citan literalmente en más de una ocasión (“*Your sexuality is not that delicate*”, says Frank Pittman...; “*The more involved you are at the beginning of the process, the sooner and stronger the connection will be between father and child*”, says Pittman, a trifle optimistically.); y también en estilo indirecto (...says Frank Pittman, a family therapist who thinks it’s going to take more than a slippery placenta to destroy your sex drive). La voz de un experto en estas cuestiones confiere mayor rigor y autoridad a los consejos que aquí se plantean, y nos da una idea de hasta qué punto cobran relevancia los conflictos de paternidad para muchos hombres en el seno de su vida en pareja.

## II. 2. Tipo/s de Discurso

El tipo básico de discurso que emana de este fragmento de la sección de consultorio de *Men’s Health* construye un tipo de masculinidad que manifiesta el cierto temor y ansiedad a que los hombres se ven sometidos por nuevas demandas sociales, en particular de parte de las esposas y sus requerimientos de un mayor compromiso en el momento de dar a luz a su primer hijo<sup>151</sup>. Este tipo de discurso se produce gracias a la utilización por parte de B.H. de Portsmouth de la variable del discurso del asesoramiento<sup>152</sup> que constituye el consultorio de la revista *Men’s Health* para que el

---

<sup>151</sup> Las consecuencias negativas que a nivel emocional produce la paternidad en muchos hombres hoy en día han sido ya recaladas por Doyle: “Although research into fatherhood is still rather new, much of the early work viewed men’s transition to parenthood in rather negative terms focusing on the change in couples routines and loss of freedom. More recent studies have highlighted numerous “negatives” like finding that new fathers run a greater risk for emotional upheaval and stress [...] others have noted that the transition to parenthood can also provoke marital problems” (1995: 263-264).

<sup>152</sup> Estos diferentes discursos (o tipos de discurso), que entran a formar parte del tipo de discurso concreto que se construye en una muestra textual específica, vienen definidos por los contextos de la prácticas sociales en que se generan. Así, prácticas sociales tan extendidas como el periodismo, la publicidad, el ejercicio del derecho o la comunicación epistolar, definirán al discurso periodístico, al discurso publicitario, al discurso jurídico o al discurso epistolar respectivamente, tal y como señala Sarah Mills en su obra *Discourse*: “For other mainstream linguists, discourse is defined by the context of occurrence of certain utterances (thus the discourse of religion, the discourse of advertising). These contexts of production of texts will determine the internal constituent of the specific texts produced” (1997: 9). Fairclough se hace también eco de este significado del término discurso, tal y como nosotros lo aplicamos en esta variable del modelo de análisis: “‘Discourse’ is also used for different types of language used in different sorts of social situation (e.g. ‘newspaper discourse’, ‘advertising discourse’, ‘classroom discourse’, ‘the discourse of medical consultations’)” (1992a: 3).

especialista de dicha sección le aconseje sobre su conflicto existencial. La especie de intercambio discursivo epistolar reducido, que impone el género de las secciones de consulta en la prensa escrita, hace que la problemática planteada por este varón adquiera un valor modélico donde puedan verse reflejados otros lectores gracias a la divulgación propia del discurso periodístico que encuentra en la revista uno de sus medios de difusión. Esto supone una diferencia fundamental con otras formas del discurso del asesoramiento basadas en un intercambio comunicativo reducido al ámbito de lo privado entre un asesor y su cliente.

Se produce este tipo de discurso tras sucesivas fases de selección y manipulación, por parte de los editores de esta sección de *Men's Health*, de la consulta original de un lector de iniciales B. H, que escribe desde Portsmouth. La consulta inicial ha quedado sustancialmente reducida para amoldarse al formato de esta columna de consejos. En todo caso, el consejo de redacción de esta sección ha estimado oportuno incluirla en el número del verano de 1999 de la revista en función de la recepción de la misma entre sus destinatarios; dicho de otro modo, se ha considerado representativa de los intereses, preocupaciones y problemas de los lectores ideales de esta publicación.

La estructura del texto y su **coherencia global** dan forma asimismo a este discurso. En primer lugar, el **esquema** (*schema*) del texto vendría dado por el hecho de pedir consejo un lector (sobre qué excusas ponerle a su esposa para no estar presente en el momento del alumbramiento de su primer hijo por temor a perder su futuro apetito sexual) y el consejo que se le da desde la revista de que esté presente y atento a las necesidades afectivas de su esposa durante el parto. El **marco** (*frame*) del texto se constituye en torno al tipo de hombre que emerge de estas acciones: un marido temeroso de perder su libido en el futuro si asiste al parto, y que escribe al consultorio de una revista como *Men's Health* para preguntar si hay excusas que pueda poner para evitar este trance. Finalmente, los **guiones** (*scripts*) del fragmento vendrían dados por la existencia de un marido que experimenta un sentimiento de desigualdad ante su esposa que le pide que realice algo que él no quiere hacer. Para resolver lo que él ve como un desequilibrio en la relación, el sujeto esposo se dirige a un especialista de *Men's Health* para que le indique el modo de actuar. Estos guiones evidencian el tremendo impacto psicológico que los requerimientos de las esposas pueden tener en sus parejas.

Aspectos léxico-gramaticales y de coherencia local en el texto, como la elipsis de la pregunta del lector (*[Have you] Got any excuses I can use?*) o la interjección *Oh*<sup>153</sup> de la respuesta que se le da desde la revista, contribuyen a dar al texto un cierto matiz coloquial que se acerca al tono de la conversación entre amigos hablando de sus problemas. De hecho, el tono coloquial del discurso puede constatarse en el uso de palabras y expresiones como *pops out, feel sick, a trifle, squeamish, hang around, the going gets tough*, etc. No en vano, este problema aparece descrito como muy común entre los hombres, como muestra el adjetivo *common* con que se califica esta situación desde la respuesta del consultorio. Rasgos gramaticales como la presencia de contracciones<sup>154</sup> (*I don't want; it's going to take; she'll throw; you don't hang around*) o los signos de puntuación informal como la raya<sup>155</sup> (*Make sure you don't hang around at the business end – make yourself useful by mopping your wife's brow ...*) contribuyen también al matiz coloquial con que se construye este tipo de discurso sobre lo masculino en la sección de consulta de esta revista para varones. Lo coloquial se acerca a veces a lo conversacional, como demuestra –además del empleo de *phrasal verbs*<sup>156</sup>, contracciones o marcadores discursivos como *Oh* y *better still*– la aparición de nombres genéricos como *business, going* o *get* (*Make sure you don't hang around at the business end; ...letting her crush yours when the going gets tough*)<sup>157</sup>. No podemos dejar de hacer mención al **tono cómico** que el asesor imprime a sus consejos, como por ejemplo en la ironía de sus comentarios finales sobre la irascibilidad de las esposas hacia los maridos durante el parto (*Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain*).

Resultan especialmente esclarecedores, para la configuración de este discurso, los imperativos del final del texto, **actos de habla** directivos, (*Take a front row seat;*

<sup>153</sup> En su estudio sobre los marcadores discursivos de la conversación, Schiffrin señala a propósito de *Oh*: “*Oh* is traditionally viewed as an exclamation or interjection [...] said to indicate strong emotional states, e.g. surprise, fear, or pain”(1987: 73).

<sup>154</sup> Respecto a las contracciones, afirma Swan: “Contractions are most common in an informal style. They are normal in friendly conversations or personal letters; they would be unusual, for instance, in an application for a job or the Queen's speech on the opening of the Parliament” (1980: 157).

<sup>155</sup> El carácter coloquial de la raya para expresar digresiones, en vez de comas o paréntesis, hacen su empleo característico de la prensa popular en el Reino Unido: “Whether to put dashes or brackets round a digression is usually a matter of taste. Again, the popular press is different. When it does digress in the middle of a sentence – which is seldom – it prefers dashes. But it needs the dash all the time – to say to the reader ‘Wait for it!’ [...] This use of the dash is not recommended for those trying to get their work into the broadsheet press” (Bagnall, 1993: 158).

<sup>156</sup> Respecto al tono informal que imprimen los *phrasal verbs*, dicen Quirk *et al.*: “Such phrasal verbs are usually informal” (1985: 1153).

<sup>157</sup> “The speaker typically uses a good deal of rather generalised vocabulary: *a lot, got, do, thing, nice, stuff, place* and *things like that*” (Brown y Yule, 1983a: 17).



*Make sure you don't hang around at the business end; Ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain; Make yourself useful by mopping your wife's brow*) utilizados para dar consejo, que se formulan de manera directa para conseguir aproximarse al tono de la conversación familiar y sincera entre “amigotes”. Por lo demás, y con la única excepción del acto directivo con fuerza ilocutiva de pregunta que da forma a la consulta de B. H. (*Got any good excuses I can use?*), tanto la intervención de este lector como la respuesta de su asesor se construirán mayoritariamente a base de actos de habla representativos con los que el primero describe el estado de cosas por el que se siente desbordado (v.g. *My wife is pregnant with our first child and I don't want to be in the delivery room when the baby pops out – the thought makes me feel sick;* etc.), y el segundo reflexiona sobre el mismo (v.g. *This is a common fear but not always a rational one; “Your sexuality is not that important”, says Frank Pittman, a marriage a family therapist who thinks it's going to take more than a slippery placenta to destroy your sex drive;* etc.). Señalaremos el valor de acto de habla comisivo<sup>158</sup> que adquieren las recomendaciones del especialista a propósito del valor de asistir al parto (“*The more involved you are at the beginning of the process, the sooner and stronger the connection will be between father and child*”).

### **II. 3. Diferencia y Cambio**

Mientras que el lector lleva a cabo una **interpretación de los contextos** situacional e intertextual como problemática para sí mismo, el consejero de *Men's Health* que le responde lleva a cabo una interpretación diferente, desmitificando este miedo a asistir al parto. De hecho, lo que el lector interpreta como negativo, se enfoca como algo positivo desde la óptica del consultorio.

La interpretación contextual de este tema objeto de conflicto es también radicalmente opuesta entre el marido y la esposa, en tanto que participantes de la relación matrimonial, dando lugar precisamente esta divergencia a la consulta del lector.

---

<sup>158</sup> “Commissives are those kinds of speech acts that speakers use to commit themselves to some future action” (Yule, 1996: 54).

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

El discurso de este texto aflora a partir de una cambiante **relación de poderes** entre hombres y mujeres<sup>159</sup> en los **niveles situacional** (en un momento tan concreto como el del alumbramiento), **institucional** (en el seno de las relaciones matrimoniales de pareja) y **social** (en la sociedad británica contemporánea en su conjunto), donde el cada vez mayor poder de las mujeres lleva a éstas a reclamar a los hombres cosas que antes no hacían y que a éstos les cuesta trabajo hacer, como es el hecho de asistir *in situ* al nacimiento de su primer hijo.

Al mismo tiempo, la pérdida del incuestionable poder que tradicionalmente han ostentado los hombres les lleva cada vez más a tener que cumplir con estas reivindicaciones femeninas. De este modo, el discurso del texto queda configurado por el trastocamiento del orden social patriarcal tradicional y el surgimiento de otro nuevo donde las relaciones de poder entre sexos vendrían dadas por un mayor protagonismo de las mujeres y la paulatina pérdida de hegemonía de los hombres. Esto queda manifiesto en lo traumático que para éstos resulta el cumplimiento de los requerimientos de aquéllas.

#### **III. 2. Ideologías**

Si partimos del hecho de que las asunciones sobre la cultura, las relaciones o las identidades sociales que entran a formar parte de los procedimientos interpretativos de los sujetos tienen una dimensión ideológica, podemos distinguir en el texto dos **ideologías** claramente diferenciadas. La ideología del hombre que escribe al consultorio corresponde a una masculinidad hegemónica que encuentra difícil incorporar las exigencias de cambio de una sociedad que reclama de los varones unos comportamientos y actitudes tradicionalmente impensables. Este constructo ideológico se encuentra en relación antagónica con el hecho de pedir a los hombres cambios y actitudes conducentes al abandono de su rol patriarcal tradicional, de modo que tengan

---

<sup>159</sup> El concepto de *relación de poderes* que Fairclough (1989) plantea en su modelo de ACD aplicado a las relaciones entre sexos en sociedad ha sido ya utilizado por Seidler para explicar la preponderancia que en la Gran Bretaña contemporánea han adquirido las formas hegemónicas de masculinidad sobre las mujeres y otros hombres situados al margen del canon patriarcal dominante: "The historical conception of reason in the Enlightenment and its association with an emerging sense of masculinity brought about a fundamental reorganization of sexual relations of power, and set the terms for what we might call a 'modern' conception of masculinity. This gave enormous institutionalized power to a particular conception of masculinity, normally a relationship that left a profound mark on the experience of women, gay men and

más en cuenta los deseos y expectativas de las mujeres. Esta segunda ideología aparece encarnada no solamente en la esposa del lector sino igualmente en la respuesta que a éste se le da desde la revista.

### **III. 3. Efectos**

La posición del discurso de *Men's Health* respecto a las **luchas de poder** entre ambos sexos<sup>160</sup>, a las que hemos hecho mención, sería la de potenciar entre los hombres el abandono de su rol hegemónico propio de sociedades patriarcales, y favorecer, por el contrario, una mayor atención a los deseos y necesidades de las mujeres, históricamente desatendidos por los varones.

Cabría hablar de la existencia de un **discurso normativo** consistente en el hecho de que un hombre escriba a la sección de consultorio de una revista dirigida a un público masculino para plantear lo que para él supone un conflicto existencial. Sin embargo, bajo la utilización de este género canónico para resolver desavenencias conyugales aparentemente inofensivas, subyace una **lucha social encubierta** entre hombres y mujeres por la hegemonía en sociedad.

Así pues, este discurso contribuye a la transformación de las **relaciones de poder** existentes en sociedad al favorecer el abandono de las actitudes hegemónicas y patriarcales de la masculinidad para dar paso a un sistema de valores en sociedad donde lo masculino y lo femenino no se vean ya como antagónicos, sino como mutuamente necesarios e imprescindibles. Con todo, la reticencia y el esfuerzo que les cuesta a los hombres asumir este cambio permiten hablar con justicia de la existencia de una verdadera crisis de identidad de la masculinidad. Y así, algo tan aparentemente sencillo como el hecho de ser padre puede venir a constituirse en una variable sobre la que se

---

lesbians. It established the standards against which their behaviour was to be deemed irrational and pathological" (1989: 12-13).

<sup>160</sup> La lucha de poder entre sexos por la hegemonía en sociedad comenzará a manifestarse de manera visible a partir de las reivindicaciones de los movimientos de liberación feministas, a los que dará paso el auge de las reivindicaciones de gays y lesbianas. Sin embargo, el deseo de que se reconociera la excesiva presión a que los hombres se vieron sometidos por estos movimientos de liberación llevaría a una contrarreacción de numerosos grupos de hombres heterosexuales en defensa de su identidad tradicional [véase el apartado III.3], proceso que resume Clatterbaugh (1996: 289). Estos movimientos políticos serán la expresión de las tensiones sociales manifiestas en ámbitos situacionales tan concretos como las relaciones de pareja, donde la resistencia de muchos hombres a desprenderse de su lastre hegemónico tradicional encontrará la insatisfacción femenina con la tiranía patriarcal que los varones han venido ejerciendo.

proyecta el estado de desorientación de los hombres que manifiesta su aludida crisis de identidad<sup>161</sup>.

---

<sup>161</sup> Así lo ha visto Horrocks, para quien, “the role of fathering in the crisis of maleness is crucial” (1994: 77).

**TEXTO 2: Sky Magazine, septiembre 1999, p. 162.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El texto se estructura en torno a dos **esquemas de clasificación** principales: las relaciones interpersonales entre hombres y mujeres (*know [her very well]; good friends; take her for a drink; fancy*) y las relaciones sexuales propiamente dichas (*a fuck, tits; balls; pussy*). Junto a éstos, resulta especialmente prominente el elevado número de palabras (**overwording**) que hacen referencia a la inseguridad de los hombres cuando se trata de proponer relaciones sexuales a las mujeres (*worried; don't have the balls to ask; wimp; yellow-belly; risk your arse; desperate; fuss*).

La importancia que cobran para el lector las relaciones sexuales y el pánico que siente a solicitárselas a su amiga se ponen de manifiesto por sendas relaciones de **sinonimia** (*shag/fuck* y *wimp/yellow-belly* respectivamente).

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

El léxico ya aludido relativo al contacto entre el lector y su amiga a nivel interpersonal (*know her well, good friends; make a pass; take her for a drink*) y puramente sexual (*shag; fuck; pair of tits*) tiene una marcada dimensión relacional en el ámbito del trato social entre los hombres y las mujeres. Este carácter relacional de las palabras viene definido por el sentimiento de inferioridad y temor del lector a fracasar en sus tentativas amorosas, lo que se trasluce en palabras y frases como *worried; your problem; don't have the balls to ask; o you have to risk your arse*.

Destaca el elevado número de **palabras marcadamente informales** y formas tabú que aparecen en el texto (*shag; fuck; the balls; Christ; pussy; arse; tits*), lo cual manifiesta un claro intento de burlarse del sentimentalismo que tradicionalmente ha envuelto a los consultorios de las revistas femeninas. Igualmente, el hecho de que una mujer (Karen) responda con un lenguaje lleno de improperios y palabras malsonantes a un hombre que escribe apocadamente confesando su temor a pedir relaciones a una amiga puede tener un claro trasfondo ideológico, a saber, desde *Sky Magazine* se está ridiculizando la actitud de Adam que escribe desde Manchester con el fin de que otros lectores aprendan a ser más atrevidos y naturales en sus proposiciones sexuales.

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

Expresiones en el discurso de Adam como *I'm desperate* o *She doesn't like it* resultan expresivas de la conciencia del lector de una cambiante situación social donde

las mujeres tienen cada vez más voz propia y no tienen por qué conformarse con ser un simple objeto de los devaneos sexuales de los hombres, lo cual acaba creando un cierto desasosiego en un lector temeroso de las reacciones de una mujer contrariada ante su iniciativa. Esta situación se convierte en altamente problemática para Adam, lo cual es identificado instantáneamente desde el consultorio por Karen, que de forma significativa inicia el consejo que da al lector con las palabras *Your problem*.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

Aparte de la metáfora ya lexicalizada *That's the law* que se utiliza desde el consultorio para describir el hecho de que no existe otra alternativa que arriesgarse si quiere conseguir algo, existen varios ejemplos de *metonimia* donde se identifica a la mujer con sus órganos genitales (*All that fuss over a pair of tits...; Pussy does not spill out of those little gumball machines at the mall*). Estas metáforas resultan especialmente expresivas del apego de los hombres a lo más puramente sexual.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

La descripción que Adam lleva a cabo del conflicto emocional que está atravesando explica que en la consulta de éste predominen los **procesos verbales** relacionales (*I'm desperate...; We are good friends; She has huge tits; but I'm worried...*), aunque existen también procesos mentales (*I know her very well; ...she doesn't like me*) y materiales (*she'll hit me*).

Por el contrario, en la contestación que le da Karen no existen todos los procesos materiales que serían esperables en la respuesta que se supone que se brinda a alguien dándole las claves de cómo actuar para no salir mal parado en sus tentativas amorosas (*You have to risk your arse to get some; ...why not take her for a drink*). De este modo, la suerte de ridiculización que Karen lleva a cabo del comportamiento del lector se practica por medio de procesos relacionales, con los que describe la situación desde su óptica de mujer fatal (*Your problem is that...; but don't have the balls...; That's the law*); y mentales, de acuerdo con la dimensión afectiva del conflicto del lector (*you want a fuck; I've never seen such a wimp; you fancy her; and think...*). En cualquier caso, se emplean también procesos verbales (*and say...*) y de comportamiento (*In a few years you'll look back on this*).

El hecho de que los **procesos sean siempre lo que parecen**, la **agencialidad** esté clara, y no se empleen **sustantivaciones** ni oraciones **pasivas** –con la única

excepción de *All that fuss over a pair of tits that aren't even attached to an offshore bank account and a bag of drugs*— significa que no hay que ocultar en ningún caso los participantes de los procesos verbales, o lo que es lo mismo, no hay intento alguno desde *Sky Magazine* de tratar de ocultar la agencialidad y responsabilidad de la conducta del lector, tanto más cuanto que la ideología de la revista va en la línea de censurar este proceder tan “poco masculino”.

En lo que concierne al uso de la **negación**, hay que destacar el valor ideológico que comporta el hecho de negar acciones o situaciones que se presupondrían como deseablemente masculinas (*You want a fuck but don't have the balls to ask*) o bien aquello que el lector consideraría como deseable por no tener que arriesgarse a recibir un no por respuesta ante sus tentativas sexuales (*If I make a pass and she doesn't like it; Pussy does not spill out of those little gumball machines at the mall; All that fuss over a pair of tits that aren't even attached to an offshore bank account and a bag of drugs*).

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales poseen las características gramaticales?***

Tanto la intervención del lector como la respuesta de la asesora (Karen) se caracterizan por el uso omnipresente del **modo** declarativo que envuelve a los enunciados evaluativos del texto (v.g. *I'm desperate to shag this 22-year-old; I know her very well and we are good friends; She has huge tits; Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask; I've never seen such a wimp; Pussy does not spill out those little gumball machines; In a few years you'll look back on this*; etc.), es decir, tanto el lector como Karen tienen sendas informaciones, cuando hablan, que otorgan a sus respectivos interlocutores.

Esto no tendría mayor relevancia en comparación con el hecho de que, contrariamente a las convenciones del género, en la consulta del lector, éste no utiliza el modo interrogativo, por cuanto no llega siquiera a formular pregunta alguna, sino que se limita a reflexionar sobre su situación personal y a expresar el temor a un posible rechazo. En este sentido, si partimos del hecho de que quien hace una pregunta está ejerciendo una estrategia de poder sobre el receptor al que pide una información, quedará claro que desde la revista se ha optado por dar una imagen bastante apocada y “poco viril” de Adam. Por el contrario, el hecho de que Karen se sirva del modo interrogativo en el ejercicio de su papel de asesora del consultorio de *Sky Magazine* (*So, yellow-belly, why not take her for a drink and then say you fancy her?*) proyecta la imagen de que es ella la que está ejerciendo una actitud de poder sobre Adam, aun cuando el uso de esta pregunta retórica viene dado para hacer una sugerencia. El hecho

ya aludido de que aparentemente sea una mujer la que esté actuando como encargada de dar el consejo contribuye aun más a llegar al amor propio de los hombres lectores de esta revista que verán en Adam el ejemplo a no seguir.

El uso que Karen hace de la **modalidad relacional** en su respuesta al lector contribuye a imprimir esta imagen de hombre sometido al dominio femenino. Así, la utilización de *have to* (*You have to risk your arse to get some*) como forma modal que expresa la obligación externa<sup>162</sup> hace pensar en un hombre sometido a las presiones externas sobre las que no es capaz de imponerse. Por otro lado, la utilización de la **modalidad expresiva** por parte del lector insiste en la impresión que transmite de temor hacia la reacción de su amiga si se cumple la condición de que ésta se sienta ofendida por un paso en falso suyo (*But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me*). De hecho, Adam presume de conocer perfectamente a su amiga, lo que le hace temer la reacción de ésta ante sus proposiciones. Este conocimiento certero es expresado con la locución adverbial amplificadora *very well* (*I know her very well*). Dicho convencimiento del que el lector hace gala sobre el conocimiento del carácter de su amiga no es menor que el de la consejera del consultorio, que se sirve de *will* para manifestar a Adam los resultados que ella predice se derivarán de no tomar una actitud más decidida para conseguir su objetivo (*You know, in a few years you'll look back on this and think,...*).

El uso de **YOU**, cada vez que la consejera de *Sky Magazine* se dirige al lector de Manchester (*you want a fuck; you know; you have to risk your arse<sup>163</sup>; you'll look back on this*), es mucho más acusado que en otros ejemplos de consultorio, donde se tiende a generalizar a partir del problema planteado por un lector con vistas a hacer la respuesta válida para el mayor número de hombres posibles. En este texto, sin embargo, da la impresión de que la responsable del consultorio “se recrea” en contestar de manera exclusiva a Adam, lo cual vuelve a configurarse en una especie de catarsis para los lectores de la revista que presencian los titubeos de un lector que no se ha comportado como un verdadero hombre.

---

<sup>162</sup> Palmer define la obligación externa expresada por *have to* como aquella que no procede del hablante: “With *have to* [...] the speaker is disassociating himself from the obligation” (1986: 103).

<sup>163</sup> Nótese el doble funcionamiento de *you*, tanto como forma con la que se alude al lector que escribe al consultorio como también con valor impersonal como sujeto de la frase en que aparece, lo cual viene



### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

La cohesión en el texto viene dada por la utilización de diferentes recursos, de los que tan sólo se comentan los más significativos:

- **Referencia** endofórica, cada vez que Adam (...this 22-year-old; I know her...; I've fancied her...; she has...; ...and she doesn't like it, she'll hit me) y, como consecuencia, Karen (why not take her for a drink and say you fancy her?) se refieren a la chica por la que aquél se siente seducido. Resulta ideológicamente significativo del miedo y temor de Adam el hecho de que aluda en todo momento a la chica que le gusta de un modo distante, sin llamarla siquiera por su nombre. Son también numerosos los casos de referencia endofórica por parte del lector y de la asesora a sí mismos, lo que nos da idea de hasta qué punto se hace presente la asesora a la hora de responder a su lector, en vez de adoptar un tono impersonal y distante (I'm desperate...; I've fancied her...; I'm worried if I make a pass... she'll hit me; Your problem is that you want...; Christ, I've never seen such a wimp; if it did, I'd own a few; ...and say you fancy her?; You know, in a few years you'll look back on this...). De hecho, el empleo de la referencia comparativa por Karen le sirve para recrearse en la ridiculización que lleva a cabo de Adam (Christ, I've never seen such a wimp)<sup>164</sup>.
- **Elipsis**, en la intervención de Adam (...to shag this 22-year-old [girl]), que parece tener el temor a hacer referencia explícita a la chica que le gusta, de la que se distancia evitando mencionarla directamente.
- Igualmente existen elementos de **cohesión léxica** mediante el uso de reiteraciones como *tits* (dos veces) y *fancy* (dos veces), que representan la excesiva importancia que los varones confieren a lo sexual; colocaciones (*make a pass*; *have the balls*; *risk your arse*<sup>165</sup>; *bank account*; *pair of tits*); y cuasi sinónimos (*shag*; *fuck*), que insisten de nuevo en la obsesión por la sexualidad entre los hombres.
- Cohesión mediante el uso de **conectores**, donde tanto en el discurso de Adam (*She has huge tits. But I'm worried if I make a pass and she doesn't*

---

confirmado por la máxima que sigue que convierte la afirmación previa en una especie de verdad universal (*You have to risk your arse –that's the law*).

<sup>164</sup> Halliday y Hasan incluyen la partícula *such* entre los recursos empleados para la referencia comparativa (1976: 76-77).

*like it, she'll hit me*) como cuando Karen describe los problemas de éste (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask*), resalta el uso de nexos adversativos –como marcador discursivo en el primer caso y como conjunción coordinante en el segundo– que se emplean en razón de los obstáculos o impedimentos que la actitud de su amiga supone para que él alcance sus objetivos. La relación de subordinación de tipo concesiva de la frase *I know her very well and we are good friends, though I've fancied her since day one* supone la misma idea de oposición o contrariedad en los anhelos de Adam. Este hecho de que las cosas no sean tan fáciles como a Adam le gustaría en sus avances sexuales se pone igualmente de manifiesto por el empleo de nexos subordinantes condicionales por un lector que deja traslucir su inseguridad a través de las hipótesis con que plantea su pensamiento (...if *I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me*), y por una consejera que igualmente le hace consciente de que los deseos personales están siempre sujetos a condicionamientos externos: *If it did, I'd own a few*.

Finalmente, hay que prestar atención al uso de *so* como marcador discursivo con valor consecutivo<sup>166</sup> (*So, yellow-belly, why not take her for a drink and say you fancy her?*) con que Karen ofrece su consejo a Adam, que plantea como el resultado lógico ante el tipo de personalidad apocada y temerosa del lector sobre la que previamente le ha hecho reflexionar<sup>167</sup>. Más adelante incidiremos sobre el empleo del marcador discursivo *you know*, con el que se imprime un tono conversacional al discurso de Karen a lo largo de su respuesta.

Al margen del ejemplo de **coordinación** mediante la conjunción adversativa *but*, al que acabamos de referirnos (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask*), hay que hacer notar el efecto de acumulación que produce el uso de las

---

<sup>165</sup> Estas tres primeras colocaciones resultan esclarecedoras de la necesidad de verbalizar los miedos y temores del lector.

<sup>166</sup> Respecto al empleo de *So* como marcador discursivo para expresar relaciones consecutivas, afirma van Dijk: "Pragmatic *so* (often sentence-initial *So*) links two speech acts of which the second functions as 'conclusion' with respect to the first speech act. The pragmatic nature of this connective is based on the fact that 'drawing a conclusion' is taken to be an act" (1979: 453).

<sup>167</sup> Aunque la cláusula subordinada adverbial final correspondiente no viene expresada por un nexo conjuntivo, sino por un infinitivo –como Quirk *et al.* (1985: 1107) consideran prototípico–, hay que mencionar la relación entre los objetivos personales y las obligaciones externas –de lo que da cuenta el uso de *have to* (Cfr. *supra*)– que hace Karen: *You have to risk your arse to get some*. Esta dependencia queda apostillada por el comentario lapidario *That's the law*.

cláusulas coordinadas copulativas en el discurso del lector sumando las circunstancias adversas (*But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me*). De igual modo, la asesora recurre a las cláusulas coordinadas copulativas con dicho efecto acumulativo, si bien con la finalidad diferente de indicarle la serie de acciones que ha de poner en práctica para alcanzar su objetivo (*Why not take her for a drink and then say you fancy her?*), o bien para hacerle ver los resultados negativos que el no hacerlo puede acarrearle (*You know, in a few years you'll look back on this and think...*).

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura es la propia de las convenciones del género, con dos secciones claramente diferenciadas de pregunta y respuesta que dan la palabra al lector y al consejero encargado del consultorio respectivamente. Sin embargo, resulta destacable que el lector no realice una consulta propiamente dicha, sino que se limita a describir sus temores ante la posible reacción de su amiga. Es así Karen la que, una vez identificado el problema de “imperdonable” timidez de Adam (*Your problem is that you... don't have the balls to ask; I've never met such a wimp; so, yellow-belly, ...*), le proporciona el consejo que implícitamente se demanda (*You have to risk your arse...; why not take her for a drink and then say you fancy her?*). El hecho de que el lector no se atreva siquiera a pedir explícitamente consejo contribuye a presentarlo como apocado de cara a otros lectores que, leyendo *Sky Magazine*, tengan un ejemplo de cómo no ha de comportarse un hombre con las mujeres.

La macroestructura del texto en su conjunto se aproxima a la de una secuencia dialogal reducida a su estructura mínima, con una única réplica por parte de los dos únicos interlocutores que en ella aparecen, a saber, el lector que escribe desde Mánchester y la asesora de la columna. Ahora bien, tanto la pregunta como la respuesta se ven impregnadas por rasgos propios de las secuencias explicativas. Así, en la consulta de Adam se parte de un estado inicial de cosas o **Proposición explicativa 1**, a saber, el deseo irreprimible de este joven de mantener relaciones sexuales con una amiga suya (*I'm desperate to shag this 22-year-old*). A continuación, se problematiza este deseo irrefrenable –**Proposición explicativa 1**– (*I know her very well and we are good friends, though I've fancied her since day one*). Acto seguido, asistimos al desarrollo explicativo –**Proposición explicativa 2**– en el que Adam expone propiamente cuál es el temor que lo invade (*She has huge tits. But I'm worried if I make*

*a pass and she doesn't like it, she'll hit me*). Esta secuencia explicativa queda incompleta, pues no encontramos la conclusión-evaluación que suele poner fin a este tipo de textos.

Dentro del tono dialogal innegable que posee esta respuesta, la réplica que Karen le ofrece a este joven de Mánchester adquiere igualmente tintes expositivos, toda vez que la asesora no hace sino explicarle que, para alcanzar los favores sexuales de su amiga, ha de asumir los riesgos que conlleva el hacérselo saber directamente. Quedando implícito tras la pregunta de Adam el estado inicial de cosas en que este lector presenta el conflicto emocional por el que está atravesando –**Proposición explicativa 0**–, se parte directamente de la problematización de este estado de crisis psicológica –**Proposición explicativa 1**–, a saber, el hecho de que este joven tiene un problema con la mujer con quien desea mantener relaciones sexuales (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask. Christ, I've never seen such a wimp*). Acto seguido –**Proposición explicativa 2**–, la asesora de esta columna pasa a la exposición detallada de las estrategias a poner en práctica para vencer este temor y triunfar en su propósito de alcanzar los favores sexuales de esta joven (*Pussy does not spill out of those little gumball machines at the mall, you know. (If it did, I'd own a few). You have to risk your arse to get some – that's the law. So yellow-belly, why not take her for a drink and then say you fancy her?*). La secuenciación explicativa de esta réplica finaliza con la evaluación que Karen lleva a cabo de todo lo expuesto a modo de conclusión final –**Proposición explicativa 3**– (*You know, in a few years you'll look back on this and think, "All that fuss over a pair of tits that aren't even attached to an offshore bank account and a bag of drugs"*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

###### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** fundamentales del texto son la confesión por parte de Adam de su miedo a dar un paso en falso haciéndole saber a su amiga la atracción sexual que siente por ella, y el consejo de Karen de invitarla a tomar algo y revelarle francamente y sin miedo lo que por ella siente.

Los **tópicos** principales del texto vendrían definidos por el miedo del lector que escribe al consultorio de *Sky Magazine* a decirle claramente a una amiga suya que se siente sexualmente atraído por ella, y lo reprochable que se considera esta actitud desde la revista.

En cuanto a los **propósitos** de esta interacción comunicativa, el tono paródico de esta muestra respecto al carácter serio de los consultorios en revistas femeninas y masculinas, así como los hombres que escriben a estas últimas, convierten al entretenimiento de los lectores de esta revista en el propósito fundamental de esta interacción comunicativa, por encima de la función de asesoramiento propiamente dicha. Habría un propósito secundario consistente en hacer conscientes a los hombres de que, ante el creciente poder e influencia social de las mujeres hasta en el ámbito de las relaciones interpersonales, los hombres han de mantener una actitud decidida y firme sin dejarse amedrentar ni atemorizar, sino mostrándose claros y directos con las mujeres a la hora de, por ejemplo, pedirles relaciones sexuales.

## 2) *¿Quién participa?*

Aparte de Karen (encargada de responder a las cuestiones planteadas por los lectores del consultorio de *Sky Magazine*) y Adam, el lector de Manchester que escribe a dicha sección, hay que tener en cuenta como participante en el conflicto personal planteado por Adam a su amiga de veintidós años, por la que se siente sexualmente atraído. Tampoco podemos dejar de lado a los editores de esta sección, que se encargan de dar forma definitiva a esta consulta, habiendo también que considerar a la pluralidad de lectores de este consultorio inserto en la revista de interés general para hombres *Sky Magazine*.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre el lector (Adam) y la asesora a cargo del consultorio (Karen) resulta inusual respecto a las convenciones de un género que impone un tono neutro en la interacción entre ambos tipos de participantes. Si bien el tono de la intervención del lector muestra un grado neutral de familiaridad y confianza a la hora de dirigirse al consultorio, Karen manifiesta una excesiva familiaridad y un aire de superioridad hacia el lector en su respuesta. Los comentarios que hace llegan incluso al insulto (*I've never seen such a wimp; So, yellow-belly, ...*) y resultan claramente degradantes para este lector (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask*). De hecho, aunque él utiliza palabras malsonantes o consideradas como tabú (*to shag; tits*), Karen las emplea en una mayor proporción (*fuck, balls, Christ, pussy, arse, tits*). Esta postura

de la consejera está claramente encaminada a ridiculizar a un lector que no lleva la voz cantante ni asume un papel dominante en su relación sexual con las mujeres. La relación entre estos dos participantes ilumina la existente, en un nivel más profundo, entre los editores de la revista y los lectores de la misma, pues, mediante la construcción de la burla y ridiculización de la asesora respecto a Adam, los responsables de esta columna tratan de despertar el menosprecio de sus lectores y hacerlos conscientes del modelo de masculinidad del que han de huir a toda costa.

De otro lado, en lo referente a la relación entre el lector y su amiga, resulta llamativa la distancia que Adam mantiene con ésta, al no atreverse a dar el paso que convierta su amistad en una relación donde tenga cabida lo sexual por miedo a un rechazo que supondría un duro golpe para su ego masculino.

#### **4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?***

Se puede hablar indudablemente de la función meramente **instrumental** desempeñada por el lenguaje, que vendría a ser el vínculo comunicativo que permite la interacción entre el lector que escribe al consultorio y la responsable de contestarle.

Pero, de igual modo, el lenguaje del texto ejerce otras tres funciones principales, que, tal y como ha señalado Fairclough (1992a), cabrían ser rastreadas. En primer lugar, una **función de identidad**, por cuanto la lectura de este texto viene a contribuir a la configuración de la identidad de género de los lectores de la revista en que se inscribe, que encuentran en el comportamiento de Adam el patrón a no seguir en sus relaciones con las mujeres de las que esperan obtener favores sexuales. A este respecto, la segunda **función**, llamada **relacional**, vendría dada por el hecho de que el discurso del texto propugnaría un modelo de relaciones interpersonales entre hombres y mujeres en los que aquéllos no se dejen acobardar en absoluto por éstas. El mantenimiento de cualidades como la iniciativa, el arrojo y la valentía, que tradicionalmente se han visto como propias de la masculinidad, formarían parte de la **función ideacional** presente en un texto cuyo discurso evidencia un contenido ideológico más próximo a propugnar los valores de dominio y hegemonía definitorios de la masculinidad tradicional (en este caso en la parcela concreta de las relaciones interpersonales de carácter sexual entre hombres y mujeres) que a fórmulas tendentes a una mayor consideración de la dimensión emocional y afectiva en las relaciones hombre-mujer. No en vano, el énfasis en lo sexual patente en el discurso del texto y el terror al fracaso en las tentativas sexuales deriva de un rasgo definitorio del rol social masculino que ve en los éxitos sexuales de los hombres un ejercicio de demostración de su masculinidad. Así lo ha

visto Stearns, en sus estudios sobre el comportamiento sexual de los varones a finales del siglo XX: “The idea of frequent sex and multiple partners – the exaltation of the one-night stand – while not becoming standard fare, fit the heightened interest in sexual demonstration that many men were developing” (1990: 215).

## B. Contexto intertextual

Se puede percibir un intento de parodiar a los hombres que escriben a estas columnas de consultorio. Esta sátira se lleva a cabo a través del humor que produce la inversión de roles entre el lector, que parece feminizarse por el miedo impropio de su sexo hacia las mujeres –la consejera del consultorio lo llama ‘blandengue’– y la propia Karen, una mujer a cargo del consultorio que, segura en sí misma y con un vocabulario soez, parece tener un comportamiento más afín al de la masculinidad tradicional que el propio lector que escribe pidiéndole consejo<sup>168</sup>.

Esta mofa del sentimentalismo que tradicionalmente ha invadido los consultorios sentimentales, en tanto que género mayoritariamente dirigido a mujeres<sup>169</sup>, presupone en su conjunto unos valores diametralmente opuestos, que son los que comparten los lectores de la revista que pueden disfrutar con la burla que incorpora este consultorio: el alejamiento de la dimensión emocional y afectiva entre los hombres; el no dejar traslucir las propias debilidades, manifestando siempre una imagen de control y seguridad en uno mismo; la importancia primordial de la sexualidad entre los hombres; y el trato a la mujer como subordinada en la relación sexual.

Existen, con todo, **presuposiciones** concretas que ayudarán a entender mejor la ideología sobre las relaciones entre hombres y mujeres que subyace en el texto. Así, la afirmación *If I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me* presupone que a la mujer en cuestión le pueden agradar o no los avances sexuales de Adam, lo cual deja

---

<sup>168</sup> En varias ocasiones hemos ya hecho referencia a los estudios que confirman el mayor empleo de palabras malsonantes como un rasgo prototípicamente masculino. Así, para Easthope: “as transgression, swearing is aggressive, and so an exercise of the masculine ego” (1990: 87). Hay que decir, no obstante, que resulta peligroso establecer una correlación unívoca entre el uso de palabras malsonantes y el género masculino, pues habría que tener otras variables en cuenta: el mayor o menor poder de los hablantes en el discurso, su clase social, etc. Además de esto, Karen en su discurso hace gala de cualidades de fuerza, poder, arrojo, decisión e implacabilidad, que Kimmel (1987b: 280) ha visto como definitorios del rol sexual masculino, y que manifiesta a través de, por ejemplo, la seguridad en sí misma que producen sus afirmaciones categóricas (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask*) y la presentación de los hechos como verdades incuestionables en su papel de experta (*You have to risk your arse to get some – that's the law*) –a través del uso del presente simple para expresar estos valores (Leech, 1987: 6)– y de predicciones (*You know, in a few years you'll look back on this and think...*) por medio del futuro con *will* (*ibid.*: 84).

absolutamente en manos de aquélla la decisión de iniciar un contacto sexual con éste. Igualmente hay enunciados que presuponen que todo hombre que se precie ha de manifestar una actitud de valentía y arrojo en su relación con las mujeres, sobre todo al pedirles relaciones íntimas (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask; You have to risk your arse to get some*). De hecho, afirmaciones de Karen como *I've never seen such a wimp* presuponen que ha tenido oportunidad de evaluar el comportamiento más o menos viril de muchos otros hombres, lo cual la dibuja en una clara situación de superioridad y poder respecto al lector que le escribe, que queda a merced de sus juicios. Es más, para Karen Krizanovich la negociación de los encuentros sexuales entre hombres y mujeres viene determinada por toda una serie de normas y leyes establecidas, entre las que se encuentra la valentía y decisión de los varones (*You have to risk your arse. – That's the law*). El empleo de *even* en la respuesta de Karen nos da idea de una **implicatura convencional** que manifiesta la ideología machista y sexista del discurso de la asesora (...and think, “All that fuss over a pair of tits that aren't even attached to an offshore bank account and a bag of drugs”). El significado de este adverbio proyecta sobre los lectores la idea de que no merece la pena preocuparse por las mujeres si ello no lleva aparejado la obtención de un cierto beneficio económico para los hombres; de otro modo, éstas no se han de considerar más que meros objetos de consumo sexual de los varones.

Así pues, la **serie histórica** en que se incluye el texto es la que hace referencia a la alarma de muchos varones que, temerosos de perder su tradicional rol dominante en facetas sociales tan sencillas como son las relaciones interpersonales, se muestran inseguros y vacilantes en su trato con las mujeres, es decir, dando muestras de una cierta crisis en su identidad como hombres.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

El tipo de discurso de este texto corresponde al de una situación de crisis de la masculinidad hegemónica. De un lado, encontramos un lector que sólo muestra interés en alcanzar los favores sexuales de su amiga, pero que no se atreve a pedirselo directamente. En realidad estamos más ante una confesión que ante una consulta característica del género de los consultorios. Por otra parte, Karen utiliza un tono despectivo y procaz en su respuesta al lector intentando ridiculizar la actitud poco

---

<sup>169</sup> Desde sus orígenes, este género ha sido consumido preferentemente por mujeres, como señala Kent: “Women were [...] involved in the problem page from a very early date” (1979: 3).



propia, desde su óptica, de un hombre. La crisis de identidad del lector cobra cuerpo en el conflicto que tiene entre sus deseos puramente sexuales y el desajuste emocional que le producen éstos, fruto de un mayor acceso al poder de las mujeres. Esto se observa en la actitud de seguridad en sí mismas tanto de su amiga –de quien Adam afirma hiperbólicamente: *She'll hit me*– como de Karen, a costa del derrotismo en que deja sumido a este hombre.

La construcción de este tipo de discurso se lleva a cabo a través del formato cuasi epistolar (obsérvese cómo la consulta de Adam aparece encabezada por la fórmula típica del discurso epistolar *Dear Karen*). La privacidad de otros géneros del discurso del asesoramiento desaparece en este tipo de discurso donde el problema de este hombre de Manchester y las medidas de actuación que se le aconsejan se hacen visibles a la pluralidad de lectores de esta publicación mensual. En lugar de ser fiel a la premisa básica del discurso del asesoramiento que implica construir el consejo que se da a los clientes a partir del apoyo y empatía hacia éstos, Karen adopta un trato despectivo hacia Adam. Asistimos, pues, a una cierta parodia de un género que durante largo tiempo ha estado recluido en las revistas para mujeres, con lo que de algún modo se está inculcando indirectamente sobre el público lector de esta revista el mantenimiento de valores sexistas y machistas como los relativos a las iniciativas sexuales masculinas, y el desprecio de lo femenino y de formas asociadas a la cultura de las mujeres como han venido siendo estos consultorios.

A nadie se le escapa la manipulación de esta consulta por parte de los editores de la sección de consulta de *Sky Magazine*, que nos haría cuestionarnos muy mucho si en algún momento existió una consulta original de un lector de Manchester llamado Adam, o todo es fruto de la creación de los responsables de los editores de la revista. En cualquier caso, no cabe duda de que la inclusión de esta muestra en el consultorio de la revista obedece al tipo de lectores ideales que se presupone como consumidores de esta publicación, a saber, un tipo de hombre que disfruta con un humor basado en el sexismo y el machismo, y atento a mantener su primacía sobre las mujeres en situaciones tan concretas como las relaciones sexuales.

La configuración de ciertos rasgos de la **coherencia global** del texto permiten entender la conformación de este tipo de discurso. Así, el **esquema** de este fragmento no responde tanto a la acción de consultar –como resulta característico de las convenciones de este género– cuanto a la de confesar los temores del lector (*But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me*). Sin embargo, en la acción

consiguiente de responder que lleva a cabo la responsable de la sección, se identifica el problema del lector (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask*) y se le da consejo (*So, yellow-belly, why not take her for a drink and say you fancy her?*). En segundo lugar, el **marco** del texto construiría a un tipo de hombre temeroso de solicitar los favores sexuales de una amiga por miedo a su reacción, hombre que se convierte en hazmerreír de sus semejantes al recurrir a la sección de consulta de una revista de estilo de vida masculino. Los **guiones**, finalmente, vendrían determinados por la situación de inferioridad del lector respecto a su amiga, a la que no se atreve a manifestar con total libertad sus sentimientos, e incluso respecto a la asesora de la columna de consejos, que lleva a cabo un proceso de dura crítica contra el lector de Manchester desde la posición de “autoridad” que le da ser quien otorga los consejos desde el consultorio.

La utilización de los **actos de habla** contribuye igualmente a configurar este discurso. La actitud de inferioridad del lector llega hasta el punto de no servirse de ningún tipo de acto de habla con que pedir consejo, sino que se limita al uso de actos de tipo representativo para confesar que le gusta su amiga (*I'm desperate to shag this 22-year-old. I know her very well and we are good friends, though I've fancied her since day one*), especialmente sus atributos sexuales (*She has huge tits*), y que tiene miedo de dar un paso en falso (*But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me*). De hecho, a partir de su discurso sólo puede **inferirse** que no sabe cómo pedirle relaciones, para lo cual utiliza este consultorio.

Por el contrario, el uso de los *actos de habla directos e indirectos* en el discurso de Karen resulta representativo de la motivación ideológica de una revista donde se repudia el modo de comportarse de este lector. Así, el consejo para Adam sobre cómo hacerle saber a su amiga que le gusta se actualiza por medio de un acto de habla directivo en que, de modo indirecto, se hace una sugerencia a través de la forma interrogativa (*So, yellow-belly, why not take her for a drink and say you fancy her?*). En cambio, Karen no duda en servirse de actos de habla representativos directos para plantear al lector con toda claridad cuál es su problema (*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask*) y hacerle consciente de que no se puede comportar de modo tan pasivo (*You have to risk your arse to get some – that's the law*). De los mismos actos de habla representativos se sirve la asesora para reflexionar sobre la naturaleza del conflicto que le plantea Adam, y el modo en que éste lo está encajando (*I've never seen such a wimp; Pussy does not spill out those gumball machines at the*

*mall, you know*). Para comprometerse aun más con sus juicios, se sirve de un acto de habla comisivo referente al alcance que pueda tener la actitud de este joven en un futuro (*You know, in a few years you'll look back on this and think, "All that fuss over a pair of tits that aren't even attached to an offshore bank account and a bag of drugs*). La indignación de la asesora por la cobardía del lector le lleva a emplear un acto de habla expresivo (*Christ,...*).

En el nivel de la **coherencia local** del texto, el uso de fórmulas conversacionales por parte de Karen, como el marcador discursivo *you know*<sup>170</sup> (dos veces) o la interjección *Christ*<sup>171</sup>, contribuyen a reforzar el acercamiento de Karen al lector al que responde. De este modo, al contrario de lo que sucede en otros consultorios, donde a partir de la consulta concreta de un lector se da un consejo general válido más bien para una pluralidad de lectores, este ejemplo parece acercarse a una conversación en vivo entre el apocado lector y Karen. Además, hay que insistir en el tono altamente informal con que se construye este tipo de discurso, de lo que son prueba formas léxicas tabú como *shag, tits, a fuck, the balls, pussy, risk your arse, Christ, etc.*, y otros coloquialismos (*fancy; make a pass, a wimp, the mall, yellow-belly, all that fuss*). También se suman a esta tonalidad coloquial otros rasgos léxico-gramaticales, como puedan ser el gran número de contracciones (*I'm desperate; I've fancied her; she doesn't like it; she'll hit me; but don't have the balls*), y rasgos de puntuación informal como la raya (*You have to risk your arse to get some – That's the law*). Ellipsis como *Shag this 22-year-old [girl]* aproximan este tipo de discurso hasta lo conversacional, lo mismo que marcadores discursivos como *you know*; interjecciones como *Christ*; imprecaciones directas al lector (*So, yellow-belly, why not take her for a drink...?*); o el empleo de oraciones interrogativas directas como *Why not take her for a drink and say you fancy her*. Igualmente propio del inglés oral es el uso de grupos nominales que funcionan como si fueran oraciones completas (*In a few years you'll look back on this and think, "All that fuss about a pair of tits..."*)<sup>172</sup>.

---

<sup>170</sup> Según Schiffrin, *you know* es un marcador discursivo de la conversación con el que el hablante mantiene la atención de su oyente: "y'know gains attention from the hearer to open an interactive focus on speaker-provided information" (1987: 267).

<sup>171</sup> Esta interjección se usa para expresar indignación, sorpresa o molestia, como apunta Swan en su estudio de las formas tabú del inglés en su manual de referencia gramatical y de uso para extranjeros: "exclamation of annoyance; exclamation of surprise" (1980: 589). Éstos son precisamente los sentimientos que Karen experimenta ante el comportamiento, según ella reprochable, del lector que le escribe.

<sup>172</sup> Hughes habla así de este rasgo propio del inglés oral en estos términos: "The ability for phrases, particularly noun phrases to stand as complete utterances" (1996: 33).

La **tonalidad cómica** derivada del miedo a la agresión física que teme este lector de parte de una mujer desairada ante sus tentativas sexuales adquiere tintes sarcásticos en la mofa de la asesora ante una actitud tan poco viril (...*you want a fuck but don't have the balls to ask. Christ, I've never seen such a wimp...So, yellow-belly...*), y en su tono inusitadamente soez.

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

La interpretación contextual que lleva a cabo el lector que escribe a la revista es radicalmente distinta de la de Karen a la hora de darle ésta consejo. Para aquél, resulta hartamente difícil dar el paso de hacerle saber a su amiga que se siente sexualmente atraído por ella; la asesora, sin embargo, no encuentra otra justificación para los temores de Adam que el no mostrar una actitud adecuada de valor y decisión hacia las mujeres. Karen pretende, así, imponer su interpretación sobre la del lector intentando, a través del consejo que le brinda en su respuesta, que éste enfoque las cosas desde su óptica (*Your problem is that...; You have to risk your arse to get some – that's the law; You know, in a few years you'll look back on this and think...*). Como ya hemos apuntado reiteradamente, la interpretación situacional que la consejera intenta imponer al lector se encuentra en la línea ideológica que *Sky Magazine* está propugnando de mantener la preponderancia masculina en las relaciones entre sexos.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

El discurso de este texto se configura a partir de unas **relaciones de poder** mutantes entre los hombres y las mujeres no sólo en el más amplio nivel de la sociedad británica de finales del siglo XX y principios del XXI en su conjunto, sino también en el nivel de la situación concreta descrita por un lector que confiesa su miedo flagrante a la reacción de su amiga ante una posible revelación de la atracción que por ella siente. Esta pérdida del tradicional dominio patriarcal de los hombres sobre las mujeres en situaciones tan concretas como la presentada por Adam encuentra una clara expresión en el trato un tanto ofensivo a que el lector es sometido por la responsable del consultorio al que escribe, que, además de esta faceta de consejera, es una mujer. Incluso en el nivel institucional de las relaciones interpersonales entre amigos, se pone de manifiesto una tensión entre ambos sexos cada vez que se plantea el que la relación

de amistad entre un hombre y una mujer se convierta en algo que dé cabida a la dimensión sexual.

### **III. 2. Ideologías**

La ideología que aflora en el discurso de este texto es propia de una masculinidad en clara crisis por la pérdida del incuestionable poder del que tradicionalmente han disfrutado los hombres respecto a las mujeres. Más allá del simple hecho de que un lector confiese sus temores ante el modo en que una mujer se tomará sus proposiciones sexuales, la crisis del poder hegemónico de los hombres queda patente por el hecho de que, en una revista consumida en principio por un público masculino heterosexual, una mujer (Karen) critique a un lector que escribe a su consultorio por no actuar como un “verdadero” hombre en sus relaciones con las mujeres. De este modo, bajo este producto comercial que es Karen –no tiene por qué ser una mujer real quien responda en el consultorio– y el aparente humor que superficialmente produce esta sección entre los lectores de *Sky Magazine*, se está proyectando sobre los consumidores de la revista una ideología patriarcal, según la cual todo comportamiento masculino que se aleje de los valores de la masculinidad hegemónica tradicional resultará tan ridículo y humillante para los hombres como lo es para el lector de este fragmento; sobre todo en el campo de las relaciones sexuales, que ha servido para que los varones prueben su virilidad, como ha señalado Seidler: “it is as if sex is the way in which you prove yourself to be `a real man” (1989: 40).

### **III. 3. Efectos**

La postura del discurso de este texto respecto al contexto social de las **luchas de poder** entre ambos sexos de la sociedad británica de final de siglo es la de aferrarse a la posición de dominio hegemónico y patriarcal de la que tradicionalmente han disfrutado los hombres respecto a las mujeres en la sociedad<sup>173</sup>.

El aparente humor que se desprende de la contemplación del comportamiento del lector que es vituperado por la consejera de las columnas de consejo de *Sky Magazine* comporta el recurso a un **discurso creativo** que parodia el género de los consultorios en las revistas de interés general para hombres y mujeres, sirviéndose del

---

<sup>173</sup> MacInness atestigua este dominio patriarcal de los hombres a lo largo de la historia: “so far as we have historical evidence, men have always had greater power, resources and status, on average, than women; this remains true in contemporary industrial capitalist society. This has usually been termed `patriarchy” (1998: 16).

mismo no tanto para prestar un servicio como el asesoramiento sino como una forma de entretenimiento para los lectores de esta revista. Asistimos así a unas **luchas abiertas** entre ambos sexos: los varones, temerosos de perder su posición hegemónica en sociedad; y las mujeres, cuyos avances en distintos planos de la vida social desencadenan toques de atención indirectos en medios como esta revista para hombres.

El discurso de este texto propugna, por lo tanto, el mantenimiento de una situación de poderes entre hombres y mujeres desequilibrada a favor de aquéllos, en vez de favorecer el trato igualitario de ambos sexos. Este discurso apuesta, así, por actitudes claramente patriarcales en un momento en que, por el contrario, son muchos los esfuerzos de un gran número de hombres por desprenderse de ese halo de hegemonía patriarcal; tal es el caso de la figura ya aludida del *New Man*. Cabría, de este modo, ver este discurso como un ejemplo representativo de aquellas tendencias de la masculinidad que, ante las exigencias sociales de abandono de su rol hegemónico tradicional, ha reaccionado recreándose en los aspectos más puramente patriarcales de su identidad social de género. Es el tipo de masculinidad que en la Gran Bretaña de las dos últimas décadas se ha dado en llamar “hombre castigador” o *Retributive Man*, y que otros sociólogos han denominado “nuevo tío” o *New Lad* en tanto que exhibición entre los hombres de valores masculinos tradicionales frente a los intentos del “hombre nuevo” (*New Man*) de incorporar a su identidad masculina rasgos históricamente considerados como propios de lo femenino:

*Where the New Man was caring and sharing the New Lad is selfish, loutish and inconsiderate to a point of infantile smelliness. He likes drinking, football and fucking and in that order of preference [...] in short, he is that most ghastly of all configurations, defensively working-class which also means defensively masculine* (Edwards, 1997: 82).

**TEXTO 3: GO (Gentlemen's Quarterly), septiembre 1999, p. 252.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

Los **esquemas de clasificación** alrededor de los cuales se organiza el texto tienen que ver con la edad y el envejecimiento (*age; ageing; falling apart*), así como la explicación científica del proceso de envejecimiento más lento en los hombres que en las mujeres (*medical fact; sex hormone; androgen system; skin; resistant to ageing; moist; genetic engineering*).

La lucha entre las creencias populares y la ciencia a la hora de determinar cuál de los dos sexos envejece más rápido da lugar a la relación de significado de **antonimia** entre *medical fact* y *folklore*; al tiempo que otros ejemplos de antonimia como *the male/the female* o *man's skin/woman's* vienen a mostrar la tensión entre ambos sexos por un aspecto –la preocupación por los efectos del envejecimiento– que tradicionalmente se ha considerado sólo propio de las mujeres. De hecho, la relación de **sinonimia** entre *bias* y *prejudices* en el discurso del lector en referencia a su novia explica la reticencia de este hombre a aceptar el presupuesto generalizado entre las mujeres de que es sobre ellas sobre quienes con más crudeza se dejan sentir las consecuencias sociales de envejecer más rápido que los varones.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

El uso de formas comparativas (*they age quicker than men; more of the sex hormone; men do have a better deal than women*) pone de relieve la cierta relación de competitividad entre los hombres y las mujeres en el seno de las parejas por cuestiones que hasta hace un tiempo no preocupaban a los varones. En concreto, el interés por saber sobre quién se dejan sentir antes los efectos del envejecimiento, sobre los hombres o las mujeres, queda patente en el uso de la expresión *raw deal* (*women get a raw deal; men do have a better deal than women*). Esta relación de oposición entre ambos sexos en el seno de las relaciones maritales se pone igualmente de manifiesto por el matiz de contrariedad que expresa la conjunción concesiva *despite* y el de prolongación en la duración de las acciones del adverbio temporal *still* en la réplica de Simon Cook al presentar lo que él entiende como prejuicios feministas de su compañera sentimental

(*Despite being only 23, my girlfriend still maintains many of the prejudices of the proto-feminists*)<sup>174</sup>.

### **I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

La utilización del calificativo *proto-feminists* por parte del lector para referirse a las creencias de su novia supone una cierta susceptibilidad por parte de Simon, que adopta el papel de víctima masculina de lo que él denomina pro-feminismo. No en vano calificará con un tono sumamente peyorativo las opiniones de aquella cuando expresivamente hable de *bias* y *prejudices*.

Por otro lado, el adjetivo *lookist* resulta harto expresivo del culto a la imagen imperante en la sociedad británica contemporánea, que va a desencadenar las tensiones en la vida de pareja del lector que lo llevan a escribir al consultorio de *GQ*.

### **I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?**

Además del caso de *new dawn of genetic engineering* para referirse al nacimiento de la ingeniería genética, destaca la calificación, desde la respuesta que recibe Cook, de su novia como hija del feminismo (*your fledgling feminist's daughter*). De algún modo se está ironizando desde la revista con lo exagerado del tono adoptado por el lector al presentar las ideas de su compañera, puesto que, aunque se le aplica la misma calificación de feminista con que Simon la definiera en tono peyorativo, ello no sirve sino para hacer ver a éste que, por increíble que le parezca, la opinión de su novia sobre quién envejece antes es acertada desde un punto de vista científico.

## **I. 2. Gramática**

### **I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?**

Los **procesos verbales** que predominan abrumadoramente en la pregunta del lector son de tipo relacional (*despite being only 23; my girlfriend still maintains<sup>175</sup> many of the prejudices; one such bias is that ...; is this true?*). Esta abundancia de procesos relacionales se deriva del hecho de que el lector se está limitando a utilizar el consultorio para presentar una determinada creencia que él desea verificar. Por eso, la reflexión correspondiente con que se le responde desde la revista para presentar las razones que llevan a considerar que un determinado sexo envejezca más rápidamente

---

<sup>174</sup> El estudio de *despite* y *still* se abordará en los apartados I.2.3. y II.2. del análisis de este texto respectivamente.

<sup>175</sup> *Maintain* (“mantener”) significa “continuar teniendo”, por lo que nos hallaríamos ante un proceso verbal relacional de tipo posesivo y atributivo, según la clasificación de Halliday (1994) expuesta más arriba en el apartado correspondiente a esta variable de la presentación del método de análisis.



que el otro comporta igualmente un destacado uso de procesos verbales relacionales (*this theory does have a basis in medical fact; the male has more of the sex hormone; and this makes his skin [be]<sup>176</sup> more resistant to ageing; this is coupled with the fact;... that a woman's skin is usually oilier than a man's; the result is that...; ...that men do have a better deal in this area); y, al contrario de otros ejemplos de respuesta de este género donde el consejo se traduce en un mayor número de procesos materiales con que se insta al lector a obrar de un modo dado, la descripción de estos motivos se lleva a cabo por medio de dicho tipo de procesos, si bien no faltan ejemplos de otras clases de procesos como los materiales (*But in the brave new dawn of genetic engineering your fledgling feminist's daughter may well catch you up*).*

No existe intento alguno de ocultar la **agencialidad**, que está en todo momento clara; de hecho, en este ejemplo no se utilizan oraciones **pasivas** ni **sustantivaciones**, y los **procesos verbales** son siempre lo que parecen. El uso de estos factores que resultan característicos de cuando se pretende esconder la responsabilidad de las acciones no es, por tanto, ideológicamente significativo en este cuarto texto.

Igualmente conviene resaltar la ausencia de **negaciones** en el fragmento, con la excepción de *Yes and no*, con que se encabeza la respuesta que desde *GQ* se da a Cook. Hay que notar que los argumentos que desde el consultorio se esgrimen tras esta respuesta ambivalente dan la razón al punto de vista de la compañera sentimental de Simon, que éste se cuestiona (*This theory ... does have a basis in medical fact; the male has more of the sex hormone ... and this makes his skin more resistant to ageing; This is coupled with the fact that a man's skin is usually oilier than a woman's, therefore ... less prone to falling apart; the result is that men do have a better deal than women in this area*). Sin embargo, paradójicamente, esta negación al cincuenta por ciento puede entenderse en tanto que acto de solidaridad desde una revista de hombres para con un varón al que no se quiere desmoralizar completamente haciéndole ver con rotundidad que, en sus discusiones de pareja, los argumentos de su novia tienen una mayor consistencia que los suyos propios. De hecho, la razón científica que desde la revista se le da para justificar de algún modo la posición de Cook –significativamente introducida por el matiz de oposición que incorpora el conector adversativo *but*– (*But in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist's daughter may well catch you up*) no se basa en una evidencia real, sino en el futuro desarrollo de la ingeniería

---

<sup>176</sup> Encontramos aquí, como en algún ejemplo anteriormente analizado, un grupo verbal causativo donde el verbo *be* está elidido.

genética, lo cual resta peso a este razonamiento frente a las demostraciones científicas que apoyan las creencias de su novia.

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

A más del uso del **modo** interrogativo con que el lector plantea su consulta (*Is this true?*), el carácter atípico de esta muestra –donde, en lugar de pedirse consejo, se solicita la confirmación o refutación del convencimiento de la novia del lector de que las mujeres envejecen con mayor rapidez que los hombres– no hace necesario el uso del imperativo con que en otros ejemplos se otorga asesoramiento a los lectores; antes bien, el predominio del modo declarativo (v.gr. *My girlfriend still maintains many of the prejudices of the protofeminists; one such bias is that in our “lookist” society, women get a raw deal because they age quicker than men; this theory ... does have a basis in medical truth; the result is that men do have a better deal than women in this area; etc.*) da idea del intercambio mutuo de información entre el lector y un consejero que actúa sin tratar de imponer un modo dado de acción sobre aquél, y por ende una ideología dada, a través de la autoridad que ostensiblemente manifiesta este modo que convierte al enunciador en quien controla a su interlocutor, del que exige una determinada acción.

La falta de toda necesidad de expresar autoridad en el intercambio comunicativo entre lector y consejero se constata igualmente en la ausencia de formas de **modalidad relacional**. Por otro lado, en lo tocante a la **modalidad expresiva**, el único ejemplo destacable radica en la utilización del auxiliar modal epistémico *may* para expresar posibilidad (*But in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist’s daughter may well catch you up*). Como se ha apuntado a propósito del uso de la negación, el peso de este argumento esgrimido en favor del lector es menor que los que avalan las creencias de su compañera sentimental –que de algún modo se tratan de contrarrestar desde este medio de expresión de la masculinidad al que Simon se dirige esperando una cierta solidaridad–. De ahí que no se presente como verdad absoluta, sino modalizada, la afirmación de que en el futuro puedan llegar a ser los hombres los que envejezcan más rápido que las mujeres gracias al uso que éstas puedan hacer de los avances de la ingeniería genética.

Por el contrario, al exponer los argumentos que respaldan la creencia de la novia de Cook, existe una ausencia de formas modales que proyecta una visión aparentemente transparente de la realidad donde se da como incuestionable la veracidad de los enunciados. No en vano, las razones que apoyan esta idea de un envejecimiento más

rápido de las mujeres se expresan con ayuda del uso enfático del auxiliar *do*<sup>177</sup> en la respuesta que se da al lector desde el consultorio (*This theory ... does have a basis in medical fact; men do have a better deal than women in this area*), con el que se recalca la validez de las creencias de la novia de Cook, y que contribuye a fomentar entre los lectores de *Gentlemen's Quarterly* una actitud más abierta entre los hombres, tendente a valorar los puntos de vista femeninos, en vez de cuestionarlos y ponerlos en tela de juicio por sistema.

Finalmente, en lo que se refiere al uso de los pronombres **WE** y **YOU**, hay que destacar, en primer lugar, el valor inclusivo del determinante posesivo de primera persona del plural *Our* (*one such bias is that in our "lookist" society, women get a raw deal because they age quicker than men*), con que Simon Cook se incluye a él mismo, a los encargados de responderle y a todos los lectores de la revista. Haciendo extensivo su conflicto vital a otras personas, espera hacer valer su discrepancia con las creencias de su novia. De otro lado, la utilización de las formas de segunda persona desde la respuesta de *GQ* para apelar deícticamente al lector (*...your fledgling feminist's daughter may well catch you up*) resultan características de las convenciones del género a que pertenece esta muestra.

### **I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?**

La textura de este fragmento se alcanza merced a diversos recursos, entre los que cabe reseñar los siguientes:

- **Referencia endofórica:** A pesar de que no faltan casos de referencia al lector y a su propia novia mediante pronombres (*My girlfriend; Your fledgling feminist's daughter may well catch you up*), sorprende el hecho de que, desde la respuesta del asesor, no se utilice este recurso excesivamente para remitirse a estos participantes. Se tiende así a evitar la personalización en la respuesta, que adquiere un tono más genérico mediante alusiones constantes a las categorías *hombre* y *mujer* (*The male has more of the sex hormone ... than the female; A man's skin is usually oilier than a woman's; men do have a better deal than women in this area*). Sin embargo, resulta altamente significativa la abundancia de formas de referencia comparativa con que se comparan una y otra vez a hombres y mujeres para determinar

---

<sup>177</sup> Quirk *et al.* subrayan este uso enfático de ciertos auxiliares: "The function of this EMPHATIC POSITIVE use of the operator is to deny a negative which has been stated or implied: e.g. *You should listen to your mother. But I DÒ listen to her*" (1985: 124). En el caso de *Do* esto sólo ocurre cuando el verbo está en presente simple, pasado simple o imperativo (*ibíd.*: 133-134).

quién envejece antes (*Women get a raw deal because they age quicker than men; The male has more the sex hormone, androgen, running around his system than the female and this makes his skin more resistant to ageing. This is coupled with the fact that a man's skin is usually oilier than a woman's. The result is than men do have a better deal than women in this area).*

- **Elipsis** del segundo término de estructuras comparativas cuando se compara a los hombres con las mujeres (*and this makes his skin more resistant to ageing [than the female's]; therefore more moist and less prone to ageing [than a woman's]*). Aun cuando se está comparando a hombres y mujeres, esta elisión del segundo término de la comparación<sup>178</sup> –las mujeres– enfatiza lo que se dice sobre los hombres como más importante que las mujeres, que no parece necesario mencionar, lo cual se puede interpretar como estrategia de solidaridad desde una revista para hombres como *GQ* con un lector al que, a pesar de hacérsele consciente de la necesidad de tratar a su pareja con un espíritu más igualitario y democrático, no se quiere defraudar del todo tras haber tomado la decisión de buscar ayuda en un medio de expresión en principio dedicado a los varones heterosexuales.
- **Cohesión léxica** por medio de antónimos (*the male/the female; a man's/a woman's; men/women*), que evocan la oposición entre ambos sexos a propósito de cuestiones relacionadas con el aspecto físico. Dicho interés por los temas relacionados con el cuidado de la apariencia física personal se constata igualmente en el recurso a colocaciones como *oilier skin, moist skin* o *genetic engineering*<sup>179</sup>.
- Cohesión a través de **nexos conjuntivos**. Dejando de lado diversos conectores lógicos necesarios para la cohesión del texto –tal es el caso de la relación consecutiva expresada por *therefore*<sup>180</sup> (*...a man's skin is usually oilier than a woman's, therefore more moist and less prone to ageing*)–, destaca, para empezar, de manera ostensible la utilización de estructuras comparativas que arrojan luz sobre la competitividad en la pareja por

---

<sup>178</sup> Quirk *et al.* aluden a la omisión del segundo término de la comparación cuando éste está implícito: “where there is anaphoric reference to an implied or actual preceding clause or sentence, as in *I caught the last bus from town; but Harry came home even later (ie 'later than I came home')*” (1985: 1134).

<sup>179</sup> Ya se ha analizado en el apartado *I.1.1.* de este texto el valor de sinónimo s como *prejudices/bias*.

<sup>180</sup> Quirk *et al.* incluyen *therefore* entre los nexos que expresan relaciones consecutivas (1985: 638). Este tipo de relación lógica consecutiva sería, para Halliday y Hasan, uno de los subtipos de una relación de

cuestiones estéticas relacionadas con la evaluación social de los efectos del envejecimiento (*The male has more of the sex hormone...than the female; and this makes his skin more resistant to ageing; this is coupled with the fact that a man's skin is usually oilier than a woman's; the result is that men do have a better deal than women in this area*).

La utilización de la conjunción adverbial concesiva *despite* (Quirk *et al.*, 1985: 705) en el discurso de Simon (*Despite being only 23, my girlfriend still maintains many of the prejudices of the proto-feminists*) pone de relieve la contrariedad que para su ego masculino supone el tono reivindicativo de las opiniones de su novia sobre quién recibe un trato social más injusto al envejecer. De hecho, la cláusula subordinada adverbial concesiva que abre la intervención del lector está *tematizada*<sup>181</sup>, de modo que para éste resulta informativamente más importante la contrariedad expresada por esta cláusula subordinada a la principal que el contenido de esta última. Estos obstáculos, en que las cada vez más asertivas denuncias femeninas se convierten para todo intento de prolongar el rol patriarcal masculino, se constatan también en la contestación que se da a Cook desde el consultorio, donde *but*, nexo coordinante adversativo<sup>182</sup>, viene a hacerle consciente, en respuesta a qué sexo envejece antes, de que, a pesar de que hoy por hoy los hombres envejecen más tarde que las mujeres, los avances genéticos pueden hacerles perder este privilegio a los varones (*But in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist's daughter may well catch you up*).

La utilización de la **coordinación** mediante cópulas (*The male has more of the sex hormone, androgen, than the female and this makes his skin more resistant to ageing*) desde la respuesta que se da a Simon puede entenderse como otra sutil

---

tipo superior de carácter causal: "Under the heading of causal relations are included SPECIFIC ones of **RESUL**, REASON and PURPOSE" (1976: 256[subrayado nuestro]).

<sup>181</sup> Aunque son muchas y controvertidas las aproximaciones al estudio de la estructura temática de la oración, para los objetivos de este estudio –no olvidemos que Fairclough (1989) no considera siquiera este parámetro en su modelo de ACD– nos bastará con la definición de Halliday, que ve en el **tema** el elemento que sirve como punto de partida del mensaje: "The Theme is the starting-point for the message; it is the ground from which the clause is taking off. So part of the meaning of any clause lies in which element is chosen as its Theme" (1994: 38). Partiendo, pues, de esta prominencia en el significado oracional que adquiere el tema, el mismo autor apunta que, aunque en las oraciones complejas lo normal es que la cláusula subordinada siga a la principal, también se puede dar el caso de que sea la subordinada la que preceda a la principal al tematizarse (*ibíd.*: 56).

<sup>182</sup> Halliday y Hasan incluyen *but* dentro de los nexos adversativos, a cuyo significado de oposición o contrariedad ya hemos hecho mención en reiteradas ocasiones: "The word *but* expresses a relation which is [...] ADVERSATIVE" (1976: 237).

estrategia de solidaridad de *Gentlemen's Quarterly* con su público masculino, pues la relación causa-efecto que existe entre estas dos proposiciones queda difuminada; y, así, se plantea a éste, y a otros lectores, como igualmente importante desde un punto de vista semántico el hecho de que los hombres tengan más hormonas de un determinado tipo y que su cuerpo sea más resistente al envejecimiento, cuando en realidad lo primero es la causa de lo segundo. Con esta estrategia se están presentando una serie de explicaciones científicas con una cierta sutileza que no desmoralice completamente a un público masculino en el que *GQ* desea fomentar una actitud de mayor respeto y consideración hacia las mujeres.

### *I. 3. Estructuras Textuales*

#### *I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?*

La macroestructura de pregunta y respuesta característica de los consultorios en prensa no se utiliza en este ejemplo para pedir consejo propiamente, según las convenciones de este género. Por el contrario, la pregunta del lector, más que solicitar asesoramiento, es una reflexión sobre un estado de cosas dado, a saber, el hecho de que las mujeres se quejan de envejecer con mayor celeridad que los hombres, recibiendo, en consecuencia, un trato social más desfavorable en una sociedad tan esclava de la imagen como la nuestra. Se escribe, así, a *Gentlemen's Quarterly* para que se evalúe esa proposición, y en la respuesta recibida se pasa a exponer las razones científicas que justifican esa creencia. Las secciones de pregunta y respuesta que encabezan las iniciales *Q* y *A* dan cuenta de la macroestructura dialogal que envuelve este texto. Lo dialogal en este texto ofrece las peculiaridades de que queda transcrito en el formato escrito de las secciones de consulta en la prensa, y limitado a una sola intervención por parte de los dos únicos participantes en la interacción comunicativa que se actualiza en esta consulta, a saber, Simon Cook y el asesor de *GQ* que responde a las iniciales J.M.

Dentro de esta estructura dialogal envolvente –obsérvese la pregunta del lector (*Is this true?*) y la más inmediata respuesta del asesor (*Yes and no*)– se incrustan sendas secuencias explicativas más o menos próximas al modelo expositivo prototípico. Por un lado, en la pregunta de Simon Cook, este londinense expone lo que él entiende como creencias feministas de su novia sobre qué sexo sufre más drásticamente los efectos sociales del envejecimiento. Esto da lugar a una secuencia explicativa incompleta donde se parte de un estado inicial de cosas o **proposición explicativa 0** (*Despite being only 23, my girlfriend still maintains many of the prejudices of the protofeminists*), que pasa

a detallarse a modo de **proposición explicativa 2** (*One such bias is that in our “lookist” society, women get a raw deal because they age quicker than men*), sin haberse problematizado antes, y sin que aparezca la conclusión y evaluación que cierra este tipo de secuencias.

Por contra, en la respuesta de J.M. la secuencia explicativa se materializará más en consonancia con el modelo de organización expositivo prototípico cuando se explica qué hay de cierto en la creencia popular de que las mujeres envejecen más rápidamente que los varones. Se arranca, así, de una **proposición explicativa 0** o estado inicial de cosas (*This theory, like many half truths, does have a basis in medical fact*). Acto seguido, y sin pasar por la problematización del objeto oscuro e ininteligible que se presenta en la Pe0, se genera un desarrollo explicativo –**Proposición explicativa 2**– en que se exponen con detalle las causas fisiológicas que producen el más rápido envejecimiento de las mujeres. Ahora bien, esta segunda proposición de esta secuencia explicativa posee autonomía propia, pues en su interior se estructura una secuencia argumentativa según el siguiente esquema:

- **Premisa de partida** (*The male has more of the sex hormone, androgene, running around his system than the female and this makes his skin more resistant to ageing*);
- **Argumentos de apoyo** (*This is coupled with the fact that a man’s skin is usually oilier than a woman’s, therefore more moist and less prone to falling apart*);
- **Conclusión** (*The result is that men do have a better deal than women in this area*).

Por último, se concluye la secuencia explicativa central con la **proposición explicativa 3** evaluando todo lo expuesto y advirtiendo al lector del modo en que están cambiando las cosas en la era de la ingeniería genética, lo cual nos remite de nuevo a la proposición de partida en que se planteaba la creencia apuntada por el lector sólo como una verdad a medias (*But in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist’s daughter may well catch you up*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

###### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** fundamentales de esta situación comunicativa consisten en el hecho de pedir Simon Cook la confirmación o refutación sobre si las mujeres envejecen más deprisa que los hombres, al no estar del todo de acuerdo con tal apreciación de su compañera sentimental. Además de corroborar la posición de la novia desde la revista, otras actividades importantes son el mantenimiento de distintos posicionamientos al respecto por parte de ambos.

El **tópico** esencial radica en el desacuerdo en la pareja sobre quién envejece antes, y, en consecuencia, quién recibe un trato social más ignominioso por acusar los efectos del envejecimiento primero.

El **propósito** primario de la muestra emana de su función como forma de asesoramiento para el lector que escribe y para otros que se sientan identificados con la problemática planteada. Los propósitos comunicativos secundarios del fragmento son el hacer consciente a los varones de las tensiones existentes en las parejas por temas como el aspecto físico, que dan lugar a una verdadera competitividad entre los hombres y las mujeres. Asimismo, se pretende concienciar a los lectores de la revista de la pervivencia de la influencia de la ideología feminista entre las mujeres.

###### **2) ¿Quién participa?**

Además de Simon Cook, que desde Londres pide consejo a *GQ*, y J.M., que firma la respuesta del consultorio, hay que tener presente a la novia del lector a la que éste hace mención, así como a la pluralidad de lectores de la revista que eventualmente leerán esta sección donde aparece inscrita la consulta de Simon. Tampoco podemos olvidar a los editores de esta sección de la revista, encargados de darle el formato definitivo a las consultas que en ella aparecen.

###### **3) ¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?**

La relación entre Simon y la persona encargada de darle respuesta desde la revista (J.M.) tiene el carácter neutro que caracteriza a un género donde los lectores se limitan a pedir cierta información o asesoramiento que desde la publicación se les concede. Por contra, la relación de pareja entre Cook y su novia resulta quizás más



distante de lo que sería esperable como consecuencia de las discusiones que dan lugar a un conflicto existencial en aquél, que, de no existir, no le obligarían a escribir a este consultorio.

#### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

A la **instrumentalidad** del lenguaje, que es el medio que permite la interacción comunicativa entre Simon Cook y *GQ*, hay que sumar una clara **función de identidad**, por cuanto el modelo de hombre que se ofrece a Simon Cook y otros lectores de la revista que lean esta consulta con la que puedan sentirse identificados manifiesta unos rasgos donde todo dominio patriarcal queda erradicado. Dado que es precisamente en su relación con las mujeres donde se plantea la abolición de estos rasgos viriles hegemónicos, la **función relacional** del discurso del texto vendría dada por el fomento de tal igualdad entre ambos sexos. Finalmente, la potenciación de este trato de los hombres a las mujeres de igual a igual relativa al tema de la edad por parte de *Gentlemen's Quarterly* daría cuanta de la **función ideacional** del lenguaje en este texto.

### **B. Contexto intertextual**

El texto se inscribe en la **serie histórica** que hace referencia al sentimiento de desasosiego de los hombres que se sienten víctimas de las reivindicaciones feministas que los hacen responsables de la situación desfavorable de las mujeres en la sociedad (en este caso concreto, en lo que concierne a quién recibe un peor trato social por envejecer más rápidamente). Habría, por esto, que contar con sendas series históricas referentes al discurso del movimiento de liberación y reivindicaciones feministas, que, tras su despertar con la llamada segunda oleada feminista de los años sesenta y setenta, pervive a finales del siglo XX y principios del XXI; así como un discurso relativo a la mayor atención de los hombres a su aspecto físico personal, en concreto, la preocupación por los efectos del envejecimiento.

La consulta del lector y la correspondiente respuesta desde la revista **presuponen** en su conjunto la creencia generalizada en la sociedad británica contemporánea de que los efectos del envejecimiento resultan negativos (*...in our "lookist" society, women get a raw deal because they age quicker than men*), y está actualizando un discurso relativo al culto a la imagen en la sociedad contemporánea. La pregunta de este joven **presupone**, de igual modo, el mal trato de las feministas hacia los hombres (*many of the prejudices of the proto-feminists; one such bias; your fledgling feminist's daughter*), que, independientemente de su veracidad, supone ya una

actitud de autodefensa masculina que reacciona tachando al movimiento feminista de sumamente pernicioso para los hombres, dada la inseguridad que en este hombre despierta la asertividad de los juicios de su novia.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

El tipo de discurso que aparece en este texto hace referencia al hecho de que la preocupación por el aspecto físico en general, y en concreto por los efectos del envejecimiento, no es patrimonio exclusivo de las mujeres, sino también de los hombres<sup>183</sup>. De ahí que, frente a su novia, Simon escriba a *GQ* y pregunte qué sexo envejece más rápido. Aunque desde la revista se le confirmará que los hombres envejecen más lentamente que las mujeres, el discurso de reacción de la masculinidad ante la crítica feminista a través de la puesta en duda de sus postulados resulta muy elocuente. El mero interés de este hombre por temas como los efectos del envejecimiento nos da ya idea de la aproximación de los hombres a cuestiones tradicionalmente vinculadas a lo femenino, lo que es propio del *New Man* como construcción de lo masculino recurrente en publicaciones para hombres como esta revista. Esta creciente atención de los varones por su imagen ha sido vista como un rasgo característico de la masculinidad de este cambio de siglo, tal y como ha apuntado Edwards: “What remains is an increasing sense of anxiety concerning the imagery [...] and a clear concern that at least some men are made feel anxious or to take action in relation to how they look” (1997: 130).

Este tipo de discurso viene a configurarse a través del formato característico del género de los consultorios en prensa: por medio de una fórmula cercana a la comunicación epistolar, Simon Cook solicita consejo sobre una cuestión que está llevándole a divergencias con su pareja. El hecho de que la consulta de este londinense venga a incluirse en la sección correspondiente de una revista como *GQ* otorga a la interacción comunicativa entre este varón y el asesor de esta publicación la difusión prototípica que caracteriza al discurso periodístico, lo cual supone una diferencia fundamental con otras formas del discurso del asesoramiento como puedan ser las entrevistas entre los psicólogos y sus pacientes. De esto se colige que los sujetos participantes de este acto de comunicación no son ya solamente Simon Cook y el asesor

---

<sup>183</sup> Goldstein (1994: x) ha abordado la creciente preocupación en el hombre de hoy en día por los efectos del envejecimiento, y su manifestación en la aparición de todo un mercado de productos cosméticos y de cirugía estética que retrasen estos rasgos externos de senectud.

de *GQ*, sino también la pluralidad de lectores de esta revista y otros miembros de la redacción de esta publicación que han seleccionado el problema planteado por Cook como representativo de su público lector, que podría así obtener algún beneficio del consejo que se da a Simon. La producción de este tipo de discurso es, pues, el resultado de diferentes procesos de manipulación por parte de los editores de la sección de lo que puede haber sido la consulta original de un lector llamado Simon Cook para adaptarla al formato de esta columna. Resultaría igualmente plausible que la consulta hubiera sido creada de la nada de acuerdo con la temática característica de la sección. En uno y otro caso, la inclusión de la consulta con su correspondiente respuesta obedece al momento de recepción de las mismas, es decir, al tipo de lector ideal que se presupone para esta columna de problemas y la ideología de que se le desea imbuir.

Diversos aspectos de la estructura y **coherencia global** del fragmento vienen a configurar este discurso. Así ocurre con el **esquema** del texto, con dos acciones sucesivas de pregunta y respuesta: en la primera parte o pregunta, el lector presenta un estado de cosas para él conflictivo y pide una verificación de la hipótesis de que las mujeres envejecen antes; en la segunda parte o respuesta, se le confirmará esta creencia con datos científicos desde la revista. La estructura prototípica del género no se ha utilizado, por tanto, para pedir y dar consejo, sino para preguntar y responder sobre la veracidad de un postulado dado como incontestable al lector y sobre el que él muestra sus reservas. En segundo lugar, el **marco** viene dado por la construcción de un tipo de hombre que necesita ponerse en contacto con la columna de consultas de una revista para varones para aclarar sus dudas sobre la veracidad o no del supuesto de su novia de que las mujeres reciben un trato social más injusto que los hombres por envejecer con mayor celeridad. Finalmente, los **guiones** del texto están determinados por un tipo de relación de pareja donde la novia mantiene unas posiciones feministas, según su compañero, anacrónicas en su defensa de que la discriminación social que sufren las mujeres es más cruel que la de los hombres al envejecer aquéllas antes que éstos. Por el contrario, el novio va a llevar a cabo un doble desafío ante esas críticas: en primer lugar, su preocupación misma por el tema lo hace representativo de un nuevo tipo de hombre especialmente atento a su aspecto físico; por otro lado, a pesar de su desacuerdo con tales premisas feministas, un hombre como Simon trata de informarse sobre su validez escribiendo al consultorio de *GQ* para formarse un juicio certero, con lo cual manifiesta una actitud abierta y dialogante.

Ciertos aspectos de la **coherencia local** del texto responden igualmente al desacuerdo del lector con la postura que mantiene su novia. Tal es el caso de la cláusula subordinada adverbial concesiva ya aludida *Despite being only 23...*, con que el lector da a entender que de una mujer tan joven no se espera lo que él entiende como un feminismo tan radical. De igual modo, el adverbio *still* (*my girlfriend still maintains many of the prejudices of the protofeminists* [subrayado nuestro]) plantea la actitud de la novia como anacrónica<sup>184</sup>. Dicha actitud se refuerza por aspectos del léxico donde lo feminista se pinta con connotaciones peyorativas (v.gr. *prejudices, bias*).

Con todo, el **acto de habla** directivo con fuerza ilocutiva de pregunta expresada de manera directa al final de la sección dedicada al lector (*Is this true?*) nos indica que, a pesar de su desacuerdo, Simon Cook desea que se le constate o no la validez científica de esta premisa planteada por su novia y recogida anafóricamente por *this*. De hecho, al utilizar una interrogativa total (*yes/no question*), el lector asume el riesgo de quedar en mal lugar si se le contesta que todo lo que defiende su novia es absolutamente cierto; no se interesa únicamente por parte de esa postura como podría haber hecho si se hubiera servido de una interrogativa parcial (*wh-question*), con la que podría haberse interesado perfectamente por saber qué hay de cierto en la postura mantenida por su novia<sup>185</sup>. En este sentido, el hecho de que la totalidad de la respuesta del asesor de esta sección esté construida a base de actos de habla representativos vuelve a ser prueba de la peculiar naturaleza de esta consulta, donde el lector no necesita tanto que se le indique un modo de obrar determinado cuanto sí que se le corrobore o refute el valor de los postulados feministas de su compañera (v.gr. *This theory, like many half-truths of folklore, does have a basis in medical fact; The male has more of the sex hormone, androgen, running around his system than the female and this makes his skin more resistant to ageing; The result is that men do have a better deal than women in this area – but in the brave new dawn of genetic engineering your fledgling feminist’s daughter may well catch you up*). De hecho, al margen del breve acto directivo con que Cook formula su consulta, toda su intervención se estructurará igualmente a base de actos de habla representativos con los que describe la postura de su novia a propósito de la relación entre el envejecimiento y el sexo del individuo (*Despite being only 23, my girlfriend still maintains many of the*

---

<sup>184</sup> Quirk *et al.* otorgan a este adverbio temporal el significado de “even now” (1985: 580).

<sup>185</sup> “Questions can be divided according to the type of reply they expect. Those that expect affirmation or negation, as in *Have you finished the book?*, are *YES-NO* questions; Those that typically expect a reply from an open range of replies, as in *What is your name?* Or *How are you?* are *WH*-questions” (Quirk *et al.*, 1985: 806).

*prejudices of the protofeminists; One such bias is that in our “lookist” society, women get a raw deal because they age quicker than men).*

Por otro lado, hay que señalar que, aunque existe algún rasgo léxico propio de registros coloquiales como puedan ser expresiones informales del tipo *get a raw deal* o la presencia de *phrasal verbs* (*falling apart; catch you up*), en términos generales este tipo de discurso se construye de conformidad con el estilo neutro esperable de las secciones de consulta. Señalaremos también la **tonalidad cómica** con que el asesor finaliza su intervención, de modo que el lector pueda encajar mejor el hecho de que los planteamientos de su novia sobre el envejecimiento son ciertos (*But in the brave new dawn of generic engineering your fledgling feminist’s daughter may well catch you up*).

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

La interpretación contextual que llevan a cabo Simon y su novia son radicalmente opuestas respecto a quién sufre más dramáticamente las consecuencias del envejecimiento en una sociedad donde se valora ante todo la imagen. Ella postula que son las mujeres las que más lo acusan, mientras que para él ello no es sino fruto del feminismo trasnochado de su compañera. La interpretación que se da desde *Gentlemen’s Quarterly* vendrá a ratificar científicamente las asunciones de la novia de Simon Cook, sirviendo esto para desmitificar de algún modo las ideas preconcebidas de muchos hombres respecto al feminismo.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

La determinación social del discurso de este texto viene dada por una tensión en las **relaciones de poder** entre hombres y mujeres en el nivel institucional de las relaciones de pareja, y en el más amplio nivel de la sociedad en su conjunto. Sin embargo, la manifestación más inmediata de esta fluctuante relación de poderes entre ambos sexos se da a nivel institucional en lo que se refiere a las discusiones concretas entre los miembros de la pareja a propósito de quién recibe un trato social más duro como resultado de envejecer más rápido, los hombres o las mujeres.

### ***III. 2. Ideologías***

En el discurso de este texto van a coexistir dos **ideologías** antagónicas, representativas de una lucha hegemónica en sociedad entre ambos sexos. De un lado,

encontramos la ideología feminista del reconocimiento de la opresión social a que se encuentra sometida la mujer, en particular, por envejecer más rápidamente que los hombres en una sociedad donde prima el culto a la imagen. Por otra parte, hay una ideología característica de un tipo de masculinidad que, habiendo hecho suyos ciertos valores considerados tradicionalmente como patrimonio de la mujer como la preocupación por la apariencia física, reclama el reconocimiento del trato desfavorable a que igualmente se encuentran sometidos los hombres en la sociedad contemporánea. Esta reacción de un lector totalmente concienciado con los efectos sociales que el aspecto físico personal tiene no sólo entre las mujeres sino también entre los hombres no es un caso aislado, sino que viene a ser ejemplo de una tendencia generalizada en el ámbito anglosajón contemporáneo, tal y como apuntan Mishkind *et al.* ya a finales de los ochenta: “Men are likely experiencing more body dissatisfaction, preoccupation with weight, and concern with their physical attractiveness and body shape now than they did even two decades ago” (1987: 45).

### **III. 3. Efectos**

La posición del discurso de este fragmento de *GQ* respecto a las **luchas de poder** entre hombres y mujeres resulta conciliadora, ya que se fomenta el trato igualitario de ambos sexos en las relaciones de pareja y, como tal, el equilibrio de poderes entre los hombres y las mujeres en sociedad. Así, aunque la posición del hombre que escribe a la revista sea del todo contraria a la de su novia, el mero hecho de buscar asesoramiento en el consultorio es significativo del surgimiento de un tipo de hombre que se va desprendiendo de su halo patriarcal en sociedad para dar lugar a un trato a las mujeres en términos más igualitarios. De hecho, la respuesta que el lector recibe desde *Gentlemen's Quarterly* otorga la razón al punto de vista de su novia, por lo que esta publicación dirigida a los hombres viene a fomentar este equilibrio de poderes entre los dos sexos en la sociedad británica de nuestros días.

Esta **lucha** de poderes entre hombres y mujeres se encuentra **encubierta** en el **discurso normativo** del texto que estamos analizando, donde la consulta del lector a través de la sección correspondiente de esta revista para hombres resulta del todo canónica de acuerdo con las convenciones de un género que nace para tratar de ayudar a los lectores dando respuesta a las distintas dudas o conflictos personales que plantean éstos.

No obstante, si bien el texto resulta del todo acorde con las convenciones formales del género de los consultorios en prensa –lo que nos permite hablar de discurso normativo–, resulta sumamente elocuente que la respuesta que recibe el lector al servirse de este mecanismo de ayuda, inscrito en un medio consumido por hombres, no contribuya a suministrarle –a él y a otros lectores de *Gentlemen's Quarterly* que tomen el consejo ofrecido como modelo de comportamiento– los instrumentos para mantenerse en una posición social hegemónica de cara a las mujeres. Antes bien, desde la revista se va a preconizar el trato igualitario de los hombres hacia las mujeres; por lo tanto, este discurso contribuye a abolir todo dominio hegemónico y patriarcal de los hombres al tiempo que los anima a mostrarse abiertos y tolerantes en sus relaciones con las mujeres.

**TEXTO 4: Later, septiembre 1999, p. 27.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El léxico del texto se organiza en torno a **esquemas de clasificación** relativos a la vida de los hombres y las mujeres en pareja (*sharing your life and space; living together; partner; girlfriend*); las discusiones que acarrea este tipo de vida en común (*huge arguments; conflict; her complaining*); así como la necesidad de llegar a compromisos mutuos para que esta convivencia se desarrolle sin sobresaltos (*sort this out; making most of the sacrifices; making compromises; listening and accepting the other person's point of view*).

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

La tensión que se produce entre ambos sexos cuando los hombres no están listos para adoptar actitudes más abiertas y menos dominantes se constata por el uso repetido del verbo *control* (...*by her complaining that I always control what we watch on TV; there is bound to be conflict about who controls what*) como definitorio del rol sexual masculino<sup>186</sup>, lo cual despierta las quejas de un tipo de mujer no dispuesta a seguir sometida al yugo del patriarcado clásico (*her complaining*). En la respuesta que desde el consultorio se otorga al lector, el uso del superlativo para comparar cuál de los dos hace más sacrificios (...*and who feels they are making most of the sacrifices*) nos da idea efectivamente de una relación de competitividad entre ambos cónyuges, donde ya no se admite como válida la premisa tradicional de que han de ser las mujeres las que se tengan que amoldar a las exigencias masculinas<sup>187</sup>. Esto resulta tanto más significativo cuanto que es desde un medio de expresión para los hombres como la revista *Later* donde se está proyectando la ideología de que las relaciones de pareja se han de desarrollar en términos igualitarios entre ambos miembros.

El grado de importancia que se concede a un problema tan aparentemente simple como el que plantea este lector se refleja expresivamente en la alusión a un especialista

---

<sup>186</sup> Tolson insiste en este ejercicio del poder como característico del rol sexual masculino: “The premise of power is at the centre of a network of convictional masculine characteristic: authority” (1977: 8).

<sup>187</sup> Quirk *et al.* señalan el uso informal del superlativo cuando lo que en realidad existe es idea de comparación: “The comparative is used for a comparative between two, while the superlative is required where more than two are involved. The superlative is sometimes used for a comparison between two persons, items, etc., e.g. *He is the youngest (of the two brothers)*, though this is avoided in careful usage where the comparative is preferred, e.g. *He is the youngest (of the two brothers)*” (1985: 465). El tono neutro, más cercano a informal que formal –véase el estudio de registro del corpus– del fragmento justifica este uso del superlativo en lugar del comparativo.



en temas de pareja (*relationship counsellor*). Con ello se advierte al lector de los efectos dramáticos que una actitud de dominio y control como la que ha venido ejerciendo de cara a su novia puede ocasionar para el futuro de su relación de pareja.

### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

Las dificultades de un hombre que se empeña en seguir ejerciendo su papel dominante en la relación de convivencia que mantiene con su novia se pone de manifiesto por la utilización en su discurso del adverbio de frecuencia *always* en referencia a la insatisfacción de su compañera con un modo de comportamiento tradicional con que le cuesta romper (*...by her complaining that I always control what we watch on TV*). Igualmente expresivo resulta el uso del adverbio enfático *just*<sup>188</sup> en el discurso de este lector (*I work hard and want to just sit and relax*), con el que reitera su convencimiento de la validez de un modo de actuar que es precisamente del que se queja su novia.

### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

Los problemas de pareja ocasionados por un tipo de hombre que, en casos como el del ejemplo que analizamos, no se encuentra todavía demasiado preparado para hacer concesiones de poder en la vida de pareja quedan ilustrados por metáforas como *you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor*, en referencia a lo acuciante que pueden llegar a ser los problemas de convivencia cuando no se está mínimamente dispuesto a ceder. Íntimamente relacionado con la metáfora de la fuerza de paz de las Naciones Unidas está el símil o comparación de los amantes con dos estados en guerra (*you will end up being like two separate states at war*), lo cual incide en lo descarnados que estos conflictos llegan a ser<sup>189</sup>.

---

<sup>188</sup> Quirk *et al.* (1985: 475-653) realizan una clasificación exhaustiva de las unidades con función adverbial en cuatro tipos principales (*adjuncts, subjuncts, disjuncts* y *conjuncts*). *Just* formaría parte del grupo de los *subjuncts*, que, aunque están integrados igual que los adjuntos (*adjuncts*) en la estructura de la cláusula, vendrían caracterizados por tener en mayor o menor medida un papel subordinado en comparación con otros elementos clausales. De entre los varios subgrupos que integran esta segunda categoría, *just* se incluiría dentro de los adverbios subjuntos enfatizadores (*emphasizers*), que, además de enfatizar la unidad a la que preceden –en nuestro caso los verbos *sit* and *relax* (*I want to just sit and relax*)–, manifiestan una actitud de veracidad absoluta por parte del hablante: “conveying the speaker’s assertion that he is speaking the unvarnished truth” (*ibid.*: 583).

<sup>189</sup> En su estudio sobre la metáfora, Lakoff y Johnson aluden ya al carácter bélico de toda relación amorosa al afirmar que el amor es la guerra (1980: 49).

## I. 2. Gramática

### I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?

En lo que se refiere al tipo de **procesos verbales** del texto, sorprende que, al contrario que en otros ejemplos de consultorios, en este fragmento no va a constatarse el predominio de procesos relacionales que resulta característico en las preguntas de los lectores. Va a detectarse así un sorprendente número de procesos materiales (*I always control; I work hard; [and want {proceso mental}] to just sit and relax<sup>190</sup>; can we do anything...?; ...to sort this out?), ya que, más importante que la presentación del conflicto existencial que preocupa al lector a través de procesos existenciales (*I live with my girlfriend*) y relacionales (*over the last few years we've been having huge arguments*), resulta el acto mismo de confesión de un hombre que nos presenta todo lo que hace<sup>191</sup> y de lo que su novia se queja (por supuesto, por medio del correspondiente proceso verbal: *...by her complaining that...*).*

En la respuesta, el consejo que desde la revista se le da al lector sobre cómo ha de actuar para cuidar su relación de pareja se traduce en un mayor empleo de procesos verbales materiales (*you can do something...; ...to sort this out; if you are sharing your life and living space with your partner...; ...about who controls what; ...they are making most of the sacrifices; living together; making compromises; listening; accepting the other person's point of view; and you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor*). Esto no es obstáculo para la aparición de otras clases de procesos en esta réplica: existenciales (*there is bound to be conflict*); mentales (*who feels...; you both need to realise that...*) o relacionales (*you will end up being<sup>192</sup> like two separate states at war; [living together and making compromises] means listening too*).

---

<sup>190</sup> La relación de *want*, grupo verbal primario de naturaleza mental, con *sit and relax*, grupos verbales secundarios de tipo material, dará lugar en su conjunto a lo que Halliday denominará grupo verbal complejo hipotáctico, donde se produce una proyección desiderativa (1994: 290-291).

<sup>191</sup> No olvidemos la definición de *proceso material* de Halliday: "material processes are processes of `doing'" (1994: 110).

<sup>192</sup> Nos encontramos aquí ante lo que Halliday denomina *grupo verbal complejo hipotáctico* (*Hypotactic verbal group complex*), constituido por un grupo verbal primario y otro secundario o dependiente: "In a hypotactic verbal group complex, e.g. *tried to do*, [...] the primary group may be finite or non-finite; it is the primary group that carries the mood of the clause, e.g. *she tried to do*, *what was she trying to do*, *having tried to do it* etc. The secondary group is always non-finite, this being the realization of its dependent status" (1994: 278). Halliday da el significado concreto de diferentes grupos verbales hipotácticos, entre ellos *end up winning*, al que atribuye el significado de estado final. Los análisis concretos que Halliday lleva a cabo de estos grupos verbales hipotácticos definen el tipo de proceso del grupo verbal en función del grupo secundario, v.gr. *Alice tried to reach the key* > proceso material (*ibíd.*: 281). El tipo de proceso expresado por el grupo verbal hipotáctico de nuestro ejemplo sería, pues, relacional.

En ningún momento existe el intento de ocultar por parte del lector su modo de comportarse; y en la respuesta que se le da desde el consultorio no se intenta tampoco justificar este modo de obrar. Por eso no se camufla bajo la forma de un tipo de proceso verbal lo que normalmente debería actualizarse con otro. Y por la misma razón no hay **sustantivaciones** ni se usa la **pasiva**, y la **agencialidad** está en todo momento clara. La falta de utilización de estas estrategias da cuenta de la ideología que desde *Later* se intenta proyectar, que no trata de encubrir los comportamientos patriarcales y misóginos entre los hombres, sino que trata de erradicarlos haciéndolos del todo visibles.

La **negación** sólo se emplea una vez, en la respuesta que se da al lector desde el consultorio para hacerle ver las fatales consecuencias que puede traer el no prestar atención al consejo que se le da (*If you don't [realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view], you will end up being like two separate states at war*). La negación de las premisas que el experto aconseja al lector para cuidar su relación de pareja está así estableciendo una duplicidad de pensamiento en el discurso del asesor toda vez que, tal y como señalan Hodge y Kress (1993: 146), la negación de un elemento en el discurso es un modo de hacerlo visible. Se enfatiza aquí, pues, la conveniencia de seguir el consejo dado al hacerle ver al lector lo que ocurriría *si no lo siguiera*.

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

En lo que concierne al uso de los **modos**, destaca el predominio casi absoluto del modo declarativo (v.gr. *I live with my girlfriend and over the last few years we've been having huge arguments; I work hard and want just to sit and relax; You can do something to sort this out; You both need to realise that living together and making compromises means listening and accepting the other person's point of view; If you don't you will end up being like two separate states at war; etc.*), con la única excepción del modo interrogativo en la pregunta con que el lector solicita una determinada forma de consejo (*Can we do anything to sort this out?*) como rasgo característico de este género. Sin embargo, más significativa que la presencia del modo declarativo, que viene a responder al intercambio comunicativo entre el lector de *Later* y el asesor de esta sección de la revista –donde ambos se otorgan mutuamente la información que necesitan para que el consultorio cumpla su función– resulta la correspondiente ausencia del imperativo en la respuesta que el lector obtiene desde el consultorio, y que en otros fragmentos hemos constatado como usual para aconsejar a los lectores un modo

de actuar dado. Como ha indicado Fairclough (1989: 125-126), el imperativo implica una actitud de poder de parte del emisor respecto al receptor, del que pide que lleve a cabo una determinada acción. Desde *Later* se ha optado por no crear en los lectores el dramatismo que imponen los imperativos sobre quien ha de cumplir con las acciones que demandan, de tal manera que el hecho de sentirse agobiado por una exhortación directa a cambiar de actitud ante las mujeres no se convierta en disuasorio para convencerse de la conveniencia de poner en práctica este cambio.

En el intento de *Later* de evitar la proyección de un tono opresivo al impulsar una ideología tendente a desterrar las actitudes patriarcales entre el público masculino lector, la **modalidad relacional** en la respuesta es el contrapunto de autoridad que se requiere para que los lectores tomen conciencia de lo imperioso que resulta que tengan más en cuenta la perspectiva femenina en la convivencia diaria. De ahí que el uso de *need* (*You both need to realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view; If you don't you... you might need to bring in the UN*) en el consejo, aunque no es un auxiliar modal como tal<sup>193</sup>, sirve para dar forma a esta necesidad de comprensión mutua.

En lo tocante a la **modalidad expresiva**, al margen de la utilización del auxiliar modal de posibilidad *can* por parte del lector para interesarse por hasta qué punto tienen remedio los conflictos que su actitud dominante producen en su pareja (*Can we do anything to sort this out?*), y que es retomado literalmente en la respuesta que se le da desde el consultorio (*You can do something to sort this out*)<sup>194</sup>, el consejo que el especialista de *Later* da a este lector va a matizarse con el empleo de diversas formas modales epistémicas que, en tanto que evaluación de la veracidad de los enunciados, van a convertirse en verdaderos indicadores del grado en que se considera aconsejable el cambio de actitud del lector. De acuerdo con esto, la utilización del semimodal *be bound to*<sup>195</sup> (*If you are sharing your life and living space with your partner there is*

---

<sup>193</sup> Palmer diferencia el uso modal de *need* del no modal, al que corresponden los ejemplos del texto: "There is a modal and a non-modal, distinguished formally in that only the latter has non-finite forms, an *-s* form and occurs with *to*, while the modal has the 'nice' properties" (1990: 127); y postula como específico de la forma no modal respecto al *need* modal el matiz de exigencia para alcanzar un objetivo dado más que la necesidad propiamente dicha: "In the positive form, the non-modal verb does not simply have the 'necessity' meaning of *MUST*, but rather indicates what is required for specific purposes or personal reasons as in *He needs to make a lot of money (if he is to avoid bankruptcy)*" (*ibíd.*: 129). Este requerimiento para alcanzar el propósito final del buen entendimiento en pareja es precisamente el que el experto de *Later* quiere destacar en el consejo que da al lector.

<sup>194</sup> La utilización de los valores modales de posibilidad de *can* ya ha sido abordada en el análisis de textos anteriores.

<sup>195</sup> Lo mismo que otras formas como *be going to*, *be able to* o *have to*, Palmer (1990: 25) otorga el estatus de semimodal a la forma *be bound to*. Palmer apunta el uso de *be bound to* con significado similar al de

*bound to be conflict about who controls what*), se justifica para tranquilizar a este hombre haciéndole saber lo común y lógico de sus discusiones de pareja; y se condiciona la estabilidad futura de esta relación de pareja a la realización de ciertos compromisos mutuos (*If you don't you will end up being like two separate states at war*). Finalmente, el experto expresa su afán de que los novios solucionen sus diferencias hablando entre ellos antes de recurrir a vías más drásticas como un consejero matrimonial, que queda aludido a través de *might* como auxiliar de posibilidad lejana<sup>196</sup> (*and you might even need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor*).

Cuando la referencia es al lector que escribe únicamente, **YOU** admite una interpretación impersonal que viene dada por la estrategia del asesor de plantear la situación descrita por este lector como bastante generalizada antes de darle unas pautas concretas para enmendarla (*If you are sharing your life and living space with your partner, there is bound to be conflict about who controls what*).

### **I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?**

En los casos de **referencia**, destaca el empleo de este recurso para remitirnos tanto al joven que escribe a esta sección de consulta como a su novia, lo cual nos da idea del alcance del problema planteado por el lector sobre su vida en pareja (v.g. *we've been having huge arguments usually started by her complaining that I always control what we watch on TV*). Dejando de lado otros recursos de cohesión en el fragmento necesarios para dar textura al mismo, existen algunos muy relevantes desde un punto de vista ideológico. Tales van a ser los casos de **cohesión léxica** por *reiteración* (*control*, *sort out* y *live/living* se repiten dos veces en el texto cada uno); *hiponimia* (*partner*>*girlfriend*; *conflict*>*argument*); y *colocación* (*watch TV*; *point of view*; *sharing your life*). Estas variables léxicas van a reflejar la lucha por ostentar el poder en situaciones concretas de las relaciones de pareja entre ambos sexos, y los conflictos que ello produce.

Asimismo, en lo referido a la cohesión mediante **conectores lógicos**, hay que subrayar la importancia que cobran las conjunciones subordinantes condicionales en el texto (*If you are sharing your life and living space with your partner, there is bound to*

---

*must* para expresar deducciones aun más certeras que las hechas con *must*: "BE BOUND TO is a semi modal [...] BE BOUND TO is more certain [than *must*], and indeed can almost be paraphrased by 'It is certain that...'" (1990: 55).

<sup>196</sup> Palmer señala el uso de *might* para expresar un grado de posibilidad más remota que la que implica el uso de *may*: "The formally past tense forms *would*, *could* and *might* are often 'tentative' or 'unreal'. In the simplest case this form simply expresses less assurance. This is true of epistemic *might* versus *may*: *He may/might come tomorrow*" (1990: 45).

*be conflict about who controls what; If you don't, you will end up being like two separate states at war*). Con el uso de las condicionales se deja del todo claro hasta qué punto es vital para el lector seguir el consejo planteado por el bien de la relación de convivencia que mantiene con su novia<sup>197</sup>. El alto grado de probabilidad que impone la utilización de formas de presente en la proposición principal o apódosis de las condicionales nos informa de cuán necesario se estima el cumplimiento del consejo dado para que el lector mejore su situación de pareja. De otro modo, se habría usado formas más hipotéticas<sup>198</sup>.

Al margen de estos casos de subordinación adverbial de tipo condicional, vamos a ver aparecer muchos otros tipos de **subordinación**; entre éstos, habría que hacerse eco del valor ideológico de las cláusulas subordinadas adverbiales finales (*Can we do anything to sort this out; You can do something to sort this out*) que dan cuenta de la voluntad del lector de atajar el conflicto de pareja por el que se siente desbordado. Hay que reseñar igualmente la relevancia de la **coordinación** mediante cópulas en el planteamiento de las dificultades y problemas por parte del lector (*I live with my girlfriend and over the last few years we've been having huge arguments; I work hard and want to just sit and relax*), así como el modo de dejarle claro desde el consultorio cuánto ha de hacer para solventar su conflicto (*You both need to realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view; If you don't, you will end up being like two separate states at war and will need to bring the UN*). En el primer caso, este efecto acumulativo de las cláusulas

---

<sup>197</sup> Esta relación de dependencia de unas circunstancias respecto a otras está en el significado mismo de este tipo de cláusulas adverbiales: "conditional clauses convey that the situation in the matrix clause is contingent on that in the subordinate clause. Put another way, the truth of the proposition in the matrix clause is a consequence of the fulfilment of the condition in the conditional clause" (Quirk *et al.*, 1985: 1088).

<sup>198</sup> Frente a la utilización de formas de pasado en la prótasis (cláusula adverbial condicional) y de condicional en la apódosis (cláusula principal) para definir condiciones hipotéticas, el uso de formas de presente en la prótasis combinado con formas de presente o futuro en la apódosis expresa una condición abierta, según Quirk *et al.*: "Open conditions are neutral: they leave unresolved the question of the fulfilment or nonfulfilment of the condition, and hence also the truth of the proposition expressed by the matrix clause [...] A hypothetical condition, on the other hand, conveys the speaker's belief that the condition will not be fulfilled, is not fulfilled, or was not fulfilled, and hence the probable or certain falsity of the proposition expressed by the matrix clause" (1985: 1091). La referencia en la respuesta a lo común que resultan las discusiones de pareja como las de este lector (*If you are sharing your life and living space with your partner, there is bound to be conflict*) justifica el uso del presente en las dos proposiciones de la oración condicional: "When you are talking about a common occurrence, you use the simple present tense or the present continuous in the conditional clause and in the main clause" (Sinclair, 1990: 351). De igual modo, el alto grado de probabilidad de que las cosas empeoren en el futuro si no sigue el consejo que se le da (*If you don't, you will end up being like two separate states at war*) impone la combinación de presente y futuro: "When you are talking about a possible future occurrence, you use the simple present tense in the conditional clause, and the simple future tense in the main clause" (*ibid.*).

coordinadas copulativas incide en la actitud de este hombre de justificar su comportamiento; en el segundo, lo que se suman son las razones que desde *Later* se le dan para cambiar su actitud y lo que se ha de hacer para ello.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

##### ***I. 3. 1. 1. ¿Hay formas mediante las cuales un participante controla los turnos de palabra?***

Es muy significativa la **reformulación** que el experto de *Later* lleva a cabo sobre el problema que le plantea el lector en este fragmento. Mientras que la cuestión propuesta es muy concreta (el control del mando a distancia cuando esta pareja ve la televisión), la respuesta que se da se hace extensiva a la vida en común con su novia en general, sin particularizar sobre aspectos específicos. Esta reformulación hay que entenderla dentro de la ideología de una revista que pretende fomentar las actitudes abiertas y tolerantes de su público masculino en el trato a las mujeres, y desterrar las actitudes de ejercicio dictatorial del poder de los hombres en sociedad.

#### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura del texto responde al modelo prototípico del género de los consultorios analizado en el apartado correspondiente de este trabajo. En la pregunta, el lector de *Later* solicita asesoramiento a la revista sobre cómo solucionar una situación personal problemática, a saber, las frecuentes disputas con su pareja por el control ejercido sobre algo tan trivial como es lo que se ve en televisión. En la respuesta, el especialista de esta revista dará a este lector el consejo oportuno a su caso (aceptar y tener presente el punto de vista de su pareja, escucharla, etc.) una vez presentado el conflicto descrito como común en otras parejas.

La macroestructura de esta muestra en su conjunto se aproxima a la de una secuencia dialogal, transcrita en la sección de consulta de una revista, y reducida al intercambio comunicativo que se produce entre dos únicos participantes con una única intervención por parte de cada uno. La estructura del texto cobra forma a partir de la pregunta de un lector anónimo (*Can we do anything to sort this out?*) y la consiguiente réplica del experto en temas de pareja de *Later* (*You can do something to sort this out*). Naturalmente, tal y como hemos dicho, tanto la pregunta como la respuesta de base aparecen encuadradas en el seno de turnos de intervención más amplios, siendo aquí donde cabe hablar de una tendencia hacia el modelo de organización de otros tipos

textuales, que, sin embargo, no llegan, a adquirir cuerpo en secuencias completamente desarrolladas. Así sucede con la pregunta, donde se observa una tendencia hacia lo explicativo que no llega a cuajar en una secuencia explicativa al uso, teniendo sobre todo en cuenta la brevedad de la consulta. Se parte de un estado inicial de cosas (*I live with my girlfriend and over the last few months we've been having huge arguments*) que, a modo de **proposición explicativa 0**, pasa a explicarse en lo que se aproxima a un recorrido explicativo o **proposición explicativa 2** (*...usually started by her complaining that I always control what we watch on TV. I work hard and want to just sit and relax*). La exposición del problema no conlleva la problematización de la situación inicial de partida –**proposición explicativa 1**– ni la conclusión/evaluación –**proposición explicativa 3**– que suele cerrar este tipo de secuencias.

Lo explicativo impregna igualmente cuanto sigue a la confirmación del asesor de *Later* de que el problema planteado por el lector anónimo sí que tiene solución. Se toma como punto de partida un estado inicial de cosas o **proposición explicativa 0** (*If you are sharing your life and living space with your partner there is bound to be conflict about who controls what and who feels they are making most of the sacrifices*), que no llega a problematizarse en forma de **proposición explicativa 1**. Acto seguido, se pasa a la fase de desarrollo explicativo o **proposición explicativa 2** en que se explica la actitud a seguir por parte de las personas que conviven juntas si quieren que su relación llegue a buen puerto (*You both need to realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view*). La última recomendación del asesor se torna en conclusión en que se evalúa lo anteriormente detallado a modo de advertencia sobre los riesgos de no obrar según este patrón (*If you don't you will end up being like two separate states at war and you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor*). Se trataría de la **proposición explicativa 3** que cierra las secuencias textuales explicativas.



## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

###### **1) ¿Qué sucede?**

Además del hecho de pedir consejo el lector de *Later* sobre cómo solucionar las frecuentes discusiones que tiene con su novia, otras **actividades** importantes de este fragmento son el mero discutir en pareja sobre quién controla el mando a distancia, y las quejas de la compañera del lector sobre esto.

El **tópico** fundamental del texto tiene que ver con las desavenencias motivadas por la existencia de un tipo de hombre como este lector que se empeña en ejercer su dominio y superioridad en aspectos de la relación de pareja como el control del mando a distancia.

El **propósito** esencial de esta muestra discursiva se deriva del asesoramiento que se presta a los lectores. Existe otro propósito secundario que no es sino el intento de hacer ver a los hombres, lectores de esta revista, que, en las relaciones de pareja, todo intento de ejercer tiránicamente el poder y dominio sin tener en cuenta los puntos de vista femeninos está abocado a producir innumerables conflictos.

###### **2) ¿Quién participa?**

Además del lector que plantea su consulta y el experto que desde *Later* le responde, entre los participantes que ayudan a delimitar el contexto situacional hay que tener en cuenta a la novia del lector. Tampoco podemos olvidar al resto de lectores de esta sección de la revista, así como a los editores de esta columna de consejos encargados de darle a consultas como ésta el formato con que aparecen en la revista.

###### **3) ¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?**

La relación entre el lector y el experto encargado de responder a su consulta desde la revista tiene el carácter neutro que caracteriza al género de los consultorios. Sin embargo, el tipo de relación existente entre este lector y su novia no es quizás todo lo próxima que sería deseable, precisamente por la actitud de un hombre que se empeña en ejercer su dominio en la vida de pareja a toda costa.

###### **4) ¿Qué papel desempeña el lenguaje?**

Sin olvidar la **instrumentalidad** del lenguaje que va a permitir la interacción entre el lector y el especialista del consultorio de *Later*, el lenguaje del texto va a

desempeñar una triple función: en primer lugar, una **función de identidad**, ya que el hecho de que el conflicto que acaece a este lector se incluya en esta revista para hombres significa que el problema que plantea y la respuesta que se le da se consideran representativos para la construcción de la identidad de género masculina de los lectores de este medio. De hecho, el consejo que se brinda al lector de que adopte una actitud más igualitaria en su trato con su pareja es una muestra de la ideología que *Later* pretende proyectar, que no tiene nada que ver con el fomento de un tipo de hombre que mantenga los rasgos patriarcales de dominio y control característicos de la masculinidad hegemónica tradicional. Esto definiría la **función ideacional** del lenguaje del texto; y, dado que es precisamente en las relaciones interpersonales de pareja donde se ponen en juego los conflictos existenciales de este hombre, la **función relacional** del discurso de este fragmento vendría dada por el tipo de problemas que van a surgir en la vida en pareja de varones como este lector y sus novias, así como por las soluciones que se proponen como convenientes.

## **B. Contexto intertextual**

Este texto se inscribe dentro de la **serie histórica** representada por el conflicto que para los hombres suponen las exigencias de las mujeres de que éstos dejen de actuar con una potestad hegemónica que en nuestra sociedad ellas han sufrido de manera históricamente incuestionable en distintos ámbitos, entre los que se encuentra el de las relaciones de pareja. El mando a distancia cobra así un valor fálico, al convertirse en instrumento para ejercer el control y el poder en el seno familiar. Esta serie histórica está en relación directa con la de las reivindicaciones femeninas de que los varones dejen de ejercer tal control.

El texto en su globalidad asume la existencia de un tipo de hombres que se aferran a su rol patriarcal tradicional al que no se encuentran dispuestos a renunciar en dominios como el de la convivencia conyugal (*I work hard and want to just sit and relax*), a diferencia de otros ejemplos ya analizados en que los varones adoptan una actitud más abierta y tolerante en sus relaciones de pareja. Existen enunciados concretos que dan cuenta de la construcción de las relaciones de pareja en el hogar en dichos términos de poder. Así, por ejemplo, el enunciado *...by her complaining that I always control what we watch on TV* **presupone** que una acción tan aparentemente sencilla como decidir lo que se ve en televisión está sujeta al control de quien ve la televisión. En efecto, se parte del hecho de que toda relación de pareja conlleva unas pugnas de

poder entre hombres y mujeres por el ejercicio del control y la negociación de los sacrificios que uno hace en diversas esferas de la vida doméstica, tal y como presuponen algunos enunciados (*...there is bound to be conflict about who controls what and who feels they are making most of the sacrifices*). Se da prácticamente por hecho que los puntos de vista de las personas que conviven en pareja serán divergentes (*You both need to realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view*). En este sentido, la pregunta del lector (*Can we do anything to sort this out?*) y la correspondiente respuesta del especialista (*You can do something to sort this out*) presuponen la existencia de un problema derivado de las discusiones de pareja que distorsiona la buena relación entre estos novios.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

En este texto va a aflorar un tipo de discurso correspondiente a los conflictos de un tipo de hombre sobre el que se imponen las exigencias de dejar de ejercer su papel dominante en las relaciones de pareja. Se construye el modelo de identidad masculina de hombres a los que, aun dispuestos a poner en práctica esos cambios, les cuesta desprenderse de su lastre histórico de poder en distintas situaciones de la vida marital.

Este tipo de discurso se construye gracias a la divulgación que un medio de la comunicación periodística como la revista *Later* otorga a la interacción comunicativa que tiene como base el discurso del asesoramiento entre el joven varón que busca consejo y un especialista que le dé las claves para solucionar las frecuentes discusiones con su novia producidas por el talante en exceso hegemónico que él tiene en su relación. El contacto comunicativo entre el asesor y su cliente queda limitado a un tipo de interacción lingüística cercano al discurso epistolar, donde la conversación cara a cara entre uno y otro que caracteriza a otras formas del discurso del asesoramiento fundamentados en la oralidad da paso aquí a un breve acto de comunicación basada en el código escrito, donde el varón que escribe al consultorio y el encargado de asesorarle no llegan a conocerse personalmente. Por el contrario, el canal de la comunicación periodística que constituye la revista donde se ubica este consultorio da una dimensión pública a este intercambio comunicativo que se justifica a partir del hecho de que, desde *Later*, se estima que la problemática planteada por este lector y el asesoramiento que se le da pueden arrojar luz a los conflictos de otros lectores de la revista que se vieran reflejados en este varón, cuyo caso se ha considerado lo suficientemente representativo de las preocupaciones del tipo de consumidor de *Later* como para publicarlo aquí.

Esta preocupación por el momento de la recepción de este tipo de discurso está íntimamente relacionada con la producción del mismo. Podemos afirmar que se han llevado a cabo, por parte de los editores de esta sección, sucesivas fases de manipulación y reelaboración de lo que puede haber sido la consulta original de un lector anónimo hasta adaptarla al formato de esta sección de la revista *Later*. Cabe también la posibilidad de que la pregunta haya sido totalmente creada por parte de los encargados de esta columna de acuerdo con el perfil de los lectores ideales de esta revista, y con el tipo de ideología que se les quiere transmitir a través de la presentación de conflictos y problemas asociados a su condición masculina con los que se espera que se identifiquen.

Aspectos varios de la **coherencia global** del texto ayudan a comprender la configuración de este tipo de discurso, entre los cuales es menester contar con el esquema, el marco y los guiones del fragmento. El **esquema** del texto se encuentra vertebrado en la estructura de pregunta y respuesta como acciones características del género de los consultorios. En la consulta, el lector, habiendo descrito las disputas domésticas a que dan lugar las recriminaciones de su novia de que siempre es él quien controla lo que se ve en la televisión, intenta justificar su actitud por el cansancio con que llega a casa del trabajo, y pide consejo con vistas a solucionar este problema. En la contestación, se le van a dar las claves para solucionar este estado de cosas, al tiempo que se le advierte de los riesgos que corre caso de no hacerlo. De otro lado, el **marco** evoca las dificultades experimentadas por varones como el que escribe a *Later* para desprenderse de la aureola patriarcal que impregna su faceta de hombre que comparte su vida con una mujer. Por último, los **guiones** de este fragmento vienen dados por las tensiones que en la vida conyugal desencadena la insatisfacción femenina por el trato no equitativo al que la mujer se ve sometida por un novio que se siente igualmente insatisfecho debido a los esfuerzos que se le pide que lleve a cabo para no comportarse de modo tan dictatorial en su relación de cohabitación.

El discurso del texto se construye también gracias a algún rasgo de la **coherencia local** del texto digno de mención como es el uso de las proposiciones subordinadas condicionales (*If you are sharing your life and living space with your partner, there is bound to be conflict...; If you don't [realise that living together means listening too and accepting the other person's point of view], you will end up being like two separate states at war*), que, tal y como ya se ha apuntado en el análisis del presente

texto, servirían para hacerle ver al lector la idea de que existen ciertas condiciones que ambos cónyuges han de cumplir para convivir.

Una revisión de los **actos de habla** del fragmento contribuye de igual modo a la conformación del presente tipo de discurso. Así, a pesar de sus dificultades para ceder en su papel de patriarca clásico, el lector ésta dispuesto a intentarlo, y de ello resulta elocuente el acto de habla directivo con fuerza ilocutiva de pregunta hecha de manera directa con que se dirige al experto de la revista para solicitar su consejo (*Can we do anything to sort this out?*). Significativamente, el sujeto de esta pregunta no es un *yo* (*I*), sino un *nosotros* (*we*), lo que resulta evidente de la voluntad de solucionar el problema entre ambos, teniendo presente a la otra parte de la pareja. Por otro lado, el acto de habla directivo con fuerza ilocutiva de consejo que el experto lleva a cabo desde su réplica no se actualizará con la brusquedad que hubiera supuesto un imperativo, forma que al exigir una acción de parte del lector hubiera conseguido herir el ego masculino de un hombre que en estos requerimientos vería que ha de acomodarse básicamente a las exigencias femeninas que solicitan un comportamiento menos hegemónico. Por el contrario, la ideología conciliadora que transmite el experto del consultorio de *Later* le lleva a utilizar un acto de habla representativo (*You both need to realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view*), donde, reveladoramente, se insiste en la necesidad de que sean los cónyuges mismos los que se den cuenta de lo que implica vivir en pareja. Esto no impide que, desde el consultorio, el especialista, intentando imponer su juicio sobre los lectores, se muestre tajante en lo referente a la urgencia de tratar de solucionar cuanto antes esas disputas para la supervivencia de la relación del lector y su novia, lo cual se consigue con la utilización de un acto de habla también comisivo con fuerza ilocutiva de advertencia (*If you don't you will end up being like two separate states at war and you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor*). Por lo demás, la abundancia de actos representativos a lo largo de toda la consulta obedece tanto a la descripción que el anónimo lector lleva a cabo de sus conflictos de pareja (v.gr. *I live with my girlfriend and over the last few months we've been having huge arguments, usually started by her complaining that I always control what we watch on TV; I work hard and want to just sit and relax*) como a las correspondientes explicaciones del experto de la columna sobre el porqué de estos problemas (v.gr. *You can do something to sort this out; If you are sharing your life and living space with your partner there is*

*bound to be conflict about who controls what and who feels they are making most of the sacrifices).*

Hay que mencionar, para finalizar, que, el estilo de este tipo de discurso es, en rasgos generales, neutro, según corresponde a una sección de la prensa en que lectores y asesores no entran en contacto sino a modo de servicio de intercambio de una información que uno posee y el otro necesita. Sin embargo, puede constatarse una cierta tendencia a la coloquialidad, de lo que es prueba la aparición de rasgos propios del inglés informal en el uso de cuatro *phrasal verbs* (v.g. *Can we do anything to sort this out*), alguna contracción en las formas verbales (*If you don't...*), formas abreviadas (...*what we watch on TV*)<sup>199</sup>, o empleo de formas adverbiales que rompan los infinitivos (*I want to just sit and relax*)<sup>200</sup>. El **tono cómico** de la metáfora final del asesor puede entenderse como un atenuante a la hora de hacer ver a éste y otros lectores algo tan serio como la necesidad de renunciar a todo comportamiento excesivamente hegemónico en la vida de pareja (*If you don't you will end up being like two separate states at war and you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor*).

### **II. 3. Diferencia y Cambio**

Es éste un ejemplo claro en que los participantes (el novio y la novia) de la situación descrita por el lector llevan a cabo una interpretación contextual diametralmente opuesta, ya que lo que no resulta problemático para éste –la actitud antidemocrática con que se comporta de cara a algo tan sencillo como el manejo del mando a distancia– lo es para su novia, que se siente injustamente tratada. Si bien desde el consultorio de *Later* el experto trata de imponer con talante conciliador un modo de ver las cosas más cercano al de la novia que al del lector, las diferentes interpretaciones contextuales responden a la pervivencia de un apego entre la masculinidad heterosexual a posturas patriarcales de las que le resulta difícil desprenderse a pesar de las continuas exigencias de las mujeres. Esto, naturalmente, origina conflictos de convivencia.

---

<sup>199</sup> “Especially in informal usage, we tend to show our familiarity with polysyllabic words (especially nouns), by shortening them, often to one syllable” (Quirk *et al.*, 1985: 1580).

<sup>200</sup> Respecto al carácter informal de los llamados *split infinitives*, apuntan Quirk *et al.*: “The widespread prejudice against split infinitives must not be underestimated, especially with respect to formal writing,

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

La matriz social del discurso que se construye en este texto viene dada por una **relación de poder** entre hombres y mujeres donde va a existir un tipo de hombre al que le cuesta liberarse de los rasgos patriarcales que tradicionalmente le han servido como señas de identidad frente a una clase de mujeres que exige el abandono de dicha actitud por parte de la masculinidad<sup>201</sup>. Esta tensión en la relación de poder entre ambos sexos aparece manifiesta en los niveles situacional (a propósito de las discusiones concretas sobre quién controla el mando a distancia en casa); institucional (en la más amplia esfera de las relaciones de pareja entre hombres y mujeres que conviven juntos); y social (en lo referente a la influencia y hegemonía de ambos sexos en la sociedad británica contemporánea).

#### **III. 2. Ideologías**

El discurso de *Later* evidencia una ideología al servicio de un equilibrio de poderes en las relaciones entre ambos sexos, propugnando la erradicación de las características de incuestionable dominio masculino de los hombres para con las mujeres. Así, frente al hombre que escribe al consultorio de esta revista para expresar el trauma que le cuesta desprenderse de su lastre patriarcal en situaciones cotidianas de la convivencia con su pareja, desde la revista se va a fomentar precisamente un talante más democrático por parte de los hombres, de modo que éstos tomen más en consideración la perspectiva de las mujeres en las relaciones de pareja en particular, y en la vida social en general.

Desde *Later* –como ya se ha indicado a lo largo del análisis de este fragmento– se adopta una actitud sutil a la hora de predicar el cambio de actitudes entre sus lectores, de modo que éstos no se sientan defraudados por el tratamiento de un medio diseñado, en principio, para hombres heterosexuales y de donde esperan ayuda para solucionar sus conflictos personales más que ser reprendidos por lo fuera de lugar que resulta su modo de tratar a las mujeres en la sociedad inglesa moderna.

---

and indeed there is no feature of usage on which critical native reaction more frequently focuses” (1985: 497).

<sup>201</sup> LaFollette analiza las dificultades que, en la vida de pareja, tienen los hombres hoy en día para desprenderse de comportamientos hegemónicos a los que inconscientemente tienden tras siglos de incuestionable prevalencia de un régimen patriarcal en las relaciones hombre-mujer: “For us [men] the principal obstacles to non-sexist relationships arise from subconscious attitudes and from institutionalized

### **III. 3. Efectos**

La posición de este discurso respecto a las **luchas de poder** entre hombres y mujeres será la de favorecer un equilibrio hegemónico entre ambos sexos no sólo en el más amplio nivel de la sociedad británica contemporánea en su conjunto, sino también en los niveles situacional e institucional a través de ejemplos tan concretos como el control de lo que se ve en televisión en el seno de la convivencia en pareja. Las exigencias ejercidas por las mujeres de que los hombres dejen de tratarlas según los principios tradicionales de un régimen patriarcal contrastarán con el esfuerzo que a los varones les costará desprenderse de este lastre en la vida de pareja. Así lo ha visto Reynaud:

*For man, marriage represents a balance between daddy and rapist; legitimate private appropriation, which enables him to take a woman for his varied daily duties. With this acquisition he guarantees himself virtually unlimited use of his wife: she will tirelessly look after his needs [...] Love is, in actual fact, a 'gentle' way of appropriating a woman; it justifies all the restrictions man imposes, and buys all the devotion he demands (1981: 86).*

A través de este **discurso normativo**, que entraña el hecho de que un hombre escriba al consultorio de esta revista dirigida a un público masculino heterosexual para tratar de buscar solución a sus desavenencias conyugales provocadas por algo tan aparentemente trivial como quién controla el mando a distancia de la televisión, subyace una **lucha encubierta** de poder entre ambos sexos por el ejercicio de una hegemonía social que los hombres han ostentado tradicionalmente, y ante la que las mujeres reaccionan. Esta merma de poder de los hombres será característica de una situación de crisis de la masculinidad.

Por lo tanto, este discurso contribuye a la transformación de las relaciones de poder existentes en la sociedad contemporánea en el Reino Unido, por cuanto favorece el equilibrio de poderes entre hombres y mujeres y la abolición de todo régimen de dominio patriarcal y sexista.

---

practices that sustain them. Long-established practices make it all too easy for us to fall into sexist patterns of relating” (1996: 129).



**TEXTO 5: ZM, agosto/septiembre 1999, p. 80.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

Los **esquemas de clasificación** que estructuran el léxico del texto tienen que ver con la vida emocional y los sentimientos del individuo (*feel [pleased; very envious; quite so threatened or undermined]; wish*). En concreto, destaca el esquema relativo a la envidia y los celos (*jealous; envious; envy [dos veces]; wish you had; achieve the same for yourself*).

La relación de **sinonimia** entre *jealous* y *envious* va a enfatizar el tema de la envidia como algo central en este fragmento.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

El papel crucial que van a desempeñar las amistades en la dimensión emocional del individuo, donde habría de incluirse el problema de envidia para el que pide consejo este lector, se plasma en la focalización sobre el amigo que en él despierta este sentimiento (*My best mate has recently got a great job; and by focusing exactly on what you envy about your mate's job...*).

La necesidad de no huir de la vida emocional en el caso de los hombres, sino de abrirse y dar salida a las tensiones afectivas hablando claramente de ellas con los demás, se pone de manifiesto en la utilización de verbos como *tell* (*Tell him that you want to feel very pleased for him...*) o *communicate* (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had...*) en el consejo que el asesor de ZM ofrece a este lector al que insta a que hable con su amigo en vez de acumular sentimientos negativos<sup>202</sup>. De hecho, el mismo lector intuye lo esencial de hacerle saber a su amigo sus sentimientos para encauzar su envidia cuando pregunta qué puede decirle (*What can I say to him?*).

Desde una perspectiva relacional, hay también que hacer mención al tono informal que imprime el uso de *jammy git* (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is – there's also less likely to feel quite so threatened and undermined*) como apelación al amigo del lector en la réplica que se le hace desde el consultorio de esta revista. Este cierto tono desenfadado

---

<sup>202</sup> Esta inexpresividad masculina y el rechazo a la expresión de las propias emociones es, según ha acentuado Sattel, un rasgo característico de un tipo de masculinidad patriarcal que se ha servido del hecho de no expresar emociones precisamente para no dejar traslucir sus debilidades: "Silence and inexpression are the ways men learn to consolidate power [...] Much of what is called 'men's liberation' takes as its

en la respuesta va a servir para hacerle ver al hombre que escribe al consultorio lo inútil de acumular un sentimiento destructivo de envidia sin reconducirlo hacia algo más positivo.

### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

El consejo que se da a este lector de Oxford de que, en vez de no exteriorizar sus celos, ha de encontrar una vía de escape que le ayude a eliminar el trastorno emocional que le producen, dando el cauce adecuado a esos sentimientos, encuentra su expresión en conectores como *in terms of*, *rather than* o *but...also* (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is...; Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious*).

La profunda envidia que experimenta este lector cobra expresión en adverbios como *really*, *very* o *so*<sup>203</sup>, con que tanto él como el consejero de ZM aluden al grado de destrucción que este sentimiento le puede acarrear al individuo (*...and I'm really jealous; Tell him that you want to feel pleased for him but that you also feel very envious*); y hasta qué punto puede sentirse amenazada la persona objeto de esos sentimientos (*then he's also less likely to feel quite so threatened and undermined*).

## ***I. 2. Gramática***

### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

La brevedad de la pregunta en este texto, donde hay sólo tres **procesos verbales**, no permite constatar el predominio de un tipo determinado de procesos. Encontramos un proceso material (*My best mate has recently got a great job*); otro relacional (*and I'm really jealous*); y un tercero verbal (*What can I say to him?*). Sin embargo, en la respuesta que desde esta revista se le da al lector va a existir una significativa abundancia de procesos verbales (*Tell him that...; If you can communicate that envy...*) y, sobre todo, mentales, relacionados con la dimensión afectiva (*...that you want to feel<sup>204</sup> pleased for him, but that you also feel envious; ...in terms of what you wish; ...what you envy about your mate's job*). Este predominio de procesos verbales y

---

task the 'rescuing' of expressive capacity for men, restoring to men their emotional wholeness and authenticity" (1983: 122).

<sup>203</sup> En su exhaustivo tratamiento de la función del adverbio, Quirk *et al.* (1985: 475-653) aluden a estos tres adverbios, a los que atribuyen, en concreto, una función enfatizadora (*really*), amplificadora (*very*) e intensificadora (*so*).

<sup>204</sup> *Want to feel* es un ejemplo de **grupo verbal complejo de carácter hipotáctico**, concepto al que se ha aludido en el análisis de textos anteriores. Halliday describe el tipo de relación entre *want* seguido de infinitivo como una proyección desiderativa (1994: 291). Naturalmente, es el verbo que sigue a *want* –en nuestro caso *feel*– el que determina el tipo de proceso del grupo verbal complejo, como ya se ha indicado.

mentales vendrá explicado por la importancia que desde este medio se da al hecho de que los varones han de verbalizar sus sentimientos y emociones, que, como ya se ha indicado, es algo a lo que tradicionalmente se han mostrado muy reacios. La mayor proporción de este tipo de procesos no es obstáculo para que también podamos constatar otros tipos: relacionales (*[in terms of what you wish] you had*); de comportamiento –en el caso de un grupo verbal complejo hipotáctico<sup>205</sup>– (*you can begin to look at ways...*); y materiales (*...ways to achieve the same thing*).

La **agencialidad** está clara en todo momento en este texto hasta el punto de que no hay ni formas **pasivas** ni **sustantivaciones**, ya que el ejercicio de responsabilidad de un lector que asume el compromiso de confesar los sentimientos de envidia hacia su amigo no justifican el uso de estas estrategias de ocultación de la agencialidad de los procesos. Tampoco se utiliza la **negación** en este fragmento.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

La utilización de los **modos** se caracteriza por el predominio del declarativo (v.gr. *My mate has recently got a great job and I'm really jealous*). Sin embargo, más significativa que esta abundancia del modo declarativo, son los casos esporádicos de empleo del interrogativo y el imperativo. En el primer caso (*What can I say to him?*), el lector se sirve de un recurso característico de este género haciendo explícita su demanda de una información muy concreta al consejero de esta revista, a saber, qué puede decirle a su amigo en relación con la envidia que en él ha despertado el trabajo conseguido por aquél. Con el imperativo (*Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious*), por otra parte, se adopta un tono directo en la respuesta que desde el consultorio se da al lector con el que se le hace ver sin rodeos lo esencial que resulta hablar sinceramente con su amigo para superar ese sentimiento destructivo.

Con la excepción del imperativo al que acabamos de hacer mención (*Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious*), la ausencia de otras formas de **modalidad relacional** enfatiza la actitud de *ZM* en su intento de fomentar los valores de atención a la vida emocional entre sus lectores masculinos. En lugar de adoptar un tono coercitivo que cree en los hombres el desasosiego añadido de tener que cumplir con unos determinados preceptos de comportamiento, se pretende potenciar la apertura a la dimensión afectiva huyendo de un tono de exigencia que

---

<sup>205</sup> En concreto, Halliday (1994: 279) describe el tipo de relación expresada por *begin to* como incoativa (*inceptive*), es decir, indicativa del comienzo de una acción.

acabaría por asustar a los propios lectores. Por contra, las formas de **modalidad expresiva** en el texto van a ayudar a evaluar el grado de veracidad que tanto el lector como el asesor de *ZM* confieren a sus juicios sobre la situación objeto de la consulta. Este lector de Oxford, sirviéndose del auxiliar modal de posibilidad *can* (*What can I say to him?*) se pregunta hasta qué punto es posible que exista algo que pueda decirle a su amigo y le ayude a vencer los celos que por él siente en razón del empleo que ha conseguido. Con la utilización del semiauxiliar de posibilidad *be likely to* en la respuesta a J.S., se le hace consciente de que es probable que su amigo no se sienta tan mal si habla directamente con él de cuánto le gustaría alcanzar un empleo parecido al suyo, con lo cual se le está advirtiendo que no es absolutamente seguro que su compañero se tome del todo bien esta envidia.

Por otro lado, el énfasis que desde la revista se hace sobre el hecho de que es el propio lector el que ha de ser capaz de adoptar una actitud de franqueza con su amigo se refleja en la utilización del auxiliar modal *can* con valor de habilidad (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had...; and by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself*). Sin embargo, en el segundo de estos dos ejemplos el valor de habilidad de *can* parece confundirse con el de posibilidad cuando desde la respuesta se le dice a J.S. que, sólo una vez que sepa identificar lo que realmente le atrae del trabajo de su amigo, será posible que comience a hacer algo para conseguir lo mismo para él. Esta dificultad para discernir entre los valores modales de posibilidad y habilidad de *can* es algo que ya reseña Palmer (1990: 85).

Para concluir con el análisis de los valores relacionales y expresivos de la gramática del texto, hay que decir que la utilización del pronombre de segunda persona **YOU** (*Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very nervous; If you can communicate that envy in terms of what you wish you had...; etc.*) se impone por la referencia que desde el consultorio se hace al lector cuando se le da el consejo que pide. Tiene, pues, el valor déctico propio del intercambio comunicativo entre este lector de Oxford y el responsable de la sección de consejo de *ZM*. Frente a otros ejemplos en que este pronombre adquiere un matiz impersonal con el que la respuesta al lector concreto que escribe al consultorio se hace más extensiva al público lector masculino de estas revistas, en este texto se ha optado por una respuesta totalmente personalizada a J.S., que da igualmente opción a que otros consumidores de

la revista *ZM* se vean identificados en el caso presentado y se apliquen el consejo que se da a este hombre.

### ***I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?***

Entre los medios que se utilizan para dar cohesión a este ejemplo del corpus de consultorios analizados hay que mencionar los siguientes:

- **Sustitución** (*And by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself*), donde *the same* refleja los valores consumistas de una sociedad en la que el éxito se asocia con los bienes materiales, en este caso concreto derivados de tener un buen trabajo, que se espera que todo el mundo obtenga para llegar a alcanzar lo que se entiende por felicidad.
- **Referencia**, donde resaltan los casos de endófora relativos al amigo del lector de Oxford (v.gr. *What can I say to him?; Tell him that you want to feel pleased for him;...what a jammy git he is; ...then he's also less likely to feel quite so threatened or undermined*). Estas continuas referencias a la persona que despierta la envidia en este hombre muestran la importancia que el éxito de los demás va a ejercer sobre la idea que uno mismo –en este caso J.S.– tiene de lo que supone alcanzar la propia felicidad; y, por ende, del daño que una sociedad tan materialista como la nuestra puede hacerle a un hombre como el que escribe a *ZM*.
- **Cohesión léxica**, por medio de recursos como la *reiteración* (*feel* [tres veces], *envy* [dos veces], *mate* [dos veces]) y la *sinonimia* (*jealous/envious*). Estos instrumentos realzan un léxico relativo a la amistad, y los sentimientos, que van a resultar claves en la configuración de la identidad masculina.
- **Conectores lógicos**, entre los que resultan destacables el nexos coordinante adversativo *but* ya estudiado en textos previamente analizados (*Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious*), con el que el asesor de la sección de consultorio de la revista se hace eco del obstáculo o impedimento en que un rasgo de carácter emocional como la envidia puede llegar a convertirse para el equilibrio interno del individuo. También el nexos subordinante condicional *if* (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had ... then he's also less likely to feel quite so threatened or undermined*) manifestará las condiciones que, dada

una situación de conflicto personal como la que plantea J.S., éste habrá de cumplir para llegar a una solución personal positiva.

Entre los numerosos casos de **subordinación** en el texto, al margen de los que se acaban de mencionar en el párrafo anterior, hay que apuntar el valor ideológico de las cláusulas subordinadas sustantivas de participio en *-ing* en función de complemento preposicional (*And by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself* [complemento de *by*]), donde la combinación de *by* + gerundio se justifica en función del hecho de que desde la respuesta se está dando al lector un modelo de comportamiento a seguir para superar la envidia.

Por otra parte, aparte del empleo ya reseñado de la conjunción coordinante adversativa *but*, hay que subrayar, finalmente, el uso de la **coordinación** mediante cópulas, cuyo valor aditivo le sirve al lector para expresar las variables que vienen a conformar la situación conflictiva que está atravesando (*My best mate has recently got a great job and I'm really jealous*). También el asesor de ZM va a emplear la partícula *and* –ya no como conjunción coordinante sino como marcador discursivo con igual valor aditivo– para desmembrar las acciones que recomienda al lector de Oxford que lleve a cabo para superar el problema de envidia que siente por su mejor amigo (*Tell him that you want to feel pleased for him... If you can communicate that envy in terms of what you wish you had... And by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself*).

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

Al no resultar operativa la variable 1.3.1. relativa a las normas de interacción en el texto, ni la 1.3.1.1., dado que no hay reformulaciones, pasamos directamente a la siguiente variante del modelo.

#### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura del texto en dos partes es la típica del género de los consultorios. En la pregunta, un lector (J.S. de Oxford) hace una breve presentación del sentimiento de envidia que en él despierta el hecho de que su mejor amigo haya conseguido un buen trabajo, y pide asesoramiento sobre qué puede decirle. En la respuesta, el encargado de esta sección le da el consejo solicitado recomendándole que hable con franqueza con su amigo y que trate de convertir su envidia en un intento de superación personal.

Ambas secciones de pregunta y respuesta dan lugar a una suerte de macroestructura dialogal reducida –eso sí– a sendas y únicas intervenciones para cada uno de los dos únicos interlocutores de esta interacción comunicativa sobre formato escrito. La pregunta directa que cierra la consulta del lector de Oxford (*What can I say to him?*) y la respuesta explícita por medio de imperativos del asesor de ZM (*Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious*) nos remiten a esta estructura dialogal de base. Ahora bien, tanto la pregunta del lector como, sobre todo, la respuesta del especialista adoptan un tono explicativo que, sin embargo, no llega a materializarse en forma de secuencias explicativas prototípicas. La exposición del problema de J.S. (*My best mate has recently got a great job and I'm really envious*) y la explicación de por qué es conveniente que le hable a su amigo con franqueza sin herirlo (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is – then he's also less likely to feel quite so threatened and undermined. And by focusing exactly on what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself*) conformarán sendos desarrollos explicativos –**Proposición explicativa 2**– de secuencias expositivas reducidas a su armazón básico y, como tal, incompletas.

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

###### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** fundamentales en el texto consisten en el hecho mismo de pedir consejo este lector de Oxford sobre cómo hacerle saber a su mejor amigo que siente envidia del trabajo que acaba de conseguir; así como en el hecho de proporcionársele este asesoramiento desde ZM. Dentro del consejo que desde el consultorio se da a J.S. habría que señalar las actividades concretas que se le recomiendan: decirle que tiene envidia de él sin que se sienta amenazado; y tratar de convertir este negativo sentimiento en un intento de alcanzar lo que realmente desea del trabajo de su amigo.

El **tópico** fundamental del texto es el hecho de tratar de reconvertir en algo más positivo los sentimientos de envidia del lector (J.S. de Oxford) en la relación

interpersonal que mantiene con su mejor amigo, de modo que aquél alcance un equilibrio emocional.

Los **propósitos** de esta interacción comunicativa son el hacer conscientes a los hombres que leen *ZM* de la necesidad de superar las envidias y los celos que pueden llegar a surgir en las relaciones entre amigos. En particular, dado que el origen del sentimiento de envidia del lector que escribe a esta publicación es el atractivo empleo conseguido por su mejor amigo, se pretende hacer ver a los hombres lo importante que es para su equilibrio emocional interno el no dejarse vencer por las presiones que imponen un ritmo de vida consumista sobre ellos en nuestra sociedad. Estos propósitos de los editores de la sección son secundarios respecto a la meta primaria de la muestra, consistente en proporcionar el consejo demandado por los lectores.

## 2) *¿Quién participa?*

Además del lector de Oxford que escribe al consultorio de *ZM* y el especialista de esta sección encargado de darle respuesta, no podemos olvidar la participación –a partir de la mención del lector– del mejor amigo de este hombre, con el que van a surgir las tensiones emocionales que lo llevan a escribir buscando ayuda. Hay también que mencionar a la pluralidad de lectores de esta revista bimensual británica, y, por supuesto, a los editores de la sección de consulta de esta publicación.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

El tipo de relación entre el lector que escribe al consultorio de esta revista y el encargado de asesorarle tiene el carácter neutro que caracteriza a este género. De otro lado, tal como la pinta J.S., la relación que mantiene con su mejor amigo no es tan cercana como debería. Los celos surgidos en este hombre de Oxford han sido la excusa perfecta para que salga a la luz una falta de confianza mutua.

## 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Amén del carácter **instrumental**, que va a permitir el intercambio de información entre el lector y el asesor de *ZM*, el lenguaje va a desempeñar también funciones de identidad, relacional e ideacional. El lenguaje contribuye, en primer lugar, a la configuración de la identidad masculina de éste y otros lectores (**función de identidad**) a los que la interacción comunicativa de este fragmento les ofrece el patrón de comportamiento en sus relaciones interpersonales con otros hombres tendente a vencer el temor a hablar con confianza de su vida emocional interna y en concreto a tratar de descartar sentimientos destructivos como la envidia, convirtiéndolos en intentos de superación personal. Dicho modelo de comportamiento en las relaciones de



amistad entre hombres, donde se fomenta la sinceridad y la franqueza a partir del ejemplo que ofrece esta interacción comunicativa, otorga al lenguaje una **función relacional**. En fin, dado que desde un medio de comunicación destinado, en principio, a hombres heterosexuales se ha elegido este texto como significativo a la hora de fomentar entre sus lectores valores que inviten al contacto de los hombres con su dimensión emocional, el lenguaje –que permite la interacción comunicativa no sólo entre este lector de Oxford y el consejero de *ZM*, sino entre la revista y su público lector– ejercerá de igual modo una **función ideacional** al servicio de la experiencia del mundo y los valores que desde esta publicación se intenta imponer tanto en el lector concreto que formula la consulta aquí analizada como sobre el público lector de la revista en general.

## **B. Contexto intertextual**

La **serie histórica** en que se inscribe este texto es la de la manifestación de un tipo de masculinidad que incorpora, cada vez más, el contacto con los distintos aspectos de la vida emocional y afectiva en dominios como el de las relaciones de amistad entre hombres. El contacto con esta dimensión emocional (en este caso no huyendo de un sentimiento tan destructivo para el individuo como la envidia), de la que tradicionalmente se han alejado los varones, resulta propio del *New Man* como modelo de hombre que ha intentado superar la ideología patriarcal que negaba a los hombres todo acercamiento a la faceta de los sentimientos, algo de lo que les costaba hablar y que tendía a asociarse a la feminidad. Autores como Eakins y Eakins (1978: 48), Haas (1979: 620-623), Aries y Johnson (1983: 1193) o Johnston (1993: 69) apuntan, en este sentido, el rechazo por parte de los varones a abordar temas relacionados con los sentimientos y las emociones en las conversaciones que mantienen entre ellos, y que tienden a evitar, al solerlos considerar como estereotípicamente propios de las mujeres.

La envidia que despierta en el lector el apetecible empleo de su mejor amigo da por hecho la existencia de un tipo de sociedad donde los valores que priman entre los hombres tienen que ver con el éxito personal ostensible en facetas como el trabajo, con una competitividad culpable de la destrucción del individuo a causa de sentimientos como la envidia. En efecto, enunciados concretos de la respuesta del asesor fomentan esta relación de competitividad entre hombres; así ocurre con *...you can begin to look at ways to achieve the same for yourself*, que **presupone** la existencia de distintos modos en que el lector alcance lo que tanto envidia del trabajo de su amigo, y que, por tanto,

incide en el deseo de este hombre de Oxford de concentrarse en los bienes materiales de su amigo en vez de tratar de ayudarlo, por ejemplo, a valorar lo que ya tiene.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

El tipo de discurso que se desprende de este texto corresponde a la masculinidad de individuos preocupados por cómo hacer frente a su vida emocional interior en el seno de las relaciones interpersonales; en este caso concreto, a través del discurso de un hombre que ha de hacer frente a la envidia que en él ha despertado el excelente empleo conseguido por su mejor amigo. En este orden de cosas, Easthope habla ya de la envidia como uno de los sentimientos más destructivos de la amistad entre varones: “Jealousy wholly disrupts the male bond [...] The potentially companionable male friend is revealed as an enemy” (1990: 160). El discurso de este texto es, pues, representativo del conflicto que se produce en los hombres al tener que hacer frente a una dimensión emocional cuya asunción se ha visto, desde la perspectiva del rol sexual masculino, como signo de debilidad y poca hombría: “We learn not to show our feelings to others, since this is an immediate sign of weakness” (Seidler, 1989: 157).

La conformación de este tipo de discurso se lleva a cabo merced a la utilización de un medio propio del discurso periodístico como la revista de interés general para hombres *ZM* para publicar el intercambio comunicativo en que un varón de Oxford de iniciales J.S. solicita el asesoramiento del consejero del consultorio de dicha revista para dar una solución a los problemas de envidia que recientemente ha empezado a desarrollar hacia su mejor amigo. El cariz privado que debería tener esta forma de comunicación, próxima por su forma al discurso epistolar, adquiere una difusión pública inusitada en otras variantes del discurso del asesoramiento, desde el momento en que la pluralidad de lectores de esta revista tienen acceso a la pregunta y respuesta que configuran esta consulta, ya que desde *ZM* se ha estimado que el conflicto planteado por este hombre de Oxford puede ser representativo de muchos otros lectores que podrían igualmente hacer suyo el consejo que a aquél se le propone. Estas características convierten a este tipo de discurso en una muestra característica del género de los consultorios en prensa, con una idiosincrasia propia que le confiere el hecho de que sea un público masculino heterosexual el que lo consuma.

La brevedad de la consulta en su conjunto, especialmente de la pregunta de este lector de iniciales J.S., nos da idea de la manipulación a que se ha visto sometida la pregunta original de este lector de Oxford hasta acomodarse dentro del marco formal

que impone la columna de consultas de la revista *ZM*. Este proceso de producción discursiva está en íntima relación con el de la interpretación y consumo de dicho tipo de discurso, ya que los editores de esta sección han optado por incluir esta muestra en la sección de la que se encuentran a cargo a partir del momento en que la han estimado representativa del sistema de valores y de las preocupaciones de su público lector.

Diversos aspectos de la **coherencia global** de este fragmento obedecen a la construcción de este tipo de discurso, entre los que conviene reseñar el esquema, el marco y los guiones del texto. El **esquema** del texto viene dado por una estructura bimembre. En la acción de preguntar, el lector plantea la envidia que en él despierta el empleo de su amigo, y pide consejo sobre qué decirle. En la acción de respondersele desde la revista, se le van a dar distintas claves sobre aquello que puede decirle a su amigo y cómo convertir esa envidia en un sentimiento más productivo de superación personal. En segundo lugar, el **marco** del texto viene a representar un tipo de hombre que escribe a la sección de consejo de *ZM* para superar los celos que enturbian su equilibrio emocional, y que no es capaz de vencer sin la ayuda de un especialista como el de esta sección. Por último, los **guiones** de este fragmento resultan representativos de la relación entre hombres como J.S. y sus amigos, relación que no es todo lo franca y sincera que debería a causa de una envidia que empaña lo que habría de ser una relación más auténtica. Con todo, a pesar de esta envidia dañina, el propósito de superarla por parte de individuos como este hombre de Oxford, escribiendo al consultorio de una revista de estilo de vida masculino, demuestra la voluntad de que la relación vuelva a ser tan cercana como su amistad se merece.

Resulta también significativa la utilización del **acto de habla** directivo con fuerza ilocutiva de pregunta, en concreto de tipo parcial (*wh-question*), con que finaliza la intervención del lector (*What can I say to him?*), puesto que muestra la preocupación específica de este hombre que se interesa en particular por aquello que puede decirle a su amigo para que no se sienta violentado por su envidia, y no por otros aspectos tales como el modo de decírselo o en qué momento. Aunque esta pregunta encuentra la contestación esperada por este hombre en el acto de habla de tipo directivo con que, de manera directa, se le dice a J.S. lo que puede decirle a su mejor amigo (*Tell him that you want to feel pleased for him but that you also feel very envious*), dicho acto de habla directivo inicial va ir seguido en la respuesta por una serie de actos de habla representativos con ayuda de los cuales se hace reflexionar al lector sobre la manera de superar esos celos (*If you can communicate that envy ... then he's also less likely to feel*

*quite so threatened and undermined. And by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to look at ways to achieve the same for yourself*). La utilización de estos actos de habla, con los que el asesor constata lo que él entiende que solucionará los problemas de envidia del lector<sup>206</sup>, no resulta tan agobiante para éste como lo sería una larga lista de actos directivos con indicaciones explícitas de todo cuanto habría de hacer para que su problema se resolviera. Función distinta vienen a cumplir los actos de habla representativos de la pregunta del lector, los cuales le sirven para describir el conflicto emocional por el que está atravesando a raíz del momento en que su mejor amigo consiguiera un fabuloso empleo (*My best mate has recently got a great job and I'm really jealous*).

Pondremos en evidencia, para terminar, ciertos aspectos léxico-gramaticales y de **coherencia local**, que contribuyen a construir este tipo de discurso con un tono ciertamente coloquial e informal. Entre éstos cabe reseñar:

- ciertos vocablos coloquiales (*My best mate; your mate's job*);
- contracciones (*and I'm really jealous; the he's also less likely to feel quite so threatened and undermined*);
- rasgos informales de puntuación como la raya (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is –then he's...*);

Incluso algunas veces el estilo se aproxima al de la conversación, de lo que son prueba características de oralidad como el empleo de términos léxicos de contenido muy general (*My best mate has recently got a great job*). Mediante todos estos rasgos se tiende a huir de algún modo del estilo impersonal que caracteriza a otras variables del género de las columnas de consulta en la prensa, creándose desde la revista un cierto clima de familiaridad entre los lectores que se presten así a depositar su confianza en un espacio que sientan como cercano, distendido y acorde con el perfil de los jóvenes consumidores de publicaciones como *ZM*. Obsérvese asimismo el modo en que el asesor evita el tono trascendental en sus consejos mediante **pinceladas cómicas**, como, por ejemplo, al parodiar el sentimiento de envidia de este lector de Oxford por su mejor amigo (*If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is –then he's...*).

---

<sup>206</sup> “**Representatives** are those kinds of speech acts that state what the speaker believes to be the case or not. Statements of fact, assertions, conclusions, and descriptions, are all examples of the speaker representing the world as he or she believes it is” (Yule, 1996: 53).

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

No existen interpretaciones contextuales sustancialmente distintas por parte del lector y desde el consultorio de *ZM*, puesto que este hombre apenas si deja ver en su pregunta la situación que le preocupa. Es más bien en la respuesta donde se trata de establecer la hipótesis sobre el contexto situacional e intertextual del estado de cosas que preocupa a este varón de Oxford. En este sentido, aunque el lector no hace explícito su temor a tener que hablar con su amigo francamente, en el consejo que se le da se insiste en lo importante de plantearle con sinceridad lo que siente, y que trate de convertir esa envidia en un intento de alcanzar lo mismo para sí mismo mediante el esfuerzo personal.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

Para entender la determinación social del discurso de este texto hay que tener presente el tradicional distanciamiento que los hombres han tenido de su dimensión emocional y lo difícil que les ha resultado exteriorizar su faceta afectiva<sup>207</sup>. La configuración social en que surge el discurso de este fragmento se entendería a partir de la conciencia adquirida por los hombres de que, para alcanzar su pleno equilibrio personal, no pueden pasar por alto cuestiones relacionadas con sus emociones internas, como es en este caso la envidia. Va a surgir así una tensión en el seno de muchos hombres, como el que escribe a este consultorio, entre el hecho de mantenerse alejados de su dimensión emocional según una concepción hegemónica tradicional de la masculinidad<sup>208</sup>, o bien adoptar actitudes más abiertas en los niveles social e institucional –concretamente en las relaciones interpersonales de amistad entre varones–

---

<sup>207</sup> Cozby (1973) y Lewis (1978) insisten ya en la década de los setenta en la dificultad de los hombres para exteriorizar sus necesidades afectivas y su vida emocional. En los años noventa, Reid y Fine estudian este rasgo masculino, en concreto en las amistades entre varones, viendo en la homofobia imperante en nuestra sociedad la causa de este distanciamiento: “For men, the homophobia of our society requires carefully choreographed behaviors when with other men – togetherness is acceptable in the context of sports, business, or family groups, but getting together just to be together or just to talk raises discomforting feelings on the part of the man or questions from others. Competitive forces require them to avoid the appearance of vulnerability” (1992: 149). Es por esto que el desconocimiento de este lector de Oxford sobre cómo comportarse de cara a su mejor amigo, habiéndole sobrevenido este ataque de envidia, no es sorprendente si tenemos en cuenta que las amistades entre hombres son menos íntimas que entre mujeres, las cuales están más familiarizadas con situaciones como la aquí descrita: “Men’s friendships are less intimate than women’s [...] Men seek not intimacy but companionship, not disclosure but commitment” (Sherrod, 1987: 220-222).

<sup>208</sup> “The traditional conception of the macho man who is in control of his life and relationships helps to create false expectations and blinds men to the injuries they do to themselves in aspiring to live up to

y situacional –preocupándose por cuestiones tan simples como el tratar de superar la envidia por el empleo de un amigo–.

### **III. 2. Ideologías**

La preocupación por aspectos de la vida emocional –como la envidia del mejor amigo del lector que escribe al consultorio de *ZM*– por parte de los hombres forma parte del aparato ideológico que caracteriza al *New Man* en tanto que forma de masculinidad que incorpora aspectos tradicionalmente considerados como exclusivos de la feminidad, como es la aproximación a la propia vida emocional. Esta ideología, manifiesta en el discurso de este texto, tanto desde el consejo que se le ofrece al lector desde la revista como en la actitud misma de éste en su intento de superar la especie de rivalidad que siente hacia su mejor amigo, supone el abandono del egocentrismo de los modelos de masculinidad hegemónica tradicional, que, al subestimar lo emocional como menos importante que lo racional<sup>209</sup>, llevan a los hombres a concentrarse sobre sí mismos dejando de lado la dimensión interpersonal que comporta la atención a lo emocional.

### **III. 3. Efectos**

La posición de este discurso, respecto a la **lucha de poder** que las formas hegemónicas de masculinidad mantienen con una sociedad que en su conjunto exige de los hombres una mayor humanización a través del contacto con su lado más afectivo, es la de favorecer este cambio. Dicho cambio de actitudes se propugna tanto en el nivel situacional (tratando de superar sentimientos tan dañinos para el individuo como la envidia); institucional (en el campo de las relaciones interpersonales de amistad entre hombres); y social (intentándose superar el rol social masculino basado en la negación de la exteriorización excesiva de la vida emocional de los varones).

Por tanto, a partir de un **discurso normativo** –donde este joven de Oxford escribe al consultorio de una revista para hombres con la intención de pedir consejo sobre cómo superar sus sentimientos de envidia– se puede constatar una **lucha social encubierta** entre una forma hegemónica de masculinidad que se aferra a una

---

these ideals [...] As men we often learn to hide and conceal our emotional wounds as part of proving our masculinity” (Seidler, 1997: 49-60).

<sup>209</sup> La identificación de la masculinidad con la razón es una premisa básica del canon cultural occidental según Seidler: “Since within modern Western culture masculinity has largely been identified with reason, we [men] learn to reject the emotional aspects of our lives as ‘personal’ or ‘subjective’. They cease to exist as sources of knowledge and they cease to exist as part of our identities as men. It becomes difficult

concepción patriarcal de lo masculino y la sociedad en su conjunto, que exige una mayor humanización de los hombres a través del contacto con una dimensión emocional sin la que no se entiende que el individuo, independientemente de su sexo, alcance su plena integridad. Esta lucha resulta tanto más encubierta cuanto que la exigencia de que los hombres entraran en contacto con facetas tradicionalmente consideradas exclusivas de lo femenino fue iniciada por las mujeres, y en concreto por el movimiento feminista, tal y como se ha señalado reiteradamente al apuntar las razones que justifican el nacimiento de formas de lo masculino como el *New Man*, a la que corresponde la actitud ideológica de este discurso. Así pues, este discurso contribuye a la implantación de una situación social de poder donde lo masculino deje de asociarse con los rasgos hegemónicos de dominio y control, para adquirir una mayor humanización, fomentándose una relación entre hombres donde factores como la competitividad den paso a la capacidad de solucionar momentos de crisis en esas amistades a través de la apertura emocional plena<sup>210</sup>.

---

to recognize that when we lose touch with our emotional selves, we lose touch with an important aspect of our masculinity” (1992: 2).

<sup>210</sup> La existencia de factores como la competitividad –semejante a la que hace al lector de este fragmento envidiar un trabajo como el de su mejor amigo– ha sido constatada como una de las razones que explican que las relaciones de amistad entre varones carezcan del grado de intimidad que poseen las de las mujeres: “In order to have strongly positive emotional feelings for another person, as well as sustained mutual self-disclosure, it is important to be able both to have such feelings and to express them. To express such feelings, one must be able to trust another person. Yet sociological studies indicate that the dominant model is one of competition rather than trust between men. Competition creates bonds between teammates but it also makes men reluctant to reveal things about themselves that would make them vulnerable, and hence cause them to risk being taken advantage of” (LaFollette, 1996: 87).

**TEXTO 6: FHM (For Him Magazine), septiembre 1999, p. 304.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El texto se articula en torno a **esquemas de clasificación** relativos a:

- la edad (*I hit 25; are the same age; pass for younger; I'm well into my thirties*);
- los hábitos que conforman un ritmo de vida sano (*exercise; hobbies; social activities; sleep; wholesome and varied diet; general well-being*) o, por el contrario, poco saludable (*stressful lifestyle; poor sleeping and eating habits; too much booze; lack of exercise; workload*);
- la apariencia y el aspecto físico (*...I look; appearance*), y, en concreto, el deterioro del aspecto facial (*knackered; saggy [face]; tired-looking; double-chin; jowls*);
- y las soluciones a los problemas de aspecto facial (*firm up my face; facial exercises; cardiovascular workouts*).

La relación de **sinonimia** entre *I've become aware of* y *I'm very conscious of* resulta significativa de la conciencia del lector de lo importante que resulta mantener un aspecto saludable y juvenil. De ahí que los sinónimos *knackered* y *tired-looking* vengan a enfatizar los efectos no deseables del envejecimiento que el lector pone de relieve.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

La alusión a diferentes personas de distintos ámbitos de la vida cotidiana del lector (*my mates; my boss; people*) nos hace ver la importancia de mantener un aspecto físico y juvenil de cara a los demás, así como la presión externa que se ejerce sobre los hombres jóvenes para mantener este aspecto.

Las formas comparativas y la conjunción *whereas* (*my mates are the same age but could easily pass for younger, whereas my face has become saggy and tired-looking*) en el discurso de este lector de Northampton dejan traslucir la presión externa para mantenerse joven sobre este hombre, que no duda en comparar su aspecto físico con el de sus amigos. La adquisición de la conciencia personal de estos requerimientos externos se hace patente en las expresiones *I've become aware of* y *I'm very conscious*, ya aludidas.



### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

La importancia que en nuestra sociedad se concede al aspecto físico como variable esencial para alcanzar el equilibrio y armonía personal se pone de manifiesto por la utilización de términos como *general well-being* y *balance* en la respuesta al lector. Por el contrario, las dramáticas consecuencias de no prestarle la atención que se merece al cuidado del aspecto personal quedan definidas expresivamente como *negative effects*. En este sentido, la idea de que el problema de no presentar un aspecto lo suficientemente juvenil no es una contrariedad pasajera para este hombre, sino algo acuciante, es igualmente reflejado léxicamente por el adverbio *often* (*people quite often think...*) y el verbo *keep* (*my boss keeps teasing me*).

## ***I. 2. Gramática***

### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

La descripción por parte de T.V. de Northampton de su agobiante situación personal justifica el predominio de **procesos verbales** relacionales en la pregunta (*I've become aware; my mates are the same age; but could easily pass for younger; whereas my face has become saggy and tired-looking; I'm well into my thirties; I'm very conscious of my double-chin and jowls; ...how knackered I look*), aunque no faltan también procesos mentales (*and people quite often think...*), materiales (*My boss keeps teasing<sup>211</sup> me*) o existenciales (*Are there any exercises...?*). Por el contrario, los distintos consejos sobre cómo combatir el prematuro envejecimiento que se da al lector desde la revista quedan plasmados en la abundancia de procesos materiales de la respuesta (*scrutinise your workload; aim for a balance; facial exercises will help; ensure you sleep at least six hours per night [sleep es un proceso de comportamiento]; eat a wholesome and varied diet*), si bien la presentación que se hace al lector de lo común de su caso lleva a la utilización de algunos procesos relacionales al principio de la respuesta (*your appearance has a lot to do with general well-being; a stressful lifestyle [...] will have a negative effect; ...on how you look*). Estos procesos son en todo momento lo que parecen.

La **agencialidad** está clara, pues no existen oraciones **pasivas**, y en las escasas **nominalizaciones** (*your appearance has a lot to do with general well-being; too much booth and a lack of exercise...*) queda claro que el agente es *you*, tomado como referente

---

<sup>211</sup> Es éste un grupo verbal hipotáctico en el que, de acuerdo con Halliday, *keep* indica el mantenimiento de la acción principal que lleva a cabo el verbo *tease* (1994: 278).

del lector que ha escrito o como sujeto impersonal (*your appearance;...have a hugely negative effect on how you look*).

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Aunque existe un predominio del **modo** declarativo tanto en la pregunta como en la respuesta (*Ever since I hit 25 I've become aware of how knackered I look; my boss keeps teasing me; I'm very conscious of my double-chin and jowls; your appearance has a lot to do with general well-being; facial exercise will help; etc.*) –lo que viene a suponer un reparto equitativo de quién posee la información en el seno de este intercambio comunicativo–, hay que hacer mención al uso del modo interrogativo por parte del lector según las convenciones de este género para pedir consejo (*Are there any exercises I could do to firm up my face?*), y, especialmente, al imperativo con que se indica claramente desde la revista al lector qué ha de hacer para vencer los efectos prematuros del envejecimiento (*Scrutinise your workload; and aim for a balance; ensure you sleep; and eat a wholesome and varied diet*). Esta cierta abundancia en el uso del imperativo viene a romper el equilibrio en la posesión de información anteriormente aludida, información que se posee desde la editorial de la revista y que se concede al lector solicitándole que cumpla con las acciones que comportan estos imperativos, lo cual contribuye a afianzar el convencimiento del lector de Northampton sobre lo imperioso de mantener un aspecto facial juvenil.

La utilización del pronombre **YOU** viene dada para señalar deícticamente desde la revista al lector al que se da consejo (*Your appearance has a lot to do with general well-being; ...have a hugely negative effect on how you look; Ensure you sleep at least six hours...*), si bien los dos primeros ejemplos incorporan el uso genérico o impersonal característico de este pronombre en un intento desde la revista de generalizar el consejo dado a una pluralidad de lectores a quien pueda serle útil.

La falta de formas de **modalidad relacional**, especialmente en la respuesta que recibe este hombre de Northampton, contribuye a crear un discurso con el que, al no exigírsele dramáticamente muchas imposiciones, el lector no sienta que ha de llevar a cabo unos grandes sacrificios para mantener un aspecto físico adecuado. La única excepción son los imperativos<sup>212</sup> con los que el especialista de esta sección de consulta

---

<sup>212</sup> De acuerdo con Palmer, frente al carácter marcado de ciertos verbos auxiliares modales, el imperativo puede entenderse como forma no marcada del sistema de la modalidad deóntica, o, según la denomina Fairclough (1989) en su modelo, relacional: “The Imperative is best seen as the unmarked member of the deontic system [...] The imperative is often a simple form, and that the imperative is not necessarily

insta al lector de Northampton a llevar a cabo diversas acciones que le ayudarán a mejorar su aspecto facial (*Scrutinise your workload in relation to exercise, hobbies and social activities, and aim for a balance; Ensure you sleep at least six hours per night and eat a wholesome and varied diet*).

En lo que respecta a la **modalidad expresiva**, la inseguridad que le produce al lector el hecho de presentar tan avanzado grado de deterioro facial a pesar de su juventud se manifiesta en la utilización del auxiliar modal *could* (*Are there any exercises I could do to firm up my face?*) para formular su pregunta con un matiz hipotético. Esta falta de seguridad del lector, que da cuenta de la inferioridad que en él produce su problema, tiene idéntico cariz en la presentación hipotética de otras informaciones (*My mates are the same age but could easily pass for younger*) por medio de este uso del auxiliar de posibilidad *could*. Estas modalizaciones en la pregunta contrastan con la aparente falta de modalidad en la respuesta que se le concede, que no es sino un modo de presentar lo que se dice como verdades incuestionables<sup>213</sup>, y de no plantear ninguna duda en el lector sobre la validez del consejo dado. Esto es un modo de contribuir a la presión que sobre los varones jóvenes se ejerce socialmente para que den una imagen saludable. La única excepción en la respuesta la constituye, significativamente, el juicio de predecibilidad que aporta el uso de *will*<sup>214</sup> (*Facial exercises will help in addition to cardiovascular workouts*) como modo de contribuir al convencimiento que ya tiene el lector de la necesidad de mantener un aspecto juvenil y saludable.

#### **I. 2. 4. ¿Cómo se unen las oraciones simples?**

Existen algunos recursos de cohesión sin una dimensión ideológica especialmente digna de mención, por ejemplo, los casos de **referencia endofórica** que

---

stronger than the modal form MUST, or even MAY. It is merely presented as a deontic 'proposition', and the hearer is left to judge the force of the obligation to act from the circumstances" (1986: 108).

<sup>213</sup> Austin describe cómo bajo los enunciados constatativos del tipo de *Your appearance has a lot to do with general well-being*, o *A stressful lifestyle, poor sleeping and eating habits, too much booze and a lack of exercise have a hugely negative effect on how you look* en la respuesta, se puede ver el deseo de imponer una visión de la realidad por parte de un enunciador que constata su experiencia como hechos establecidos y universalmente válidos. El uso de enunciados constatativos comporta la creencia por parte del interlocutor en los mismos aun cuando no explicita esta creencia en dichos enunciados, tal y como Austin muestra en el siguiente ejemplo. "My saying 'the cat is on the mat' implies that I believe it is" (1962: 48).

<sup>214</sup> Autores como Palmer (1990: 161-163) o Leech (1987: 84-87) han distinguido en el empleo de *will*: (1) un valor puramente **modal epistémico** y no futuro para expresar necesidad lógica o deducción con un valor cercano al de *must* (*John will be in his office now*); (2) su uso para expresar **tiempo futuro** (*One day I will die*); y (3) **otros valores modales** como los de (3a) intención (*I'll write tomorrow*), (3b) insistencia (*He will go swimming in dangerous waters*), (3c) disponibilidad (*Will you open the door?*) y

nos remiten fundamentalmente al lector que pide consejo sobre el mejor modo de prevenir los efectos del envejecimiento (*Ever since I hit 25 last year I've become aware of how knackered I look; ensure you sleep at least six hours per night; my face has become saggy and tired-looking; your appearance has a lot to do with general well-being; Scrutinise your workload in relation to exercise...; etc.*). Un caso especial lo suponen los ejemplos de referencia comparativa en la consulta de este lector de veinticinco años, que le sirven para cotejar si los efectos del envejecimiento son los mismos en él y en otros amigos suyos de edad similar (*My mates are the same age but could easily pass for younger*).

Otros de los elementos que confieren textura al texto son bastante representativos de la presión social que se ejerce sobre este joven para mantener un aspecto facial adecuado a su edad. Entre éstos cabe destacar:

- **Elipsis** del segundo término de las estructuras comparativas en el discurso del lector –segundo término que tiene como referente a él mismo–, que deja ver el cierto complejo de inferioridad de este hombre por su aspecto poco juvenil frente al de sus amistades (*My mates are the same age [as me] but could easily pass for younger [than me]*);
- **Cohesión léxica** mediante sinonimia (*knackered/tired-looking*), reiteración (*face* [2 veces]), o colocación (*become aware; pass for younger*). Estos recursos contribuyen a construir el discurso de preocupación por el aspecto facial juvenil en la réplica del lector.

Mención especial merecen los **nexos conjuntivos** de tipo coordinante adversativo (*My mates are the same age but could easily pass for younger*), que producen la impresión de contrariedad para el lector en su deseo de proyectar una imagen juvenil, y los subordinantes concesivos (*...whereas my face has become saggy and tired-looking*), que proyecta su desasosiego al compararse a sí mismo con otros hombres que tienen el aspecto facial juvenil que la sociedad exige a alguien de su edad.

El efecto acumulativo que producen las proposiciones **coordinadas** copulativas con *and* es explotado tanto en la réplica del lector de Northampton, que manifiesta las distintas presiones que sobre él se ejercen para no descuidar el cuidado de su aspecto personal (*My boss keeps teasing me and people quite often think I'm well into my thirties*), como en la respuesta que se le da desde la revista, donde las copulativas crean

---

(3d) predicción, es decir, anuncio de algo que va a suceder (*If limus paper is dipped in acid, it will turn red*).

el efecto aditivo de que el lector ha de hacer diferentes cosas para mantenerse joven (*Scrutinise your workload...and aim for a balance; Ensure you sleep at least six hours per night and eat a wholesome and varied diet*). Esto no es sino una forma de sumarse a la presión social ejercida sobre este varón para cuidar su apariencia desde el medio mismo del que se sirve para superar el problema que le acucia. Esta presión que agobia al lector se pone de relieve por la proposición **subordinada** adverbial temporal con que inicia su consulta (*Ever since I hit 25...*), y con la que deja bien claro desde el principio de su consulta el hecho de que la sociedad no le permite a un hombre tan joven como él que presente un aspecto facial tan prematuramente envejecido.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué conveniencias de interacción se usan?***

Hay que percatarse de la **reformulación** del consejo solicitado por el lector que se opera desde la respuesta que se le da, pues, si bien este joven de Northampton sólo desea saber si existe algún ejercicio que pueda paliar los efectos de su avanzado deterioro facial, desde *FHM* se va a insistir en toda una serie de hábitos de vida saludables imprescindibles para mantener un aspecto juvenil, lo cual no es sino un modo de hacerle ver el alcance de un problema que no se limita a unos simples ejercicios faciales. Esta actitud desde la editorial de la sección no ayuda en absoluto a minimizar la presión social que se ejerce sobre el lector, sino que de algún modo se suma a ella.

#### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

Como resulta propio del género de los consultorios, el texto se estructura en dos partes principales: primero, la pregunta del lector (T.V. de Northampton), en que éste plantea lo problemático que le resulta el acusar los síntomas de un envejecimiento facial prematuro, y pide algún tipo de soluciones para reafirmar sus músculos faciales; y, en segundo lugar, la respuesta que se ofrece desde la revista, donde, al margen de recomendarle ciertos ejercicios y hábitos de vida saludable al lector, se reflexiona sobre las causas de este envejecimiento anticipado. Una y otra sección aparecen encabezadas por las iniciales *Q* (*Question*) y *A* (*Answer*) respectivamente. Ambas secciones confieren una superestructura dialogal reducida a esta muestra, con una sola réplica por parte de los dos participantes en el intercambio comunicativo que se pone en marcha por medio de un canal escrito –y esto es una diferencia fundamental con la macroestructura dialogal canónica–. Sin embargo, tanto la pregunta como la respuesta presentan

características de otros tipos textuales. Por un lado, la pregunta de este lector de Northampton en torno a la cual se estructura su consulta –*Are there any exercises I could do to firm up my face?*– viene precedida de la explicación de este joven de por qué tiene la sensación de estar prematuramente envejecido a pesar de su juventud. Esta explicación previa se construye como una secuencia explicativa donde se parte de un estado inicial de cosas –**Proposición explicativa 0**– (*Ever since I hit 25 last year I've become aware of how knackered I look*); se obvia toda problematización de este objeto ininteligible –**Proposición explicativa 1**–; y se pasa inmediatamente al recorrido explicativo –**Proposición explicativa 2**– en que se expone detalladamente el porqué del conflicto en que se ve inmerso este joven (*My mates are the same age but could easily pass for younger, whereas my face has become saggy and tired-looking. My boss keeps teasing me and people quite often think I'm well into my thirties. I'm very conscious of my double-chin and jowls*). Sin embargo, esta secuencia explicativa queda inconclusa, dado que en ningún momento asistimos a la conclusión-evaluación –**Proposición explicativa 3**– que pone fin a los textos explicativos prototípicos, y que aquí es sustituida por una pregunta que nos da una idea clara de la macroestructura dialogal que envuelve a esta muestra.

En lo que se refiere a la respuesta del asesor de esta sección, esta réplica se va a estructurar de acuerdo con el esquema característico de los textos argumentativos, si bien cabrá apuntar ciertas peculiaridades que, una vez más, vienen dadas por el carácter dialogal que envuelve al fragmento en su conjunto. Así, la **premisa inicial** en que se parte de la relación entre la apariencia personal y el bienestar general del individuo (*Your appearance has a lot to do with general well-being*) encuentra diversos **argumentos de apoyo** (*A stressful lifestyle, poor sleeping and eating habits, too much booze and a lack of exercise have a hugely negative effect on how you look*). A la luz de esto se construye una **conclusión** más amplia de lo normal. Esta conclusión de la secuencia argumentativa general adopta la forma de secuencia explicativa reducida; en concreto, asistimos a lo que sería un recorrido explicativo –**Proposición explicativa 2**– con el que se dan las claves que, en función de su pregunta, necesita el lector de iniciales T.V. para solucionar su problema de estética facial (*Scrutinise your workload in relation to exercise, hobbies and social activities, and aim for a balance. Facial exercises will help in addition to cardiovascular workouts. Ensure you sleep at least six hours per night and eat a wholesome and varied diet*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

###### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** fundamentales en el texto consisten en el hecho de pedir (y dar) consejo sobre cómo reafirmar los músculos de la cara en el caso de un hombre que tiene un aspecto más envejecido de lo que debería para su edad. Además, destaca la confesión de lo mal que se lo hace pasar la sociedad (el jefe en el trabajo, los amigos) al joven por su aspecto precozmente envejecido.

Los **tópicos** principales en el texto son, pues, la preocupación que crea en un varón joven el adquirir una imagen –concretamente facial– prematuramente envejecida, así como las posibles soluciones para este problema.

De este modo, amén del **propósito** fundamental de la muestra de asesorar al lector que escribe y a otros consumidores de la revista con problemas similares, otros propósitos del texto son el concienciar a los hombres que leen este tipo de revistas de la necesidad de adoptar hábitos de vida saludables (ejercicios, sueño, alimentación) para conservar una apariencia juvenil y evitar los efectos de la edad; al tiempo que se muestran las consecuencias sociales que tal envejecimiento produce en los hombres jóvenes.

###### **2) ¿Quién participa?**

Los participantes en la interacción comunicativa –al margen de los lectores que compran *Men's Health* y leen la sección de consultorio, y los editores de este consultorio de la revista– son el lector de Northampton que escribe a la columna (cuyas iniciales son T.V.), y el responsable de darle respuesta desde el consultorio de *FHM* (cuyas iniciales son A.L.). También hay que tener presente la participación indirecta del jefe y los amigos de T. V. de Northampton, que, a través de los comentarios que hacen al lector sobre su aspecto facial, son en gran medida responsables del conflicto vital que lleva al lector a escribir a este consultorio.

###### **3) ¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?**

La relación entre el lector que escribe al consultorio y el encargado de contestarle desde *FHM* tiene el carácter neutro que es propio de este género. Sin embargo, entre T.V. de Northampton y sus amigos (*mates*) y jefe (*boss*) existe una mayor confianza que

permite a éstos hacer comentarios sobre su aspecto personal con mayor libertad de lo que el lector consideraría deseable, lo cual es causa de su desasosiego.

#### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Dejando de lado la función meramente *instrumental* del lenguaje, que permite el intercambio comunicativo entre el lector y el experto del consultorio de *FHM*, cabe señalar las tres funciones siguientes: una *función de identidad*, ya que tanto la respuesta de *FHM* para el lector que escribe desde Northampton como el texto en su conjunto (pregunta y respuesta) para la pluralidad de lectores de la revista vienen a contribuir a la configuración de un modelo de identidad masculina para éste/-os a partir del fomento del cuidado del aspecto físico –y en concreto de los efectos del envejecimiento facial– como preocupación vital entre los hombres jóvenes. La atención, desde un medio dirigido a lectores masculinos heterosexuales, por estas cuestiones de índole estética da cuenta de la *función ideacional* de un texto donde se potencian entre los hombres valores estéticos y actitudes que tradicionalmente se han considerado exclusivos de la feminidad. Así, las exigencias sociales que se imponen sobre los hombres de tener muy presente el aspecto físico en ámbitos de las relaciones interpersonales como el trabajo o entre amigos, y el eventual desasosiego personal que llega a crear en los jóvenes varones el no estar a la altura de las circunstancias, dan cuenta de la *función relacional* del texto.

## B. Contexto intertextual

La **serie histórica** a la que pertenece este texto hace referencia a la emergencia en el Reino Unido durante las últimas décadas de un tipo de masculinidad atenta a valores tradicionalmente vinculados a lo femenino como el cuidado del aspecto físico personal, dentro de la tónica de lo que se ha dado en llamar *New Man*<sup>215</sup> como construcción de la masculinidad en diversos medios de la cultura popular británica. Esta creciente importancia que ha cobrado entre los hombres el no dejarse vencer por los efectos del envejecimiento ha sido señalada por Goldstein, para quien: “An explosive market economy has begun to prey upon male anxieties about growing older and losing that self-defining macho glamour” (1994: x).

---

<sup>215</sup> En concreto, el interés del *New Man* por todo lo relacionado con la apariencia física personal resulta fundamental en la construcción de este modelo de masculinidad: “This regime of looking was central to the distinctiveness of the “new man” imagery as a whole” (Nixon, 1996: 201).



Esta observación de los cánones estéticos entre los varones se incluiría –teniendo especialmente en cuenta la respuesta que recibe el lector desde *FHM*– dentro del más amplio interés del individuo en nuestros días por alcanzar el equilibrio físico y psíquico total de la persona integrando distintos aspectos como el estilo de trabajo no estresante, los hábitos dietéticos y de sueño, etc. La preocupación de los hombres por su aspecto físico quedaría inscrita en el seno de la más amplia serie histórica que tiene que ver con la armonía física y mental como objetivo a alcanzar por el individuo hoy en día<sup>216</sup>.

Dada, pues, la inquietud que manifiesta el lector sobre los comentarios de su jefe y amigos acerca de su aspecto físico envejecido de manera apresurada, el texto en su conjunto presupone la exigencia social que se cierne sobre los hombres jóvenes en la Gran Bretaña contemporánea de no permitirse dar muestras de un envejecimiento adelantado. De esto dan cuenta **presuposiciones** más concretas. Hay así diversos enunciados que presuponen la existencia de amigos, jefes y otras personas en la vida de este lector, en función de los cuales va a surgir este deseo de tener un aspecto juvenil (*My mates are the same age...; My boss keeps teasing me...; and people quite often think I'm well into my thirties*). De hecho, la importancia que el trabajo llega a adquirir en la vida de los hombres, hasta el punto de llegar a descuidar otras variables como el ejercicio y demás actividades lúdicas, se pone de manifiesto en el siguiente enunciado, que presupone una carga laboral descompensada en detrimento de esos otros factores que hacen saludable la vida de hombres como el que escribe en este fragmento (*Scrutinise your workload in relation to exercise, hobbies and social activities and aim for a balance*).

## **II. 2. Tipo/s de Discurso**

El tipo de discurso que emerge en este texto construye un tipo de hombre que desde la más temprana madurez –el lector tiene sólo veinticinco años– se ve obligado a preocuparse por su imagen física como resultado de las presiones sociales externas que exigen a los varones el mantener un aspecto juvenil. El lector, por lo tanto, escribe “desorientado” sobre cómo dar la talla ante estos requerimientos. Como en los dos

---

<sup>216</sup> En su estudio “The embodiment of masculinity”, sobre el culto al cuerpo entre los hombres de hoy en día, Mishkind *et al.* coinciden en señalar la preocupación de los hombres por su aspecto físico dentro de la más amplia tendencia de nuestra sociedad a ver el buen estado físico externo del individuo como reflejo de su equilibrio interno: “Western society currently places an unprecedented emphasis on life-style change and self-management as the major health-promoting activities [...] Looking healthy is the external manifestation of the desired healthy state, so the body symbolizes the extent of one’s self-corrective behaviour” (1987: 46).

textos anteriores, el tipo de discurso se conforma en función de la inclusión en un medio de la comunicación periodística como es la revista *FHM* de la interacción entre este hombre de Northampton y el asesor del consultorio de esta publicación (que responde a las siglas A.L.). Así, este tipo de discurso, que por la forma se aproxima a la comunicación epistolar y en sus contenidos responde a los objetivos del discurso del asesoramiento, cobra la entidad propia que caracteriza al género de los consultorios, con lo cual una multiplicidad de hombres tendrá acceso a un intercambio comunicativo que ha dejado de tener el carácter personal que conlleva el problema de este joven de Northampton, para adquirir una dimensión pública al exponer su caso a todos los lectores de *FHM* para que puedan aplicarse el consejo que a él se le da en caso de tener problemas semejantes. A este respecto, puede decirse que, tras sucesivas fases de manipulación de lo que en origen debe de haber sido una consulta más amplia, los editores de esta sección de *FHM* la han adaptado a las convenciones formales de su consultorio; y ello, sin duda, solamente desde el momento en que han considerado que esta consulta encaja con los intereses de sus lectores ideales. En la producción de este tipo de discurso se ha tenido, por consiguiente, muy en cuenta el momento de la recepción y consumo del mismo por parte de los destinatarios de la revista en que aparece publicado.

Diversos elementos de la **coherencia global** del texto vendrían a configurar este tipo de discurso, entre los cuales cabe señalar:

- El **esquema** del texto, que se estructura en una primera acción –la de consultar a esta revista–, en que el lector describe un estado de cosas que le supera y desborda, a saber, la conciencia de su aspecto facial prematuramente avejentado, hecho agravado por la comparación con sus amigos y los comentarios de su jefe. Tras esta presentación, pide consejo sobre cómo actuar para solucionar este problema. En una segunda parte –respuesta– se buscan las causas del problema y se le dan una serie de recomendaciones para conservar un aspecto físico acorde con su edad.
- El **marco** del fragmento viene dado por la construcción de la angustia y ansiedad que en este joven varón produce su prematuro envejecimiento, en comparación con lo que la sociedad espera de un hombre de su edad.
- Los **guiones** del texto están determinados por la relación de simbólica “opresión” que sobre el lector ejerce la sociedad en general (*People quite often think I'm well into my thirties*), los amigos (*My mates are the same age*

*but could easily pass for younger*) y el entorno laboral (*My boss keeps teasing me*); así como por el hecho de no cumplir con estas exigencias estéticas que socialmente se presuponen en un hombre de su edad.

Ciertos aspectos de la **coherencia local** de este texto contribuyen igualmente a la construcción de este tipo de discurso sobre lo masculino. Además del ya apuntado valor ideológico de las conjunciones adversativas y concesivas, hay que insistir en la conjunción temporal *ever since* (*Ever since I hit 25 I've become aware of how knackered I look*), que pone de relieve el hecho de que en un hombre tan joven no se espera tan acusado deterioro facial. Significativamente, la proposición subordinada adverbial temporal introducida por *ever since* aparece colocada delante de la proposición principal, tematizada. Otros aspectos léxicos y gramaticales contribuyen a la conformación de este tipo de discurso, especialmente la intervención del lector, de acuerdo con un tono coloquial e informal, que hace de la sección un espacio distendido, y que espera alcanzar la confianza de sus lectores, que vean de algún modo reflejados sus problemas en las cuestiones planteadas. Podemos apuntar algunos vocablos informales (*since I hit 25 last year; how knackered I look; my mates; saggy; too much booze); la presencia de contracciones (*I've become aware*; *I'm well into my thirties*; *I'm very conscious of my double-chin and jowls*); *phrasal verbs* (to *firm up* my face); o puntuación informal como las rayas (*I'm very conscious of my double-chin and jowls – Are there any exercises I could do to firm up my face?*).*

Los **actos de habla** son igualmente reveladores de la estructuración de este tipo de discurso. Así, mientras que el lector tiene una visión bastante reducida del alcance de su problema, convencido de que la solución al mismo se halla en unos simples ejercicios faciales, como demuestra su utilización de un acto de habla con fuerza ilocutiva interrogativa de tipo directo (*Are there any exercises I could do to firm up my face?*), desde la respuesta del consultorio, por contra, se le hace consciente del alcance social del problema a través de la utilización de una serie de imperativos con fuerza ilocutiva de directivos, significativamente expresados de manera directa (*Scrutinise your workload in relation to exercise, hobbies and social activities [...]* and *aim for a balance*; *Ensure you sleep at least six hours per night and eat a wholesome and varied diet*). Por medio de estos directivos no sólo se aconseja al lector cómo mejorar su aspecto físico, sino que se le hace consciente de los factores sociales que en ello intervienen y que él quizás pasara por alto (aficiones, ejercicio, trabajo, sueño y

alimentación, etc.). Señalemos el valor comisivo de uno de los enunciados de la respuesta del asesor (*Facial exercises will help in addition to cardiovascular workouts*).

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

Las diferentes interpretaciones contextuales del lector y el consejero encargado de responderle desde *For Him Magazine* resultan significativas. Así, aunque, cuando presenta su problema, el lector describe las presiones que sobre él se ciernen, no es consciente del alcance social del mismo (sus amigos, el trabajo, la gente en general), sino que se limita a algo tan meramente físico como el pedir que le proporcionen algunos ejercicios para reafirmar su rostro. Sin embargo, cuando se le da consejo desde la revista, se le hace consciente del más amplio alcance social que subyace a la problemática que él plantea, a saber, que la sociedad actual espera de un hombre de su edad un aspecto físico juvenil, y no el envejecimiento que él manifiesta. De hecho, la ansiedad del lector de este texto por los comentarios de sus amigos y jefe se corresponde claramente con lo que Edwards ve como el surgimiento de ciertas jerarquías entre los varones según éstos se mantengan o no al nivel de las expectativas de aspecto físico que la sociedad contemporánea les exige: “A hierarchy of masculinities is emerging according to image and appearance, where young white men with pumped-up pecs, strong jaw-lines and flat stomachs rule over the rest with a phallogocentric intensity” (1997: 130).

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

Para comprender la configuración del tipo de discurso de este texto, hay que tener presente la cambiante **relación de poderes** en la sociedad británica contemporánea, donde los hombres, que tradicionalmente no han tenido que preocuparse por mantener un aspecto físico juvenil, se ven sometidos a la presión social de no descuidarse ante los efectos del envejecimiento. Esta tensión se deja sentir en instituciones sociales concretas como el ámbito laboral, y en situaciones sociales tan específicas como las conversaciones entre amigos. La masculinidad que intenta redimirse del lastre de egocentrismo y dominio patriarcal del pasado intenta, así, proyectar una actitud e imagen más positivas de cara a la sociedad, a lo que contribuye un aspecto físico agradable. De este modo lo ha visto Easthope, para quien: “the young

male body is used to present not just the self as it is but as he would like to be” (1990: 53).

Esta importancia concedida al aspecto físico personal entre un tipo de hombre heterosexual de nuestros días como el que escribe a *FHM* no se entendería en su dimensión histórica si no tuviéramos en cuenta los desafíos de los movimientos de liberación de feministas y gays a partir de los años sesenta y setenta hacia la masculinidad hegemónica tradicional, y en concreto hacia el desinterés por este tipo de cuestiones que los hombres solían considerar como patrimonio de lo femenino:

*It is also argued that men are increasingly encouraged towards self-awareness via the impacts of the women’s movements and gay movements which have equally challenged hegemonic notions of heterosexual masculinity [...] It is easy to see feminism as the primary cause of male self-reflection* (Edwards, 1997: 73).

### **III. 2. Ideologías**

El discurso de este texto hace gala de una ideología propia de un tipo de hombre especialmente atento a aspectos que tradicionalmente han sido considerados patrimonio de las mujeres, como el cuidado por el aspecto físico y el intento por mantener una imagen joven. Así pues, tanto el interés del lector como los consejos que desde la revista recibe manifiestan, como ya se ha apuntado, rasgos ideológicos propios del *New Man* en el Reino Unido como forma de masculinidad que, además de desprenderse de sus facciones hegemónicas y patriarcales, incorpora otras que solían verse como exclusivamente femeninas<sup>217</sup>.

### **III. 3. Efectos**

En la **lucha de poder** entre una masculinidad patriarcal reacia a perder su rol hegemónico tradicional y una sociedad que le exige un cambio y evolución atendiendo a nuevas facetas, el discurso de esta muestra textual se posiciona a favor de estas exigencias de cambio favoreciendo estos nuevos valores y actitudes entre los hombres.

Esta lucha social entre una forma de masculinidad hegemónica contraria a toda evolución –incluido el cuidado del aspecto externo personal– y las renovadas formas de entender lo masculino acordes con las nuevas expectativas sociales ejercidas sobre los varones aparece **encubierta** bajo la forma de **discurso normativo** que supone la

---

<sup>217</sup> Chapman se hace eco de esta aproximación a los valores femeninos que lleva a cabo el *New Man* a raíz de los desafíos feministas de las décadas de los sesenta y los setenta: “If the old man was characterised by his abhorrence of all things female, the new man was invigorated by his enthusiastic embrace of female roles and qualities” (1988: 227).

consulta de un lector en una revista para hombres sobre cómo reafirmar los músculos faciales, ejemplo típico de funcionamiento del género del consultorio. Sin embargo, a pesar de su carácter encubierto, esta lucha social puede rastrearse desde el momento mismo en que el lector realiza la consulta para evitar los comentarios entre amigos y en el trabajo a raíz de su aspecto prematuramente envejecido; es decir, está luchando en un intento de evitar el daño que para él suponen esos comentarios tratando de acomodarse a lo que se espera de él en vez de obviar esas exigencias y presiones sociales como si no le afectasen.

El discurso de este fragmento contribuye, pues, a la modificación de las **relaciones de poder** existentes a través del fomento de un tipo de hombre que, por medio de su atención a cualidades a las que históricamente se ha sentido ajeno desde su rol sexual patriarcal, se desprenda de estos rasgos de dominio y control en su identidad de género masculino.

**TEXTO 7: Later, septiembre 1999, p. 26.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El **esquema de clasificación** fundamental del texto gira en torno a la paternidad y la maternidad (*having babies; fathering [a child]; the birth [of their baby]; a father; have a baby*); resultando revelador, a este respecto, la repetición hasta un total de tres veces de la palabra *baby*. De hecho, la importancia que se concede al hecho de ser padre se pone de manifiesto en la relación de **hiponimia** que se establece entre *fathering* y *have a baby*.

Los temores y la incertidumbre de los varones ante la paternidad vienen a dar forma a un segundo campo semántico íntimamente relacionado con el primero, donde puede constatarse una relación de **overwording** del léxico referente a la expresión del miedo y la angustia (*I'm terrified; panic; fear of failing; fear of ageing; whether you have the courage; uncertainty; attempt to stop [growing up]; walk out of relationships*). De nuevo, la repetición de *fear* tres veces resulta ideológicamente significativa de esta ansiedad de muchos hombres ante el hecho de ser padres.

La necesidad de madurar entre los hombres viene a conformar un tercer esquema de clasificación léxico (*the next step in our relationship; one of the most definitive acts; a man's maturity; growing up; growing process; changes us from lads to men*).

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

La expresión *part of me* en el discurso del lector da cuenta de la escisión en la masculinidad respecto al compromiso que implica el hecho de ser padre, luchando entre una tradicional falta de atención de las opiniones femeninas en este campo por un lado, y, por otro, el deseo de tomar más en consideración las necesidades y deseos de maternidad de esposas y novias en el seno de la vida en pareja. Así, palabras como *relationship* (dos veces), *girlfriend* y *together* (*When we go shopping together*) son representativas de los conflictos que la paternidad plantea en la pareja, especialmente si se tiene en cuenta el punto de referencia que suponen los amigos y amigas de los padres (*her friends*).

El esquema de clasificación del léxico, ya aludido, referente a los miedos de los hombres al grado de compromiso que implica el ser padres (*panic; fear(s); terrified; have the courage*) evidencia una situación de inferioridad de éstos en comparación con la seguridad femenina a la hora de plantear tal compromiso. *Overcome (fears)* y

*uncertainty* resultan igualmente destacables, desde un punto de vista relacional, de la presión a que los hombres se ven sometidos para vencer estos temores. Esta coacción psicológica de esposas y novias para que sus compañeros sentimentales ejerzan un rol más activo ante la paternidad se puede constatar en la expresión *dropping very unobvious hints*.

### **I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

Diversos rasgos léxicos de este fragmento poseen un valor claramente evaluativo. Tal es el caso del uso reiterado del verbo *keep* (*my girlfriend keeps dropping very unobvious hints...; and keeps stopping to look in Mothercare*), con que el lector expresa la insistencia de su novia para que se muestre más receptivo ante la paternidad<sup>218</sup>. Esta insistencia femenina se pone también de manifiesto en el adjetivo *unobvious*.

El elevado número de varones que sienten esta sensación de temor e inseguridad a la hora de ser padres, según, el consejo del asesor de *Later*, se hace patente en *a lot of men panic y a surprisingly large number of men walk out of relationships*.

Finalmente, resulta también significativo el valor expresivo de expresiones tales como *one of the most definitive acts which signals a man's maturity y part of the growing process which changes us from lads to men*, donde se plantea el juicio de valor de que todo hombre que se precie ha de demostrar su masculinidad a través de sus actos, incluido el hecho de ser padre<sup>219</sup>. De hecho, ésta es una de las muchas obsesiones de los hombres (*fear of failing as a father; ageing; losing other possible partners*).

### **I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?**

No se han constatado.

## **I. 2. Gramática**

### **I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?**

En la pregunta del lector se observa una alternancia entre **procesos verbales** de tipo material para hacer referencia a las acciones con que su novia le insta a animarse a ser padre pronto (*My girlfriends keeps dropping very unobvious hints; ..and stops to*

---

<sup>218</sup> *Keep* + verbo en gerundio forma, según Halliday (1994: 278-279) un grupo verbal hipotáctico de aspecto imperfectivo que expresa una idea de mantenimiento y duración de la acción.

<sup>219</sup> La necesidad de demostrar la masculinidad a lo largo de la existencia de un hombre ha sido destacada por Gilmore: "There is a constantly recurring notion that real manhood is different from simple anatomical maleness, that it is not a natural condition that comes about spontaneously through biological maturation, but rather is a precarious or artificial state that boys must win against powerful odds" (1990: 11).



*look*<sup>220</sup> *in Mothercare*); procesos mentales, que dan cuenta de su grado de reflexión sobre esta circunstancia (*Part of me knows...*); y procesos relacionales, con lo que describe diversos aspectos de este conflicto (*But I'm terrified; ...that this is the next step in our relationship; about her friends having babies*).

Por el contrario, en la respuesta otorgada desde *Later* cabe destacar una abundante presencia de procesos existenciales (*There are many other aspects to the scenario; as there will never be a right time to have a baby*), y especialmente relacionales (*Whether you have the courage; I'm not ready yet; To be able to overcome these fears is part of the growing process*), por medio de los cuales el asesor de esta revista contribuye a describirle la naturaleza de su conflicto con la paternidad para hacer reflexionar sobre el mismo y cambiar posiblemente su actitud ante ello. Con todo, hay también procesos materiales que vienen a actuar en esta descripción para los lectores como pistas de las actitudes masculinas más comunes de cara a la paternidad (*A surprisigly large number of men walk out of relationships within the first few months of the birth of the baby; ...to overcome this uncertainty; to be able to overcome these fears; ...which changes us from lads to men; ...fear of failing as a father; ...fear of ageing; fathering a child*). En este intento de concienciar a los lectores de los dramáticos efectos psicológicos que les pueden llegar a ocasionar los temores a hacer frente al momento de la paternidad, el consejero de *Later* se va a servir de algunos procesos mentales (*Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signals a man's maturity; a lot of men panic, thinking...* ).

Existen varios casos de **sustantivaciones** (*fear of failing as a father; fear of ageing; loss of other possible sexual partners*), donde no se indica quién es el agente de los procesos verbales correspondientes. Nos hallamos, pues, ante un modo de dar consejo al lector que lo solicita sin personalizar a la hora de insistir en el pavor generalizado entre los hombres al plantearse el hecho de ser padres. Se consigue de este modo que el lector pueda encuadrar su propio caso dentro de las situaciones generales que así se describen sin que se sienta agredido. Esta suerte de estrategia de solidaridad para con la masculinidad desde el consultorio de *Later* se puede percibir igualmente a propósito del uso de la pasiva *Fathering a child can be seen as one of the most*

---

<sup>220</sup> *Look* indica un proceso verbal de comportamiento. No hay que ver en *stop* + to INFINITIVO un grupo verbal complejo hipotáctico –relación ésta que sí se da en *stop* + GERUNDIO, que expresa aspecto incoativo según Halliday (1994: 279)–; aquí nos encontramos, por el contrario, ante dos grupos verbales distintos: uno, núcleo de una cláusula principal (*stops*), y otro, núcleo de una cláusula subordinada

*definitive acts which signals a man's maturity*, donde no se explicita quién tiene esa opinión —obviamente la sociedad en su conjunto—. Al mitigarse esta afirmación, sin atribuirle directamente a los hombres, se consigue el evitar admitir la especie de situación de crisis de inferioridad de los hombres que no son capaces de ser padres sin que ello les ocasiona graves trastornos emocionales. Exceptuando estos casos de sustantivaciones y pasiva, la **agencialidad** está siempre clara, y no existe intento alguno de ocultar lo responsables que son los hombres de mantener una actitud pusilánime de cara a la paternidad; **los procesos son, además, siempre lo que parecen**.

El uso de las **negaciones**, por el contrario, resulta sumamente significativo desde un punto de vista ideológico. Cuando desde la respuesta se reproduce el pensamiento generalizado de muchos hombres de no sentirse preparados todavía para ser padres (*A lot of men panic, thinking "I'm not ready yet", in a vain attempt to stop growing up*), el asesor de la sección nos está dando una pista de la *presuposición* en este comentario de la existencia de un momento adecuado para ser padres. Sin embargo, acto seguido, se echa por tierra esta presuposición patente en el modo de pensar de los varones, negándose tajantemente y dejando constancia de que el sentirse preparado para ser padre no depende de la edad sino de la madurez del hombre en cuestión (*...as there will never be a 'right' time to have a baby*). El entrecomillado de *'right'* tiene así un valor irónico, al hacerse eco de esta actitud masculina tan común<sup>221</sup>.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Existe un predominio absoluto del **modo** declarativo tanto en la pregunta como en la respuesta (v.gr. *My girlfriend keeps dropping very unsubtle hints about her friends having babies; Part of me knows that this is the next step in our relationship, but I'm terrified; etc.*), lo que presenta tanto al lector como al asesor en este fragmento como poseedores de la información. El joven que escribe a esta sección de consulta ha optado, como se ve, por camuflar de algún modo la inseguridad que en él produce su miedo a la paternidad, evitando la situación de inferioridad en que queda quien formula una

---

adverbial final dependiente de la principal (*to look in Mothercare*), tal y como describen Quirk *et al.* al indicar: "The infinitive following *stop* is purposive" (1985: 1189).

<sup>221</sup> En su estudio sobre las marcas de la oralidad en el lenguaje escrito, afirma Lakoff a propósito del empleo de las comillas, "such quotation forms are conventionally used to indicate the writer's abdication of responsibility for the locution so enclosed, a sort of ironic lift of the eyebrow in print: 'I represent it like this, but do not fully take responsibility for the sentiments thus expressed'" (1982: 245-246).

pregunta respecto a quien la responde, que es quien posee la información que aquél necesita, y eligiendo la fórmula de simplemente plantear esos temores<sup>222</sup>.

La utilización del pronombre de segunda persona **YOU** (*...but it all boils down to whether you have the courage to overcome these fears*) en el discurso del consejero de esta sección cumple una doble función, pues, si bien sirve para interpelar al lector que plantea esta consulta, igualmente tiene un valor impersonal con el que hacer sus recomendaciones extensivas a la pluralidad de lectores masculinos de este fragmento que pudieran sentirse identificados con el problema aquí expuesto. El uso inclusivo del pronombre de segunda persona del plural **WE** (*To be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men*), que abarca al lector, al asesor y a todos los hombres en general, aparece como estrategia de solidaridad con el joven que escribe al consultorio de *Later* para que aprenda a relativizar su problema, que aparece presentado como más común de lo que él cree, y por tanto menos grave y más fácil de solucionar.

No existen en esta interacción comunicativa formas de **modalidad relacional**, lo cual elimina todo tono de autoridad en el consejo que se ofrece desde la revista al lector, y que podría resultar contraproducente en el intento de que éste y otros hombres enfoquen la experiencia de la paternidad sin ningún tipo de aprensión. Por el contrario, hay varios ejemplos de **modalidad expresiva** que, desde la respuesta del asesor de este consultorio, nos dan idea del grado de compromiso de los responsables de esta sección con la veracidad de los enunciados que aquí se plantean. De entrada, la aseveración fundamental de la respuesta de que el enfrentarse a la paternidad marca un hito en el proceso de maduración personal de los varones viene a expresarse por medio del auxiliar modal *can* (*Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signals a man's maturity*), que marca un grado de posibilidad neutral<sup>223</sup>. Esta estrategia de no comprometerse demasiado a la hora de tachar al lector de inmaduro desde la revista, haciendo responsable a la sociedad en su conjunto de este juicio de valor sobre los hombres que sienten un cierto recelo hacia la paternidad, se encuentra en la misma línea que el uso ya apuntado de la pasiva en esta frase. Este nivel neutro de posibilidad contrasta con el mayor grado de certidumbre del asesor que imprime su

---

<sup>222</sup> Tal y como postulan Hodge y Kress en este sentido: "In the question, the speaker is seeker of information, the hearer is the possible provider of the information" (1993: 94).

<sup>223</sup> Según Palmer: "There are plenty of examples of the use of CAN in a sense of neutral possibility, simply to indicate that an event is possible: [v.gr.] *Signals are the only things that you can observe*" (1990: 83).

empleo de *will* con un valor modal de comportamiento habitual o típico al afirmar que nunca hay un momento oportuno para ser padre (...*as there will never be a right time to have a baby*)<sup>224</sup>. Finalmente, hay que hacerse eco del uso de *be able to* como forma semimodal de habilidad<sup>225</sup>, con valor similar al de *can*<sup>226</sup>, para dejar patente la importancia de que los hombres aprendan a superar los miedos, como éste a ser padres, que los destruyen psicológicamente (*To be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men*). El uso de esta forma modal de habilidad resulta muy significativo ideológicamente, ya que la incapacidad de los varones de hacer frente a su vida emocional y afectiva ha sido tradicionalmente uno de los rasgos claves del rol de género masculino; es lo que Mac An Ghail considera: “their difficulty in expressing personal feelings, resulting from their learning to hide from others and from themselves what they feel” (1994: 97).

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

Hay que destacar el valor ideológico de diversos elementos que vienen a dar cohesión textual a la muestra analizada. En primer lugar, en lo referido a **conectores**, hay que hacerse eco de la aparición por partida doble de la conjunción coordinante adversativa *but*, para introducir la idea de contrariedad para el equilibrio emocional de los varones que suponen sus miedos a la paternidad (*Part of me knows that this is the next step in our relationship, but I'm terrified; There are many other aspects to the scenario ... but it all boils down to whether you have the courage to overcome this uncertainty*). En este sentido, en la argumentación que el asesor de *Later* lleva a cabo sobre el hecho de que todo el problema se reduce a una cuestión de ser capaz de vencer los propios miedos, destaca la conjunción subordinante causal *as* (...*it all boils down to whether you have the courage to overcome this uncertainty, as there will never be a right time to have a baby*). Resulta llamativo que, para Swan (1980: 83), esta conjunción se emplee cuando la razón ya es conocida o es menos importante que el resto de la frase; es decir, que, a final de cuentas, todo el problema se reduce a tener la suficiente madurez para afrontar la paternidad.

<sup>224</sup> “Examples of *will* to refer to habitual (or better, ‘typical’) activity are: *These are visual things. You don’t need words to convey them and countries as far apart as China and Wales will use the dragon to convey basically the same concepts without any words*” (Palmer, 1990: 136). Como vimos en el análisis del texto 6, este valor es una suerte de predicción sobre hechos que se construyen como harto comunes o habituales.

<sup>225</sup> Palmer (1990: 25) denomina semimodal a esta forma.

<sup>226</sup> “For the ability sense, *can/could* may be paraphrased by use of the *be able to* construction” (Quirk *et al.*, 1985: 222). Palmer incide en esta idea de habilidad que expresa *be able to*: “It might be reasonable to

En lo tocante a la **coordinación**, al margen del empleo de la conjunción adversativa *but* al que hemos hecho mención al principio de este apartado, hemos de notar el efecto de acumulación de la conjunción coordinante copulativa *and* (*My girlfriend keeps dropping very unsubtle hints about her friends having babies, and keeps stopping to look in Mothercare when we go out shopping together*) para marcar el modo en que se suman las circunstancias externas adversas al lector; en este caso, la insistencia de su novia por tener un bebé. De hecho, *and* coordina las acciones que su novia realiza con insistencia, a saber, el recordarle que todas sus amigas ya son madres y el pararse a mirar los escaparates de las tiendas de premamá –obsérvese que a uno y otro lado de la conjunción aparece el verbo *keep*–.

De igual modo, hay que subrayar el empleo destacado de la **cohesión léxica** mediante diversos mecanismos, entre los que podemos citar:

- Sinónimos: *maturity/growing process/growing up*;
- Antónimos: *I'm terrified/whether you have the courage or not*;
- Hipónimos: *lads* respecto a *men*; *baby* respecto a *child*;
- Reiteración: *Men* [tres veces]; *relationship(s)* [dos veces]; *baby* [tres veces]; *fear* [tres veces] *overcome* [dos veces]; *father(ing)* [dos veces];
- Colocación: *dropping hints*; *fathering a child*; *walk out of relationships*.

Como puede observarse, la cohesión léxica viene a incidir en la conformación de los campos semánticos principales del texto, referentes a la paternidad y al recelo de los hombres a esta dimensión de sus vidas.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura textual responde, en términos generales, al esquema binario que caracteriza al género de los consultorios en prensa. En la pregunta, el lector plantea una situación que le aterra, a saber, la conciencia de que el próximo paso en su relación de pareja es el ser padre, lo cual le atemoriza sobremanera. Sin embargo, en vez de solicitar consejo sobre este aspecto, se limita a realizar una especie de confesión en la revista sobre este temor suyo. De otro lado, desde la respuesta, que viene precedida por el encabezado “The Expert”, se llevará a cabo una reflexión sobre este problema: se plantea como común, se esgrimen las causas posibles de este miedo a la paternidad, y se

---

assume that BE ABLE TO always indicates ability and that, as such, it is always subject oriented” (1990: 88).

insiste en el hecho de que vencer estos temores forma parte del proceso de maduración de un hombre. Sin embargo, no se llega a dar un consejo como tal, pues no se indica al lector cómo vencer esos temores suyos a la paternidad que él apunta en su intervención.

Aunque el lector no llega a pedir consejo como tal, ni el asesor de *Later* le otorga unas pautas concretas para vencer sus miedos, la lectura del fragmento en su conjunto permite inferir que este hombre necesita de unas claves para superar su temor a la paternidad, las cuales se encuentran, según el discurso del asesor, en hacer el esfuerzo de madurar y asumir la paternidad como algo inherente a su condición de hombre que vive en pareja. En uno y otro caso, están poniéndose en juego unas **implicaturas** conversacionales –recordemos no sólo la naturaleza de pseudo conversación reducida de este género, sino que, tal y como apuntan Calsamiglia y Tusón, “también en los textos escritos se pueden encontrar transgresiones de máximas que apelan a la cooperación de quien lee para «reconstruir» el significado implícito” (1999: 202)–. El lector ha violado la máxima de cantidad, una de las que, según Grice (1975), rigen la conversación, ya que no llega a pedir consejo como se espera de su intervención. El asesor igualmente ha violado la máxima de cantidad, puesto que, aunque indica que el ser capaz de vencer los miedos a la paternidad forma parte del proceso de maduración de los hombres, no le dice al lector directamente que él también ha de madurar para vencer sus propios temores. En los dos casos, ya hemos dado cuenta de las razones ideológicas de este sutil ocultamiento de información. No obstante, por una parte, tanto el asesor como los lectores del texto llevan a cabo la implicatura de que este hombre necesita una solución a su problema; por otra, tanto el lector que escribe a esta sección como el resto de lectores del consultorio realizan la implicatura de que lo dicho para los hombres en general se aplica al varón que escribe aquí en particular. Con ambas implicaturas los lectores se están adhiriendo al principio cooperativo conversacional.

Puede apreciarse que la consulta en su conjunto posee un tono dialogal innegable, dada su estructuración en torno a sendas intervenciones de lector y asesor, que vienen a conformar una forma de diálogo reducida al mínimo. Con todo, aun cuando la pregunta del lector anónimo cobra una tonalidad explicativa que a nadie se le escapa, en el caso de la respuesta del asesor hemos de tener especialmente presente el modo en que ésta se va a conformar a las pautas organizativas de las secuencias explicativas, según el siguiente esquema:

- **Proposición explicativa 0:** La paternidad como índice de maduración de los hombres (*Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signals a man's maturity*);
- **Proposición explicativa 1:** Problematización de este estado de cosas inicial; los temores masculinos a ser padres (*A lot of men panic, thinking "I'm not ready yet", in a vain attempt to stop growing up*);
- **Proposición explicativa 2:** Desarrollo explicativo del porqué de estos miedos de los hombres a ser padres (*A surprisingly large number of men walk out of relationships within the first few months of the birth of their baby. There are many other aspects to the scenario – fear of failing as a father, fear of ageing, loss of other possible sexual partners, etc. – but it all boils down to whether you have the courage to overcome this uncertainty, as there will never be a 'right' time to have a baby*);
- **Proposición explicativa 3:** Conclusión y evaluación; la necesidad de vencer todo miedo a ser padre (*To be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **B. Contexto situacional**

Para desentrañar la interpretación del contexto situacional trataremos de responder a las siguientes variables:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** fundamentales en la interacción comunicativa que se desprende del análisis de este fragmento son la reflexión del lector que escribe a esta sección para solicitar asesoramiento sobre cómo hacer frente a los constantes comentarios de su novia para que se decida a ser padre, amén del asesoramiento otorgado desde este medio. La confesión de los miedos y temores masculinos a la paternidad, las exigencias verbales de las mujeres de que sus parejas adopten un papel más activo y comprometido ante la paternidad, y la reflexión desde la revista sobre los factores sociales que desencadenan esta actitud entre los hombres, son otras actividades que destacar.

El **tópico** fundamental de esta muestra se halla en el miedo generalizado entre los varones a ejercer el rol de padre, y las correspondientes exigencias de las mujeres de que se decidan a dar este paso hacia la paternidad que ellos tanto temen.

El **propósito** fundamental de esta muestra del consultorio de *Later* se encuentra en el hecho de aconsejar al varón que escribe a esta sección sobre el tema planteado. De él se desprende el propósito secundario de hacer conscientes a los lectores masculinos

de esta sección de que sus recelos a la hora de plantearse el hecho de ser padres, no obstante lo comunes, son fruto de la falta de valor y coraje de estos hombres para asumir que no son lo suficientemente maduros como para dar el paso de ser padres.

## 2) *¿Quién participa?*

Los **participantes** esenciales en este intercambio comunicativo son el varón que se sirve de la sección de consulta de la revista *Later*, y el psicólogo responsable de la misma, Alan Percy, que viene a reflexionar sobre la cuestión que le plantea el lector de modo que éste obtenga algún provecho de sus palabras. También hay que tener presentes a la novia del lector, como parte integrante del conflicto que en éste se origina, a otros miembros del consejo de redacción de esta sección de la revista, así como a la pluralidad de lectores del consultorio de esta publicación para hombres que eventualmente tengan acceso a esta consulta.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre el joven varón que utiliza los servicios del consultorio de *Later* y su responsable, Alan Percy, posee el carácter neutro que se espera de esta sección de la prensa, dada la distancia que impone este género. Por contra, la relación entre el lector y su novia resulta algo más distante de lo que cabría desear en una pareja que está conviviendo, pues, si fuese todo lo cercana que es esperable, el lector no estaría experimentando el conflicto existencial que le lleva a escribir a esta sección, sino que trataría de resolver la situación hablando con su novia directamente y planteándole con toda franqueza su sentimiento de pavor cada vez que piensa en la posibilidad de ser padre.

## 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Dejando de lado la **función meramente instrumental** del lenguaje, que permite el intercambio comunicativo entre el lector que escribe al consultorio de esta revista masculina, el responsable de la misma y el cúmulo de lectores que leen este consultorio, el lenguaje viene a cumplir otras funciones. En primer lugar, cabría hablar de una **función de identidad**, pues el discurso de esta muestra viene a moldear un determinado modelo de identidad masculina no sólo para con el lector que aquí escribe sino para la multiplicidad de hombres que leen esta revista. Los rasgos específicos de este patrón de identidad, consistente en la apertura de los hombres a dimensiones de lo emocional como es el saber hacer frente y superar sus temores a la paternidad, o la atención a los requerimientos femeninos en campos como éste, constituyen la **función ideacional** del lenguaje en este caso. La **función relacional** del discurso se pone claramente de



manifiesto desde el momento en que el modelo de identidad de género que aquí se propugna se configura esencialmente a partir de la relación de los hombres con las mujeres en el seno de su convivencia en pareja, donde surgen conflictos como éste, llegado el momento de plantearse la paternidad.

## **B. Contexto intertextual**

La **serie histórica** en que se inscribe este texto es doble. Por un lado, la de las reivindicaciones femeninas de que los hombres adopten un papel más comprometido en cuestiones de la vida en pareja como la paternidad. En esta línea estarían otras demandas como las relacionadas con su mayor implicación en las tareas domésticas, su mayor cuidado por el aspecto personal, o su mayor apertura hacia dimensiones como las de lo afectivo. Por otro lado, e íntimamente relacionada con la primera, este fragmento se encuadra en la serie histórica de los miedos y temores de los hombres ante estas exigencias y ante el consiguiente cambio de roles esperable de la masculinidad en los últimos tiempos, teniendo que superar temores como el de ser padre para satisfacer las peticiones de sus esposas y novias.

Diversos enunciados del texto (*A lot of men panic, thinking “I’m not ready yet”, in a vain attempt to stop growing up; A surprisingly large number of men walk out of relationships within the first few months of the birth of their baby*) **presuponen** la existencia de un tipo de hombre que se ve superado por exigencias sociales a las que se ve sometido, como resultado de la paternidad. El enunciado *Part of me knows that this is the next step in our relationship* presupone que hay otra parte del lector que se niega a admitir que ha llegado el momento de ser padre. Hay también enunciados que presuponen que hasta que un hombre no es padre no termina de madurar: *Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signals a man’s maturity*. De hecho, la explicación del asesor de las causas que llevan a los hombres a temer el momento de convertirse en padres presupone que la paternidad conlleva un riesgo de fracasar en el intento y perder otras posibles parejas sexuales, así como una asociación con el envejecimiento (*There are many other aspects to the scenario – fear of failing as a father, fear of ageing, loss of other posible sexual partners*).

## **II. 2. Tipo/s de Discurso**

El tipo de discurso que se construye en esta muestra del consultorio de *Later* tiene que ver con una masculinidad que se ve amenazada ante la necesidad de asumir las

exigencias que implica el hecho de ser padre y el compromiso que para los hombres supone el tener hijos para satisfacer así los deseos maternos de las mujeres. Estos temores e inseguridades por parte de los hombres, sobre todo a raíz de la firmeza de las reivindicaciones de las mujeres en el seno de la vida en pareja, construyen una imagen de la masculinidad hegemónica tal y como la ejercen muchos hombres, tradicionalmente ajenos a la revelación de los propios sentimientos y harto displicentes hacia los deseos de las mujeres; en suma, una masculinidad en crisis. Este tipo de discurso se construye a partir del formato cercano al intercambio comunicativo epistolar que viene a dar forma a la variedad de discurso de asesoramiento que constituye el consultorio de la revista *Later*, donde un asesor –el psicólogo Alan Percy– responde a las dudas de los lectores de la revista. La inclusión de esta consulta en una revista para hombres la impregna de la difusión a gran escala propia del discurso periodístico, de modo que la consulta particular de este lector adquiere una dimensión pública, habiendo entendido el consejo de redacción de esta sección que resulta representativa e interesante para su público lector.

Diversos aspectos de la **coherencia global** del texto ayudan a comprender la conformación de este tipo de discurso. El **esquema** del texto responde a la estructura prototípica de la sección de consulta en la prensa, donde a la presentación de una situación conflictiva por parte de un lector –en este caso los temores a la paternidad– sigue una respuesta donde se presenta este temor como común entre los hombres, se analizan las causas del mismo, y se concluye con la necesidad de madurar para superarlo. El **marco** de este fragmento vendría dado por el tipo de hombre que, como resultado de las exigencias de su pareja de dar el paso definitivo hacia la paternidad, se ve desbordado por un irrefrenable miedo a perder una parcela de su libertad y por el mayor compromiso hacia su pareja que implica el ser padre. En este sentido, los **guiones** del texto vienen definidos por la actitud de firmeza y seguridad de la novia a la hora de pedir a su compañero que se decida a acceder a ser padre, y por el apocamiento, inseguridad y agobio de éste, que no sabe cómo encajar la presión a que se ve sometido para dar ese paso para el que no se siente preparado.

La inseguridad y el temor a asumir el rol de padre se puede constatar hasta en el tipo de **actos de habla** con los que este lector presenta lo que para él se torna en una situación problemática; se sirve de actos de habla de tipo representativo desde el principio hasta el final de su intervención, y no osa ni a solicitar asesoramiento con lo que es la forma canónica en este género, los actos de habla directivos con fuerza

ilocutiva de pregunta, ya sean expresados directa o indirectamente (v.gr. *Part of me knows that this [fathering] is the next step in our relationship, but I'm terrified*). Como ya se ha adelantado, la presentación del estado de cosas que le inquieta, esto es, la insistencia de su pareja en que traigan al mundo a un hijo, y la confesión de la turbación que esta posibilidad le produce, permiten *inferir*<sup>227</sup> su necesidad de consejo para superar esta angustia. En efecto, tampoco se le indica al lector las pautas de conducta que adoptar para vencer sus miedos por medio de actos de habla directivos, como abundan en el género de los consultorios de la prensa, sino que, tras la presentación del temor de este joven como normal y común entre los hombres, su solución se plantea asimismo por parte del asesor de *Later* a través de actos de habla representativos (v.gr. *...but it all boils down to whether you have the courage to overcome this uncertainty, as there will never be a right time to have a baby; to be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men*), de donde el lector pueda igualmente inferir el consejo a aplicarse. Obviamente, esto resulta menos traumático para este apocado varón que una lista de mandatos e imposiciones que poner en práctica.

A este respecto, hay que reflejar otros aspectos léxicos, gramaticales y de **coherencia local** del texto que contribuyen a esta idea de dar consejo sin que el lector se llegue a sentir abrumado por el tono coercitivo:

- El empleo de la pasiva para ocultar la agencialidad (*Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signal a man's maturity*);
- La extensión del miedo del lector a un amplio número de hombres mediante los cuantificadores *a lot of* y *a large number of* (*A lot of men panic...; A surprisingly large number of men walk out of relationships...*);
- La utilización impersonal del pronombre *you* (*...But it all boils down to whether you have the courage to overcome these fears*);
- El uso del pronombre de segunda personal del plural *us* [*we*] con carácter inclusivo como estrategia de solidaridad del asesor con un lector que pueda hacerse así a la idea de que su “problema” no es sólo suyo (*To be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men*).

---

<sup>227</sup> Las implicaturas que se ponen en juego en este texto, y que ya hemos abordado, no son sino una forma de inferencia: “An INFERENCE is any conclusion that one is reasonably entitled to draw from a sentence or utterance [...] Implicature, is another kind of inference” (Hurford y Heasley, 1983: 279-280).

La aparición de contracciones (*I'm terrified; I'm not ready yet;*), *phrasal verbs* (*growing up; walk out of relationships; but it all boils down to whether...*), y otros coloquialismos (*...dropping very unobtrusive hints; lads*), otorgan un cierto tono informal a la construcción del discurso sobre lo masculino que se lleva a cabo en esta sección de consulta de *Later*. Ello es fruto, sin duda, del tipo de relación de complicidad y empatía y del sistema de valores compartido que los editores de esta sección desean crear entre su público de hombres lectores.

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

Huelga decir que las interpretaciones contextuales del lector y el asesor de la revista son del todo distintas, ya que, si bien el lector se siente tan superado por su problema que no se atreve siquiera a pedir consejo abiertamente para solucionarlo –sólo describe su ansiedad–, desde la revista se tratará de minimizarlo, mostrando este malestar como propio de muchos otros hombres, al tiempo que se desmitifica el problema haciéndole ver en las causas del mismo sus posibles soluciones. Sin embargo, la mayor diferencia de interpretación contextual no es tanto la que se da entre el lector y el consejero de la sección de consulta, sino la que hay entre este hombre y su novia, pues lo que él estima como altamente turbador –el tener un hijo– no es sino algo totalmente natural y deseable para su pareja. La interpretación del hecho de ser padres que hacen uno y otra son así radicalmente distintas, hasta el punto de desencadenar una auténtica crisis de identidad en el lector que se pone en contacto con la página de consulta de *Later*.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

La determinación social del discurso de este texto viene dada por las pugnas en las **relaciones de poder** entre hombres y mujeres en el nivel situacional –el dirimir a quién le corresponde tomar decisiones en momentos puntuales–; institucional –en el seno de la convivencia en pareja, donde se plantea el momento de la paternidad–; y en el de la sociedad británica contemporánea en su conjunto. La matriz social de este discurso vendría condicionada, pues, por un cambiante orden social caracterizado por el mayor acceso al poder de las mujeres y la progresiva pérdida del mismo entre los hombres, lo cual se pone de manifiesto en lo costoso que a éstos les resulta el cumplir con las exigencias de aquéllas. Así, algo tan natural como la paternidad acaba

convirtiéndose para los varones, cuando se les impone a modo de exigencia de sus parejas, en una amenaza para su identidad de género, dado, por ejemplo, el riesgo de tener que renunciar a otras posibles parejas sexuales con que poder demostrar su virilidad, o el peligro de fracasar como padres.

### ***III. 2. Ideologías***

El discurso de esta muestra nos permite distinguir la presencia de una doble ideología en conflicto. En primer lugar, aflora un constructo ideológico ligado a un tipo de hombre dispuesto a tener cada vez más en cuenta los deseos de las mujeres, deseos que tradicionalmente le habían sido ajenos en aras de un egocentrismo basado en el ejercicio de su rol hegemónico y patriarcal; es ésta la ideología que desde la réplica del asesor de la revista se trata de fomentar en el lector. Ahora bien, éste se debate entre la adopción de esta ideología –que incorpora los aspectos de atención a las exigencias femeninas que en el Reino Unido ha definido al *New Man*– y una ideología antagónica basada en el mantenimiento de los preceptos hegemónicos tradicionales, postura ésta en clara desventaja si se tienen en cuenta la presión de una parte del propio lector, su novia y el consejo mismo del experto de esta sección de consulta.

### ***III. 3. Efectos***

La posición del discurso de esta sección de la revista masculina *Later* en el conjunto de las **luchas de poder** entre hombres y mujeres vendría a potenciar una mayor atención entre los varones hacia las expectativas y necesidades de las mujeres; por ejemplo, accediendo a los deseos maternales de éstas aun cuando ello signifique tener que vencer los propios miedos y el más absoluto egocentrismo.

Bajo una forma de **discurso normativo**, en el que se presenta a los lectores una situación familiar y nada problemática como es el hecho de que un varón exprese en el consultorio de una publicación dirigida a hombres como él sus recelos hacia el hecho de ser padre y busque solución para los mismos, se oculta una **lucha social encubierta** entre hombres y mujeres, donde lo que realmente se está dirimiendo es la hegemonía social de los unos o las otras. Esta lucha se manifiesta en situaciones tan aparentemente sencillas como es el determinar quién tiene la última palabra en la toma de decisiones tan poco trascendentales en apariencia como es el hecho de decidir el momento de ser padres en el curso de la convivencia en pareja.

Este discurso favorece, por lo tanto, la modificación de todo ejercicio hegemónico del poder por parte de los hombres, potenciando el equilibrio de poderes entre ambos sexos en la sociedad del Reino Unido del cambio de milenio.

**TEXTO 8: Later, septiembre 1999, p. 26.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

Los **esquemas de clasificación** del léxico de este fragmento tienen que ver, por una parte, con la preocupación por el aspecto físico personal (*spend more time in front of the mirror; worrying about how I look; look good* [tres veces]). Por otra parte, e íntimamente relacionado con el primer esquema de clasificación léxica, existe otro relativo al narcisismo en que caen muchos hombres a raíz de su excesivo celo por la imagen personal (*vain; narcissistic men; the story of Narcissus; falling in love with his reflection*), y los efectos negativos de esta forma de egoísmo (*a real turn off; vain; condemned to isolation; love themselves*). En este sentido, hay que resaltar la cierta relación de **antonimia** (*Are you making yourself look good for her or for yourself?*) cuando lo que se plantea es si este lector se cuida para su novia o para él mismo en tanto que entidades opuestas.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Hemos de destacar el valor relacional que cobra el empleo de los comparativos (*My girlfriend says I spend more time in front of the mirror than she does; they [narcissistic men] can never love them [women] as much as they love themselves*), que viene a dejar traslucir la dinámica en que ha entrado el joven que escribe a este consultorio de cuidar el aspecto personal a toda costa.

La utilización dos veces del término *girlfriend* evidencia la perspectiva femenina en la relación de pareja y sus exigencias para con el cuidado personal de los hombres. En este sentido, el empleo del sustantivo *a real turn off*, con que la novia califica el exceso cuidado por lo personal de su novio, y del verbo *walk out on* (*Narcissistic men*), para referirse al abandono a que eventualmente someten las mujeres a este tipo de hombres, nos darán las pistas para entender el rechazo que en las mujeres produce la atención por la estética personal llevada hasta sus últimas consecuencias entre algunos varones. Así pues, el aislamiento personal como resultado nefasto de este celo extremo por la propia imagen queda plasmado en la expresión *condemned to isolation*.

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

En primer lugar, resulta significativa la utilización dos veces del sustantivo *problem*, tanto para realizar la consulta de este lector (*What's the problem?*) como al identificar el asesor de la sección el conflicto que le atañe (*Your problem can be broken*

*down in two parts*). Esto nos da idea de que el mismo hombre que se sirve del consultorio de *Later* ha sido capaz de identificar el carácter especialmente traumático y acuciante del estado de cosas para el que pide asesoramiento. En segundo lugar, cabe resaltar la idea de la excesiva preocupación por el aspecto físico personal, que desde la respuesta del responsable del consultorio se evalúa peyorativamente por medio de la expresión *make too much of a fuss*. En tercer lugar, el recurrir al mito de Narciso (*the story of Narcissus*) por parte del consejero de la revista resulta suficientemente expresivo de la obsesión malsana de este joven que se quiere más a sí mismo –y a su aspecto físico– que a su propia novia.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

No se han constatado.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

En lo que se refiere a la estructuración de los **procesos verbales** en la muestra aquí analizada, hemos de hacer una clara diferencia entre la pregunta y la respuesta de que se compone esta consulta. De un lado, en la pregunta llama la atención la escasez de procesos materiales –al margen de la acción principal de este lector de pasarse su tiempo frente al espejo (*...that I spend more time in front of the mirror...than she does*)–, si bien no falta algún proceso de comportamiento para describir igualmente esta conducta (*...worrying about how I look*)<sup>228</sup>. El lector organiza su turno de palabra por medio de procesos verbales de tipo verbal con los que hacerse eco de las insinuaciones de su novia de que se preocupa en exceso por su imagen (*My girlfriend told me that...; she says that...*); procesos relacionales con los que se evalúa esta actitud (*...how I look; ...it's a real turn off...; ...that I'm so vain; ...the fact that I look good; so what's the problem?*); y procesos mentales que dan cumplida cuenta de la dimensión emocional de esta actitud en la pareja (*I know she also likes...*). Por el contrario, en la respuesta del asesor de esta revista se van a multiplicar los procesos materiales que van a recalcar lo que se estima como un modo erróneo de obrar, sus indeseables consecuencias y los medios necesarios para evitarlas (*Your problem can be broken down in two arts; ...If you make too much of a fuss about it; ...he was condemned to isolation; many women give up on narcissistic men; So be warned*). La reflexión sobre los resultados

---

<sup>228</sup> Recordemos que, para Halliday, los procesos de comportamiento se encuentran en la frontera de los materiales y los mentales: “They are partly like the material and partly like the mental” (1994: 139).



emocionales de este conflicto justifica la aparición de diversos procesos mentales (*First of all maybe your girlfriend likes you...; ...by falling in love with his reflection; ...as they feel that they can never love them as much as they love themselves); mientras que la descripción de diversas circunstancias de esta actitud lleva al empleo de algún que otro proceso relacional (...you looking good; Are you making yourself look<sup>229</sup> good for her or for yourself?; *The sad part of the story of Narcissus was that...*).*

Aunque **los procesos son siempre lo que parecen**, existe algún caso en el que la **agencialidad** no está del todo clara. Así, dejando de lado algún caso de ligera **sustantivación** que no es especialmente relevante desde un punto de vista ideológico (...*by falling in love with his reflection he was condemned to isolation*), sí que hay que llamar la atención sobre el empleo de la **pasiva** como estrategia de ocultación de la agencialidad en tres casos (*Your problem can be broken down in two parts; So be warned; And by falling in love with his reflection he was condemned to isolation*). El dar un tono impersonal a estas afirmaciones, sin indicar quién es el agente de estos procesos verbales, es un modo de minimizar el problema de este lector de tal modo que no se sienta alarmado sobremanera por las posibles consecuencias negativas de su modo de obrar. Así, no se dice de modo explícito quién condenó a Narciso a la más absoluta soledad. De igual manera, el asesor de la sección de consulta, y por ende la revista a la que pertenece, se distancia de los juicios de valor que efectúan sobre el lector al tratar su problema y aconsejarle que se ande con ojo. Esto ha de entenderse en tanto que estrategia de solidaridad de la revista para con un público de lectores al que se quiere adoctrinar sin inquietarlos hasta el punto de hacer que éstos ignoren por completo unos consejos que podrían producirles nuevos conflictos emocionales relativos a sus identidades de género en vez de ayudar a mitigar los ya existentes.

En lo tocante al empleo de la **negación** en este fragmento, tal y como afirma Fairclough, “negative sentences carry special types of presupposition which also work intertextually, incorporating other texts only in order to contest them or reject them” (1992a: 121-122). Así, cuando el asesor de esta sección postula que puede ser que a la novia del lector le guste que éste tenga buen aspecto físico pero no si lo exagera demasiado (*First, maybe your girlfriend likes you looking good, but not if you make too much of a fuss about it*), el mismo asesor está *presuponiendo* que el joven varón que escribe a esta sección está obsesionado por el cuidado de su aspecto personal. Por medio

---

<sup>229</sup> El proceso relacional (*look*) aparece inserto dentro de la estructura verbal causativa que introduce *make* (Halliday, 1994: 171).

de esta presuposición, evita el hacerle este comentario directamente para que no se sienta quizás ofendido, lo que responde, una vez más, a la sutileza con que se aconseja el cambio de actitudes desde esta publicación entre sus lectores. De hecho, la afirmación en que se escuda el lector de que tal preocupación por la apariencia personal obedece al gusto de su propia novia por esto mismo aparece matizada por el adverbio *maybe*, la conjunción adversativa *but* y la condicional *if*<sup>230</sup>. En esta misma línea, cuando el consejero del consultorio manifiesta que hay mujeres que acaban abandonando a sus parejas al llegar a la conclusión de que su narcisismo nunca les permitirá quererlas tanto como se quieren a sí mismos (*Many women give up on narcissistic men, as they feel they can never love them as much as they love themselves*), la negación de nuevo está presuponiendo la existencia del tipo de hombre más preocupado por sí mismo y su imagen que por su novia o esposa; con ello se llama la atención del lector haciéndole ver que es muy probable que su problema sea éste, tanto más cuanto que, acto seguido, el asesor le exhorta a que esté atento a esta posibilidad (*So be warned*).

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Aunque el análisis de este texto demuestra un predominio absoluto del **modo** declarativo (v.gr. *My girlfriend told me I spend more time in front of the mirror worrying about how I look than she does; She says it's a real turn off that I'm so vain; your problem can be broken down into two parts; etc.*), no van a faltar ejemplos de otros modos. Así ocurre con el modo interrogativo, tanto en la intervención del lector, tal y como resulta usual en el género de los consultorios para solicitar asesoramiento (*So what's the problem?*), como en la respuesta del asesor de esta sección (*Are you making yourself look good for her or for yourself?*). En este segundo caso, el responsable de la sección está ejerciendo una estrategia de poder para con el lector al utilizar el modo interrogativo con el fin de hacerle reflexionar sobre las razones que le llevan a cuidar tanto su aspecto físico, es decir, la respuesta a la pregunta formulada. Este intento de ejercer la posición de poder que otorga el ser depositario del asesoramiento que necesitan los lectores que se ponen en contacto con esta revista lleva al experto de esta sección de *Later* a servirse del modo imperativo para avisar con total claridad a este

---

<sup>230</sup> No ha de entenderse el matiz de duda que incorpora la presencia de una condicional como un obstáculo para que se obtenga la presuposición correspondiente, tal y como entiende Levinson cuando afirma: "Presuppositions tend to survive in disjunctions and *conditionals*" (1983: 196 [cursiva nuestra]).

hombre de los posibles perjuicios que le puede acarrear el prolongar una actitud tan narcisista en su relación de pareja (*So be warned*).

Hay que llamar la atención sobre la cantidad de veces que desde la respuesta se utiliza el pronombre de segunda persona del singular **YOU** para apelar directamente al joven lector destinatario de los consejos propuestos (*Your problem can be broken down into two different parts; Maybe your girlfriend likes you looking good but not if you make too much of a fuss about it; Are you making yourself looking good for her or for yourself?*). Mientras que hay veces en que, desde las respuestas a los lectores, asistimos a un tono impersonal que evita la realización de mención alguna a la persona que ha formulado la consulta concreta utilizándose ésta para generalizar lo más posible sobre el caso propuesto, en este caso se aprecia todo lo contrario, es decir, una constante referencia al lector que ha escrito de modo que éste tome plena conciencia de lo imperativo que resulta su cambio de actitud respecto a su imagen personal si quiere conservar a su pareja.

Esta cierta insistencia sobre lo indispensable que resulta que este joven no se centre tan egocéntricamente en su imagen personal, si ello repercute en descuidar a su novia, no va acompañada de la utilización de formas de **modalidad relacional** con que marcar esta obligación; la única excepción la constituye el imperativo que cierra el consejo del experto de la columna a su lector y cliente (*So be warned*). De hecho, como hemos apuntado a propósito de la agencialidad, la negación o los modos, se ha optado por no atosigar excesivamente al lector con los exhortos que lleva a cabo el asesor de la revista con el fin de que no acabara ignorándolos completamente en vez de ponerlos en práctica. Siguiendo este precepto, las formas de **modalidad expresiva** en el fragmento vienen a relativizar ciertas aseveraciones que no se presentan como categóricas sino matizadas para evitar que puedan llegar a resultar traumáticas. En este sentido, el problema del lector (*Your problem can be broken down into two different parts*) y sus eventuales resultados (*Many women give up on narcissistic men as they feel they can never love them as much as they love themselves*)<sup>231</sup> se construyen dentro del campo de lo posible, pero no seguro, por medio del auxiliar modal epistémico *can*. De acuerdo con esto, el lector utiliza el escudo de que su esmero por mantener una imagen personal

---

<sup>231</sup> *Can* admite en este ejemplo la interpretación de un doble funcionamiento que expresa el matiz de habilidad además del de posibilidad. Quirk *et al.* ya se hacen eco de lo difícil que en ocasiones resulta discernir la frontera entre los valores de habilidad y posibilidad de este auxiliar modal y su correspondiente forma de pasado *could*: “The ‘ability’ meaning of *can/could* can be considered a special

perfecta responde en gran parte a que es a su propia novia a quien le gusta que presente este aspecto; sin embargo, esta afirmación aparece matizada por parte del asesor gracias al adverbio *maybe* (*First, maybe your girlfriend likes you looking good...*), con lo que, de algún modo, se pone en duda el convencimiento del joven al respecto<sup>232</sup>.

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

Diversos elementos de la **cohesión textual** del fragmento adquirirán un valor ideológico destacado. En lo referente al uso de **conectores**, hay que reseñar, en primer lugar, el valor que cobran los comparativos, tanto de superioridad (*My girlfriend told me that I spend more time in front of the mirror and worrying about how I look than she does*) como de igualdad (*Many women give up on narcissistic men, as they feel they can never love them as much as they love themselves*), como reflejo textual de la suerte de relación de competitividad en que éste y otros hombres llegan a entrar con sus novias y esposas en el cuidado de la estética personal. En segundo lugar, cabe destacar el empleo de la conjunción adversativa *but*, tanto en la respuesta del asesor, que, con su valor de oposición o contrariedad, sirve para expresar a hombres como este lector lo dificultoso de mantener un equilibrio entre el cuidado del aspecto físico personal sin caer en el más puro narcisismo (*Maybe your girlfriend likes you looking good but not if you make too much of a fuss about it*). Ese mismo matiz de oposición o contrariedad lo encontramos a propósito del empleo de *but* no ya como conjunción coordinante adversativa, sino como marcador discursivo<sup>233</sup>, en la pregunta del anónimo lector (*She says it's a real turn off that I'm so vain. But I know she also likes the fact that I look good*). En tercer lugar, sobresale la presencia de conectores causales desde la respuesta que el asesor de *Later* le ofrece al lector dentro de un proceso donde se le argumentan las fatales consecuencias que una actitud tan egoísta como la suya puede tener sobre la vida en pareja; así ocurre con el tono conclusivo del marcador discursivo *so* al final de la argumentación del asesor (*So be warned*), y con la explicación de las razones por las que las mujeres renuncian a sus novios o maridos cuando se percatan de que nunca llegarán a amarlas tanto como a sí mismos (*Many women give up on narcissistic men as*

---

case of the 'possibility' meaning, viz one in which the possibility of an action is due to some skill or capability on the part of the subject referent" (1985: 222).

<sup>232</sup> Nótese el tono conversacional e informal, propio del género de los consultorios en revistas para hombres, que imprime el uso de *maybe* en lugar de *perhaps*, tal y como señala Swan: "These two words mean almost exactly the same. *Maybe* is common in informal, conversational English, but is not used so often in a formal style" (1980: 384).

<sup>233</sup> "Although *but* is a discourse coordinator (like *and*), it has a very different pragmatic effect: *but* marks an upcoming unit as a contrasting action" (Schiffrin, 1987: 152).

*they feel they can never love them as much as they love themselves*)<sup>234</sup>. Esta conexión causal se da, pues, tanto en el nivel de las relaciones lógicas entre cláusulas dentro de una misma oración por subordinación, como entre las relaciones lógicas entre distintas oraciones<sup>235</sup>. Precisamente, el tono argumentativo que adopta la respuesta del consejero de esta revista al abordar las raíces del problema y sus consecuencias, lleva a la utilización de *first* como marcador discursivo de organización del fragmento textual (Halliday y Hasan, 1989: 264) en que se trata de explicar al lector la naturaleza de su problema (*Your problem can be broken down into two different parts. First, maybe your girlfriend likes you looking good, but not if you make too much of a fuss about it. This leads to the second part of the problem*).

Aparte de las cláusulas **subordinadas** comparativas (*My girlfriend told me that I spend **more** time in front of the mirror and worrying about how I look **than** she does; ... they feel they can never love them **as much as** they love themselves*), y de la adverbial causal (*Many women give up on narcissistic men **as** they feel they can never love them **as much as** they love themselves*) ya apuntada, la subordinación se hace patente en el fragmento en otras proposiciones, entre las que cabe destacar por su valor ideológico:

- cláusulas subordinadas adverbiales consecutivas (*But I also know she also likes the fact that I look good, **so** what's the problem?*). Con ésta, el lector trata de inferir el origen del problema que su novia tiene con él después de haber considerado todos sus argumentos;
- cláusulas subordinadas adverbiales condicionales, como la siguiente, con la que el asesor trata de acotar hasta qué punto la novia de este lector está dispuesta a admitir su preocupación por la estética personal (*Maybe your girlfriend likes you looking good, but not if you make too much of a fuss about it [subordinada respecto al sujeto y verbo elididos de su proposición principal: ...but (she does) not (like you) if...]*);

---

<sup>234</sup> Obsérvese la utilización de *as* en tanto que conjunción subordinante causal donde la frontera entre lo estrictamente causal y lo temporal queda difuminada: "It is a testimony of the close and obvious connection between reason and temporal sequence that *as* and *since* are conjunctions of time as well as of cause. This dual function can give rise to ambiguity" (Quirk *et al.*, 1985: 1105).

<sup>235</sup> Tal y como se expone más detalladamente en el apartado 1.2.3. del análisis del texto 1, según Winter (1977: 14-15), existe una diferencia entre los conectores que en la lengua inglesa marcan relaciones lógicas que se dan entre cláusulas dentro de una misma oración por subordinación (*subordinators*) y los que dan cuenta de relaciones lógicas entre distintas oraciones independientes (*sentence connectors*). Winter deja al margen los nexos coordinantes, que se aproximarían a los nexos subordinantes, y cuya diferencia ya se ha explicado. En su compleja clasificación, *as* forma parte de los conectores subordinantes, y *so*, de los conectores oracionales. Estos segundos constituyen lo que diversos autores han venido a calificar como *marcadores* y *conectores*, como apuntan Calsamiglia y Tusón (1999: 245).

- cláusulas subordinadas adverbiales introducidas por un verbo en forma no finita (... *I spend more time in front of the mirror and worrying about how I look than she does* [cláusula subordinada adverbial respecto a *spend*]), que da cuenta del modo en que el lector pasa su tiempo.

En lo que respecta a la **coordinación**, al margen del empleo ya reseñado de la conjunción adversativa *but* en la respuesta del lector (*Maybe your girlfriend likes you looking good but not if you make too much of a fuss about it*), no cabe señalar ningún otro caso. Existe, eso sí, un caso de utilización del marcador discursivo –que no conjunción– *but* con significado adversativo, tal y como hemos visto también. Asimismo, hay un caso en que la conjunción *and* coordina copulativamente no dos cláusulas, sino un sintagma preposicional y una cláusula (*My girlfriend told me that I spend more time **in front of the mirror** [sintagma preposicional] and worrying about how I look [cláusula de participio en –ing] than she does*). Este papel relativamente reducido de la coordinación respecto a la subordinación en el fragmento nos da idea de la elaboración con que el lector presenta su problema, y también de los argumentos esgrimidos por su asesor para intentar ayudarle.

El alcance del exceso mimo con que el joven lector se preocupa de su aspecto personal da lugar a graves conflictos para ambos miembros de la pareja que forman él y su novia, lo que da cuenta de la riqueza de procedimientos de **referencia** en el fragmento (v.g. *My girlfriend told me that I spend more time in front of the mirror and worrying about how I look than she does; Are you making yourself look good for her or for yourself?; Many women give up on narcissistic men as they can never love them as much as they love themselves*). Existen asimismo casos de **elipsis** (*Maybe your girlfriend likes you looking good but [she does] not [like you looking good] if you make too much of a fuss about it*), donde la elisión nominal del sujeto (*your girlfriend*) y de la acción verbal correspondiente (*el que le guste que su novio tenga un buen aspecto físico*) contribuye a que la cláusula coordinada adversativa quede reducida a la negación de toda exageración de este comportamiento egocéntrico del lector. Ideológicamente, esto supone un modo de hacer al lector consciente de que la responsabilidad de sus problemas de pareja es suya, y no de su novia.

La **sustitución** verbal (*My girlfriend told me that I spend more time in front of the mirror and worrying about how I look than she does*), en que el auxiliary *does* sustituye en la cláusula adverbial comparativa a la acción verbal de la cláusula principal deja claro que se está comparando a los dos sujetos –ambos miembros de la pareja– ante

la misma acción verbal de prestar cuidado al aspecto personal<sup>236</sup>. Esto implica que para la novia del lector no es ya tan importante que su pareja le preste poca atención, sino que estén compitiendo ante una misma acción, el hecho de preocuparse por la apariencia personal. La queja de la novia lleva implícita la sorpresa ante este comportamiento de su novio en tanto que apropiación de una actitud más propia de la feminidad que de la masculinidad.

Finalmente, respecto a la **cohesión léxica**, hay que apuntar los casos de reiteración de diversos vocablos como *problem* (tres veces), *girlfriend* (dos veces) y *look good* (tres veces), que reproducen tres dimensiones ideológicamente problemáticas para este lector: su vida en pareja, la preocupación por el aspecto físico, y los problemas derivados de ello. La colocación *spend (more) time* arroja luz sobre el origen de esta problemática conyugal.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

Aunque es éste un recurso característico de la conversación, la estructura de interacción oral reducida de este género permite detenerse sobre la **reformulación** que el experto en consejo de este consultorio lleva a cabo de la cuestión planteada por el hombre que utiliza los servicios de esta sección, puesto que dicho asesor pasa a explicar detenidamente la naturaleza y consecuencias de un conflicto cuya razón de ser ni tan siquiera alcanza a ver el joven varón que plantea este tema.

#### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura textual del fragmento analizado corresponde al modelo típico de organización textual del género de los consultorios en la prensa escrita. En la sección de pregunta un lector plantea las discrepancias con su novia sobre lo que ella estima como un cuidado extremo por su apariencia personal; y pide al responsable del consultorio que le ayude a identificar el problema, que él no ve. Acto seguido, aparece la respuesta del asesor, donde se describe cuál es el problema, estableciendo una analogía con el mito de Narciso, y se le aconseja al lector que tome ejemplo y no caiga en el egocentrismo de la excesiva preocupación por la propia imagen.

---

<sup>236</sup> Obsérvese, según el caso propuesto por Quirk *et al.* (1985: 1132), la ambigüedad que se hubiera creado si, en vez del pronombre sujeto y el auxiliar, se hubiera empleado el pronombre complemento *her* como segundo término de la comparación (*...that I spend more time in front of the mirror than her*), donde se podría entender que este hombre pasa más tiempo enfrente del espejo que de ella. Así queda claro que se están comparando los sujetos de las dos cláusulas de la oración comparativa.

La macroestructura de base en que se encuadra este fragmento es de tipo dialogal, de acuerdo con las convenciones del género al que pertenece, con dos subsecciones diferenciadas de pregunta y respuesta que vienen a conformar un pseudo diálogo reducido a su expresión mínima entre el lector y el asesor de una columna de consejos. Ahora bien, pregunta y respuesta presentan características bien marcadas de otros tipos textuales. La pregunta del lector anónimo cobra un tono argumentativo claro. Este hombre parte de una **premisa inicial**, la acusación de su novia de que pasa más tiempo cuidando de su aspecto personal que ella misma (*My girlfriend told me I spend more time in front of the mirror worrying about how I look than she does*). Añade un **argumento de apoyo** (*She says it's a real turn off that I'm so vain*) y otro de **refutación** (*But I know she also likes the fact that I look good*). Y finaliza con una pregunta en que, a modo de **conclusión**, solicita a un experto que le aclare un problema que no acaba de entender (*So what's the problem?*). Por otro lado, al objeto de explicarle dicho problema, el asesor de *Later* adopta una estrategia explicativa en su respuesta según el siguiente esquema:

- **Pe0.** Presentación de un estado inicial de cosas en que aparece un objeto oscuro e ininteligible, esto es, la naturaleza del problema del lector (*Your problem can be broken down into two parts*);
- **Pe1.** Problematización implícita de este objeto inicial ininteligible;
- **Pe2.** Recorrido explicativo propiamente dicho en que se expone el problema en sí. La exposición de este problema adopta un matiz argumentativo –obsérvese el modo en que se marca la argumentación por marcadores como *First... the second part of the problem ... so...–, clasificándolo en dos partes principales y añadiéndose una analogía con el mito de Narciso<sup>237</sup> (*First, maybe your girlfriend likes you looking good but not if you make too much of a fuss about it. This leads onto the second part of the problem. Are you making yourself look good for your girlfriend or for yourself? The sad part of the story of Narcissus was that by falling in love with his reflection he was condemned to isolation*);*
- **Pe3.** Se concluye con la explicación del problema y evaluando los posibles resultados del mismo en la vida futura del lector (*Many women give up on narcissistic men as they feel they can never love them as much as they love themselves. So be warned*).

---

<sup>237</sup> Respecto a la utilización de la clasificación y la analogía en la proposición explicativa 2 de las secuencias explicativas, apuntan Calsamiglia y Tusón: “Una vez problematizada la cuestión (**Pe1**) se activa un proceso explicativo que se realiza concretamente en la **Pe2** a través de estrategias discursivas a



## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

A la hora de determinar el papel del contexto situacional en la interpretación del discurso que se conforma en la muestra textual aquí considerada, nos serviremos de los siguientes factores de análisis:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** principales que se evidencian en este fragmento del consultorio de *Later* consisten en el hecho de solicitar consejo el hombre que escribe a esta sección sobre el porqué de las acusaciones de su novia sobre el tiempo que se pasa enfrente del espejo, así como el hecho mismo de dar consejo el asesor al varón que utiliza este consultorio. Las acusaciones verbales de la novia del lector sobre la importancia que éste concede a su apariencia constituyen otra importante actividad en sí misma.

El **tópico** fundamental de esta interacción verbal es sin duda el narcisismo en que caen varones como el protagonista de esta consulta como resultado de la importancia que en sus vidas cobra el cuidado del aspecto personal, y las quejas de sus parejas al sentirse ellas menos importantes para sus compañeros que el cuidado que éstos conceden a su apariencia personal.

El **propósito** comunicativo esencial de esta muestra del consultorio de esta revista radica en su función como vehículo de asesoramiento para los lectores que escriben y leen esta sección. A partir de éste, emana un propósito secundario de los editores de la publicación de dar un toque de atención no sólo a quien escribe en esta consulta sino a todos los lectores de esta sección de la revista sobre los peligros que para la supervivencia de las relaciones de pareja puede suponer el llevar demasiado lejos la preocupación por la imagen y el aspecto físico personal, dados los celos que ello puede despertar en novias y esposas que se vean así menos importantes que esta faceta de sus parejas.

##### **2) ¿Quién participa?**

Al margen del lector anónimo que escribe al consultorio de *Later* y de su asesor, Alan Percy, hay que tener en cuenta a la novia de aquél, que le lleva a escribir a Alan

---

las que corresponden unos determinados procedimientos, específicos de esta secuencia: la *definición*, la *clasificación*, la *ejemplificación*, la *analogía*, la *citación*.” (1999: 309).

Percy para que le ayude a solucionar sus conflictos de pareja. No podemos dejar de lado a la pluralidad de lectores de la revista, y en particular del consultorio del número de septiembre de 1999 en que aparece incluido; ni a los editores de esta sección de *Later*.

### 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre el lector y Alan Percy se caracteriza por el tono neutro del intercambio comunicativo que define al género de los consultorios en periódicos y revistas. Sin embargo, sorprende la distancia entre el varón que aquí escribe y su novia, pues, en vez de discutir abiertamente su problema e incomodidad con los comentarios que ella hace, ha optado por confiar en el consultorio de una publicación de interés general para hombres como la revista británica *Later*.

### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

El lenguaje cumple, en primer lugar, una **función instrumental** que permite la comunicación entre el usuario de esta sección de consulta y su asesor. Al mismo tiempo, la función de identidad del lenguaje de este fragmento surge de la conformación del modelo de masculinidad que se fomenta entre los lectores de esta sección. Los rasgos que se promueven entre los hombres tendentes a valorar el aspecto personal y el tiempo que se le otorga en su justa medida vienen a construir un modelo ideológico que da cuenta de la **función ideacional** del lenguaje de este texto. Finalmente, dado que este constructo ideológico tiene su razón de ser en la relación de los hombres con los demás, y especialmente con sus compañeras sentimentales, el lenguaje viene a desempeñar una **función relacional** en esta muestra.

## **B. Contexto intertextual**

La **serie histórica** en que se inscribe el presente texto está definida por la creciente atención que durante los dos últimos decenios se está produciendo entre los hombres por la faceta de su estética personal, durante largo tiempo connotada con los valores de la feminidad más que los de la masculinidad. El fragmento queda así inscrito en la tendencia generalizada entre cada vez más hombres a dar un papel central al mantenimiento de un aspecto juvenil, de lo es prueba el creciente mercado de productos al respecto: “An explosive market economy has begun to prey upon male anxieties about growing older and losing that self-defining macho glamour” (Goldstein, 1994: x).

Junto a esta primera serie, el texto se encuadra dentro de una segunda serie histórica correspondiente a la ansiedad e inseguridad que entre los hombres despierta el tener que hacer frente a nuevas exigencias sociales que a veces se oponen a los

parámetros tradicionales del rol de género masculino; éste es el caso de las exigencias de una economía de mercado de naturaleza consumista que impone entre los hombres nuevos modelos de masculinidad, más centrada sobre aspectos como la estética personal. Las revistas para hombres como *Later* vienen así a dar cauce a esta desorientación de muchos varones, y ofrecen modelos a emular, tal y como han puesto de manifiesto en su aproximación al nuevo mercado de revistas para hombres en Gran Bretaña Jackson, Brooks y Stevenson:

*As men are encouraged to 'open up' previously repressed aspects of their masculinity they face a growing sense of anxiety and risk to which the magazines have responded by providing a form of 'constructed certitude' ... which gives men the discursive resources to handle their changing circumstances and experiences (1999: 366-67).*

Aunque ya hemos analizado buena parte de las **presuposiciones** del texto al abordar las negaciones, hay que decir que, a fuerza de cargar las tintas en la responsabilidad de los hombres ante las dramáticas consecuencias que su mucha atención por la estética personal puede acarrear, la interpretación textual resultaría injusta si no nos hiciéramos eco del esfuerzo de muchos varones por vigilar esta faceta suya en atención a los deseos de sus parejas. Algunos enunciados (*But I also know she also likes the fact that I look good, o Maybe your girlfriend likes you looking good, but not if you make too much of a fuss about it*) presuponen así la existencia de mujeres a las que les gusta precisamente que sus parejas cuiden la dimensión del aspecto físico y la imagen.

En el contexto intertextual, resulta básica la alusión al personaje mítico de Narciso para explicarle al lector el porqué de las acusaciones de su novia. Aunque nunca lo tildará explícitamente de narcisista el asesor de la revista, el relato del mito de Narciso en lo que se supone la respuesta a su problema personal permite al lector que escribe a este consultorio –y a la pluralidad de otros varones lectores de esta revista– inferir que su problema es también el cierto narcisismo en que ha caído. Tras contársele la historia de este personaje de la Antigüedad Clásica, se concluye –por medio del nexo subordinante consecutivo *so* (*So be warned!*)<sup>238</sup>– avisándole del riesgo de correr la misma suerte que este personaje mitológico. Se puede comprender el papel de esta alusión clásica en la respuesta al lector a partir de la teoría de las **implicaturas**. El lector a quien se dirige el consejo –y la pluralidad de otros lectores de la revista– entenderán

---

<sup>238</sup> Como indican Quirk *et al.*, “Clauses of result are introduced by the subordinators *so that* <formal> and *so*” (1985: 1108).

que la aparente ruptura de la *máxima de relevancia* que lleva a cabo el asesor, al relacionar el problema de este hombre con este mito, no es tal, y que, fiel al principio cooperativo, el asesor sabe que sus lectores sacarán la implicatura de que ambos casos están relacionados y por eso se da tal ejemplo como consejo para éste y otros varones excesivamente preocupados de su imagen.

## **II. 2. Tipo/s de Discurso**

La consulta del lector que escribe a *Later* y la respuesta del asesor de esta sección vienen a construir un tipo de discurso sobre la masculinidad donde la dimensión de la estética y el aspecto personal se exageran hasta caer en el puro narcisismo. El discurso representa asimismo los nefastos resultados que sobre la vida conyugal puede tener este *modus operandi* masculino, toda vez que el mayor papel de la estética personal entre los varones conlleva la incomodidad de las novias o esposas, que ven como la atención de sus esposos se desvía desde ellas hacia sí mismos. Una vez más, este tipo de discurso se construye por medio de rasgos propios de los discursos del asesoramiento, cuya naturaleza primordialmente privada se rompe aquí con la adopción de un formato epistolar básico que, al quedar insertado en una publicación periódica, adquiere la difusión que caracteriza al discurso periodístico.

Podemos analizar ciertos rasgos de la **coherencia global** del fragmento que evidencian el papel esencial de lo estético en la construcción de la identidad masculina y sus implicaciones para las relaciones entre géneros. En primer lugar, el **esquema** del texto consta de una estructura bimembre: la consulta de un lector sobre un problema de su relación de pareja, y la respuesta del asesor que explica la naturaleza del conflicto y le avisa de los riesgos que corre si no cambia de actitud. El **marco**, por otra parte, viene dado por la configuración del tipo de hombre que ha de guardar un difícil equilibrio entre su inclinación a cuidar su estética personal y las constantes quejas de su novia, que lo acusa de fijarse más en sí mismo que en ella. Los **guiones** del fragmento, por tanto, se estructuran en torno a la desorientación de ambos cónyuges para fijar la frontera entre la atención al aspecto físico y el narcisismo.

En lo que se refiere a los **actos de habla**, tanto la pregunta del lector como la respuesta del asesor se caracterizan por la abundancia de actos de habla representativos con que uno y otro presentan el conflicto personal y describen la naturaleza del mismo entre otros hombres y sus resultados sobre la vida en pareja respectivamente (e.g. *My girlfriend told me that I spend more time in front of the mirror and worrying about how*

*I look than she does; But I know she also likes the fact that I look good; Your problem can be broken down into two different parts; This leads onto the second part of the problem; The sad part of the story of Narcissus was that by falling in love with his reflection he was condemned to isolation; etc)*<sup>239</sup>. Con todo, el rasgo más sobresaliente de las secciones de pregunta y respuesta de esta muestra se halla en la utilización de los directivos. El lector se sirve de un acto directivo con fuerza ilocutiva de solicitud de información para pedir al asesor que le desvele la naturaleza de un problema que él no alcanza a ver (*So what's the problem?*); de esta misma estrategia se sirve el asesor cuando le pide al lector que le explique –no tanto a él como asesor sino a sí mismo como hombre que comparte su vida con una mujer– para quién se arregla más, si para su novia o para sí (*Are you making yourself look good for her or for yourself?*)<sup>240</sup>. En este sentido, el aviso con el que el asesor de esta sección completa su respuesta y consejo al lector se construye por medio de otro acto de habla directivo con fuerza ilocutiva de advertencia (*So be warned!*).

Hay que considerar, asimismo, algunos aspectos de la **coherencia local** del fragmento que ayudan a comprender la construcción del tipo de discurso sobre lo masculino que se produce en esta muestra. Así, por ejemplo, el intento de hacer reflexionar al lector sobre el alcance negativo que puede llegar a tener el estado de cosas por él descrito es tal que, mientras que él se pregunta genéricamente cuál es *el* problema (*So what's the problem?*), el asesor comenzará su intervención haciendo referencia anafóricamente al problema en concreto del lector mismo por medio del posesivo de segunda persona (*Your problem can be broken down into two different parts*)<sup>241</sup>. De

---

<sup>239</sup> No resulta extraña esta abundancia de actos representativos cuando los lectores describen sus conflictos personales, y cuando los asesores tratan de dar solución a sus problemas desentrañándoles la naturaleza de los mimos, sus raíces y posibles resultados. Esta función está en la naturaleza misma de los actos de habla representativos, tal y como los define originalmente Searle: “The point or purpose of the members of the representative class is to commit the speaker (in varying degrees) to something’s being the case, to the truth of the expressed proposition. All of the members of the representative class are assessable on the dimension of assessment which includes *true* and *false*” (1976: 10).

<sup>240</sup> La solicitud de información que se lleva a cabo con una pregunta como ésta conlleva el significado básico de un directivo en tanto que acto de habla en que el hablante pide al oyente que haga algo, tal y como lo explica Searle: “The illocutionary point of these [Directives] consists in the fact that they are attempts of varying degrees, and hence, more precisely, determinates of the determinable which includes attempting by the speaker to get the hearer to do something” (1976: 11).

<sup>241</sup> El artículo determinado posee la propiedad de llevar a cabo una referencia anafórica indirecta en función del tópico ya introducido en el discurso: “INDIRECT ANAPHORA arises when a reference becomes part of the hearer’s knowledge indirectly, not by direct mention, but by inference of what has already been mentioned [...] Once we have introduced the topic of ‘*the farm*’, we can go on to talk about *the farmer, the farmhouse, the pigs, the barn, etc.*” (Quirk *et al.*, 1985: 267-268). Este empleo contrasta con la referencia explícita al poseedor por medio de determinantes posesivos: “The most common reference words are the personal pronouns, *I, you, he, she, it, we* and *they*, along with their object forms

hecho, se llega a poner en duda la validez del enfoque del lector haciéndole ver lo erróneo de su actitud. Así, mientras que este hombre trata de justificar su postura aduciendo que es a su novia a quien más le apetece que él se preocupe por su aspecto físico, desde el consultorio se pondrá en duda este presupuesto por medio de la matización que *maybe* y *but* imprimen a los enunciados (...maybe your girlfriend likes you looking good, but not if you make too much of a fuss about it).

Por último, señalaremos el tono coloquial con que se construye este tipo de discurso gracias a diversos rasgos léxico-gramaticales como puedan ser contracciones (*She says it's a real turn off that I'm so vain; So what's the problem?*); phrasal verbs (*Your problem can be broken down into two parts; Many women give up on narcissistic men*); expresiones informales (*it's a real turn off that I'm so vain; But not if you make too much of a fuss about it*); o empleos de interrogativas directas e imperativos (*Are you making yourself look good for her or for yourself?; So what's the problem?; So be warned*).

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

Nos encontramos ante un clarísimo ejemplo en que se produce una diferencia marcada en las interpretaciones contextuales que llevan a cabo los participantes en la interacción comunicativa. Mientras que el lector no es capaz de comprender qué problema hay en el cuidado de su estética personal, su novia y el asesor de *Later*, por contra, llegan a la conclusión de que el modo de obrar de este hombre obedece a un celo por la apariencia personal que va más allá de lo normal, hasta el punto de caer en el más puro narcisismo. Esta diferencia emana del hecho de que la presión de la sociedad contemporánea sobre muchos hombres para que tengan más en cuenta las cuestiones de estética ha llevado a muchos de ellos a priorizar esta dimensión por encima de otras como el pasar más tiempo con su pareja.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

Para entender la determinación social de este discurso, hemos de partir de las cambiantes **relaciones de poder** entre géneros en el contexto social del Reino Unido a raíz del influjo de la segunda oleada feminista de los años sesenta y setenta. Feministas

---

(*me, him, etc.*) and their possessive forms (*my, your, etc., and mine, yours, etc.*)" (Salkie, 1995: 96 [subrayado nuestro]).

primero, y los movimientos de liberación de gays y lesbianas más tarde, van a poner en entredicho la hasta entonces incuestionabilidad del rol hegemónico que tradicionalmente había definido a la masculinidad heterosexual. Las revistas para hombres donde se ubican secciones como ésta de consulta van a ofrecer a sus lectores – herederos de estas formas de masculinidad hegemónica– modelos de abordar la presión para redefinir sus roles de género en una sociedad donde las relaciones de poder entre hombres y mujeres se iban haciendo cada vez más igualitarias. La atención por la estética personal, parámetro durante largo tiempo asociado a connotaciones de feminidad, va a irse así imponiendo como rasgo fundamental de la identidad de muchos hombres, a lo que va a contribuir sobremanera el creciente consumismo de los últimos decenios que tendría en los hombres un nuevo y atrayente mercado:

*The most interesting question concerning the so-called new crop of men's style magazines in the UK is, why now? [...] Men are increasingly encouraged towards self-awareness via the impacts of women's movements and gay movements which have equally challenged hegemonic notions of heterosexual masculinity. Yet lastly, and most significantly of all I think, it has become more socially acceptable for men to become consumers per se and, more importantly, to be consumers of their own masculinity or, in short, to look at themselves and other men as objects of desire to be bought and sold or imitated and copied (Edwards, 1997: 73).*

Este cambio en las relaciones de poder entre géneros se va a operar, por tanto, no sólo en la sociedad británica contemporánea en su conjunto, sino también en niveles institucionales como el de la convivencia de hombres y mujeres en pareja, y, en concreto, en situaciones particulares como una conversación de pareja en que la novia acusa a su compañero de dedicarle más tiempo a su aspecto personal que a ella misma.

### **III. 2. Ideologías**

El tipo de discurso sobre la masculinidad que se construye en el fragmento aquí analizado reproduce buena parte de los **rasgos ideológicos** que caracterizan al *New Man*, en tanto que forma de identidad masculina que, desde la década de los ochenta, representa en el Reino Unido la apropiación de valores y actitudes durante mucho tiempo asociados a la feminidad, como superación de las formas hegemónicas y patriarcales que tradicionalmente han venido a definir a lo masculino. Entre las notas de este renovado interés del *New Man* por facetas que hace décadas se consideraban totalmente alejadas de la masculinidad destaca la preocupación por la estética y el

aspecto personal que se evidencia en esta muestra, y de la que Nixon habla en los siguientes términos:

*What was distinctive about the “new man” imagery, as I have argued was the space it represented for the display of masculine sensuality, the sanctioning of a highly staged narcissism through the codes of dress and grooming (1996: 202 [subrayado nuestro]).*

Sin embargo, de igual modo que hemos visto casos en que la apropiación del código de valores del *New Man*, en tanto que abstracción ideológica, no es completa en los discursos sobre lo masculino de las revistas para hombres, en el caso del tipo de discurso que nos ocupa asistimos a fenómeno contrario, es decir, un interés y cuidado por la estética personal llevada hasta sus últimos extremos. Esta recreación sobre el propio yo se realiza a costa de otras dimensiones de la identidad genérica de los varones que pasan a un segundo plano, como sucede con la dimensión de lo interpersonal en la vida de pareja.

### **III. 3. Efectos**

La posición de este discurso en las **pugnas de poder** entre hombres y mujeres de la Gran Bretaña del cambio de milenio vendría a favorecer una situación más igualitaria entre ambos sexos en la sociedad británica en su conjunto, y en la institución de las relaciones de pareja, donde se producen situaciones concretas como las conversaciones entre novios sobre las prioridades de la vida en común, de las que se hace eco el lector de esta consulta. Este equilibrio de poderes entre hombres y mujeres viene preconizado desde la respuesta que el joven lector recibe del consultorio de la revista *Later*, donde se le insta a que tenga más en consideración los pareceres de su compañera sentimental en vez de centrarse egocéntricamente en los suyos propios.

Bajo esta forma de **discurso normativo**, en que este varón intenta hallar solución a las frecuentes discusiones de pareja, a propósito de quién pasa más tiempo ante el espejo, subyace una **lucha de poder encubierta** entre ambos sexos en que se dirime quién ejerce el control sobre quién y quién impone sus opiniones y puntos de vista. De este modo, el discurso de la muestra analizada del consultorio de esta revista para hombres contribuye a la modificación de las relaciones de poder entre ambos sexos en el Reino Unido basadas en presupuestos patriarcales para favorecer una relación más igualitaria.



**TEXTO 9: Maxim, noviembre 1999, p. 224.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El léxico del texto se estructura en torno a los **esquemas de clasificación** relativos a los problemas de eyaculación precoz del varón (*coming too quickly; when you're going to come; the best delay; the squeeze technique; the urge to ejaculate*), y a las técnicas para mitigar esta disfunción sexual masculina (*delay methods; pelvic exercises; sex therapists; thinking unsexy thoughts; grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds*). Ambos campos semánticos evidencian una relación de **overwording** del léxico relativo al orgasmo masculino (*suggesting sex; com(ing); the urge to ejaculate; masturbation; in the heat of the moment; the top of the penis; the underside of the ridge at the cleft of the helmet; killing your erection*). El problema de eyaculación precoz y la necesidad imperiosa de frenar esta anomalía del lector queda manifiesta en la relación de **antonimia** que se establece entre *the urge to ejaculate* y *to stop it*.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

El hecho de que el lector no se preocuparía por sus problemas de eyaculación precoz si no fuera por lo que puede pensar la chica con la que sale, y el modo en que esto pueda afectar a su relación explica el valor relacional que cobran las expresiones *I've met the girl of my dreams* y *Women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1970 out loud*. La potencia sexual cobra así un valor fundamental como factor definitorio de la virilidad de los hombres en su relación con las mujeres.

De hecho, los temores de este hombre al modo en que este problema suyo pueda determinar la supervivencia de su relación de pareja quedan patentes por el empleo del verbo *worry* (*I'm worried about coming too soon*), y por lo incómodo que le resulta tener que aplazar el mantenimiento de relaciones sexuales con la chica que le gusta, de lo que da cuenta el verbo *keep* (*I keep putting off suggesting sex*).

También hay que hacerse eco la alternancia de **palabras marcadamente informales** como *come* (*I'm worried about coming too quickly; the better you know when you are going to come...*), tanto por el lector como por el asesor de esta sección, frente a los correspondientes términos neutros (*the urge to ejaculate should subside without killing your erection*). Se puede decir que, desde el consultorio, se mantiene un

registro neutro que rompe con el uso de vocablos como éste, con el que adoptar un tono más conversacional y cercano al lector para empatizar con él –que es quien primero se sirve de este grado de informalidad en su consulta– y hacer que sienta más próximo el asesoramiento que se le ofrece.

### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

Señalaremos el valor evaluativo del grupo preposicional *of my dreams* para referirse este lector anónimo a la chica con que sale (*I've met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex...*), y que revela hasta qué punto magnifica este varón su pequeña disfunción sexual y el modo en que considera que puede destruir su relación con las mujeres. De igual manera, resulta expresivo el uso de la expresión *chore* (*Yes, we know it's a chore, but there it is*), para referirse al hecho de que un hombre maduro y con pareja como éste tenga que recurrir a la masturbación aunque sólo sea con fines meramente terapéuticos. El asesor se hace así eco de la amenaza que para el ego masculino del lector supone esta práctica por b ineficaz, al no permitir el ejercicio de dominio y control, en tanto que rasgos esenciales del rol de género masculino tradicional, que se ponen en juego en una relación sexual completa con una mujer<sup>242</sup>.

También resulta interesante el notar cómo el asesor de la sección deja clara constancia de la gran importancia que el fútbol posee en la definición del rol de género de la mayoría de los hombres; asocia todo pensamiento lúdico que el lector se proponga tener, al margen de lo puramente erótico, con este deporte (*Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself. For some bizarre reason, women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1979 out loud*).

### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

La utilización metafórica del término *helmet* (*Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet*) para referirse al glande masculino, en vez de un término más técnico, se encuentra en la misma línea que el empleo de otros términos informales desde la respuesta del asesor para acercarse al lector, crear una cierta confianza con él y conseguir así que desdramatice su problema.

---

<sup>242</sup> “It is hardly surprising that man attaches great importance to the testicles and bit of flesh dangling between his legs, because they actually bestow power on him: He has therefore made them symbols of his power, and erected landmarks everywhere in the image of his victories” (Reynaud, 1981: 62).

## ***I. 2. Gramática***

### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

En la breve pregunta de este varón de nombre y dirección anónima, hay que observar, en primer lugar, los **procesos verbales** materiales con que explica su modo de obrar para evitar la embarazosa situación de mantener relaciones sexuales con su novia y llegar al orgasmo demasiado pronto (*I've met the girl of my dreams; I keep putting off ...; Any delay methods you can recommend that don't take months of pelvic exercises?*). Esta explicación se acompaña del proceso relacional con que describe su honda preocupación (*...as I'm worried about...*) y de los procesos verbales de tipo verbal que aluden al hecho de evitar toda propuesta verbal de mantener relaciones sexuales (*...suggesting sex*) y a la recomendación de un método adecuado de evitar la eyaculación precoz (*Any delay methods you can recommend*). Hay igualmente un proceso de comportamiento que consiste en el hecho mismo de alcanzar el clímax sexual (*...coming too quickly*). Precisamente, el análisis de ambos procesos verbales de categoría verbal resulta elocuente de la dimensión que el lector concede a este problema. Para empezar, en ninguno de los dos casos aparece el participante receptor de la acción comunicativa o *Receiver*: el lector deja traslucir así de algún modo su vergüenza al no decir que se le recomiende a él en particular alguna solución (*Any delay methods you can recommend [TO ME] that don't take months of pelvic exercise?*), al tiempo que evita tener que indicar implícitamente que es a la chica que acaba de conocer a quien evita sugerirle relaciones sexuales (*...But I keep putting off suggesting sex [TO HER]*). En este segundo caso, entre el participante que proyecta la señal comunicativa (*Sayer*) y lo que se dice (*Verbiage*), el proceso verbal se construye por medio de una compleja relación jerárquica entre grupos verbales que distancia al sujeto de lo que dice: existe un grupo verbal sencillo (*suggesting*) subordinado y, como tal, dependiente de lo que Halliday (1994: 278) denomina grupo verbal complejo hipotáctico<sup>243</sup> (*keep putting off*); este grupo, a su vez, consta de un grupo verbal secundario (*putting off*) que se encuentra en relación de dependencia de otro primario (*keep*). En otras palabras, el lector no pide relaciones sexuales a su novia directamente, sino que se lo sugiere; es más, podemos decir que ni siquiera se lo sugiere, sino que pospone sugerírselo.

De otro lado, acorde con su función esencial de proporcionar las pautas de conducta que contribuyan a solucionar los conflictos planteados por sus lectores, en la respuesta del asesor de *Maxim* van a abundar en gran medida los procesos materiales

(Some therapists recommend masturbation; ...to stop it [coming too quickly]; Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself; ...if you start listing<sup>244</sup> all the winners of the FA cup since 1970 out loud; Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds – the urge to ejaculate should subside without killing your erection). Existe también algún proceso mental que responde a la dimensión emocional de este problema (yes, we know...; the better you know...); varios procesos relacionales para describir las circunstancias del proceso a seguir (...it's a chore; For some bizarre reason women get a bit funny; In the heat of the moment the best delay is the squeeze technique); uno existencial (...but there it is); y, naturalmente, varios procesos de comportamiento, tipología a la que responde la actividad de eyacular y experimentar un orgasmo (...when you are going to come; the urge to ejaculate...).

La **agencialidad** en este fragmento está clara. No se constatan casos en que lo que debería aparecer bajo la forma de un tipo de proceso verbal se manifieste bajo otro; dicho de otro modo, en ningún momento intenta este lector esconder sus temores ante su disfunción sexual, ni tampoco desde la respuesta resulta necesario dado que el grado de responsabilidad de éste y otros hombres ante esta patología es mínima. Estrategias de ocultación de la agencialidad como la **pasiva** están así ausentes, y las **sustantivaciones** son poco significativas desde un punto de vista ideológico, con la excepción de *masturbation*, que, si bien es una sustantivación muy lexicalizada, gracias a este recurso el asesor de la revista evita tener que recomendarle directamente a su lector que se masturbe él mismo, lo cual podría herir la sensibilidad de éste.

En lo que respecta a las **negaciones**, cuando este joven anónimo solicita alguna técnica que no lleve meses de ejercicios pélvicos (*Any delay methods you can recommend that don't take months of pelvic exercises?*), está *presuponiendo* que la mayoría de métodos que solucionan esta disfunción sexual tardan mucho tiempo en demostrar su eficacia y él necesita algo rápido. De esto se colige lo importante que para él es el sexo para el mantenimiento de su relación con esta chica, y, por ende, la poca seguridad en sí mismo; dicho de otro modo, está basando el funcionamiento de esta relación en lo puramente sexual. Algo parecido ocurre con la recomendación de la técnica de prevención de eyaculación precoz por parte del especialista (...the urge to

---

<sup>243</sup> Este concepto ya ha sido introducido y explicado en el análisis de textos anteriores.

<sup>244</sup> Se trata de un grupo verbal complejo hipotáctico en que *start* aporta un matiz incoativo a *listing* (Halliday, 1994: 279).

*ejaculate should subside without killing your erection*), que presupone que todo método que disipe el deseo de eyacular del varón poniendo freno a su erección resulta ineficaz, lo cual insiste una vez más en la importancia de la consumación sexual como acto supremo de virilidad para los hombres en su relación con las mujeres. De ahí el valor supremo que el pene y su perfecta funcionalidad sexual cobra como símbolo de la virilidad de los hombres, tal y como refleja Goldstein: “The sign of the male body is of course the penis, or the ‘phallus’ if one wishes to speak symbolically. It designates the male, and its sexual power enables both the enjoyment *and sorrow* that fill the literature of all nations” (1994: x [cursiva nuestra]).

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

El empleo de los **modos** resulta característico de las convenciones del género de los consultorios de la prensa escrita, donde la presentación de las dificultades existenciales de los lectores y la descripción por parte de los asesores del porqué y las consecuencias de las mismas se lleva a cabo por medio del modo declarativo (v.g. *I’ve met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex as I’m worried about coming too quickly; Sex therapists recommend masturbation; etc.*). La solicitud de asesoramiento o ayuda por parte del lector viene dada por el empleo del modo interrogativo (*Any delay methods you can recommend that don’t take months of pelvic exercises?*), al tiempo que las acciones concretas que el consejero de la sección recomienda a la persona que a él se encomienda se materializa en enunciados en modo imperativo (*...but keep it [thinking unsexy thoughts] to yourself; Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds*). El asesor no duda así en servirse de una estrategia de poder como es el recurso al imperativo para señalar sin vacilación alguna un patrón de comportamiento que el lector ha demandado explícitamente.

Por consiguiente, dado que no existe necesidad alguna de camuflar la relación directa entre el asesoramiento ofrecido por el especialista y la aplicación inmediata por parte del lector que lo pide, no se va a abusar de generalizaciones a la hora de aconsejar para que este hombre encuentre respuesta a su caso particular. Van a ser frecuentes por ello los empleos del pronombre de segunda persona **You** en la respuesta a este joven lector con una doble lectura, tanto como deícticos que se refieren directamente al anónimo lector como construcciones impersonales (*The better you know when you’re going to come the easier it is to stop it; thinking unsexy thoughts can work but keep it to*

*yourself. For some bizarre reason women get a bit funny if you start listing the winners of the FA Cup since 1970 out loud; The urge to ejaculate should subside without killing your erection*). Esta interpretación impersonal alternativa ayuda a mitigar, en cierta manera, el posible rubor de un varón que airea sus disfunciones sexuales en público, y que ve así como la problemática que plantea no es exclusivamente suya. Por contra, el uso de este pronombre por parte del lector en su consulta no admite más lectura que la de deíctico en referencia a los responsables de esta sección de donde espera solución a sus problemas (*Any delay methods you can recommend that don't take months of pelvic exercise?*).

Por otro lado, hemos de resaltar el uso del pronombre de primera persona del plural **We** en la respuesta del asesor de *Maxim* (*Yes, we know it's a chore*). Dicho pronombre admite múltiples lecturas: como exclusivo (*nosotros responsables de este consultorio de la revista; nosotros los hombres maduros y con pareja que no necesitamos de la masturbación para satisfacer nuestras necesidades sexuales*) o como inclusivo (*tú lector y yo asesor; tú lector y nosotros miembros del consejo de redacción de esta sección; tú lector, yo asesor / nosotros encargados de esta sección y el resto de hombres maduros como nosotros*)<sup>245</sup>. En todos los casos, queda implícita la estrategia de solidaridad que el asesor adopta para con este lector de modo que éste desdramatice su problema y el complejo de inferioridad que pueda ocasionarle, haciéndole ver lo generalizado del problema que él plantea entre muchos otros varones. Esta estrategia de solidaridad responde al tono de empatía que, como característica fundamental del discurso del asesoramiento del que bebe directamente el tipo de discurso que se construye en este fragmento, adopta el asesor al proporcionar consejo a sus clientes, en este caso lectores<sup>246</sup>.

En lo referente a las formas de modalidad en este fragmento, podría pareceros que la falta de formas de **modalidad relacional** viene a significar un deseo por parte del asesor de la sección de evitar la proyección de un tono coercitivo sobre el varón que pide una solución para sus problemas sexuales. Antes al contrario, la actitud del experto

---

<sup>245</sup> Se puede explicar la pluralidad de lecturas del pronombre *we* en este caso a partir de la categorización de usos de este pronombre que realiza Thrane (1980: 211), que no se limita a una dicotomía entre los usos inclusivos y exclusivos de *we*, sino que, según su referencia, diferencia entre *all-inclusive we* (1<sup>a</sup>+2<sup>a</sup>+3<sup>a</sup> personas), *inclusive we* (1<sup>a</sup>+2<sup>a</sup> personas) y *exclusive we* (1<sup>a</sup>+3<sup>a</sup> personas). Los tres sentidos caben en esta interpretación referencial del pronombre de primera persona del plural en este contexto.

<sup>246</sup> Definiendo el papel de la empatía en los discursos del asesoramiento, postulan Duan y Hill: "As in aesthetics, empathy has been seen as a way of knowing and understanding another person or an object. Influenced by their own clinical experience, these theorists have described empathy as a process of

de *Maxim* es lo firme que el propio lector espera cuando solicita claramente que se le recomienden métodos para solventar su disfunción; los consejos clave aparecen en imperativo en tanto que forma no marcada del sistema modal deóntico o de obligación (*Thinking unsexy thoughts can work but keep it [thinking unsexy thoughts] to yourself; Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds*). Se consigue así no abrumar al lector con formas más categóricas de modalidad como *must* a la hora de indicarle el comportamiento exigible de alguien que aspire a superar sus problemas de eyaculación.

A este respecto, las formas de **modalidad expresiva** o epistémica arrojan luz a propósito del convencimiento absoluto del asesor sobre la conveniencia del asesoramiento que concede a su interlocutor el lector que le consulta. Esta asunción sobre la utilidad de sus consejos para que este hombre encuentre solución a sus problemas se palpa en los grados de veracidad de los enunciados que imprime el uso de formas verbales en modo declarativo por parte del experto cada vez que ofrece una técnica al lector. Primero, la aparente falta de modalidad en que hace pensar la ausencia de auxiliares modales al recomendarle la masturbación (*Sex therapists recommend masturbation; the better you know when you're going to come, the easier it is to stop it*) oculta un compromiso categórico con la validez de este método, tal y como afirma Lyons:

*There is no epistemically stronger statement than a categorical assertion [...] the fact of introducing must, necessarily, certainly, etc. into the utterance has the effect of making our commitment to the factuality of the proposition explicitly dependent upon our perhaps limited knowledge* (1977: 809).

Segundo, el empleo de *can* como auxiliar neutro de posibilidad (Palmer, 1990: 83-84) implica un justo apego a la verdad de la recomendación que le hace al lector (*Thinking unsexy thoughts can work...*). Tercero, el método que el responsable de esta sección estima como más apropiado para el lector, la compresión del glande durante la cópula, se aconseja como sumamente eficaz (*The urge to ejaculate should subside without killing your erection*); de ahí el empleo de *should* con valor epistémico o relacional, que incorpora los valores de conclusión –esta técnica se presenta como colofón a las otras dos– y de probabilidad muy elevada: “SHOULD does not express necessity; it expresses rather extreme likelihood, or a reasonable assumption or conclusion” (Palmer, 1990: 59).

---

feeling as if one were the other person; feeling in; vicarious in frame of another; transposing oneself into

Huelga decir que *be going to* (*The better you know when you're going to come...*) incorpora un valor más estrictamente temporal que modal, donde, de los dos usos básicos de este semiauxiliar –intención y predicción basada en una evidencia que se tiene en el momento de formular el enunciado–<sup>247</sup>, es naturalmente el segundo el que el lector puede y debe aprender a controlar, puesto que el primero se escapa de su alcance, produciéndole precisamente ello mismo los conflictos que tiene por no ser capaz de decidir cuándo desea eyacular.

### ***I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?***

Desde el punto de vista de los **conectores** en el texto, no podemos por menos que llamar la atención sobre la utilización tres veces de la conjunción coordinante adversativa *but* en la muestra aquí analizada. En la consulta del lector, el empleo de *but* indica el obstáculo extremo que sus problemas de eyaculación precoz suponen para la maduración de la relación que este hombre aspira a mantener con la chica de sus sueños que acaba de conocer (*I've met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly*). En la misma línea, esta conjunción resulta elocuente de la contrariedad que supone para los varones el tener que recurrir a técnicas como las que sugiere el consejero de *Maxim* para vencer esta disfunción fisiológica viril (*Yes, we know it's a chore, but there it is; Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself*).

Por otro lado, Fairclough recomienda estar atentos al modo en que la información fundamental de los enunciados se coloca en las cláusulas principales mientras que en las subordinadas se sitúa la información que el hablante estima como menos importante en sus enunciados:

*It is generally the case that the main clause is more informationally prominent than subordinate clauses, with the content of subordinate clauses backgrounded. Something to be on the lookout for is ways in which texts commonsensically divide information into relatively prominent and relatively backgrounded (tending to mean relatively important and relatively unimportant) parts (1989: 132).*

Esta pista de análisis resulta muy rentable para analizar el modo en que en la siguiente cláusula adverbial causal introducida por *as*, *...I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly*, el lector ha estimado como más importante su

---

the thinking, feeling and acting of another” (1996: 262).

<sup>247</sup> “It is useful to discriminate between two meanings, the FUTURE CULMINATION OF PRESENT INTENTION and the FUTURE CULMINATION OF PRESENT CAUSE” (Leech, 1987: 59).



renuncia a satisfacer plenamente sus impulsos sexuales que la forma en que esta preocupación le afecta anímicamente<sup>248</sup>.

La estructura de comparativos correlativos para recomendarle al lector los beneficios que la práctica del onanismo ofrece para solucionar su problema (*The better you know when you're going to come, the easier it is to stop it*), donde la segunda cláusula funciona como subordinada respecto a la primera<sup>249</sup>, nos dibuja a un asesor que no trata en ningún momento de ocultar a su cliente el problema que tiene, sino que, por el contrario, le hace consciente del esfuerzo que se requiere por su parte para solucionarlo. La cláusula subordinada dependiente del primer término de la estructura de comparativos correlativos, aun estando introducida por *when* (*The better you know when you're going to come...*), no es adverbial temporal sino subordinada sustantiva o nominal de objeto directo (Quirk *et al.*, 1985: 443). En este análisis de la **subordinación**, hay que fijarse, finalmente, en la cláusula subordinada condicional de la respuesta del asesor con que éste emite un juicio de valor sobre lo que él entiende como un comportamiento característico de las mujeres ante la ineptitud de los varones durante el acto sexual (*For some bizarre reason women get a bit funny if you start listing the winners of the FA Cup since 1970 out loud*). El empleo del presente simple en la cláusula principal y en la subordinada dibuja esta reacción de las mujeres como muy común<sup>250</sup>. Además, resulta elocuente que se haya destacado como más prominente informativamente la reacción de enfado de las mujeres –que aparece en la cláusula principal– y no la adopción de una estrategia incorrecta por parte de los hombres para retardar su orgasmo, es decir, el recitar la lista de equipos campeones de la Copa de fútbol, lo cual se ha entendido como menos prominente desde un punto de vista

---

<sup>248</sup> Un rasgo sintáctico tan aparentemente sencillo deja traslucir la dificultad de los hombres de explorar su dimensión emocional y afectiva, tal y como afirman David y Brannon en su estudio del rol de género masculino tradicional: “Women are permitted and even expected to be ‘emotional’; they’re allowed to show when they’re feeling anxious, depressed, frightened, happy, loving, and so forth. This kind of openness about feelings, especially ones which cast the feeler in a weak or ‘unfavorable’ light, is strongly prohibited for men. It’s not that men can never show *any* emotions [...] But emotions suggesting vulnerability, and even extremely positive feelings such as love, tenderness, and trust are almost never acceptable” (1976: 16).

<sup>249</sup> Quirk *et al.* incluyen esta estructura como un caso especial dentro de las cláusulas subordinadas comparativas, donde la idea de comparación queda clara en la paráfrasis de este ejemplo que nos ofrecen los autores: “The harder they worked, the hungrier they became [As they worked harder, so they became hungrier]” (1985: 1000). Estos gramáticos hablarán en el caso de esta forma de comparación de una clase especial de subordinación adverbial que se puede ver como distinta de la comparación *sensu stricto* que denominan *Clauses of Proportion*: “Clauses of proportion involve a kind of comparison. They express a proportionally or equivalence of tendency or degree between two situations” (*ibíd.*: 1111).

<sup>250</sup> Según Sinclair, “When you are talking about a common occurrence, you use **simple present tense** or the **present continuous tense** in the conditional clause and in the main clause [e.g.] *If a man looks at me, I am flattered*” (1990: 350).

informativo al incluirse en la cláusula subordinada. Se puede decir, pues, que el asesor se ha hecho eco de los temores del lector a las mujeres, que de este modo reproduce.

Por último, hemos de fijarnos en la tendencia a la claridad absoluta que el consejero de esta sección de *Maxim* adopta cuando se decanta por el mejor método para solucionar la eyaculación precoz, toda vez que en la descripción del proceso no se sirve más que de la **coordinación** sindética mediante la cópula *and* y asindética por medio del empleo de la raya en vez de nexos coordinantes (*Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds – the urge to ejaculate should subside*). A estos usos de la coordinación mediante cópulas, habría que sumar los ejemplos de coordinación mediante conjunciones adversativas comentados al principio de esta sección (*I've met the girl of my dreams but I keep putting off sex as I'm worried about coming too quickly; Yes, we know it's a chore, but there it is; Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself*).

En otro orden de cosas, debemos señalar la **elipsis** verbal con que el lector plantea su pregunta sobre si hay técnicas para retardar el momento del orgasmo masculino (*[Are there] any delay methods you can recommend that don't take ages of pelvic exercises?*). Esta elipsis proporciona al discurso del lector un tono más coloquial y conversacional (Swan, 1980: 197; Brown y Yule, 1983a: 15), lo que contribuye a que el resto de lectores de la publicación vean en este consultorio un formato cercano y asequible, no muy distante de la conversación entre amigos donde los hombres se desahogan e intercambian problemas y experiencias mutuas.

La **sustitución** no resulta en absoluto rentable como recurso de cohesión textual, cosa que no ocurre con la **cohesión léxica**. Esta forma de cohesión se materializa de diversas maneras:

- hipónimos, como *the girl of my dreams* respecto a *women*;
- sinónimos, como *come(ing)* y *ejaculation*, o *methods* y *technique*;
- cuasi sinónimos, como *stop* y *delay*;
- antónimos como *urge* y *subside*;
- repeticiones (*come / coming*; *recommend* [dos veces]; *delay* [tres veces]);
- reiteración de este mismo vocabulario (*ejaculate* después de *come* en la respuesta, y ambos tras *coming* en la consulta; *delay* dos veces en la respuesta tras su aparición en la pregunta).

Estos fenómenos léxicos insisten en lo importante que para este lector es evitar a toda costa el orgasmo precoz en su relación con las mujeres. De igual modo, hay ejemplos de

colocaciones (*thinking thoughts; take months; in the heat of the moment; killing your erection*), que vienen a estructurar el vocabulario relativo a las técnicas que se le presentan al lector para poner freno a su problema.

Finalmente, resulta ideológicamente significativo el elevado número de veces que se utiliza la **referencia** personal mediante pronombres personales y posesivos, tanto por parte del lector para referirse a sí mismo (*I've met the girl of my dream but I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly*), como por parte del asesor de la sección para referirse a él (*The better you know when you're going to come the easier it is to stop it; ...but keep it to yourself; Women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA cup since 1979 out loud; ...the urge to ejaculate should subside without killing your erection*). Esta manera tan explícita de personalizar sobre el lector que consulta a esta sección, en lugar de adoptar un tono más impersonal, manifiesta la urgencia de este varón por que se preste atención a su problema, y, como tal, el modo en que el mismo afecta a su identidad masculina. También hay que notar que el lector se sirve del artículo determinado en referencia endofórica para hacer mención no una mujer cualquiera sino a la de sus sueños (*I've met the girl of my dreams...*)<sup>251</sup>; esto, una vez más, es muestra de hasta qué punto condiciona la sexualidad masculina el desarrollo social de los hombres y su relación con las mujeres. A este respecto, cuando el asesor se decanta por la opresión del pene como la mejor técnica para retardar la eyaculación, se sirve del artículo determinado en referencia anafórica (*In the heat of the moment the best technique is the squeeze technique*), mientras que con las otras dos realiza referencia explícita al hecho de que son métodos *ad hoc* (*Sex therapists recommend [Ø] masturbation; thinking [Ø] unsexy thoughts can work but...*). Con todo, a pesar de la tendencia a personalizar del asesor, éste evita ruborizar en demasía a su lector al describirle las operaciones a realizar sobre su cuerpo para retardar la eyaculación, de modo que la referencia del artículo determinado que precede al sustantivo *pene* no se refiere endofóricamente al lector, sino exofóricamente al cuerpo masculino en general (*Grip the top of the penis and squeeze the underside...*).

---

<sup>251</sup> "It [the definite article] merely indicates that the item in question is specific and identifiable [...] Its meaning is that the noun it modifies has a specific referent, and that the information required for identifying this noun is available" (Halliday y Hasan, 1976:71)

### *I. 3. Estructuras Textuales*

#### *I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?*

El nivel macroestructural del texto consta de las dos secciones que caracterizan al género de los consultorios en periódicos y revistas. En la sección de pregunta que introduce la inicial *Q*, un lector anónimo presenta brevemente la situación que le agobia –el miedo a eyacular antes de tiempo en un eventual contacto sexual con una chica que ha conocido, y que pospone por ello– y solicita algún remedio al respecto. En la sección de respuesta, que viene precedida por la inicial *A*, el experto del consultorio le ofrece al anónimo lector tres posibles técnicas que le pueden ser útiles con su pros y sus contras: la masturbación, que puede resultar incómoda a un hombre de su edad aunque es una buena práctica para conocer mejor las reacciones de su propio cuerpo; el pensar sobre temas apartados de lo erótico, cuya verbalización puede molestar a su pareja; y la compresión del miembro viril por parte de uno mismo para debilitar temporalmente la necesidad de eyacular.

Podemos afirmar que la pregunta de este lector de identidad desconocida y la correspondiente respuesta de su asesor reproducen, reduciéndola a su estructura mínima, la estructura de base de una secuencia dialogal con una única réplica por parte de los dos interlocutores que en este fragmento intervienen. Sin embargo, dejando de lado esta propiedad común a todas las muestras analizadas de este género, se puede decir que hay una tendencia hacia lo explicativo en las secciones de pregunta y respuesta de este fragmento, tendencia, eso sí, manifiesta de manera diferente en ambas secciones. En este sentido, no podemos olvidar el propósito fundamental de este ejemplo, que radica en solicitar y ofrecer una información en la que se exponga el modo más idóneo de evitar la eyaculación precoz. Ello nos permite alcanzar a comprender que en la sección de pregunta encontremos una secuencia explicativa inconclusa en que sólo se hagan explícitas las **proposiciones 0** y **1**, de presentación de un estado de cosas inicial (*I've met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex*), y de problematización del mismo (*...as I'm worried about coming too quickly*), respectivamente. Sin embargo no asistimos a desarrollo explicativo alguno. Es más bien en la respuesta del asesor de esta sección donde se materializa dicho recorrido explicativo o **proposición explicativa 2**, por medio de la exposición de las diferentes maneras de evitar el problema que el lector anónimo nos ha presentado en su pregunta (*Sex therapists recommend masturbation [...] The better you know when you're going to come, the easier it is to stop it; Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself; In the heat of the*

*moment the best delay is the squeeze technique. Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds*). Es más, aunque no hay una conclusión propiamente dicha –**proposición explicativa 3**–, tal y como es propio de las secuencias explicativas prototípicas, encontramos rudimentos de la misma en las evaluaciones a que se somete cada uno de los métodos sugeridos (*Yes we know it's a chore, but there it is; For some bizarre reason, women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1970 out loud; The urge to ejaculate should subside without killing your erection*). Por contra, en ningún momento se harán visibles las proposiciones 0 y 1 del recorrido explicativo de esta respuesta; quedan implícitas, y hemos de referirnos a la consulta del hombre que se pone en contacto con esta columna de *Maxim* para encontrarlas.

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

Para interpretar contexto situacional en que queda inscrito el texto que estamos analizando, nos centraremos en las variables que a continuación pasamos a examinar:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Las dos **actividades** fundamentales que definen el contexto situacional radican en el hecho de que el anónimo lector solicite un remedio para evitar eyacular antes de que su pareja alcance el orgasmo, así como el hecho de recomendarle el asesor de la sección de consulta de *Maxim* tres técnicas distintas que puedan ayudarle. No es menos importante la actividad secundaria de posponer el mantenimiento de relaciones sexuales que lleva a cabo este joven, sin olvidar las acciones que aconseja el experto del consultorio: masturbarse, pensar en temas apartados de lo libidinoso durante el contacto sexual y oprimirse el glande cuando sienta próximo el clímax.

Los **tópicos** principales de la pregunta del lector son el temor a la eyaculación precoz en la relación del lector con la chica de sus sueños que ha conocido, y el deseo de encontrar una técnica que le permita retardar su clímax. Los tres métodos que se presentan a este hombre (masturbación, pensar en cuestiones alejadas del acto sexual u oprimir su miembro viril) constituyen el tópico de la réplica del asesor de este consultorio.

El **propósito** comunicativo principal de este fragmento consiste en proporcionar asesoramiento al lector que escribe poniéndole en conocimiento de distintas técnicas a éste y a otros lectores que puedan tener problemas de eyaculación precoz. Junto a este propósito fundamental, existe otro secundario de desdramatizar este tipo de disfunciones sexuales entre el público de hombres jóvenes consumidores de esta revista.

## 2) *¿Quién participa?*

Los dos participantes primordiales de este intercambio comunicativo son el lector de nombre y dirección anónima y el asesor o experto del consultorio de *Maxim*. También hay que mencionar a la que el lector considera la chica de sus sueños, que acaba de conocer y que ha despertado en él la necesidad de escribir a esta sección. Igualmente hay que tener en cuenta a todos los otros consumidores de la revista que lean esta consulta en la correspondiente sección de dicha publicación, así como a los editores de esta columna de consejos.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

Básicamente, la relación entre lector y asesor posee el tono neutro que es propio del género de los consultorios de la prensa escrita. Sin embargo, existe una cierta tendencia hacia el registro informal en la respuesta del lector –la cual analizaremos al examinar el tipo de discurso– que el asesor le proporciona; ha de verse en ello no sólo un deseo de inspirar una mayor confianza al joven que formula su consulta por parte de los editores de esta columna de *Maxim*, sino en general a todos los lectores del consultorio, que vean en dicha sección un medio cercano y con credibilidad al que dirigirse para buscar orientación sobre temas vinculados a su condición masculina. La relación entre el lector y la chica con la que ha empezado a salir está definida por la inseguridad y el temor ante una posible eyaculación precoz, lo cual le hará temer todo encuentro sexual con las mujeres por miedo a la reacción de éstas al no satisfacerlas plenamente.

## 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

El lenguaje posee, ante todo, un valor **instrumental** que facilita el intercambio comunicativo entre el hombre que escribe a la sección de consulta de *Maxim*, su asesor correspondiente, y todos los lectores de dicha sección de la revista. El fomento entre los lectores de dicha sección en particular, y de la revista en general, de actitudes y esquemas de comportamiento ante su sexualidad como varones contribuye a la definición de un modelo de identidad de género para los mismos; el lenguaje cumple así una **función de identidad**. Los rasgos de este modelo de identidad que se construyen a

través de esta interacción comunicativa (desmitificación de la eyaculación precoz, convencimiento de que es un problema perfectamente solucionable y compartido por muchos otros hombres, etc.) definen la **función ideacional** del discurso de esta muestra. Por último, este discurso satisface una **función relacional**, ya que el sentido de la angustia que esta disfunción crea en los varones, y el campo de lo interpersonal donde han de vencerla, es en su relación con las mujeres.

## **B. Contexto intertextual**

El fragmento se inscribe dentro de la **serie histórica** correspondiente a la enorme preocupación que los varones conceden a su sexualidad en tanto que elemento definitorio esencial de su identidad masculina. En esta serie se encuentran otros géneros como los anuncios publicitarios en periódicos y revistas que ofrecen tratamientos para solucionar problemas como la eyaculación precoz, la impotencia y otras disfunciones genitales del varón.

Algunas **presuposiciones e implicaturas** que se actualizan en el texto arrojan luz sobre el papel que hombres como éste que escribe a esta sección de consulta otorgan a su sexualidad y a su relación con las mujeres. Así, en la afirmación del lector de que se empeña en posponer la proposición de relaciones sexuales a la chica de sus sueños (*I've met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly*), el verbo *put off* PRESUPONE LÉXICAMENTE<sup>252</sup> que la acción retardada de sugerirle un contacto sexual a su amiga ya debería haber tenido lugar. Además, la conjunción *but* IMPLICA CONVENCIONALMENTE una idea de oposición o contraste entre el hecho de que un hombre como el lector haya conocido a la mujer de sus sueños y el tener que evitar todo contacto sexual con la misma. Estas inferencias nos dan idea de hasta qué punto le resulta conflictivo al joven varón que escribe a la revista el no poder disfrutar del sexo con su pareja.

Por último, hemos de hacer mención a la referencia intertextual explícita a la Copa de la Asociación de Fútbol de Gran Bretaña (*FA Cup*), y a los equipos ganadores de la misma desde 1970. El que el consejero de esta sección estime que el lector podría

---

<sup>252</sup> Yule explica el concepto de *presuposición léxica* de este modo: "Generally speaking, in lexical presupposition, the use of one form with its asserted meaning is conventionally interpreted with the presupposition that another (non-asserted) meaning is understood. Each time you say that someone 'managed' to do something, the asserted meaning is that the person succeeded in some way. When you say that someone 'didn't manage', the asserted meaning is that the person did not succeed. In both cases, however, there is a presupposition (non-asserted) that the person 'tried' to do that something. So,

llegar a pensar en este tema, en vez de en el acto sexual en sí, para retardar su eyaculación, es una pista de la relevancia de deportes como el fútbol en la definición del rol de género masculino: “Like war, sport as an expression of masculinity, is organized around the four moments of defeat, combat, victory and comradeship” (Easthope, 1990: 70).

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Los rasgos léxicos, gramaticales y macroestructurales de la muestra del consultorio de *Maxim* aquí analizada vienen a construir un tipo de discurso sobre lo masculino caracterizado por la importancia extrema que muchos hombres conceden a su sexualidad como elemento definitorio de su rol de género, y la correspondiente angustia e impotencia que trastornos como la eyaculación precoz suponen para el ejercicio de este rol, especialmente en el contexto donde más claramente se pone en juego, esto es, en la relación con las mujeres. No es extraño que esta verdadera crisis de identidad masculina que se representa a través del tipo de discurso de este texto se haya conformado mediante la imbricación de rasgos de diferentes discursos sociales. Sobre la base del discurso del asesoramiento, se incluye en un formato del discurso periodístico como la revista *Maxim* una sección de consulta que adopta un formato cercano al del discurso epistolar. El asesoramiento del especialista cobra en este tipo de discurso una dimensión pública propia del discurso de los medios de comunicación de masas; los productores de esta muestra en particular, y del consultorio de la revista en general, han estimado esta consulta como representativa del sistema de valores del público masculino consumidor de la misma, de modo que, tras las diversas manipulaciones que los editores de la revista han llevado a cabo de la pregunta original del lector y de la respuesta del especialista, el fragmento se publica con el formato ante el que nosotros nos hallamos.

Algunos aspectos de la **coherencia global** del fragmento facilitan la comprensión del modo en que este tipo de discurso se conforma. Por ejemplo, el **esquema** del texto consta de dos secciones claramente diferenciadas: la confesión de un problema y solicitud de un modo de abordarlo por parte de un lector, y los tres modos que se le presentan por parte del asesor. La naturaleza del problema de eyaculación precoz que plantea el lector, que convierte a este individuo en un hombre para el que el

---

‘managed’ is conventionally interpreted as asserting ‘succeeded’ and presupposing ‘tried’. Other examples, involving lexical items, [are] ‘stop’, ‘start’, and ‘again’” (1996: 28).



no satisfacer sexualmente a su pareja supone un fracaso de su virilidad, nos da las pautas del **marco** del texto –entendiendo la noción de marco como las identidades que pueblan el mundo social y natural (Fairclough, 1989: 158)–. Precisamente, la honda preocupación que esta disfunción de la actividad sexual crea en el lector y el sentimiento de temor e inferioridad que en él despierta esto de cara a su relación con las mujeres, donde el fracaso sexual significa también un fracaso como hombre, son los factores que configuran los **guiones** de esta consulta.

La naturaleza de los **actos de habla** resulta también fructífera para entender la configuración de este tipo de discurso. La descripción de su disfunción sexual por parte de este varón de identidad anónima, así como de la mayor parte los procesos que el experto de *Maxim* le ofrece para enmendarla en la medida de lo posible, se materializa en actos de habla de tipo representativo (v.gr. *I've met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly; Sex therapists recommend masturbation (Yes, we know it's a chore but there it is); The better you know when you're going to come the easier it is to stop it; For some bizarre reason women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1970 out loud; The urge to ejaculate should subside without killing your erection; etc.*). Éstos dibujan la realidad según el modo de ver de uno y otro, tal y como indica Hancher: “Representatives purport to match language to a present reality; they represent in language ‘the way things are’” (1979: 3). También hay que destacar el hecho de que la forma interrogativa con que el lector pone fin a su intervención, además de utilizarse, como muchas otras veces, para hacer una pregunta, sirve para formular una petición propiamente dicha de una recomendación para su problema, esto es, un acto directivo que se formula de forma indirecta (*[Are there] any delay methods you can recommend that don't take months of pelvic exercises?*)<sup>253</sup>. Significativamente, la situación de poder del asesor, en tanto que depositario del asesoramiento que el lector tanto necesita, se pone de manifiesto en el hecho de que los actos de habla directivos con que aquél le indica la conducta a seguir para remediar su disfunción genital, se realizan de manera directa por medio del imperativo (*Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself; Grip the top of the penis and squeeze the underside at the ridge of the cleft of*

---

<sup>253</sup> Según explica Yule: “One of the most common of indirect speech acts in English has the form of an interrogative, but it is not typically used to ask a question (i.e. we don't expect only an answer, we expect action The[se] examples are normally understood as requests. a. *Could you pass the salt?* b. *Would you open this?*” (1996: 55-56). De hecho, según afirma Levinson: “the imperative is very rarely used to issue requests in English; instead we tend to employ sentences that only indirectly do requesting” (1983: 264).

*the helmet for ten seconds*). Finalmente, el asesor ratifica el valor de sus recomendaciones mediante un acto de habla comisivo (*The urge to ejaculate should subside*).

Por último, hemos de reseñar diversos rasgos léxico-gramaticales y de **coherencia local** del fragmento que dan cuenta del tono conversacional e informal que adquiere esta muestra sobre el formato básico escrito de lo epistolar sobre el que se construye este tipo de discurso. Así, tanto el lenguaje del asesor como el del lector se llenan de contracciones (*I've met*; *I'm worried*); de *phrasal verbs* (*I keep putting off suggesting sex*); de *ellipsis* (*[Are there] Any delay methods you can recommend...?*); de respuestas cortas (*yes, we know...*); de expresiones coloquiales (*we know it's a chore, but there it is*; *women get a bit funny*; *squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet*); y hasta de formas tabú (*I'm worried about coming too quickly*; *the better you know when you're going to come...*)<sup>254</sup>. El empleo del pronombre relativo *that* en lugar de *which*, y la omisión de *that* en el discurso del lector dan una tonalidad conversacional a su intervención (*Any delay methods [Ø] you can recommend that don't take ages of pelvic exercise?*)<sup>255</sup>. Todo ello contribuye a acercar esta sección a los lectores de la revista que vean en ella un formato que les inspire una mayor confianza. De hecho, el tono cómico de la respuesta del asesor en alguno de sus comentarios (*Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself. For some bizarre reason women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1970 out loud*) tiende a desmitificar la obsesión de los varones con la eyaculación precoz.

### II. 3. Diferencia y Cambio

No se puede decir que nos hallemos ante una interpretación contextual muy diferente por parte de los participantes de este intercambio comunicativo. El lector anónimo que solicita los servicios del asesor tiene un problema con su sexualidad, pero es consciente de que existen remedios, aunque normalmente lleva bastante tiempo el obtener los resultados deseados. El asesor le proporciona, por tanto, una gama de

---

<sup>254</sup> Ya hemos hecho alusión al tono conversacional que imprime la utilización de la *ellipsis*. Del tono coloquial y conversacional de *yes*, afirman Quirk *et al.*: "In informal speech, expressions like *yes, no, well, OK, all right* are often repeated" (1985: 982).

<sup>255</sup> Según Swan: "In identifying relative clauses, we very often use *that* instead of other relative pronouns, especially in a conversational style, [e.g.] *Could you iron the trousers that are hanging up behind the door* (=... *which are hanging...*) [...] In identifying relative clauses we often leave out the relative pronoun if it is the object of the verb in the relative clause. This is extremely common in conversational English [e.g.] *I've lost the bananas I bought this morning*" (1980: 527 [subrayado nuestro]).

remedios más a corto plazo, que es lo que su cliente le solicita. No se da, pues, la circunstancia de que el experto deje de ver como problemático lo que el lector estima como tal, cosa que sí hubiera dado lugar a interpretaciones contextuales diferenciadas.

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

Hay que ver en las **relaciones de poder** entre hombres y mujeres en la Gran Bretaña durante el último cuarto de siglo el origen social de la producción de este tipo de discurso. Así, ante la labor del movimiento feminista por sacar a la luz y acabar con un sistema patriarcal y opresor para con la mujer, buena parte de la masculinidad hegemónica tradicional se va a sentir amenazada, de modo que van a ir surgiendo reacciones como la del *New Man* que intentarán adoptar nuevos valores y roles apartados de estos comportamientos tradicionales. Frente a esta reacción, otro sector de la masculinidad comenzará a actuar recreando precisamente esos valores de lo masculino que veía peligrar por momentos. Esta construcción de lo masculino, de la que las revistas para hombres van a ofrecer frecuentemente un patrón en que encajar esta ansiedad ante los cambiantes roles de género, se dará en llamar *New Lad*, y los discursos sobre lo masculino que se articulan en torno a este modelo se han venido a denominar (*New*) *Laddism*: una cultura basada en el sexo, el alcohol y el fútbol como valores supremos en la definición de la categoría “hombre”. Se puede hablar, pues, de las cambiantes relaciones de poder entre sexos en la Gran Bretaña del cambio de siglo donde la tradicional hegemonía y poder de los hombres resulta cada vez más cuestionable. Un marco institucional como es la revista para hombres *Maxim* –en concreto su sección de consulta para varones– y la descripción de una situación particular como la de las relaciones sexuales entre dos personas que se acaban de conocer, son diferentes contextos en que se ponen de manifiesto estas relaciones de poder entre hombres y mujeres.

#### **III. 2. Ideologías**

Son muchos los elementos del discurso de este texto que encajan dentro del canon del *New Lad* como configuración de lo masculino en revistas para hombres del Reino Unido como *Maxim* y en otras formas de cultura popular. De él se ha dicho que es una reacción de autodefensa de una parte de la masculinidad británica frente a los

intentos del *New Man* de acercarse a su lado más puramente femenino, atendiendo a los deseos de las mujeres, cuidando de dimensiones como la estética personal, o concediendo más importancia a su vida emocional. El *New Lad*, por el contrario, se va a aferrar a valores más tradicionalmente hegemónicos y patriarcales: el sexo como fin en sí mismo, el embrutecimiento masculino en los partidos de fútbol o el beber de manera incontrolada; así se irá construyendo, según Nixon, esta posición de sujeto desde el discurso de revistas para hombres como *Arena* a lo largo de los noventa: “the shared culture of young(ish) heterosexual masculinity and its updated post-permissive scripts of `cars, girls, sport and booze” (1996: 204). Aunque el discurso de esta muestra no llega al desprecio por lo femenino que se constata en la construcción del *New Lad* de otros fragmentos, son factores innegables de esta ideología el énfasis absoluto por la propia sexualidad del lector, que, desde la respuesta del asesor, no encuentra una reorientación en la línea del diálogo con su pareja o la mayor valoración de otras dimensiones del individuo como los sentimientos. Antes al contrario, se insinúa un cierto desprecio por las mujeres de las que irónica y peyorativamente se dice *Women get a bit funny if you start listing the winners of the FA Cup since 1970*. A esto se une la ya aludida priorización del fútbol como elemento definitorio de la masculinidad.

### **III. 3. Efectos**

En las **luchas de poder** entre hombres y mujeres en el contexto social británico contemporáneo, este discurso hace poco por crear una situación más equitativa entre los unos y las otras. Se tiende a fomentar sistemas de valores centrados egocéntricamente en los propios intereses de los hombres –en concreto en la satisfacción de su propia sexualidad– en lugar de favorecer la cooperación entre los varones y las mujeres para tratar de solventar dificultades surgidas en el seno de la vida en pareja como la que aquí se aborda.

Esta **lucha** entre los unos y las otras en la sociedad británica en su conjunto no es ni mucho menos abierta, sino que aparece **encubierta** bajo la forma de un **discurso normativo**, el de los tradicionales consultorios de la prensa escrita. Las preguntas que los varones formulan respecto a su dimensión como hombres en un medio dedicado precisamente a dicha dimensión, las revistas de estilo de vida masculino como *Maxim*, ocultan así una profunda desorientación y ansiedad, en contextos específicos como el de las relaciones de pareja, en una nueva sociedad que amenaza la preponderancia histórica de los hombres. El temor a la derrota que supondría para un hombre como el que escribe

a esta sección de consulta el no estar a la altura de las circunstancias en las relaciones sexuales con su novia es, por lo tanto, prueba de las inquietudes masculinas a perder su dominio en la sociedad en conjunto.

**TEXTO 10: FHM, julio 1999, p. 10.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El léxico del fragmento se estructura, ante todo, en torno a dos subvariables del mismo **esquema de clasificación**, a saber, la buena forma física (*exercise regularly; stay fit; be healthy; exercising; training; fitness, active* [dos veces]), y la pérdida de este tono muscular (*become unfit; regression* [dos veces]; *losing fitness*). En estrecha relación con este segundo campo semántico, se encuentra un tercero, referente a la enfermedad (*feel ill; have a cold; injured; feel/are unwell* [dos veces]; *pre-injury*).

Las relaciones de **sinonimia** (*become unfit/stay fit; exercising/to exercise/training*) y de **antonimia** (*fit/unfit; feel ill/feel better; regression/active recovery; build fitness/lose it*) en el texto vienen a resaltar la preocupación por la pérdida de la forma física. De hecho, puede constatarse una relación léxica de **overwording** de vocabulario relativo a la forma física personal de los varones, con constantes repeticiones, sinónimos y antónimos al respecto (*become unfit, exercise/exercising regularly; stay fit; training; losing fitness; fitness; build your fitness*).

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Las palabras *friends* y *parties* evidencian la importancia que este lector concede a las opiniones de sus amigos en algo para él tan importante como su estado de forma física y tono muscular. El valor excesivamente formal de *regression* (“losing fitness”) aporta un mayor rigor científico y credibilidad al consejo del especialista. No obstante, este tono formal alterna con el cariz coloquial de expresiones como *the come back trail*, que proyecta la intención de la revista de mantener una relación cercana con los lectores, que vean en el asesor tanto a un amigo como a un especialista de confianza.

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

El empleo del adjetivo *correct*, en la pregunta del lector, y de la expresión *rule of thumb*, en la respuesta, son dos ejemplos del valor otorgado por hombres como el que escribe a la sección de consulta de *FHM* a la forma física personal, y, como tal, del modo más adecuado para no perderla en períodos de enfermedad. De ahí la evaluación a que lector y asesor someten a las diferentes técnicas sobre las que intercambian experiencias.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

R. A. se sirve de la metáfora *the best route to follow* para preguntar por el mejor modo de permanecer en forma aun en caso de caer enfermo. La metáfora de los distintos estadios a seguir de manera laboriosa para alcanzar la meta final nos da idea de hasta qué punto hombres como éste están dispuestos a ser disciplinados y a seguir los pasos que sean necesarios para conseguir su objetivo primordial de mantenerse en forma a toda costa.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

Tanto en la pregunta como en la respuesta de esta consulta predominan los **procesos verbales** de tipo *relacional* dado el papel central que cobra el hecho de estar en buena forma física (...*to become unfit; I have a couple of friends...; ...if they feel ill; ...until they feel better; so which is the best route...?; ...in order to stay fit; it is essential; ...to be healthy; ...when you have a cold, are injured or feel unwell; ...particularly when you are unwell for a long period; this means being active; the rule of thumb for regression is...*). Especialmente en la respuesta de A. L., los procesos relacionales vienen dados por la descripción de aquellas situaciones que llevan a la pérdida de la forma física.

No faltan tampoco procesos *materiales* para hacer mención a las acciones que hacen perder el tono muscular o a recuperarlo (*How long does it take...; who continue to exercise*<sup>256</sup> *regularly; ...others who stop; ...they are doing the correct thing; ...the best route to follow...; ...when exercising; avoid training*<sup>257</sup>; *to decrease the regression (losing fitness) rate; active recovery will help maintain*<sup>258</sup> *your pre-injury fitness; it takes a third of the time it took you to build your fitness up as it does to lose it*). Hay también algún proceso *mental* (*I know others...*), y *verbal* (*Both parties say...*), éste último motivado por la reproducción de los comentarios de los amigos del lector sobre el tema de la forma física personal.

No existen casos en que lo que debiera aparecer bajo la forma de un proceso se construya con la forma de otro. La **agencialidad** también está clara en todo momento, aunque hay algunas **sustantivaciones** (*to decrease the regression rate...; active*

---

<sup>256</sup> Nos encontramos ante un grupo verbal hipotáctico con significado durativo, según la tipología de Halliday (1994: 279).

<sup>257</sup> Se trata de un grupo verbal hipotáctico con significado conativo (Halliday, 1994: 280).

<sup>258</sup> Igualmente no hallamos ante un grupo verbal hipotáctico conativo (Halliday, 1994: 280).

*recovery will help maintain your pre-injury fitness*). La ausencia de participantes que conlleven estas sustantivaciones hace ver el problema que plantea este lector de West Sussex como muy común entre muchos otros hombres, lo cual sirve ya para darnos una idea clara de hasta qué punto se construye, desde esta revista para hombres, el culto al cuerpo como un valor primordial entre sus lectores. Hay que añadir que no se emplea la **negación** en este fragmento.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Resulta cuanto menos destacable, sobre todo teniendo en cuenta otras muestras analizadas de este género, que el lector se sirva dos veces del **modo** interrogativo a lo largo de su intervención, para plantear explícitamente dos preguntas (*How long does it take to become unfit?; So which is the best way to follow in order to stay fit?*). Con frecuencia, los conflictos personales de los varones llevan a las revistas a la presentación de sus lectores como apocados e inseguros, hasta el punto de evitar la utilización del modo interrogativo, que manifiesta en ocasiones el ejercicio de una estrategia de poder sobre el interlocutor<sup>259</sup>. Sin embargo, en este caso, el lector no propone un problema que le acucie en el momento de escribir; más bien plantea el tema a raíz del modo divergente de actuar de sus amigos cuando caen enfermos. Esta mayor seguridad del lector le lleva a no temer el ejercicio del poder sobre el asesor por medio del modo interrogativo. Precisamente, la falta de toda urgencia en el problema que plantea el lector hace que el asesor no recurra más que una sola vez a la inmediatez y el tono directo que aporta el modo imperativo<sup>260</sup> cuando le indica la conducta a seguir (*so avoid training when you have a cold*). Por lo demás, el especialista da forma a su asesoramiento por medio del modo declarativo (*It is essential to be healthy when exercising; to decrease the regression rate, particularly when you are unwell for a long period, “active recovery” will help maintain your pre-injury fitness; this means being active, but in a pain-free way*), modo que igualmente emplea el lector para describir las distintas maneras de obrar de sus amigos en situación de enfermedad (*I have a couple of friends who continue to exercise regularly if they feel ill but I have others who stop until they feel better; Both parties say they are doing the correct thing*).

---

<sup>259</sup> En otros casos es al contrario: el que contesta asume el papel de experto y el que pregunta pierde parte de su imagen al admitir que desconoce algo.

<sup>260</sup> Tufte recoge, en su estudio del valor estilístico de ciertas opciones gramaticales, el tono de urgencia e inmediatez que imprime el empleo de los imperativos: “This type of strong command can be very expressive, imparting a sense of urgency” (1971: 181).



Por lo que respecta al empleo del pronombre de segunda persona *YOU*, los usos de esta forma desde la respuesta del asesor de *FHM* corresponden a dos tipos distintos. En ocasiones, constituyen apelaciones directas al hombre que ha escrito al consultorio para responder explícitamente a las preguntas que formula (*...so avoid training when you have a cold, are unjured or feel unwell*); otras veces adquieren un cariz impersonal que incluye el caso del lector dentro de una amplia clase de otros varones con el mismo problema (*The rule of thumb of regression is that it takes a third of the time it took you to build your fitness up as it does to lose it*). Otras veces caben ambas lecturas (*To decrease the regression rate (losing fitness), particularly when you are unwell for a long period of time, “active recovery” will maintain your pre-injury fitness*)<sup>261</sup>. En cualquier caso, es evidente el grado en que desde esta publicación se identifica la preocupación del lector concreto que la plantea como harto extendida entre otros varones.

Prueba de la ya aludida falta de urgencia o inmediatez de consejo por parte del lector de West Sussex es que el especialista de esta columna no va a emplear formas de **modalidad relacional** con las que imponerle a su interlocutor una conducta determinada de cara a evitar toda pérdida de la forma física. La única excepción la constituyen el único caso de modo imperativo ya apuntado, y del adjetivo *essential* para expresar obligación (*It's essential to be healthy when exercising*). En efecto, la exposición que realiza el asesor sobre el mejor modo de no perder la forma física cuando se sufre alguna dolencia apenas si queda matizada por medio de la **modalidad expresiva**. El auxiliar modal *will* (*...when you are unwell for a long period, “active recovery” will help maintain your pre-injury fitness*) construye como algo habitual y característico el contenido del enunciado clave de la respuesta que el responsable de la sección de consulta de *FHM* ofrece a su lector. Por lo demás, la ausencia de otras formas de modalidad epistémica que conlleva el empleo constante del modo declarativo se traduce en un compromiso neutro, pero sin duda cierto, con la verdad de los enunciados que dan cuerpo al asesoramiento del especialista para este lector de iniciales A.L.

---

<sup>261</sup> La dificultad a la hora de discernir entre ambos valores de *you* es puesta de manifiesto por Quirk *et al.*: “Generic *you* is typically an informal equivalent of *one* [...] But *you* again retains something of its 2nd person meaning: it can suggest that the speaker is appealing to the hearer’s experience of life in general, or else of some specific situation, as in : This wine makes *you* feel drowsy, doesn’t it?” (1985: 354).

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

El análisis de los **conectores** de este fragmento resulta ideológicamente representativo de la importancia que el culto al cuerpo adquiere para este lector, y, vista la respuesta del asesor de esta publicación, para muchos otros hombres. De un lado, los nexos **coordinantes** adversativos dan cuenta de las contradicciones que para este varón de West Sussex suponen las diferentes conductas de sus amigos ante el ejercicio físico en momentos de enfermedad (*I have a couple of friends who continue to exercise regularly if they feel ill, but I know others who stop until they feel better*). Precisamente, el consejero de *FHM* le recomendará, haciendo uso de la misma conjunción adversativa, que no caiga en la contradicción de tratar de mantenerse activo cuando no se encuentre bien físicamente, aun cuando ello vaya en detrimento de su salud (*This means being active but in a pain-free way*).

De otro lado, la relación que se establece entre la enfermedad y la pérdida del tono muscular al tener que dejar de hacer ejercicio se hace patente en el uso de conjunciones temporales (*..but I know others who stop until they feel better; It is essential to be healthy when exercising, so avoid training when you have a cold, are injured or feel unwell; To decrease the regression (“losing fitness”) rate, particularly when you are unwell for a long period, “active recovery” will help maintain your pre-injury fitness*).

Asimismo, el propósito fundamental de mantenerse en forma a pesar de la enfermedad se materializa en las cláusulas subordinadas finales del lector (*...so which is the best route to follow in order to stay fit*) y del asesor (*To decrease the regression (“losing fitness”) rate, particularly when you are unwell for a long period, “active recovery” will help maintain your pre-injury fitness*). Por esta razón, uno y otro se sirven del *so* consecutivo para enfatizar en sus intervenciones aquellos resultados que especialmente desean dejar claros en su interlocutor (*Both parties say they are doing the correct thing – so which is the best route to follow in order to stay fit?; It is essential to be healthy when exercising, so avoid training when you have a cold, ...*). Si en la respuesta de A.L. *so* funciona como conjunción subordinante consecutiva, en la pregunta de R.A. actúa como marcador discursivo que no expresa ya una relación causa-efecto entre cláusulas sino entre fragmentos textuales más amplios<sup>262</sup>. *And finally*

---

<sup>262</sup> Winter (1977: 14, 16) pone de relieve este doble funcionamiento de la partícula *so*, tanto como conjunción de subordinación –subordinator– como marcador discursivo –categoría que él llama *sentence connector*–.

funciona igualmente como marcador discursivo, que, en el discurso del asesor, cierra su argumentación sobre la mejor técnica para evitar la pérdida de forma física tras un período de enfermedad (*And finally, the rule of thumb for regression is that it takes a third of the time it took you to build up your fitness as it does to lose it*)<sup>263</sup>.

Hay que decir que la utilización de la subordinación en el discurso del lector y del asesor nos da cuenta de las prioridades de uno y otro. Así, por ejemplo, si partimos de la premisa fundamental de que las cláusulas principales recogen la información que los hablantes estiman como más importante, y las subordinadas, la secundaria (Fairclough, 1989: 131-132), una comparación, que parta de esta variable, entre el peso que se concede a la forma física y a la salud evidencia que, tanto en la pregunta del lector como en la respuesta de su asesor se tiende a colocar en las cláusulas principales la información relativa a la forma física ([1] ... *who continue to exercise regularly...*; [2] ... *who stop...*; [3] ...*avoid training...*; [4] *To decrease the regression (“losing fitness”) rate...*), ubicándose en las subordinadas correspondientes la información referente a la salud ([1] ...*if they feel ill*; [2] ...*until they feel better* [3]; ...*when you have a cold, are injured or feel unwell*; [4] ... *particularly when you are unwell for a long period*)<sup>264</sup>. La única excepción la encontramos en *It is essential to be healthy when exercising, so avoid training when you have a cold, are injured or feel unwell*, donde las subordinadas con información sobre el ejercicio físico (...*when exercising* [adverbial temporal]; ...*so avoid training* [adverbial consecutiva]) dependen de una principal (*It is essential to be healthy...*) con información sobre salud. En los demás casos, la estructuración de la información que se desprende del estudio de la subordinación nos da una idea bastante clara del peso específico que se concede a la forma física personal desde esta revista sobre el modo de vida de los hombres en el Reino Unido.

Al estilo informal característico de la **elipsis** (*It is essential to be healthy when (you [elipsis nominal] are [elipsis verbal]) exercising, so avoid training when you have a cold...; ...it takes a third (as much) of the time it took you to build up your fitness as it does to lose it*), hay que añadir el tono conversacional que este recurso incorpora, según

---

<sup>263</sup> Calsamiglia y Tusón emplean el término *finalizador* (1999: 247) para referirse a marcadores discursivos como *en fin, por fin, por último, para terminar*, etc., por los que se podría traducir perfectamente la forma inglesa *and finally*.

<sup>264</sup> Las cláusulas principales señaladas en estos cuatro ejemplos funcionan, a su vez –v.g. (1) y (2)– en ocasiones como cláusulas subordinadas adjetivas o de relativo. El caso (3) se comenta en el cuerpo del texto; la principal en (4) actúa, también, como subordinada adverbial final respecto a otra cláusula (...*“active recovery” will help maintain your pre-injury fitness*) donde la información hace referencia a la forma física, igual que su subordinada, con lo cual no cabe comparación posible entre este tipo de información y la relativa a la salud.

Cornbleet y Carter: “We often save time in speaking by cutting down on language where possible, by using contractions and **ellipsis**” (2001: 62). Contribuye, pues, este rasgo a la construcción de un discurso que tiende a hacer del consultorio de *FHM* una sección cercana a sus lectores, con un lenguaje no muy alejado del de la conversación entre amigos.

Por último, en lo que respecta a la cohesión léxica, son numerosos los casos de:

- **sinonimia:** *exercising/training; regression/losing fitness; feel ill/feel unwell;*
- **antonimia:** *feel ill/feel better; Become unfit/stay fit; build up fitness/lose it [fitness];*
- **repeticiones:** *exercise/exercising* [dos veces]; *fit(ness)* [cuatro veces]; *regression* [dos veces];
- **colocaciones:** *route to follow; have a cold; rule of thumb;*
- **nombres generales**<sup>265</sup>: *thing (Both parties say they are doing the correct thing).*

Todos estos recursos de cohesión léxica no vienen sino a poner de relieve la preocupación central por la forma física entre varones como el que escribe a esta revista, donde se ha elegido su consulta como representativa de los intereses de muchos otros hombres consumidores de esta publicación sobre el modo de vida masculino.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

El análisis de la macroestructura de esta muestra se acomoda, en términos generales, a la del género de los consultorios de la prensa escrita. Sin embargo, la consulta en sí del lector presenta una variación fundamental respecto a otros ejemplos estudiados, por cuanto, en lugar de una, hay dos preguntas que rodean a la presentación del conflicto descrito por este hombre, según el siguiente esquema:

#### **PREGUNTA 1**

#### **PRESENTACIÓN DEL CONFLICTO**

#### **PREGUNTA 2**

Bajo esta conformación de la consulta de este lector de iniciales R.A. subyace una clara tendencia hacia lo explicativo. Así, tras una pregunta directa al asesor de la revista (*How long does it take to become unfit?*) –pregunta propia del tono dialogal que invade el

---

<sup>265</sup> “The class of general noun is a small set of nouns having generalized reference within major noun classes, those such as ‘human noun’, ‘place noun’, ‘fact noun’ and the like” (Halliday y Hasan, 1976: 274).

género de las columnas de consulta— este varón da cuenta con su intervención de su carencia de explicaciones fiables que le permitan saber cuál es el mejor modo de obrar en momentos de enfermedad de cara a mantener la forma física. Encontramos así una secuencia explicativa incompleta con la que busca aprehender esta información. Ello da lugar al estado inicial – **Proposición explicativa 0**– característico de toda secuencia explicativa (*I have a couple of friends who continue to exercise regularly if they feel ill, but I know others who stop until they feel better*), y su correspondiente problematización o **Proposición explicativa 1** (*Both parties say they are doing the correct thing*). Sin embargo, está ausente todo desarrollo expositivo –**Proposición explicativa 2**– propiamente dicho; antes al contrario, lo que existe en la consulta de este lector es una solicitud de que esas explicaciones se materialicen en la respuesta que esta pregunta espera del responsable de la sección de consulta de esta publicación (*So which is the best route to follow in order to stay fit?*). Tampoco existe la conclusión o evaluación – **Proposición explicativa 3**– que suele poner fin a los textos explicativos prototípicos. Es por ello que conviene hablar en este fragmento textual de la presencia de una tendencia a lo explicativo, y no de una estructura explicativa completa.

Por otra parte, la respuesta se aproxima igualmente bastante a la estructura de una secuencia explicativa, con la que se expone al lector el mejor modo de no perder su forma física en períodos de enfermedad. Esta secuencia contaría con un desarrollo explicativo propiamente dicho –**Proposición explicativa 2**– en el que se ofrecen al lector, tal y como él pregunta, las claves para mantener la forma física en la medida de lo posible durante los períodos de enfermedad (*To decrease the regression (“losing fitness”) rate, particularly when you are unwell for a long period, “active recovery” will help maintain your pre-injury fitness. This means being active, but in a pain-free way (see “The Comeback Trail”, right)*). También podemos constatar una proposición que pone fin al desarrollo explicativo a modo de conclusión–**Proposición explicativa 3**–, donde se evalúan los procesos de pérdida de forma física en momentos de malestar físico que tanto preocupan al lector de West Sussex (*And finally, the rule of thumb of regression is that it takes a third of the time it took you to build up your fitness as it does to lose it*). Sin embargo, en esta secuencia explicativa no aparece de forma clara el objeto inicial oscuro e ininteligible ni su problematización –**Proposiciones explicativas 0 y 1**– al que el desarrollo posterior intentará dar explicación; ambas proposiciones quedarán implícitas y habrá que abstraerlas de la pregunta misma del lector. En su lugar, la respuesta del asesor de *FHM* aparece encabezada por una digresión previa con tono

evaluativo, y configurada estructuralmente a modo de secuencia argumentativa reducida; con ella se trata de razonar la no conveniencia de realizar ejercicio cuando uno está enfermo si ello supone un riesgo añadido para la salud de quien lo practica (*It is essential to be healthy when exercising, so avoid training when you have a cold, are injured or feel unwell*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **C. Contexto situacional**

Para desentrañar la interpretación del contexto situacional trataremos de responder a las siguientes variables:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** fundamentales del fragmento son, en principio, el pedir –por partida doble– asesoramiento a R. A. a propósito de la manera más adecuada de no perder la forma física cuando la salud personal se resiente, así como el ofrecimiento de los consejos correspondientes por parte del responsable de la sección. De estas actividades principales se desprenden otras secundarias, como son el hacer ejercicio y el dejar de realizarlo.

Los **tópicos** esenciales del texto radican en la pérdida de la forma física por parte de los varones al enfermar, y la realización –o no– de ejercicio físico durante esos períodos.

Existe un **propósito comunicativo** principal, que consiste en aconsejar al lector que la mejor manera de no perder el tono físico cuando uno se encuentra enfermo es mantenerse activo, pero sin cometer excesos durante la convalecencia. Junto a este propósito principal, existe otro secundario en la intención de hacer ver al lector que escribe a esta sección de consulta en particular, y a todos los consumidores de la revista en general, que el culto al cuerpo llevado hasta sus últimas consecuencias daña la salud, que se estima más importante que el tener una forma física perfecta.

##### **2) ¿Quién participa?**

Los participantes de esta interacción comunicativa son el lector de West Sussex de iniciales R.A. y el asesor de la sección de consulta de *FHM*, cuyas iniciales son A.L.

También hay que hacer mención a los amigos de R.A., a los que éste hace referencia, a los editores de esta sección de la revista, y al público de lectores de la misma.

### 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre lector y asesor se define por un tono neutro, propio de los consultorios de la prensa escrita, donde el vínculo entre uno y otro se limita a un mero intercambio de información. Por otro lado, hay que destacar la especial importancia que cobran los amigos del lector en su vida, y lo cercana que es la relación entre ambos, ya que, aun no teniendo un problema real con su estado de forma en el momento de escribir a *FHM* para formular su consulta, este hombre se plantea el contar ya con una solución en caso de que eventualmente se le presente un dilema semejante por enfermedad; este razonamiento lo lleva a cabo solamente a raíz de observar las diferentes conductas de sus amistades al respecto.

### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

El lenguaje posee ante todo una **función instrumental** que permite la interacción comunicativa escrita entre lector y asesor. En segundo lugar, el lenguaje del fragmento cumple una **función de identidad** en tanto que ayuda a modelar una faceta de la identidad de género de este lector del Sur de Inglaterra, y de otros consumidores de esta revista, tan importante como es la relación entre ejercicio físico y salud entre los hombres. Los parámetros que articulan este aspecto de la vida de los hombres, tal y como se construyen desde la revista –tratar de mantener un equilibrio entre salud y forma física sin caer en excesos por querer mantener un tono muscular óptimo a toda costa– definen la **función ideacional** del discurso de esta muestra. Por último, puesto que el ejercicio físico y el entrenamiento corporal juegan –como prueban los argumentos del propio lector– un papel decisivo en la socialización de muchos jóvenes varones –especialmente en el grupo de amigos–, el discurso viene a cumplir una **función relacional** bien clara.

## **B. Contexto intertextual**

El fragmento aquí analizado se encuadra en dos **series históricas** relacionadas entre sí: de un lado, los conflictos de identidad masculina a que han de hacer frente muchos hombres en la sociedad contemporánea; y, de otro, la aparición de mecanismos de autoayuda con que mitigar y solucionar en la medida de lo posible esos conflictos, mecanismos tales como las columnas de consejo en numerosas publicaciones como esta revista británica para hombres.

En otro orden de cosas, el análisis de las **presuposiciones** da cuenta de hasta qué punto la perfecta forma física se convierte en uno de los parámetros fundamentales en el desempeño del rol de género masculino, tal y como se desprende de discursos sobre y para la masculinidad como los producidos en revistas del estilo de *FHM* en Gran Bretaña. Así, por ejemplo, la pregunta del lector de West Sussex, *So which is the best route to stay fit?*, presupone la existencia de determinados modos para que los varones se mantengan en un buen estado de forma física. Ideológicamente, esta presuposición es significativa de los fatales resultados que sobre la salud de los hombres puede tener el establecer como primordial un valor de este tipo. Con todo, desde la revista se intenta atemperar los excesos en que puedan llegar a caer muchos hombres, existiendo enunciados que presuponen que resulta inevitable perder parte del tono muscular cada vez que uno cae enfermo (*To decrease the regression (“losing fitness”) rate, particularly when you are unwell...; And finally, the rule of thumb for regression is that it takes a third of the time it took you to build your fitness up as it does to lose it*). Esto ayuda a hacer más conscientes a los hombres de la realidad del funcionamiento de sus cuerpos, y de su vulnerabilidad.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Esta muestra de la sección de consulta de *FHM* del mes de julio de 1999 construye un **tipo de discurso** sobre la masculinidad que encuentra en el culto al cuerpo un valor de referencia esencial sobre el modo de entender lo masculino. De hecho, toda pérdida de la forma física por causas que escapen al control personal –como puede ser un resfriado o un proceso gripal– se torna en verdadera catástrofe para hombres como este joven de West Sussex, que pasan a tener la impresión de ver peligrar un elemento clave para demostrar su virilidad.

Este tipo de discurso se conforma mediante el empleo de rasgos característicos de los discursos del asesoramiento, del periodístico y, en menor medida, del discurso epistolar. De entrada, la ansiedad de hombres como éste, de iniciales R.A., ante la posibilidad de perder el desarrollo muscular, que tanto trabajo les ha costado alcanzar, les conduce a servirse de una variedad del discurso del asesoramiento como esta sección de consulta de una revista para hombres específicamente dedicada al modo de vida masculino. Ahora bien, en tanto que parte integrante de la revista *FHM*, donde esta y otras consultas aparecen publicadas de acuerdo con un formato que reproduce la estructura básica del discurso epistolar, la interacción lector-asesor adquiere una



dimensión pública, alcanzando la difusión propia del discurso periodístico. Ésta y otras consultas han sido seleccionadas por los editores de esta sección de la revista, y muy posiblemente manipuladas hasta adquirir la forma visible con que se la encontrarán los lectores que compraron el número de julio de 1999 de *FHM*. De este modo, la respuesta que obtiene R.A. de parte del asesor de esta sección se considera adecuada para muchos otros lectores con conflictos parecidos.

Diversos aspectos de la **coherencia global** del fragmento nos ayudarán a entender mejor la construcción de este tipo de discurso sobre la masculinidad. El **esquema** del texto consta de las acciones sucesivas de tener que acudir al consultorio de una revista para buscar solución a un conflicto personal y el encontrar allí la respuesta esperada de parte de un especialista en asesoramiento sobre temas relativos al modo de vida masculino. El marco de este fragmento nos viene dado por la representación del tipo de hombre que emerge de las acciones que conforman dicho esquema: un varón concienciado y alarmado ante los resultados de algo tan imprevisto como una enfermedad sobre su forma física personal. A este respecto, los **guiones** del fragmento definen a un individuo para el que el tono muscular es un elemento fundamental de cara a mantener una relación de igual a igual con sus amigos; es decir, éstos se convierten en un punto de referencia innegable para este varón de West Sussex, hasta el punto de que, no sabiendo a cuáles de ellos acomodar su conducta, decide pedir consejo al asesor de una publicación en que deposita su confianza con la esperanza de obtener solución a su conflicto personal.

El empleo de los **actos de habla** resulta igualmente elocuente de la construcción del tipo de discurso aludido en esta sección de la revista. Tanto la presentación del estado de cosas que mueve al lector a escribir a *FHM* como la réplica que de aquí obtiene se construyen por medio del tono expositivo que imprimen los actos de habla de tipo representativo (e.g. *I have a couple of friends who continue to exercise regularly if they feel ill, but I have others who stop until they feel better; It is essential to be healthy when exercising...; And finally the rule of thumb for regression is that it takes a third of the time it took you to build your fitness up as it does to lose it*). Ahora bien, el imperioso deseo de este hombre por controlar toda pérdida de su forma física le lleva a servirse de dos actos de habla directivos con fuerza ilocutiva de pregunta, llevados a cabo de modo directo, a lo largo de su intervención (*How long does it take to become*

*unfit?; So which is the best route to follow in order to stay fit?*)<sup>266</sup>. En este sentido, aunque desde la revista se ha optado por construir el asesoramiento a base de actos de habla representativos y evitando cualquier tono impositivo sobre el lector, no se ha dudado a la hora de insistir sobre la necesidad incuestionable de anteponer la salud sobre el culto al cuerpo. El acto de habla directivo que encierra este exhorto es prueba de ello (...*so avoid training when you have a cold, are injured or feel unwell*), así como el que anima al lector a que consulte otra sección de la revista titulada “The Comeback Trail”, donde se ofrece una serie de consejos sobre la recuperación de la forma física tras períodos de enfermedad (See “*The Comeback Trail*”, *right*). Con todo, la voluntad del asesor de comprometerse con el valor de sus recomendaciones se plasma en el acto de habla comisivo correspondiente (*To decrease the regression rate, “active recovery” will help maintain your pre-injury fitness...*).

Hay que hacerse eco, por último, de algunos rasgos gramaticales, léxicos y de **coherencia local** del fragmento que imprimen un tono conversacional y coloquial a este discurso con el fin de hacer de esta sección un espacio próximo y de confianza, donde lectores como éste de West Sussex no duden en acercarse para tratar de encontrar solución a sus conflictos como hombres. Estos rasgos incluyen:

- Elipsis (*It is essential to be healthy when (you are) exercising...*);
- Expresiones coloquiales (*the rule of thumb for regression*) y *phrasal verbs* (...*it took you to build your fitness up*);
- Aunque el experto hace gala de su condición con vocablos técnicos como *regression*, ciertas expresiones entre paréntesis y comillas construyen una voz que trata de hacer más accesibles las explicaciones al lector por medio de términos más coloquiales (...*To decrease the regression (“losing fitness”) rate...*);
- Marcadores discursivos como *right* (Quirk *et al.*, 1985: 1481) (See “*The Comeback Trail*”, *right*).

---

<sup>266</sup> Siguiendo la clasificación básica de Searle (1979), autores posteriores han entendido que las preguntas son un subtipo dentro de los actos de habla de tipo directivo. Así, Levinson, por ejemplo, considera: “Directives which are attempts by the speaker to get the addressee to do something (paradigm cases: requesting, questioning)” (1983: 240). Sin embargo, no han faltado otros autores, como van der Auwera, que ven en las preguntas un tipo básico de acto de habla independiente y con autonomía propia: “Interrogative, imperative, and optative speech acts, which together with assertions are called basic

## **II. 3. Diferencia y Cambio**

Aunque, a primera vista, no parezca haber interpretaciones contextuales diferentes entre lector y asesor, ciertos factores como el análisis de las presuposiciones demuestran todo lo contrario. Así, el lector se encuentra en un estado de confusión mental sobre las pautas a seguir en momentos de enfermedad en lo que concierne a la continuidad del ejercicio físico, lo que le lleva a manejar como opciones igualmente válidas la prolongación del entrenamiento corporal o su supresión temporal. Por contra, el especialista de esta sección de *For Him Magazine* no dudará en priorizar la salud personal sobre el culto al cuerpo, desaconsejando en todo momento el ejercicio durante períodos de enfermedad si ello fuera en contra de la propia salud de los hombres.

## **III. EXPLICACIÓN**

### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

Se podría hablar de una doble determinación social en la producción de este tipo de discurso. En primer lugar, hay que tener presentes las **relaciones de poder** entre géneros en el Reino Unido en el cambio de milenio, contexto en el que el acceso de las mujeres a posiciones cada vez menos marginales en sociedades como la británica lleva a muchos hombres a una cierta crisis de identidad, al ver en peligro su hegemonía, tradicionalmente incuestionable. A raíz de esto, muchos hombres sienten la necesidad de reafirmar los rasgos que tradicionalmente han servido para definir los significados hegemónicos de lo masculino. La fuerza física es uno de ellos, pero la violencia, la agresividad y cualquier otra forma de machismo exagerado responden a comportamientos que Pleck denomina “hipermasculinos”, y que son sintomáticos de la inseguridad masculina en su rol de género ante unas cambiantes relaciones de poder entre hombres y mujeres:

*Certain kinds of exaggerated masculine (or hypermasculine) behaviours are a manifestation of a male's insecurity in his sex role identity. A male with an insecure sex role identity at the deepest level of his personality may compensate for it by developing characteristics at a more superficial level that assure him and others of his masculinity. The hypermasculinity hypothesis has been applied to delinquency and violence, conservative social attitudes (for example, authoritarianism and homophobia), and bodybuilding (1981: 96).*

Sin llegar a estos extremos, el deporte y las actividades destinadas a mantenerse en buena forma cumplen un papel igualmente innegable en la construcción de la identidad

---

speech acts, differ from assertions in that they express the absence of belief and, instead, the presence of a

masculina, tal y como pone de manifiesto Jackson: “Sporting activities represent one of those apparently trivial but significant lifetime sites where masculinity is constructed and confirmed” (1990: 207).

Las cambiantes relaciones de poder de la sociedad británica en su conjunto a la que venimos haciendo mención se manifiestan en niveles institucionales como el de las relaciones de amistad entre hombres, y, en particular, en situaciones tan concretas como las conversaciones sobre el estado de forma física personal que describe el lector de esta consulta.

No obstante, paralelamente a estas cambiantes relaciones de poder entre hombres y mujeres, la sociedad británica contemporánea se ha visto inmersa en un creciente consumismo. Revistas como *FHM* han dado cauce a esta tendencia entre los jóvenes varones de altos ingresos, lectores habituales de esta publicación. Las páginas de moda para hombre y los numerosos anuncios de accesorios o sobre productos de belleza personal representan y reproducen el culto al cuerpo y a la estética personal. El fomento entre sus lectores de un cuerpo torneado y bien esculpido –prototípicamente masculino– no podía ser menos en el discurso de las publicaciones periódicas para hombres, según añade Wiegers:

*The relationship between the male body and the dominant discourses of masculinity converge upon the issue of desire. Consumer culture stimulates men’s desires to be attractive, intelligent and effectual individuals through the lure of achieving an ideal body and the promise of future perfection. Male bodies are exploited in advertisements for beauty products such as cologne, deodorants and skin lotions, as in magazines dedicated to health and fitness* (1998: 153).

### **III. 2. Ideologías**

La **ideología** que encierra este tipo de discurso no encaja fácilmente en los moldes del *New Man* o del *New Lad* en tanto que construcciones de la masculinidad privilegiadas en otras muestras de las secciones de consulta de las diferentes revistas británicas para hombres analizadas en este trabajo. Antes al contrario, la preocupación por la forma física que se representa en el texto es uno de los valores más tradicionales en la definición de lo masculino. El deporte, el ejercicio físico y las actividades encaminadas al desarrollo de la musculatura han sido históricamente un elemento clave en la construcción de la masculinidad. La fuerza física que se alcanza por medio del ejercicio, y las prácticas deportivas donde se representa, como en ningún otro ámbito, la

---

desire” (1980: 253).

superioridad física de los varones sobre las mujeres, han sido un signo de la hegemonía y del poder de los hombres en la sociedad, según afirma Wiegers:

*An important site for the social construction and reproduction of heterosexual masculinity is sports [...] Studies have shown that men's self-esteem is higher when their body is large, hard and muscular, thereby commanding attention and respect [...] The desire for muscles reveals men engaged in a passionate battle with their own sense of vulnerability (ibíd).*

Como acabamos de ver, ciertos autores han visto en el excesivo culto a la forma física, que se pone de manifiesto en actividades como el culturismo, un tipo de “hipermasculinidad”, donde la exageración de atributos definitorios de lo masculino evidenciaría la angustia por perder un rol hegemónico. Esto se hace así lo más visible posible mediante los excesos en la exhibición de la fuerza y la potencia física como metáfora del dominio y poder de lo masculino en la sociedad. En este contexto, el culto al cuerpo que impone la sociedad de consumo, donde la estética personal se ha convertido en valor privilegiado, encaja a la perfección con la necesidad de ciertas formas de masculinidad de hacer ostensibles sus estandartes tradicionales en momentos de crisis. Es ésta la ideología que se encierra en el discurso de esta muestra.

### **III. 3. Efectos**

El tipo de discurso sobre lo masculino que se construye en esta muestra no puede decirse que se posicione claramente a favor de las formas hegemónicas y patriarcales de la masculinidad en las relaciones de poder entre géneros de la Gran Bretaña del cambio de siglo. Nos hallamos ante una forma de **discurso totalmente normativo**: la consulta de un varón sobre un aspecto característico de su identidad como hombre en la sección de consulta de una revista especializada en el modo de vida masculino. Sin embargo, este tipo de discurso normativo oculta una **lucha de poder encubierta** entre géneros; y prueba de ello es el hecho mismo de que surja este mercado de revistas para hombres y, sobre todo, esta sección históricamente considerada como un espacio esencial de reproducción de los valores asociados a la feminidad<sup>267</sup>, lo cual da cuenta de la inseguridad y de los problemas de identidad del tipo de lector que consume estas publicaciones.

---

<sup>267</sup> En su análisis de las revistas femeninas en el Reino Unido, Ballaster *et al.* señalan a propósito de la sección de consulta de gran tradición en este tipo de publicaciones para mujeres: “The letters page sets up an intimate and comfortable world of shared concerns” (1991: 147).

Con todo, puede decirse que este tipo de discurso no contribuye al mantenimiento de las **relaciones de poder** existentes entre géneros, puesto que no promueve, en ningún momento, actitudes excesivamente hegemónicas entre lectores como al que se responde en el ejemplo que hemos analizado.

**TEXTO 11: ZM, junio/julio 1999, p. 82.**

***I. DESCRIPCIÓN***

***I. 1. Vocabulario***

***I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?***

El léxico del fragmento se estructura en torno al **esquema de clasificación** de la incapacidad de los varones de ser padres por problemas de esterilidad (*can't have children; doubts about my ability to father a child*), así como el duro trance que para los hombres supone el tener que comunicar esta disfunción a sus parejas (*never told my partner; break the news; recriminations; your secrecy*).

El carácter central de la paternidad en esta muestra se pone de relieve en la relación de **hiponimia** que se establece entre *to father a child* y *have children*, siendo la primera expresión hipónima de la segunda.

***I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?***

Tanto *my partner* como *together (face the future together)* son vocablos del léxico de la muestra analizada que dan cuenta del grado en que el problema de esterilidad del hombre que escribe al consultorio de ZM no le afecta solamente a él sino también a su compañera sentimental, y a la relación de pareja que mantienen ambos.

***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

El adjetivo *broody (Now she's definitely getting broody)* en boca del lector que escribe a esta sección de consulta posee un valor evaluativo innegable sobre el grado en que este hombre está preocupado por el deseo de su pareja de tener hijos. En este sentido, el adverbio *definitely* que precede a este adjetivo resulta elocuente del convencimiento del lector de esta preocupación de su pareja, y de hasta qué punto él la tiene en cuenta.

Al hilo de las posibles reacciones de la mujer con la que el lector comparte su vida en el momento en que decida hacerla consciente de su esterilidad, la expresión *get upset (She won't want to get upset in public)* prueba que el especialista de la sección es perfectamente consciente de la reacción airada de esta mujer cuando se entere del problema que su compañero sentimental le ha estado ocultando durante tanto tiempo. De hecho, el léxico que emplea el asesor para aconsejar al lector incide en la idea de que éste ha de adoptar un tono comedido que mitigue en la medida de lo posible el enojo de su pareja (*Don't be tempted...; try saying...; you have doubts about your ability to father a child; suggest you take a test...*). El asesor está, pues, evaluando el problema presentado por el lector y los resultados del mismo.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

No se emplean metáforas a lo largo de esta muestra del consultorio de ZM.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

En lo que se refiere al uso de **procesos verbales**, la presentación del problema que lleva a cabo este lector de Newcastle no se caracteriza por el predominio de un tipo de proceso verbal determinado, existiendo tanto materiales (*How can I break the news?*), mentales (*I know...*), relacionales (*...I can't have children...; Now she's getting definitely broody*) y verbales (*...I've never told my partner*). Por contra, no son pocos los casos de procesos materiales de la respuesta del asesor, con los que éste señala a su “cliente” los posibles modos de actuar para resolver el problema que plantea (*Do it at home...; ...to break the news; When the results come through you can face the future together instead of coping with recriminations over your secrecy; ...your ability to father a child; ...you take a test*). De hecho, dado que el problema se reduce al temor de este joven de Newcastle a decirle a su pareja que es estéril, no faltan procesos de tipo verbal (*...Alternatively, you could try saying...<sup>268</sup>; and suggest...*). La descripción de las reacciones de ambos miembros de la pareja y de las circunstancias que rodean al problema por medio de procesos relacionales (*...however soothing the ambience might seem; ...that you have doubts about your ability...; She won't want to get upset<sup>269</sup>*), y la dimensión más puramente emocional de la problemática expuesta por el lector por medio de algún proceso mental (*Don't be tempted...*), completan la tipología de procesos de la respuesta.

Por lo que respecta a la **agencialidad**, hay un caso de **pasiva** (*Don't be tempted to break the news over dinner...*), con la que se consigue ocultar el agente de la eventual tentación del lector de revelarle esta nueva a su pareja, y que no sería otro que su sentimiento de ansiedad, miedo o deseo de acabar con este problema cuanto antes. Este recurso puede verse como una cierta estrategia de solidaridad ejercida desde una revista masculina para con un lector del que no se exponen sus debilidades y vulnerabilidades en su relación con las mujeres. Puede constatarse asimismo un caso de **sustantivación**

---

<sup>268</sup> Try aporta el significado de medio para conseguir algo (*means*) a este grupo verbal complejo hipotático, de acuerdo con la clasificación de Halliday (1994: 278).

<sup>269</sup> Es éste un grupo verbal complejo de tipo hipotático, según la terminología de Halliday (1994: 278, 289) de tipo relacional en la que el proceso secundario, *want*, aporta el significado de propuesta al proceso relacional primario, *get*.



(...you can face the future together instead of coping with recriminations over your *secrecy*). La función de la ocultación de la agencialidad del proceso verbal sustantivado obedece a una finalidad diferente en este caso, por cuanto se oculta lo responsable que es la compañera del lector de las recriminaciones que le hace. Ello hace menos visible la incómoda actitud adoptada por la pareja del lector para centrar la atención en él mismo, que es quien sin duda ha de reaccionar de algún modo para solucionar su problema. La ocultación de la agencialidad desde la revista posee un valor claramente constructivo en este fragmento. Por lo demás, hay que añadir que los procesos verbales son siempre lo que parecen.

La **negación** se emplea en abundancia tanto en la intervención del lector como en la del experto de la sección de consulta de *ZM*; sin embargo, el valor ideológico del uso que uno y otro hacen de este rasgo es distinto. Así, mientras que las negaciones del lector de *Newcasltle* se limitan a una presentación objetiva de realidades (*I know I can't have children but I've never told my partner*), el asesor niega acciones eventuales e hipotéticas, fruto de las posibles decisiones que este lector podría tomar en el futuro con vistas a contarle su problema a su pareja (*Don't be tempted to break the news over dinner at a restaurant...; she won't want to get upset in public*). De hecho, estos dos últimos ejemplos conllevan sendas **presuposiciones**: que el lector se va a sentir tentado de hacerle saber su problema a su pareja, y, sobre todo, que la confesión de aquél molestará a ésta. Dichas presuposiciones construyen aspectos de una realidad que el lector no se ha parado a considerar, probablemente, aunque atribuyen a ambos miembros de la pareja determinadas reacciones de manera un tanto gratuita.

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

En empleo de **modos** en esta muestra de la sección de consulta de la revista británica para hombres *ZM* resulta bastante prototípico de los cánones de este género. En efecto, el empleo mayoritario del modo declarativo (v.g. *I know I can't have children but I've never told my partner*) sólo se rompe por la utilización del modo interrogativo por parte del lector para pedir asesoramiento sobre una cuestión específica (*How can I break the news?*), y por el modo imperativo con que el responsable de la sección aconseja determinadas líneas de actuación a su cliente (*Do it at home, possibly over a drink (one); Don't be tempted to break the news over dinner at a restaurant*). No sorprende el empleo de este último modo por parte del asesor, puesto que el lector de

iniciales D. A. no duda en solicitar, de manera explícita, que se le indique el mejor modo para comunicarle esta noticia a su compañera sentimental.

En otro orden de cosas, el pronombre de segunda persona *You* no da lugar a dudas en su interpretación. Mick Cooper, responsable de la sección de consulta de esta publicación, lo utiliza para referirse deícticamente al joven lector que le ha escrito pidiéndole ayuda (*Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child and suggest that you take a test*), o bien para referirse, ya en plural, a este hombre y su novia o esposa (*When the results come through you can face the future together instead of coping with recriminations*). Como puede observarse, este pronombre no adquiere aquí los tintes impersonales que cobra en otros ejemplos analizados, donde la consulta planteada por un lector es la excusa para responder al mayor número de hombres posibles, haciendo extensivo el asesoramiento otorgado por medio de estrategias como son los usos impersonales del pronombre de segunda persona en inglés.

El análisis de la modalidad en el texto evidencia la ausencia de rasgos de **modalidad relacional**. No existen formas de obligación con las que el asesor intente imponer comportamiento alguno sobre el hombre que le escribe desde el Norte de Inglaterra. Sólo los ejemplos aludidos de modo imperativo, modo que Palmer (1986: 29) considera como forma no marcada del sistema deóntico, poseen valor relacional o deóntico en el discurso del asesor. No ocurre así con el sistema de la **modalidad expresiva**, donde van a ser numerosos los ejemplos de formas modales de posibilidad. Así sucede en la réplica de Mick Cooper, que matiza su consejo por medio de diferentes formas de modalidad epistémica. Cuando el asesor no es especialmente partidario de una determinada conducta –por ejemplo el hecho de confesar su problema de esterilidad en un restaurante– emplea el auxiliar *might* (*Don't be tempted to break the news at a restaurant, however soothing the ambience might be*). Por el contrario, cuando se muestra más convencido de la eventual consecución de los hechos que plantea D. A., pasa a servirse del adverbio *possibly*<sup>270</sup> (*Do it at home, possibly over a drink (one)*) y de los auxiliares modales *could* (*Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child*) y *can* (*When the results come through you can face the future together*). A este respecto, cuando el especialista opta por desaconsejar un

---

<sup>270</sup> No sólo poseen valor modal los auxiliares modales sino también adverbios como *possibly*: “With the weaker judgement, there may, in theory, be a difference between MAY and *perhaps, possibly*, etc., but in practice it is difficult to distinguish them” (Palmer, 1986: 64).

determinado comportamiento, no duda en servirse de la forma *will –won’t* en negativa– (*She won’t want to get upset in public*), donde el valor epistémico de certeza absoluta sobre la proposición expresada se mezcla con el valor temporal de futuro de este auxiliar, tal y como apunta Palmer: “Where there is reference to a future action, it is difficult, and sometimes impossible to distinguish epistemic WILL from the WILL of futurity” (1990: 57)<sup>271</sup>.

De igual modo, el lector se pregunta por la posibilidad de solucionar su problema por medio del auxiliar *can* (*How can I break the news?*); y no deja lugar a dudas sobre su total convencimiento del gran deseo de su pareja de ser madre al emplear el adverbio modal *definitely* (*Now she’s getting definitely broody*)<sup>272</sup>. Hemos de mencionar también el uso que este hombre hace de *can* en tanto que auxiliar modal de habilidad cuando, al principio de su intervención, reconoce su incapacidad para tener hijos (*I know I can’t have children but I’ve never told my partner*). De dicho valor de habilidad se hace eco de nuevo el asesor en su respuesta a la pregunta que este joven de Newcastle le plantea (...*you could try saying that you have doubts about your ability to father a child...*).

### **I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?**

Los mecanismos que confieren textura al fragmento van a ser de muy diverso tipo y entre ellos cabe señalar los siguientes por su especial valor ideológico de cara a la construcción del tipo de discurso que se lleva a cabo en esta muestra.

De entrada, son numerosos los casos de **referencia** endofórica a ambos miembros de la pareja, tanto por parte del lector como del asesor, para lo cual se utilizarán formas tales como pronombres personales o determinantes posesivos (v.gr. *I know I can’t have children but I’ve never told my partner; Now she’s definitely getting broody; She won’t want to get upset in public; Alternatively you could say you have doubts about your ability to father a child; ...you can face the future together instead of coping with recriminations over your secrecy; etc.). Esta constante referencia al lector y a su compañera sentimental, no sólo por él mismo sino también por el asesor, es prueba de hasta qué punto el problema planteado en esta consulta alcanza a la vida de pareja de estas dos personas.*

---

<sup>271</sup> Respecto al valor de certeza en el enunciado donde aparece *will*, afirma Leech: “WILL indicates what is a reasonable conclusion” (1990: 57).

<sup>272</sup> Quirk *et al.* incluyen *definitely* –además de otros adverbios como *admittedly*, *certainly*, *indeed*, *undeniably*, *undoubtedly*, etc– en una amplia lista de adverbios de contenido en función disjunta o *content*

En lo referente a la cohesión mediante **conectores**, destaca el hecho de que tanto el lector como el especialista de la sección concedan un lugar primordial en sus intervenciones al significado de oposición que imprimen las estructuras adversativas (*I know I can't have children but I've never told my partner*) y concesivas (*Don't be tempted to break the news over dinner at a restaurant, however soothing the ambience might be*)<sup>273</sup>, para dar cuenta de la contrariedad que suponen, respectivamente, el no haber sido capaz de ser lo suficientemente valiente para contar este problema a su pareja, y el tener que elegir un momento oportuno para hacerlo dado lo difícil que ello es. El empleo del marcador discursivo *alternatively* por parte del asesor viene dado por el deseo de éste de ofrecer diferentes posibilidades a su cliente en cuanto al momento de revelar este problema a su pareja (*Alternatively, you could say that you have doubts about your ability to father a child...*)<sup>274</sup>. No en vano, Cooper se remite al futuro, una vez se haya producido la confesión del problema del lector a su novia, por medio de la conjunción temporal *when* (*When the results come through you can face the future together...*).

Por otro lado, aunque hay algunos ejemplos, no es especialmente abundante el empleo de la **coordinación**, tanto por el lector (*I know I can't have children but I've never told my partner*) como por su asesor (*Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child and suggest you take a test*). Estos ejemplos, con todo, imprimen un cierto tono conversacional al lenguaje de la muestra<sup>275</sup>.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura de este texto es típica del género de los consultorios de la sección de consulta en la prensa escrita. Se distinguen dos secciones en el texto claramente diferenciadas, la pregunta del lector de Newcastle de iniciales D. A. y la

---

*disjuncts*, que expresan el compromiso del hablante con el contenido de lo que dice: "These express conviction, either as a direct claim or as an appeal to general perception" (1985: 620).

<sup>273</sup> Quirk *et al.* apuntan el valor concesivo de las estructuras introducidas por *wh-words* (incluido *however*) y seguidas de un sujeto y un verbo, dando ejemplos como *However much advice you give him, he does exactly what he wants* o *However great the pitfalls (are/may be), we must do our best to succeed* (1985: 1101-1102).

<sup>274</sup> De hecho, para Quirk *et al.*, este marcador tiene un significado básicamente contrastivo, y en concreto sustitutivo (*replacive*), similar al de otras formas tales como *again, rather, better, worse* y *on the other hand* (1985: 635).

<sup>275</sup> Hughes señala estos dos rasgos como típicos de la oralidad en el lenguaje: "Simple and short clauses, with little elaborate embedding [and] high incidence of co-ordinated clauses" (1996: 33).

respuesta del asesor responsable de esta sección, cuyo nombre aparece en la parte superior de la página 82 del número de junio/julio de 1999 de *ZM*. La consulta del lector se estructura en la presentación de un problema en concreto –su incapacidad para engendrar hijos y el fuerte deseo maternal de su pareja– y la pregunta con que se pide asesoramiento sobre un aspecto en particular –cuál es el mejor modo de plantearle a su compañera el tema–. Ambas secciones reproducen una secuencia dialogal mínima.

Ahora bien, en ambas subsecciones puede apreciarse una tendencia hacia lo *explicativo* que, sin embargo, no da lugar al desarrollo de secuencias explicativas completas, fruto de la suerte de secuencia dialogada dominante a lo largo y ancho de la consulta. En la pregunta, por ejemplo, asistimos a la explicación del por qué se convierte en un problema para este lector de Newcastle su incapacidad para ser padre. Contamos, así, con una secuencia explicativa con una proposición inicial –**Pe 0**– en que se nos presenta un estado de cosas de entrada oscuro e ininteligible (*I know I can't have children...*), que inmediatamente pasa a problematizarse –**Pe 1**– (*...but I've never told my partner*). Sigue un brevísimo recorrido explicativo –**Pe 2**– en que se expone el problema tal cual (*Now she's definitely getting broody*). La pregunta que pone fin a la consulta de D. A. (*How can I break the news?*) tiene un eminente carácter conclusivo, lo cual es propio de la última proposición de toda secuencia explicativa, si bien carece del tono evaluativo que igualmente caracteriza a la **Pe 3**.

Por otro lado, la respuesta del especialista explica las diferentes posibilidades que tiene el lector: contárselo abiertamente en casa, o sugerir un test de fertilidad. Ambas opciones aparecen separadas por el marcador discursivo *alternatively*. Resulta igualmente innegable el tono explicativo que invade esta respuesta del asesor de *ZM*. De hecho, estas explicaciones se tornan en desarrollos explicativos –es decir, **proposición explicativa 2**–, de la primera (*Do it at home, possibly over a drink (one). Don't be tempted to break the news over dinner at a restaurant, however soothing the ambiance might be*) y de la segunda (*Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child and suggest you take a test*) de las soluciones propuestas. Quedan implícitos el objeto inicial oscuro y su problematización o **proposiciones explicativas 0 y 1**, a saber, el postulado de base de que existen diferentes maneras de abordar este problema. Por el contrario, sí que contamos con sendas **proposiciones explicativas 3** de conclusión-evaluación sobre la primera (*She won't want to get upset in public*) y segunda (*When the results come through you can face the*

*future together instead of coping with recriminations*) de las exposiciones ofrecidas con vistas a solventar la problemática planteada por este lector en su pregunta.

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

De cara a la interpretación del contexto, intentaremos dar respuesta a las siguientes variables de análisis contextual propuestas por Fairclough en su modelo de Análisis Crítico del Discurso, que en este trabajo estamos utilizando:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Las dos **actividades** fundamentales que se ponen de relieve en la muestra textual que estamos analizando son el hecho de pedir asesoramiento el lector de Newcastle sobre la mejor manera de revelar a su pareja sus problemas de esterilidad, y el correspondiente consejo proporcionado por el encargado del consultorio de *ZM*. En estas acciones principales se encierran otras secundarias que, dado que emanan de la posible puesta en práctica del consejo que el asesor ofrece a su cliente, tienen un carácter más eventual que real. Entre éstas hay que citar la confesión de los problemas de esterilidad de este joven a la mujer con la que comparte su vida, el someterse a tests de fertilidad o la reacción de enojo de esta mujer al conocer la noticia.

El **tópico** esencial de la interacción comunicativa entre el lector que escribe a la sección de consulta de esta publicación periódica para hombres y el asesor de la misma radica en el modo de revelar a la mujer con quien comparte su vida la incapacidad de ser padre a consecuencia de un problema de esterilidad.

Existe un **propósito comunicativo** principal en esta muestra, que consiste en asesorar al lector que desde el Norte de Inglaterra escribe con la esperanza de encontrar una solución al conflicto emocional por el que atraviesa al no saber como decirle a su pareja que es estéril. Junto a este propósito principal existe otro secundario, derivado de la ideología que la revista trata de difundir entre sus lectores, y que se halla en el hecho de hacer ver a los hombres la necesidad de afrontar los problemas de pareja sobre la base de la confianza mutua, la sinceridad y el respeto.

## 2) *¿Quién participa?*

Sin duda, los dos participantes centrales del intercambio comunicativo que se establece en el texto aquí analizado son el lector que escribe desde Newcastle y cuyas iniciales son D.A., y el asesor de esta sección de *ZM*, cuyo nombre es Mick Cooper, tal y como se lee en el encabezado de la página en que se ubican ésta y otras consultas. Otro participante destacado que hay que mencionar es la pareja del lector. También hemos de mencionar a la pluralidad de lectores de la revista *ZM* en general, y de su consultorio en particular, que eventualmente tengan acceso a esta consulta; además de los editores de dicha sección de la revista, encargados de manipularla y darle el formato definitivo tal y como finalmente aparece publicada en la revista para el consumo de sus lectores.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre lector y asesor posee el carácter neutro esperable del contacto comunicativo entre dos personas que no se conocen y que llevan a cabo un intercambio comunicativo a través de una revista, sin llegarse a ver, de modo que uno realice la función que le compete tratando de aconsejar al otro sobre un tema determinado. El cierto tono coloquial que se desprende de algunos rasgos del lenguaje empleado por uno y otro en la consulta en su conjunto –y que se analizará más en profundidad al abordar la variable de tipo de discurso– es más bien fruto de la relación que los editores de la sección tratan de establecer con el grueso de lectores de la misma, relación que pretende crear un cierto acercamiento y despertar la confianza de los lectores, evitando la distancia y aridez de un estilo en exceso especializado y técnico. No podemos dejar de hacernos eco, asimismo, de la relación entre el lector y su compañera sentimental que resulta más distante de lo deseado, tal y como demuestra el hecho mismo de que este varón tenga que buscar el asesoramiento de un especialista en los problemas asociados al modo de vida masculino, en vez de hablar claramente con su pareja para tratar de solucionar sus problemas entre ambos.

## 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Las funciones del lenguaje de esta muestra son las esperables de un género de la prensa especializada en el estilo de vida masculino, y en concreto en tratar de resolver los problemas de sus lectores derivados de su condición de hombres. Ante todo, cabe hablar de la **función meramente instrumental** del lenguaje que posibilita el intercambio comunicativo no sólo entre lector y asesor, sino también entre los editores de esta sección de la revista *ZM* y todos los lectores de la misma. El lenguaje cumple

también una **función de identidad** puesto que las cuestiones planteadas tienen que ver con problemas derivados del modo de vida de los hombres, y, como tal, con la identidad de género de los mismos. A través de la respuesta a la pregunta formulada por el lector, se construye una ideología basada en la confianza y respeto mutuo entre los hombres y sus parejas cuando se planteen situaciones de crisis como la aquí descrita. El papel que el lenguaje desempeña en la difusión de tal ideología resulta innegable, y da cuenta de la **función ideacional** de este tipo de discurso. Precisamente, dado que esta ideología cobra sentido en la relación de los hombres con sus novias y esposas, no se puede dejar de lado la **función más puramente relacional** del lenguaje en este fragmento.

## B. Contexto intertextual

Este texto se inscribe en la **serie histórica** correspondiente al auge que en la sociedad contemporánea están teniendo las prácticas de asesoramiento ante la inestabilidad y las cambiantes circunstancias sociales, políticas, económicas y culturales de las sociedades contemporáneas desde los últimos decenios:

*It is already apparent that many people, young as well as old, are suffering emotionally as a result of the disruption of long-established continuities. Such casualties of personal experience will need, as individuals have always needed, the help of 'support figures' among the circle of their relationships. In traditional societies these were always near at hand either in the extended family or in the person of village elders, priests or medicine-men: but in societies undergoing rapid change new sources of help are often needed. This is the reason for the great increase in the numbers of trained counsellors in many spheres of life (Carstairs, 1979: 4).*

Entre estas incertidumbres, a las que ya a finales de los años setenta se refiere Carstairs, se encuentran las de muchos hombres respecto a su condición masculina. La aparición de secciones de ayuda en revistas producidas específicamente para los hombres es un caso particular de esta proliferación de los discursos de asesoramiento.

En el estudio de las negaciones, hemos analizado las **presuposiciones** que dichas negaciones conllevan. Sin embargo, no son las únicas. Por ejemplo, un enunciado del tipo *When the results come through you can face the future together instead of coping with recriminations over your secrecy* presupone que todo comportamiento de ocultación del problema de este lector a su pareja comportará los reproches de la misma cuando ésta finalmente se entere. Con ésta y alguna otra presuposición ya vista –en concreto la que da por hecho que su novia se enojará al enterarse de la noticia (*She won't want to get upset in public*)–, el asesor de *ZM* está



haciendo algo más que responder a la pregunta de D.A. sobre la mejor manera de revelarle a su novia su disfunción reproductora; le está concienciando de las posibles reacciones de su pareja, sobre las que él no parece haber reflexionado. Desde esta publicación se está, por tanto, manipulando la consulta original al servicio del sistema de valores y la ideología que se trata de imponer entre los consumidores de la revista.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Puede decirse que los rasgos textuales y contextuales de la muestra lingüística aquí analizada vienen a construir un **tipo de discurso** sobre la masculinidad centrado en los conflictos y la ansiedad que para los hombres supone la incapacidad de cumplir con su papel como padres en el seno de la vida conyugal. Este tipo de discurso se construye sobre la base del género de los consultorios de la prensa escrita, forma que, al quedar ubicada en una revista de interés general para hombres como *ZM*, se va a especializar en contenidos relativos a los problemas de identidad masculina de sus lectores. Este tipo de discurso parte, pues, del discurso del asesoramiento; sin embargo, la interacción entre asesor y cliente cobra aquí una dimensión pública desde el momento en que se incluye en un medio de comunicación de masas como es la revista británica para hombres *ZM*. Este rasgo otorga a este tipo de discurso la difusión característica del discurso periodístico, sin incorporar otras características de la comunicación periodística como su preocupación por los hechos noticiosos. Formalmente, este tipo de discurso se conforma de acuerdo con un formato cercano al del discurso epistolar, donde, careciendo de convenciones como la fecha o las fórmulas ritualizadas de salutación y despedida, se reproduce el tipo básico de comunicación entre un yo y un tú que se dirigen el uno al otro en primera persona.

Este texto, tal y como los lectores del número de junio/julio de 1999 de *ZM* tienen acceso a él, es el producto de un complejo proceso de elaboración y manipulación de los editores de la sección de consulta de esta publicación que, tras seleccionar la consulta original, la van a acomodar al formato de esta columna. Más aun, la manipulación podría haber llegado hasta el punto de crear artificialmente la consulta sin partir de la pregunta de un lector real o de una alteración sustancial<sup>276</sup>. Se incluyen así en la revista consultas que encajan con el sistema de valores que desde la

---

<sup>276</sup> Para Kent, las prácticas de alteración y manipulación son un procedimiento común de los consultorios contemporáneos: “when used for the page, letters are automatically altered to prevent identification” (1979: 262).

revista se presupone entre sus lectores ideales, de modo que esas mismas consultas contribuyan a la difusión de la ideología que la publicación trata de hacer calar entre su público. De hecho, las consultas que se decide publicar generan posteriormente otras sobre temas muy afines, según apunta Hodgson a propósito de estas secciones de la prensa escrita, lo que contribuye al establecimiento entre los lectores de unos valores determinados: “Most of them deal with readers’ inquiries which, in turn, generate correspondence” (1993: 58).

Diversos rasgos de la **coherencia global** del texto analizado resultan imprescindibles para entender la conformación del tipo de discurso al que venimos haciendo referencia. Así ocurre con el **esquema** del texto, que viene dado por las acciones de solicitar el lector consejo al especialista de la sección de consulta sobre la mejor manera de solucionar su angustia sobre sus problemas de paternidad y las diferentes posibilidades que dicho asesor le recomienda. Dichas acciones corresponden a las secciones de pregunta y respuesta de la consulta respectivamente. El tipo de entidad que se dibuja a partir de este esquema, a saber, un lector de sexo masculino angustiado por su esterilidad y temeroso de la reacción de su pareja, configurará el **marco** de este fragmento. La situación de inferioridad respecto a su pareja en que queda sumido el lector, que, angustiado y superado por su problema, necesita dirigirse al especialista de una sección de consulta al no ser capaz de buscar una solución mediante el diálogo con su novia, son factores que definen los **guiones** de la muestra que estamos analizando.

La atención a los **actos de habla** resulta igualmente elocuente a la hora de entender la construcción del tipo de discurso sobre lo masculino que se produce en este texto. Los actos representativos sirven a este varón de Newcastle para presentar la problemática que le acucia (*I know I can’t have children but I’ve never told my partner; now she’s getting definitely broody*); y al asesor, para presentar las situaciones derivadas de la puesta en práctica de los consejos que le ofrece al lector que le consulta (*When the results come through you can face the future together*). Muy significativos resultan también los actos directivos para desentrañar la conformación del tipo de discurso. D. A. se sirve de un directivo con fuerza ilocutiva de pregunta para pedir consejo a Mick Cooper sobre sus problemas con la paternidad (*How can I break the news?*). Éste, por otra parte, emplea también diversos tipos de directivos con que señalar a su cliente los modelos de conducta a adoptar para superar su problema. La fuerza ilocutiva de éstos va desde los exhortos más directos (*Do it at home, possibly over a drink (one); Don’t be*

*tempted to break the news over dinner at a restaurant*) hasta las sugerencias más suaves (*Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child and suggest you take a test*). Con todo, el deseo del asesor de comprometerse con el valor de sus consejos se materializa en el acto de habla comisivo correspondiente (*She won't want to get upset in public*).

Por último, no podemos pasar por alto ciertos rasgos léxico-gramaticales y de **coherencia local** del texto que confieren un cierto tono conversacional a este tipo de discurso, que reproduzca, de algún modo, la conversación entre dos amigos charlando sobre sus problemas, para crear confianza en otros lectores que se animen así a escribir también a esta sección. Entre esos rasgos, hay que tener presentes las contracciones (*I can't have children; I've never told my partner; Now she's definitely getting broody; Don't be tempted to break the news over dinner; She won't want to get upset in public*); los *phrasal verbs* (*When the results come through...*); el uso de expresiones coloquiales (*break the news*); o el empleo de interrogativas directas (*How can I break the news?*)<sup>277</sup>.

### **II. 3. Diferencia y Cambio**

La interpretación que D. A. y Mick Cooper conceden a los contextos situacional e intertextual no son en modo alguno distintas. En efecto, no sabiendo cómo afrontar el momento de revelarle a su pareja su condición de hombre estéril, el lector se pone en contacto con el asesor de la sección de consulta de una revista para hombres, quien le da algunas claves, sobre las que seguramente no había reflexionado antes, para hacer frente a este momento. Ni que decir tiene que, tal y como le hace consciente el consejero a su cliente en la respuesta, la interpretación contextual sí puede llegar a ser radicalmente diferente entre ambos cónyuges; la posible reacción airada de la compañera de D.A. al enterarse de la noticia se explicaría como resultado de no entender ésta por qué ha tardado tanto tiempo su novio en contarle algo para ella tan importante, sin darse cuenta de lo duro que a él le resultaría hacérselo saber.

---

<sup>277</sup> Según Nash (1986: 91), el uso de oraciones interrogativas directas y de exclamaciones es uno de los rasgos que caracterizan al lenguaje oral, frente a las correspondientes formas indirectas, o con adverbios intensificadores, que prevalecen en el lenguaje escrito.

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

Para desentrañar la determinación social de este tipo de discurso, hemos de partir de las cambiantes **relaciones de poder** entre hombres y mujeres en la sociedad británica contemporánea, donde el orden patriarcal de dominio absoluto de los hombres en los más diversos ámbitos institucionales de la sociedad ha dejado de ser válido como consecuencia del mayor acceso de las mujeres a posiciones de poder y el establecimiento de una mayor paridad en las relaciones de poder entre géneros. Tal es el caso del marco institucional de las relaciones de convivencia en pareja entre hombres y mujeres, y de situaciones tan concretas como la negociación del momento de traer un hijo al mundo, que en esta consulta plantea el lector de Newcastle. El ejercicio de la paternidad ha sido históricamente uno de los pilares en que se ha apoyado el poder patriarcal de los hombres, tal y como afirma Rosalind Miles: “For thousands of years, human society has recognized and reinforced the life-and-death power of the father” (1991: 31). De hecho, el significado tradicional del término *patriarcado* comporta una alusión directa al rol de los hombres como padres; así se pone de manifiesto, por ejemplo, en la siguiente definición de esta noción:

*I mean patriarchy in the original sense of the word, as the intimate power of men over women, a power which is historically exercised within the family by the male as breadwinner, property owner, or armed defender of women and children. This is the traditional meaning of patriarchy: the rule of the father, including the rule of older men over younger men and of fathers over daughters, as well as husbands over wives. For more and more people in the world, this relationship is over – a memory, a thing of the past* (Ehrenreich, 1995: 284).

Por todo esto, no resulta extraño que el lector se muestre temeroso de su esterilidad y consiguiente incapacidad de llegar a ser padre, consciente de lo mermado que queda su papel ante esta situación. De ahí que le cueste tanto dar el paso de hablar con su pareja.

#### **III. 2. Ideologías**

La **ideología** que encarna el tipo de discurso de esta muestra de la revista *ZM* tiende a favorecer la confianza de los hombres en sus parejas en situaciones de crisis como puedan ser los miedos derivados de los problemas de esterilidad. Consciente de lo importante que el hecho de ser padres es para ambos miembros de la pareja, el asesor insta a este lector a compartir problemas como éste con su compañera sentimental en vez de ocultárselos, por muy traumático que pueda resultar el acto en sí de revelárselos.

Esta aproximación al modo de enfocar las cosas de las mujeres se encuentra muy cerca, desde un punto de vista ideológico, a la construcción de lo masculino que empieza a vislumbrarse a raíz de las reivindicaciones del movimiento feminista en el ámbito anglosajón. Es el *New Man*, un constructo ideológico de lo masculino que cobra vida en los medios de comunicación británicos de las dos últimas décadas, como estas revistas para hombres, en tanto que intento de superación de las formas más dominantes y opresivas de lo masculino en contextos como el de las relaciones de pareja, o, tal y como lo plantea Dench: “The alternative which feminists have posed between dominating, patriarchal Old Man and an egalitarian new partner [i.e. *New Man*]” (1998: 219).

### **III. 3. Efectos**

Este tipo de discurso adopta una posición bastante conciliadora en las **pugnas de poder** entre géneros de la sociedad británica del cambio de milenio. Desde la sección de consulta de *ZM* se favorece el acercamiento de los hombres a la óptica de las mujeres en instituciones como son las relaciones de convivencia en pareja, y en concreto cuando surgen discrepancias respecto al modo de enfocar dimensiones como la paternidad. En ningún momento se induce a los hombres a creer que su forma de pensar sea más válida que la de sus novias o esposas sólo por el hecho de que sean hombres. Antes bien, se fomenta el entendimiento mutuo y la aproximación al modo de pensar del otro como base de toda relación de convivencia.

Con todo, bajo esta forma de **discurso normativo** que constituye la sección de consulta sobre cuestiones relativas a la masculinidad de una revista igualmente dedicada al modo de vida de los hombres, subyace una **lucha de poder encubierta** entre hombres y mujeres; y las tiranteces que se producen en la negociación de aspectos específicos como la paternidad –incluido el miedo de los hombres a las reacciones de sus novias o esposas al hacerles saber su incapacidad para ser padres– no dejan de ser un reflejo de las ansiedades de muchos hombres ante el cambio de sociedades como la británica, donde ya no resulta válido el todopoderoso e incuestionable domino masculino de tiempos pasados.

**TEXTO 12: Maxim, octubre 1999, p. 202.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

Los **esquemas de clasificación** que dan forma al léxico de este texto tienen que ver con la embriaguez (*pints; a booze binge; get pissed; the amount of alcohol* [dos veces]; *how drunk you get; boozing time; how much you can drink; soft drinks*), y en concreto con el tiempo que uno tarda en ponerse ebrio (*slower or quicker; the period of time; reduce your speed; cuts boozing time; more often*). Puede hablarse de una verdadera relación léxica de **overwording** en lo tocante al hecho mismo de emborracharse (*get pissed; how drunk you get; a boozing binge; boozing*), funcionando algunas de estas palabras como **sinónimas** (*get pissed/how drunk you get*).

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Llama la atención el **tono informal** de algunos términos y frases que emplea no solamente el lector (*get pissed; a booze binge*) sino también el asesor de este fragmento de la sección de consulta de *Maxim* (*you'll be in the bog; boozing time*). Se puede afirmar que, como sucede con otras muestras analizadas, el empleo de términos coloquiales e informales en la interacción comunicativa que tiene lugar entre lector y asesor se ha de entender como un intento de los redactores de esta sección en particular, y de la revista *Maxim* en general, por despertar una cierta confianza en los lectores de la columna. Se pretende que éstos vean en el estilo distendido y relajado de las consultas un marco similar al de la conversación entre buenos amigos charlando de sus problemas como hombres e intentando prestarse ayuda mutua.

En cualquier caso, el valor relacional de estos mismos vocablos no se limita a su estilo informal. Además, dicen mucho sobre el modo de socialización de los varones jóvenes en el Reino Unido, para los que el emborracharse constituye un hecho común y familiar en su relación con los demás.

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

No existe empleo del léxico con valor expresivo. No obstante, hay que decir que esa ausencia resulta casi tan significativa como podría haberlo sido su presencia. Tanto el lector como, sobre todo, el asesor intercambian opiniones sobre un tema como los estados de ebriedad, evitando –por lo menos, en lo tocante al léxico– todo tono evaluativo. Se produce, así, un cierto distanciamiento del tema abordado, que se plantea

como si el hecho de emborracharse resultase un comportamiento de lo más común y normal.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

No se utiliza ningún tipo de léxico metafórico en el fragmento aquí analizado.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

De entrada, resulta cuanto menos llamativa la profusión de **procesos verbales** de tipo material tanto en la pregunta de Charlie Squires (*If I drink water on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*) como en la consiguiente respuesta del experto de *Maxim* (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get; Drinking water may reduce your speed and capacity; ...which cuts boozing time; ...how much you can drink before you start out – and stick to it; Use soft drinks ...). Esta insistencia en la idea de actividad que comporta el uso de los procesos materiales<sup>278</sup> resulta característica del modo de socialización masculino, que, frente al tono íntimo y emocional que define a las amistades entre mujeres, se va a identificar entre los hombres por el hecho de compartir actividades como la práctica o contemplación de deportes o el salir juntos a beber: “Men seek not intimacy but companionship, not disclosure but commitment [...] They achieve closeness through shared activities, and on the basis on shared activities they infer intimacy” (Sherrod, 1987: 221-222). A pesar de todo, no faltan tampoco procesos relacionales con los que describir las distintas fases del proceso de embriaguez (*The water makes little difference either way...; You’ll be in the bog more often too; ...to keep within your limits*), además de algún otro proceso mental (*Know how much...*).*

La **agencialidad** resulta siempre transparente, de modo que no se intenta en ningún momento disimular la normalidad con que hombres como el que formula esta consulta se emborrachan. No se utiliza la pasiva, y el único caso de **sustantivación**, *booze* (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*) no resulta especialmente significativo desde un punto de vista ideológico, ya que el contexto en que aparece no deja dudas sobre el hecho de que es Charlie Squires, el lector que escribe a *Maxim*, quien lleva a cabo la acción correspondiente. Tampoco se

---

<sup>278</sup> La definición misma de *proceso material* conlleva la idea de acción: “The prototypical action-type clause beloved of traditional school grammars is classified in our grammar as Material Process clause. Material Processes actually could be said to involve ‘doing words’” (Bloor y Bloor, 1995: 111).

constata ningún caso en que se haya construido por medio de un determinado proceso verbal un aspecto de la realidad que normalmente debería haberse materializado bajo la forma de otro, lo cual es prueba, una vez más, de que no existe intento alguno de ocultación de los participantes o circunstancias asociadas a los procesos de que se habla.

El estudio de las **negaciones** del fragmento, en concreto en la réplica del responsable de la sección de consulta de la revista, que es el único que se sirve de ellas, revela aspectos interesantes del proceso de construcción de la realidad que se lleva a cabo en este consultorio a través del asesoramiento a sus lectores. A lo largo de este trabajo nos venimos haciendo eco del postulado de muchos autores de que la negación de un elemento supone ya un modo de hacerlo presente en el discurso en que aflora<sup>279</sup>. De ahí la importancia que el análisis de la negación ha adquirido en el estudio de las **presuposiciones**. Así, por ejemplo, cuando, citando las palabras de un especialista en alcoholemia, el asesor explica que, aparte del alcohol que uno bebe y el tiempo transcurrido desde ello, *no hay nada más* que determine el grado de embriaguez (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else*), se presupone que existe la creencia de que alguna otra cosa u cosas puedan determinar dicho grado. Algo parecido ocurre cuando se afirma que el beber agua reduce la capacidad y velocidad con que se beben otras bebidas alcohólicas pero no la cantidad de alcohol en el cuerpo de uno (*Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body*), donde se presupone que hay quien bebe agua con la esperanza de reducir el alcohol que ya tiene en el cuerpo aunque ello no sirva para nada.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

En lo tocante a la categoría del **modo** en esta muestra del consultorio de *Maxim* del mes de noviembre de 1999, puede discernirse un claro contraste entre las subsecciones de pregunta y respuesta. De un lado, la consulta del lector es tan sumamente reducida que queda reducida a una pregunta de un varón de Essex que se formula por medio del modo interrogativo (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*). Destaca la manera en que Charlie Squire ha reducido su intervención a su estructura mínima, es decir, una pregunta concreta sobre

---

<sup>279</sup> Esta idea ha tenido diversas formulaciones, como venimos viendo. Leech, por ejemplo, no vacila al afirmar: “When one negates a proposition, it is assumed in general that part of its contents remain positive” (1974: 296).



un aspecto para el que espera obtener la respuesta de un especialista en temas como el que plantea. No ha llevado a cabo una presentación de las circunstancias que envuelven su problema por medio del modo declarativo. Desde la revista, se ha optado así por la presentación de un lector que no parece sentir la necesidad de justificar su problema, sino que, de forma firme y segura, pide una solución para el mismo. Por el contrario, desde la réplica del asesor, se ha reconducido el modo de ver las cosas de un lector que asocia de un modo simplista el hecho de beber agua con el tiempo que uno tarda en emborracharse. Mediante el modo declarativo se presenta la relación entre el agua y la inebriación en su más amplio espectro, en lugar de contestar con un sí o un no, que es lo que en rigor pregunta este hombre (*The water makes little difference either way; The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get; Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body; You'll be in the bog more often too, which cuts boozing time*). Al mismo tiempo, se emplea el modo imperativo precisamente cuando se cita la posición de un especialista en alcoholemia a propósito de esta cuestión (*Know how much you can drink before you start out – and stick to it. Use soft drinks to keep within your limits*). Con ello se pretende conferir mayor credibilidad y validez al consejo aportado, tanto más cuanto que se emplean tres imperativos.

Por lo que respecta a la utilización del pronombre **YOU**, solamente cuando dicha forma se incrusta en frases de imperativo, queda clara su referencia, a modo de deíctico, al lector a cuya pregunta se está respondiendo desde la sección de consulta (*Know how much you can drink before you start out – and stick to it. Use soft drinks to keep within your limits*). En los demás casos (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get; Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body; you'll be in the bog more often too, which cuts boozing time*), se produce una ambivalencia referencial, al poderse interpretar que este pronombre se refiere a dicho lector, pero también que dicho pronombre está siendo empleado de modo impersonal. Esta última opción se explicaría en razón de las motivaciones ideológicas que llevan a la revista a construir el problema propuesto por Charlie Squires como muy común entre muchos otros hombres, incluidos los lectores de esta revista.

Para acabar con los valores relacionales y expresivos de los rasgos gramaticales, hay que observar lo poco frecuente de las opciones de modalidad en el texto. No hay formas de **modalidad relacional** al margen del empleo de los imperativos, ya aludidos,

del discurso de Mark Bennett, que cita el asesor de esta sección de *Maxim*, cuyo nombre desconocemos (*Know how much you can drink before you start out – and stick to it. Use soft drinks to keep within your limits*). Insistiremos en el hecho de que el experto elude cualquier estilo cargado de autoridad en sus recomendaciones al lector de *Essex*, haciendo responsable de los enunciados con significado deóntico a terceras personas. Con ello, la revista evita toda imagen coercitiva ante sus lectores que pudiera llevarles a desconfiar de un medio que, más que ayudar a resolver sus problemas, acaba abrumándolos con incómodas prescripciones.

En el dominio de la **modalidad expresiva**, tanto el lector (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*) como el especialista de *Maxim* (*You'll be in the bog more often too, which cuts boozing time*) hacen uso del verbo auxiliar *will* que incorpora una ambivalencia de valores ya detectada en otros fragmentos: un valor temporal de futuro y otro modal de predicción sobre la realización del enunciado en que aparece dicha forma. Según sus empleos de este auxiliar modal, Squires desea que le informen con certeza sobre los resultados del agua sobre en tiempo que uno tarda en ponerse ebrio; sin embargo, el experto únicamente puede garantizarle que ello le obligará a ir al baño con mayor frecuencia. El modo de entender la relación entre el agua y los estados de embriaguez queda deconstruido por el asesor con un recurso como el auxiliar de posibilidad *may*, con el que se hace referencia –en términos de mera posibilidad y nunca de certeza<sup>280</sup>– únicamente al vínculo existente entre el agua ingerida y la capacidad y velocidad para seguir bebiendo alcohol (*Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body*). También se alude a la importancia de controlar la tolerancia individual al alcohol, tal y como muestra la utilización de *can*, modal con que se hace difusa la frontera entre habilidad y posibilidad (*Know how much you can drink before you start out... ^*), según hace ver Palmer con los siguientes ejemplos:

*It is not at all clear whether, in the following examples, there is or is not an indication of the ability of the subject to perform the action:*

*One thing you want to avoid, if you possibly can, is a present from my mother;*  
*The people who cannot very easily raise their wages* (1990: 85).

---

<sup>280</sup> Partiendo de un ejemplo de uso similar, *It may be that you are right*, Quirk *et al.* explican el significado de posibilidad de *may*, similar al que aparece en el fragmento analizado: “This meaning of *may* is termed EPISTEMIC POSSIBILITY; *ie* it denotes the possibility of a given proposition’s being or becoming true” (1985: 223).

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

Los procedimientos léxico-gramaticales que cohesionan este texto son de diverso tipo. Pronombres y determinantes posesivos como *I*, *you* o *your* funcionan deícticamente como recursos de **referencia personal** a Charlie Squire, el lector que formula la consulta que estamos analizando, formando cadenas cohesivas (v.g. *If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker*; etc.). Por otro lado, existen varios casos de *referencia comparativa* que nos dan idea de los distintos comportamientos que se barajan en el texto de cara a mitigar los efectos de la ebriedad. El lector compara las consecuencias de tomar agua con el hecho de no hacerlo cuando se bebe alcohol (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker*), algo que también hace el asesor (*You'll be in the bog more often*)<sup>281</sup>. El experto compara también el alcohol y el tiempo que se tarda en tomarlo con otras variables a tener en cuenta cuando uno sale a beber (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else*)<sup>282</sup>.

Puede observarse la clara tendencia a servirse de la **elipsis** en las estructuras comparativas que acabamos de señalar, donde el segundo término –la proposición subordinada comparativa– corresponde siempre a la negación de la acción de beber agua (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker [than if I don't drink water]; You'll be in the bog more often [than if you don't drink water]*). De hecho, la comparación de estas dos acciones queda manifiesta en la frase del asesor en que éste hace referencia a estos dos modos de actuar por medio del determinante *either* (*The water makes little difference either way, says Mark Bennett of Alcohol Concern*), que expresa la idea de alternancia. Sin embargo, estos casos de elipsis clausal de las estructuras comparativas que acabamos de apuntar no son los únicos del texto. Cuando el asesor indica los dos factores de que depende el grado embriaguez de las personas e insiste en que nada más lo determina (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else [determines how drunk you get]*), la elisión del verbo y su complemento tras *nothing else* nos da una pista de la importancia que en los consejos del experto adquieren los distintos factores

---

<sup>281</sup> La elisión del segundo término de las estructuras comparativas es algo frecuente. De hecho, según Quirk y Greenbaum: "It is normal to have ellipses of all identical items except any that are necessary to express contrast [...] If the contrast lies in tense only, it may be expressed in the subordinate clause solely by an adverbial. This provides the basis for the total ellipsis of the subordinate clause in examples like *You are slimmer (ie than you were)*" (1973: 333).

<sup>282</sup> Halliday y Hassan (1976: 39) incluyen el adverbio *else* dentro de las formas que en inglés se utilizan para llevar a cabo referencia comparativa.

que se barajan en la determinación de la ebriedad, por encima del hecho mismo de emborracharse.

En el apartado de cohesión mediante **nexos conjuntivos**, a más de las estructuras comparativas ya aludidas –donde se comparan las creencias populares con datos científicos sobre las variables de que depende el mayor o menor grado de embriaguez–, pueden señalarse diversas relaciones lógicas que resultan ideológicamente significativas para la posterior comprensión del tipo de discurso construido en este texto. Para empezar, el planteamiento de la consulta de Charlie Squires a través de una condicional abierta (Quirk *et al.*, 1985: 1091) demuestra el alto grado de probabilidad que otorga a sus eventuales estados de embriaguez en el futuro (*If I drink water on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*).

Sólo existe un caso de **coordinación** entre las cláusulas del texto (*Know how much you can drink before you start out – and stick to it*), aunque el asesor tiende a coordinar, en el nivel del grupo nominal, aquellos elementos que se suelen considerar a la hora de determinar en función de qué se emborracha uno más o menos deprisa (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get; Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body*).

Por otra parte, el análisis de la distribución de la información entre cláusulas principales y **subordinadas** evidencia hasta qué punto, para reorientar las ideas de su lector, el asesor se sirve del principio general según el cual la información que el hablante estima más relevante se ubica en las proposiciones principales. Así, frente al interés supremo de Squire por los efectos de beber agua sobre el tiempo que uno tarda en embriagarse, el asesor estima como más importante los efectos físicos reales de tomar agua que el tiempo en sí; la siguiente oración donde aparece una proposición subordinada de relativo es un ejemplo de ello:

*You'll be in the bog more often too (CLÁUSULA PRINCIPAL [efectos del agua] ), which cuts boozing time (CLÁUSULA SUBORDINADA [relación con el tiempo de embriaguez] ).*

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

Encontramos en esta muestra de la columna de consejos de la revista británica para hombres *Maxim* un ejemplo de **reformulación**, recurso que, aun siendo característico de la conversación, resulta aplicable a un género como éste, dada su

estructura básica de intercambio de una pregunta y respuesta entre dos interlocutores, aunque ello se lleve a cabo por escrito. Hay que observar que, mientras que Charles Squire pregunta sólo y exclusivamente por la relación entre el hecho de beber agua y la velocidad que uno tarda en alcanzar un estado de embriaguez, el especialista reorienta este modo de enfocar los hechos del lector para hacerle ver que la variable que realmente debería preocuparle es la cantidad de alcohol ingerida en un tiempo dado, no ejerciendo el agua efecto alguno sobre el mayor o menor grado de ebriedad de un individuo. Mediante el empleo de esta reformulación, se hace reflexionar a éste y otros posibles lectores sobre la escasa validez de creencias populares como la que expresa este hombre de Essex.

### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

Aunque la macroestructura de esta consulta no difiere notablemente de la del género de las secciones de consulta en prensa, cabe apuntar algunas particularidades. La consulta propiamente dicha del lector ha quedado reducida a su estructura mínima, esto es, una pregunta concreta *sensu stricto*. La respuesta del asesor no es una respuesta como tal a la pregunta que el lector de Essex formula, sino una argumentación en contra de esta creencia generalizada de que beber agua mitiga los efectos del alcohol. La respuesta del asesor posee, pues, una *estructura argumentativa* según el siguiente esquema:

- **Premisa de partida básica:** valor nulo del agua sobre el grado de ebriedad (*The water makes little difference either way*)
- **Justificaciones de apoyo:**
  - Sólo la cantidad de alcohol y el tiempo que se lleve bebiendo son determinantes: cita de Mark Bennett, especialista en alcoholemia (...*according to Mark Bennett, 'The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else'*)
  - Beber agua reduce la velocidad y capacidad personal de ingerir alcohol, pero no el alcohol en el cuerpo, y obliga a ir más al baño (*Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body; You'll be in the bog more often too, which cuts boozing time*)
- **Conclusión a modo de consejo final** –en función de la experiencia de Bennett, el especialista en alcoholemia–: Conocer y ceñirse a la tolerancia personal al alcohol antes de empezar a ingerirlo, tomando bebidas no alcohólicas para mantenerse dentro de este límite (*Know how much you can drink before you start out – and stick to it. Use soft drinks to keep within your limits*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

Las siguientes variables de análisis nos servirán para abordar la interpretación del contexto situacional de la muestra lingüística que estamos estudiando:

##### **1. ¿Qué sucede?**

Las dos **actividades** principales de esta muestra del consultorio de *Maxim* consisten en la consulta propiamente dicha del lector de Essex y en el hecho de darle respuesta y asesoramiento el especialista de la sección de consejos de *Maxim*. De una y otra se desprenden, a su vez, las actividades aludidas por el lector y por el asesor de embriagarse, y la de tomar agua con el intento de mitigar la rapidez y el grado de ebriedad.

El **tópico** principal de este fragmento versa sobre la función del agua sobre el tiempo que uno tarda en embriagarse cuando está tomando bebidas alcohólicas.

El **propósito** principal del fragmento analizado reside en el hecho de dar consejo a Charlie Squires, y por ende a otros lectores de la publicación que se sientan identificados con su consulta, sobre la utilidad de beber agua so pretexto de mitigar los efectos del alcohol. Hay otro propósito secundario consistente en desarrollar un juicio crítico entre los lectores sobre la escasa validez de ciertas creencias populares como la que asocia el hecho de tomar agua con la reducción del grado de ebriedad de quien está bebiendo alcohol.

##### **2. ¿Quién participa?**

Los participantes más inmediatos del intercambio comunicativo entre Charlie Squires y el asesor de la sección de consulta de *Maxim* donde aparece su pregunta son precisamente ambos. Sin embargo, hay igualmente que tener presente al especialista en temas de alcoholemia de la asociación “Alcohol Concern” que cita el asesor y cuyo nombre es Mark Bennett. También hay que considerar a los editores de esta sección de la revista para hombres *Maxim*, encargados de darle su formato definitivo a ésta consulta y a las otras que conforman la columna de consejo del número de octubre de 1999; y al grueso de lectores que, al comprar y leer la revista, acceden a esta consulta.

### 3. *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre los protagonistas de la consulta se limita al carácter neutro que se espera de la suerte de transacción que se lleva a cabo entre un lector, que pide consejo sobre un tema con cabida en los contenidos de una revista de interés general para hombres, y el asesor de la misma, encargado de proporcionar consejo sobre temas relacionados con el modo de vida de los hombres. La comunicación escrita entre estas dos personas que no se conocen no permite que se desarrolle ningún tipo de confianza o acercamiento emocional entre ambos. Ahora bien, la utilización de rasgos propios de un registro informal en el lenguaje del intercambio comunicativo entre ambos –opción ésta que es sin duda fruto de la ideología de la revista– nos hace entrever que los editores de la sección han querido crear una cierta relación de complicidad y confianza con los lectores de la misma, que vean en ella un formato relajado y alejado del tono árido y distante de otras secciones de consulta de la prensa escrita.

### 4. *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Una vez más, el lenguaje desempeña una **función instrumental** que posibilita el intercambio comunicativo no sólo entre Charlie Squires y el asesor de *Maxim*, sino también entre los redactores de esta revista y todos los lectores que eventualmente acceden al discurso de esta sección de la misma. El discurso de esta muestra cumple también una **función de identidad**, puesto que una consulta como ésta ha sido seleccionada como representativa de los intereses de un público de lectores que compran la revista donde se ubica esta sección precisamente por estar especializada en el modo de vida masculino; este discurso ejerce pues un papel fundamental en la conformación del modelo de identidad de género que se promueve entre los lectores de *Maxim*. Las notas definitorias de este patrón de identidad, tal y como se construye en una consulta como ésta determinarán la **función ideacional** del lenguaje de la misma, que vendría dada por asunción de que el hecho de beber y embriagarse forman parte del modo de socialización de hombres jóvenes como los lectores de esta revista. Para concluir, tendremos en cuenta que actividades como la que describe el lector de salir con el objetivo principal de beber (*a booze binge*) no suelen llevarse a cabo por uno solo, sino que forman parte del ritual de salir con otros amigos en períodos como el fin de semana; el lenguaje de este texto posee, por lo tanto, un **papel relacional**. De hecho, desde la revista se insta a éste y otros lectores a que aprendan a mantenerse dentro de sus límites cuando beben precisamente para evitar los efectos negativos del alcohol sobre uno mismo y sobre los demás.

## B. Contexto intertextual

La **serie histórica** en que se inscribe este texto corresponde al auge de distintas formas de asesoramiento en las sociedades occidentales en los que los individuos tratan de dar cauce a las incertidumbres y ansiedades que se derivan de las cambiantes circunstancias sociales, políticas, económicas o culturales del mundo contemporáneo. En concreto, el discurso de las secciones de consulta en revistas británicas para hombres como ésta –y otras tales como *Later*, *FHM*, *Sky Magazine* o *Men's Health*, conforman una serie histórica, en particular, donde se intenta dar respuesta a la inseguridad y los dilemas de la masculinidad en momentos de cambio en las relaciones entre géneros cuando se tambalean los roles históricamente intocables. El cuestionamiento de muchas creencias populares, que tradicionalmente habían formado parte de la subcultura masculina, como es el simple hecho de que beber agua mitiga los efectos negativos del alcohol en el cuerpo, es sólo un ápice de esta serie histórica.

En este sentido, el análisis de algunas de las **presuposiciones** que se activan en el texto resultará igualmente útil para descubrir la información que los productores de este tipo de discurso entienden que sus lectores comparten con ellos. De acuerdo con Fairclough,

*Discourses and the texts which occur within them have histories, they belong to historical series, and the interpretation of intertextual context is a matter of deciding which series a text belongs to, and therefore, what can be taken as common ground for participants, or presupposed (1989: 152).*

Por ejemplo, la pregunta del lector (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*) presupone que, independientemente de que ello suceda más o menos rápido, el hecho de beber agua cuando se está ingiriendo alcohol no evitará el embriagarse. Puede destacarse, así, lo familiar y asumido que para muchos hombres –no olvidemos que esta consulta se incorpora a la columna de consejo de *Maxim* por su representatividad del tipo de problemas de sus lectores ideales– resulta el hecho de emborracharse. Cuando el asesor de la revista cita las palabras de un especialista en alcoholemia (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get*) se vuelve a presuponer una cierta embriaguez de los lectores como al que se está asesorando cada vez que salen a beber “on a booze binge”, tal y como dice coloquialmente Charlie Squires.

Por otra parte, hay que hacer notar el hecho de que, mientras que el lector de Essex se limita a formular una pregunta muy concreta sobre si beber agua afecta al



tiempo que uno tarda en llegar al estado de ebriedad al tomar alcohol, el asesor no se limita a responderle a esta pregunta; también le hace saber los factores de que verdaderamente depende el grado de embriaguez de una persona, y, lo que es más, le aconseja, de manera propiamente dicha, sobre qué hacer para evitar llegar a ese estado. La estructura de conversación reducida entre dos hablantes de este género permite explicar este hecho gracias a la teoría de la **implicaturas**. En efecto, el género de los consultorios de la prensa escrita tiene como propósito fundamental el asesorar a sus lectores a propósito de determinados temas sobre los que ellos mismos piden consejo, de modo que ello resulte útil a otros lectores de la publicación en cuestión. En este ejemplo, Charlie Squires no solicita de forma explícita tal asesoramiento, y, sin embargo, el experto de la columna se lo da. Squires rompe la máxima de cantidad, y el asesor lleva a cabo la implicatura de que el lector, siendo cooperativamente fiel a las convenciones del género de los consultorios, necesita el consejo que le da al final de su intervención<sup>283</sup>.

Por último, existe un caso de intertextualidad manifiesta cuando se cita la opinión de un experto en alcoholemia a propósito del tema planteado por el lector. Esta referencia al miembro de la asociación Alcohol Concern se hace tanto en estilo directo – de lo que dan cuenta las comillas– (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else*; Bennett's advice is, *Know how much you can drink before you start out – and stick to it. Use soft drinks to keep within your limits.*) como en estilo indirecto (*The water makes little difference either way, according to Mark Bennett of Alcohol Concern*). La **voz** de este especialista otorga mayor rigor científico y credibilidad a las palabras del asesor de la sección, y está al servicio del propósito de negar la validez de creencias populares como la que expone el lector de Essex.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Los rasgos textuales analizados y los contextos situacional e intertextual de este fragmento de la columna de consulta de la revista *Maxim* vienen a construir un tipo de discurso sobre lo masculino caracterizado por la negociación de la validez de sistemas

---

<sup>283</sup> Según Grice (1975), la estructura conversacional, que, en un formato básico y reducido, se reproduce en el género que nosotros estudiamos, está regida por un principio cooperativo delimitado por una serie de máximas, entre ellas la de cantidad. Como indica Stilwell Peccei, “in Grice’s analysis, the speaker’s flouting of a maxim combined with the hearer’s assumption that the speaker has not really abandoned the co-operative principle leads to an implicature” (1999: 30).

de valores que han definido tradicionalmente la forma de vida de muchos hombres; tal es el caso de creencias populares como la que atribuye al agua la posibilidad de reducir los efectos del alcohol en el cuerpo. La consulta de un lector como Charlie Squires y la consiguiente respuesta del experto de la sección han sido cuidadosamente seleccionadas por los editores de la sección de acuerdo con la ideología que la revista presupone entre sus lectores ideales. Tras los sucesivos procesos de manipulación de una consulta inicial que puede haber sido real pero también elaborada en su totalidad por los editores de la sección, se produce un tipo de discurso acorde con el perfil del lector de esta revista: un hombre heterosexual de entre veinticinco y treinta y cinco años, de entorno urbano, normalmente soltero, de elevados ingresos y muy consumista. La manipulación de una hipotética consulta original puede percibirse nítidamente si prestamos atención a la brevedad de la pregunta del lector, según impone el formato de la sección de consulta en esta publicación periódica para hombres. Este tipo de discurso combina rasgos de base del discurso del asesoramiento con la alta difusión del discurso periodístico que le otorga su inclusión en una revista como *Maxim*. El valor de una consulta como ésta no radica sólo en el provecho que Squires obtenga de la respuesta de su asesor, sino en la interpretación de los lectores de la revista de este tipo de discurso, los cuales se hacen así partícipes del sistema de valores que en ella se propugna.

Algunos rasgos de la **coherencia global** del fragmento ayudan a entender el proceso de producción e interpretación de este tipo de discurso. El **esquema** del texto se define por las acciones de pedir consejo en el consultorio de una revista masculina y ofrecerlo el encargado del mismo rectificando el modo inicial de ver las cosas por el lector. El **marco** del fragmento viene dado por la entidad que evocan las acciones del esquema: un hombre que, inseguro sobre el valor de postulados tradicionales que afectan a su modo de vida, decide ponerse en manos del asesor de una revista popular dirigida al público masculino para que le oriente en su modo de actuar. Por último, los **guiones** de esta muestra representan la inseguridad y falta de confianza en sí mismos de hombres como éste que necesitan recurrir al asesor de una publicación popular, cuya talla profesional no puede garantizarles nadie, para buscar solución a problemas relativos a su identidad de género. Los guiones de textos como éste dan cuenta de las relaciones entre los sujetos sociales masculinos en momentos de crisis de identidad como la que afecta a la masculinidad en el cambio de milenio.

También los **actos de habla** resultan útiles para entender la estructuración de este tipo de discurso. Al margen del acto de habla directivo con fuerza ilocutiva de

pregunta que conforma el discurso del lector en su totalidad (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*), resulta más significativo ideológicamente el reparto de actos de habla en la intervención del responsable del consultorio. Éste lleva a cabo su argumentación sobre los efectos reales y los que erróneamente se atribuyen al agua en los procesos de embriaguez por medio de actos de habla representativos (*The water makes little difference either way, according to Mark Bennett of Alcohol Concern; The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get; Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body*). Esta categoría, que Bach y Harnish también denominan “constatativos”,<sup>284</sup> en su estudio monográfico sobre actos de habla, resulta idónea para la presentación de las creencias que el experto de *Maxim* intenta describir para Squires y a todos los lectores de la revista: “In general, a constative is the expression of a belief, together with the expression of an intention that the hearer form (or continue to hold) a like belief” (1979: 42). Por contra, el asesor únicamente emplea actos de habla directivos, con fuerza ilocutiva de recomendación o consejo, cuando se cita la opinión de un experto en alcoholemia (*Know how much you can drink before you start out – and stick to it. Use soft drinks to keep within your limits*). Resulta sintomático que el asesor dé más fuerza a sus consejos sobre autocontrol al ingerir alcohol haciendo que la fuente de sus recomendaciones sea un especialista en el tema, el cual no vacila en emplear actos de habla directivos para persuadir a sus interlocutores. No obstante, la voluntad del asesor de comprometerse con la validez de sus consejos se plasma en el uso de un acto de habla comisivo (*You’ll be in the bog more often too, which cuts boozing time*).

Hay que hacer cuanto menos una breve mención a ciertos aspectos léxico-gramaticales y de **coherencia local** del fragmento que imprimen un tono conversacional y coloquial al tipo de discurso que se construye en la comunicación entre lector y asesor con el objetivo de escapar del formato árido y distante de otros consultorios de la prensa escrita. Podemos citar las elipsis (*If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker [...]; You’ll be in the bog more often too [...]*); el léxico informal (*a booze binge; boozing time; get pissed; the bog*); las contracciones (*You’ll be in the bog more often too*); los *phrasal verbs* (*Know how much you can drink before you start out*); y los rasgos de puntuación informales como la raya (*Know how much you can*

---

<sup>284</sup> En inglés, se viene utilizando el término *assertives* (Mey, 1998: 925).

*drink before you start out – and stick to it*). Igualmente característico del inglés oral es la utilización de frases nominales que funcionan como si fueran oraciones completas (*The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else*).

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

Nos hallamos ante un caso de interpretación contextual un tanto diferente en función de los participantes. Las distintas estrategias del asesor para reorientar el enfoque de partida del cliente respecto a los factores de que depende el tiempo que tardamos en embriagarnos obedecen a la existencia de dos modalidades interpretativas distintas de los contextos situacional e intertextual. El lector que escribe al consultorio da por hecho que el beber agua tiene un efecto en la velocidad con que uno alcanza el estado de ebriedad. Por el contrario, para el asesor lo fundamental es la cantidad de alcohol que se tome y el tiempo en que se ingiera, de modo que, aunque el tomar agua reduzca la rapidez con que uno se embriague, la cantidad de alcohol en el cuerpo seguirá siendo la misma.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

Todo intento de explicar los desencadenantes sociales de un tipo de discurso como el que estamos analizando habrá de partir no sólo del texto objeto de análisis en sí, sino, más ampliamente, de la revista en que se inserta. Diferentes autores han destacado el papel fundamental de las revistas para hombres en la representación y construcción de modelos de masculinidad que surgen durante las dos últimas décadas en el Reino Unido para ofrecer respuesta y modelos de identidad a muchos hombres desorientados y angustiados ante las cambiantes **relaciones de poder** entre géneros: “The changing sensibilities in men produce different responses to our [men’s] power over women. It is difficult to gauge the changing trends of masculinity. One indicator is the magazines for men” (Rutherford, 1988: 36-37). Esa ansiedad e incertidumbre de muchos hombres encuentra su expresión en instituciones concretas como puedan ser las relaciones de amistad entre varones o los momentos de ocio y esparcimiento personal de los hombres –con otros hombres o con mujeres–, y, en particular en situaciones tan concretas como el tomar bebidas alcohólicas cuando se sale. La necesidad de acudir a la sección de consulta de una de esas revistas para hombres para preguntar sobre la validez

de creencias populares, por ejemplo si el agua retarda los efectos de la embriaguez, nos da una pista del creciente cuestionamiento de muchos varones sobre muchos presupuestos tradicionales del modo de vida masculino.

### **III. 2. Ideologías**

El beber es uno de los elementos que tradicionalmente han venido a formar parte del mundo de los hombres; el emborracharse ha tendido a asociarse a la cultura masculina, dentro de la cual se consideraría una actividad lícita, y, algunas veces, hasta deseable, según apuntan Gough y Edwards:

*Drunkness may be an aspect of the concept of masculinity. In the sociological literature, the consumption of alcohol by (predominantly young, working class) men is usually associated with ideals of masculinity such as toughness, endurance and aggression, both verbal and physical (1998: 409-410).*

La recreación de este aspecto de lo masculino ha sido una de las notas características de uno de los modelos de masculinidad más recurrentes en los medios de comunicación del Reino Unido, y en especial en muchas revistas de interés general para hombres como *Maxim*. De nuevo estamos ante el *New Lad*, un producto mediático que responde a la contrarreacción de muchos hombres contra las demandas de buena parte de la segunda oleada feminista en el Reino Unido, que reivindicaran el abandono entre los hombres de sus actitudes hegemónicas y patriarcales para incorporar aspectos como el trato menos opresivo a las mujeres en la familia y el trabajo o una mayor apertura a sus emociones y sentimientos. Fruto de estas reivindicaciones sería el surgimiento, en diversas formas de la cultura popular británica de las dos últimas décadas, de una figura antagónica, que precediera a la construcción del *New Lad* en revistas como ésta: el *New Man*, al que venimos refiriéndonos recurrentemente a lo largo de esta tesis.

En tanto que imágenes mediáticas, resulta difícil establecer muchos rasgos definitorios fijos que permitan identificar discursos que tengan como único objetivo la construcción o representación de estas imágenes; antes bien, tendremos que hablar de la reproducción de rasgos más o menos marcados de estos productos en manifestaciones discursivas concretas<sup>285</sup>. Así, por ejemplo, el tipo de ideología sobre lo masculino que se construye en el tipo de discurso que nos ocupa evidencia una tensión entre la

---

<sup>285</sup> En este sentido, intentando definir la frontera definitoria del *New Man* en los códigos visuales de las revistas para hombres, afirma Nixon: “We do not find only one version of the ‘new man’ represented across these fashion images. This is an important finding in itself. It suggests that we need to think about a range of new codings which share a loose family resemblance” (1997: 304).

tendencia a la aparición de notas definitorias del *New Lad* –el valor central del alcohol entre los hombres– que el discurso del asesor trata de contrarrestar a favor de una construcción de lo masculino donde, sin rechazar el valor de la bebida, ésta no se convierta en un factor que sirva para despertar la agresividad, la violencia y los elementos destructivos de las formas más radicales de masculinidad.

### ***III. 3. Efectos***

Una consulta como la que estamos explorando, en donde un hombre utiliza los servicios de la columna de consejos de una revista especializada en temas de masculinidad, constituye un tipo de **discurso normativo** en el que, sin embargo, subyacen unas **luchas de poder encubiertas** entre los géneros. En efecto, nadie pone hoy en duda las cambiantes relaciones de poder entre hombres y mujeres en sociedades occidentales contemporáneas como la británica. El hecho mismo de que los hombres tengan que recurrir a la sección de consulta de una revista para resolver problemas asociados a su condición de género es prueba de ello, tanto más cuanto que este formato ha estado limitado hasta no hace muchos años a las revistas femeninas. La generalización de este tipo de discurso, del que no habían tenido necesidad los hombres, es un índice de la creciente inseguridad en su rol de género.

Con todo, la posición que adopta en las **luchas de poder** entre ambos géneros el tipo de discurso que hemos analizado en esta muestra lingüística en particular no se encuentra en absoluto al servicio del mantenimiento de situaciones de poder desequilibradas a favor de los hombres. Antes al contrario, en situaciones tan concretas como es el hecho de beber en momentos de ocio y esparcimiento personal, se fomentan valores basados en la mesura y la moderación, que, viniendo de un ámbito reservado en principio para los hombres, sin duda favorecen el respeto y la tolerancia en otras esferas de la vida de éstos como son las relaciones con las mujeres.

**TEXTO 13: Men's Health, julio/agosto 1999, p. 51.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

Los **esquemas de clasificación** que estructuran el léxico de este texto son tres. Primero, el tamaño de los genitales masculinos (*My penis is actually getting smaller; check their tackle size; your testicles are getting smaller*); segundo, los hábitos saludables (*regular sex; a smile on your face*) o negativos (*alcohol abuse; cigarettes; conditions like diabetes*) para la buena salud del pene; y tercero, los problemas relacionados con los órganos sexuales masculinos (*urologists; keep a penis healthy; have the opposite effect; having problems with erections; your testicles are getting smaller; your GP; a check-up*).

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Tanto el empleo de estructuras comparativas por parte del lector y el asesor de esta columna (*...my penis is getting actually smaller; ...or feel your testicles are getting smaller...*) como el empleo de un vocabulario sobre comprobaciones del tamaño de los genitales (*check their [men's] tackle size; check it [penis size] side-on in a mirror*) son rasgos léxicos que inciden en la idea de que existe un tamaño estándar de los genitales masculinos, y todo lo que esté por debajo de ello resulta preocupante. Este tipo de léxico posee un valor netamente relacional, pues insiste en la concepción de que la masculinidad es algo que todo varón que se precie ha de demostrar –en concreto, por medio de la sexualidad–; al tiempo que favorece una cierta competitividad entre los hombres en el ámbito de lo sexual.

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

Mientras que el lector de Cumbria se sirve del adjetivo *convinced* para dejar patente hasta qué punto se encuentra preocupado por el tamaño de su miembro viril (*I'm 32 years old and convinced that my penis is actually getting smaller*), el responsable de la sección de consulta de *Men's Health* desdramatiza esta creencia describiéndole –por medio de la expresión *pleasantly surprised*– la reacción positiva que él mismo tendrá si adopta un ángulo de percepción distinto (*...check it side-on in a mirror – you may be pleasantly surprised by what you see*).

Por otro lado, la utilización del adverbio *even* cuando el consejero de la revista recomienda al lector la práctica del sexo, aunque sea en solitario, demuestra que el asesor es plenamente consciente de lo traumático que para los hombres maduros resulta

el tener que recurrir a prácticas masturbatorias para satisfacer sus necesidades sexuales (*Regular sex – even if it's on your own – will help keep a penis healthy*)<sup>286</sup>.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

Señalaremos la metáfora que se produce a propósito de la identificación del miembro viril con el sustantivo inglés *tackle*, a saber, los aparejos, aperos o enseres que resultan vitales para la realización de muchas actividades, incluidos algunos deportes (*Men always check their tackle size from the wrong angle*). Esta estructuración de un aspecto de la realidad –uno de los órganos del cuerpo humano– en términos de otro –el equipamiento esencial para la realización de ciertas tareas– conlleva la asociación de lo que no es uno de los órganos más vitales del organismo con lo que sí es material indispensable para llevar a buen término ciertas tareas profesionales. Tal y como afirman Thornborrow y Wareing, “metaphors are extremely powerful and pervasive and [...] much of our perception of the world and ourselves is shaped by figurative uses of language” (1998: 113). Metaforizaciones como ésta del miembro viril dan, pues, cuenta del valor simbólico que para los hombres adquieren sus genitales.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

Al margen del proceso material con que solicita ayuda (*Help!*), y del existencial con que se pregunta por el porqué de lo que le está ocurriendo (*What's going on?*), los **procesos verbales** que predominan en la pregunta del lector son, fruto de la pura descripción de su problema, relacionales (*I'm 32 years old and [am] convinced that my penis is getting smaller*). La estrategia del especialista de *Men's Health* para desdramatizar la preocupación de Dave consiste en contrastar las actitudes y acciones erróneas de los hombres para medir el tamaño de sus penes con lo que realmente deberían hacer. De ahí el empleo de procesos relacionales (*One maxim oft quoted by urologists is...; Regular sex – even if it's on your own – will help keep*<sup>287</sup> *a penis*

---

<sup>286</sup> Sobre el sentimiento de culpa y rechazo que las prácticas masturbatorias producen en los hombres adultos, Jukes insiste que su origen se halla en la vergüenza de ser incapaz de encontrar una mujer con quien compartir la propia sexualidad: “The only way to find anything approaching a satisfactory feeling of guilt and shame is to look at the unconscious fantasies which lie behind the conscious ones leading to masturbation [...] Why should a man choose to express his desire in isolated and isolating self-gratification? One answer to this lies in the fact that masturbation is an expression of the problem, rather than a symptom” (1993: 210).

<sup>287</sup> Es éste un grupo verbal complejo hipotáctico con significado de modulación (*modulation*), que Halliday describe así: “Enhancing a process: modulation. Here the basic notion is that of `be (circumstantial) + do', e.g. *help to do`do being-with (someone)’*” (1994: 281). En el caso concreto de



*healthy; Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have the opposite effect; If you are having problems with erections...; ...your testicles are getting smaller...), materiales (*Men always check their tackle size from the wrong angle; ...check it side-on in a mirror; You may be pleasantly surprised by...; One maxim oft quoted by urologists is 'use it or lose it'), y, por supuesto, de comportamiento (*Instead of looking down on it...*). Huelga decir que, en la argumentación del asesor, no pueden faltar otros tipos de procesos como los mentales (*You may be pleasantly surprised by what you see; ...or feel...*) o verbales (*...ask your GP for a check-up*), dada la necesidad de recoger la percepción que los lectores pueden tener de este problema.**

En lo que respecta a la **agencialidad** en el fragmento, hay que reseñar un caso de **pasiva** (*You may be pleasantly surprised by what you see*)<sup>288</sup>, donde no existe deseo alguno de ocultar la agencialidad, tal y como prueba el mantenimiento del agente. Antes al contrario, se ha producido una tematización del paciente de la acción verbal, en este caso el lector, de acuerdo con la posibilidad que ofrece la pasiva de enfatizar ciertos elementos colocados en la posición de sujeto, procedimiento del que los iniciadores mismos de la Lingüística Crítica se hacen ya eco: “this device allows a writer or a speaker to emphasize his thematic priorities, to emphasize what the text is ‘about’ even when the entities of the theme are, strictly speaking, semantically subordinate (affected rather than agentive)” (Fowler y Kress, 1979: 209). También existe una **sustantivación** (*Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have the opposite effect*) con la que se consigue ocultar el participante agente que lleva a cabo la acción de abusar del alcohol. Muy probablemente, el agente de este proceso verbal sustantivado sean los hombres en general, pero se ha evitado una mención explícita, a modo de estrategia de solidaridad con el público de lectores identificados con los temores del varón que contacta con este consultorio; se ha optado por no atosigarlos haciéndoles plenamente conscientes de otros posibles problemas de salud a los que debieran prestar también su atención.

---

*help*, Halliday atribuye a este verbo un significado de acompañamiento (*accompaniment*) para la realización del proceso que actualiza el verbo al que *help* acompaña (*ibíd*: 282).

<sup>288</sup> Según Quirk *et al.* (1985: 712), cuando *surprised* aparece seguido de *by* (v.g. *I was surprised by their rejection of the offer*), es un caso de voz pasiva de la estructura activa correspondiente (v.g. *Their rejection of the offer surprised me*); por el contrario, *surprised at* constituye una forma de adjetivo participial (v.g. *I was surprised at their rejection of the offer*). Sólo en este último caso la forma *surprised*, en tanto que adjetivo, puede ir precedida de adverbios como *very*, según añaden Quirk *et al.* (*ibíd*).

No se dan casos de **negación**, con la excepción de la estructura *not to mention*<sup>289</sup> (*Regular sex – even if it’s on your own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on your face*). Más que el valor de negación, aporta el denexo coordinante, de modo que el sintagma nominal que le sigue adquiere el mismo valor que aquél con el que se coordina (*regular sex*).

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

En lo que se refiere al empleo de los **modos** en este fragmento de la columna de consejos de *Men’s Health*, una de sus características más sobresalientes viene dada por la aparición del modo imperativo por parte del lector, cosa que no suele ocurrir en otros textos analizados (*Help!*). De hecho, el signo de admiración le da, si cabe, más fuerza. Los editores de esta sección han construido la imagen de un lector –que no olvidemos se supone representativo de los conflictos de muchos otros hombres– sumamente angustiado y preocupado por los problemas relacionados con sus genitales. En efecto, tras una breve descripción de su problema en modo declarativo (*I’m 32 and convinced that my penis is actually getting smaller*), pasa a preguntar directamente el porqué del mismo por medio del modo interrogativo (*What’s going on?*). Sin embargo, en su intento de tranquilizar al lector y restar importancia a su problema, el asesor no abusa del modo imperativo en sus recomendaciones (*Instead of looking down on it, check it side-on in a mirror; If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a check-up*), alternando este modo con el declarativo para presentarle las acciones a realizar con vistas a la preservación de una correcta salud genital (*Men always check their tackle size from the wrong angle; One maxim oft quoted by urologists is ‘use it or lose it’; Regular sex – even if it’s on your own – will keep a penis healthy, not to mention a smile on your face; Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have the opposite effect*). Obsérvese, también, el empleo del imperativo al citar la máxima de los urólogos literalmente (*Use it or lose it*).

Los usos del pronombre de segunda persona **YOU** por parte del asesor de esta columna de *Men’s Health* obedecen, en principio, a las referencias que éste hace para responder a Dave, el lector de Cumbria que le consulta sobre el tamaño de su pene. Cuando estos usos de *you* van acompañados del imperativo, no hay duda sobre la

---

<sup>289</sup> Para ser exactos, Quirk *et al.* califican a esta estructura, y otras como *still less* o *let alone*, “nexo cuasi coordinante” o *quasi-coordinator*. “They [*quasi-coordinators*] behave sometimes like coordinators, and at other times like subordinators or prepositions” (1985: 982-983).

referencia al lector (*Check it side-on in a mirror – you may be pleasantly surprised by what you see; If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a check-up*). Sin embargo, a esta interpretación del pronombre de segunda persona, se añade la posibilidad de que se emplee como forma genérica o impersonal, especialmente si no hay un imperativo al lado que haga más nítida la recomendación al lector que escribió al consultorio (*Regular sex – even if it’s on your own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on your face*). No olvidemos que los usos genéricos o impersonales de este pronombre resultan a veces difíciles de separarse de los que hacen referencia a la segunda persona (Quirk *et al.*, 1985: 354).

En lo concerniente a la utilización de la **modalidad** en este fragmento, no se constatan formas de **modalidad relacional** que no sean los imperativos a los que acabamos de aludir. Con ellos, Dave de Cumbria pide ayuda para su problema, y el experto de esta sección le indica ciertas pautas de comportamiento a seguir a modo de ayuda<sup>290</sup>. Los editores de la sección han optado, así, por un formato que –y ello es especialmente significativo en lo que respecta a la réplica del asesor– huye del tono coercitivo al hacer recomendaciones a sus lectores.

Por otra parte, en lo que respecta al uso de la **modalidad expresiva**, la abundancia de enunciados en modo declarativo –forma no marcada del sistema epistémico o expresivo– da ya idea del grado de compromiso del lector (*I’m 32 and convinced that my penis is actually getting smaller*) y el asesor (v.g. *Men always check their tackle size from the wrong angle; One maxim oft quoted by urologists is ‘use it or lose it’; Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have the opposite effect*) con la veracidad de los enunciados de sus discursos, tal y como entiende Palmer: “It is reasonable to assume that in uttering a declarative sentence the speaker is expressing his opinion, that he is making the modal judgement that what he says is true” (1986: 27). No obstante, hay ocasiones en que el empleo de formas marcadas de modalidad expresiva tales como los auxiliares modales nos dan una idea bastante precisa del enfoque que el asesor realiza del problema que le plantea su cliente. Por ejemplo, con la

---

<sup>290</sup> Como afirma Palmer, el imperativo puede considerarse como forma no marcada del sistema de la modalidad deóntica –relacional en el modelo de Fairclough (1989)– de igual manera que el modo declarativo actúa como forma no marcada del sistema de la modalidad epistémica –o expresiva para Fairclough (*ibíd*)–; ni uno ni otro necesitan de estructuras como los verbos auxiliares que los convertirían en formas marcadas de modalidad: “In several respects the imperative holds a relation to the deontic system similar to that of the declarative to the epistemic [...] It usually differs from other directives in

utilización del auxiliar *may* (*You may be pleasantly surprised*) le está haciendo considerar posibilidades reales sobre las que este hombre no parecía haberse parado a pensar; en este caso, el observar su miembro viril desde un ángulo diferente al normal. Otras veces, al asesor le interesa dejarle clara su certeza absoluta sobre el valor de una recomendación dada, de modo que Dave y otros lectores no tengan duda alguna de su validez; el uso modal de *will* proyecta esta actitud, por ejemplo, sobre lo saludable que resultan las prácticas sexuales regulares (*Regular sex – even if it’s on your own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on your face*)<sup>291</sup>.

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

El valor ideológico de los recursos que confieren **cohesión** a este fragmento de la revista *Men’s Health* va a variar en función de cada categoría empleada. Así, resulta menos significativo el valor deíctico de las formas de **referencia** personal mediante pronombres personales y determinantes posesivos que actualizan el contacto comunicativo entre lector y asesor que, por ejemplo, el empleo de un caso de referencia comparativa. Este recurso da cuenta de la tendencia a compararse con otros hombres, o, por lo menos, con lo que muchos varones entienden un tamaño de genitales estándar del que todo hombre que se precie no ha de bajar (*I’m 32 years old and convinced that my penis is getting smaller; ... or feel your testicles are getting smaller...*). Por otra parte, la tendencia de muchos hombres a magnificar el significado simbólico del pene hasta el punto de convertirlo en un término tabú puede también observarse en el hecho de que el especialista sólo emplea la palabra *pene* como tal una vez (*Regular sex – even if it’s on your own – will keep a penis healthy*); durante el resto de su intervención emplea términos metafóricos (*Men always check their tackle size from the wrong angle*), y, sobre todo, el pronombre de referencia anafórica *it* (*Instead of looking down on it, check it side-on in a mirror; One maxim oft quoted by urologists is ‘use it or lose it’*).

Precisamente, al hilo de la estructura comparativa de la consulta de Dave, la **elipsis** del segundo término de la comparación (*I’m 32 years old and convinced that my penis is getting **smaller** [Ø]*) es sintomático del temor de este lector a hacer explícito con quién se está comparando, muy probablemente por el complejo de inferioridad y la

---

being formally unmarked. This is clearly true of English, where it requires no modal verb and is thus as unmarked modally as the declarative” (1986: 29).

<sup>291</sup> Según Leech, este valor de certeza del hablante sobre la veracidad de sus enunciados emana del hecho de que el valor primario de predicción futura que incorpora el auxiliar *will* se extiende no sólo a acciones futuras, sino también a acciones presentes y hasta pasadas: “Usually *will* with this meaning [PREDICTION / PREDICTABILITY] makes reference to the future, but there is also a kind of

inseguridad que ello le ocasiona. Lo mismo ocurre con la comparación del tamaño de los testículos del lector por parte del asesor (*If you are having problems with erections or feel your testicles are getting **smaller** [Ø], ask your GP for a check-up*), donde el asesor no ha querido despertar el complejo de inferioridad de su cliente comparándolo de manera explícita con otros hombres o con lo que se supone un tamaño normal de los genitales.

No son muchos los **nexos conjuntivos** que contribuyen a dar textura a este fragmento. Ya hemos hecho referencia anteriormente a las reticencias de los varones adultos a admitir las prácticas onanistas para satisfacer sus necesidades sexuales, lo que se pone de manifiesto por el valor de contrariedad del nexo subordinante concesivo *even if*<sup>292</sup> (*Regular sex – even if it's on your own – will keep a penis healthy*). También la utilización del conector conjuntivo subordinante condicional *if* en la recomendación del experto al lector de Cumbria contribuye a hacer que éste aprenda a relativizar lo que entiende como trastornos de sus genitales, para lo cual algo tan serio como la eventual consulta a un facultativo se hace depender de que aparezcan problemas reales de erección o de una disminución real del tamaño de los testículos (*If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a check-up*).

Son pocos los casos en que se emplea la **coordinación**. Es un rasgo que contribuye al tono extremadamente simple y conversacional de la pregunta del lector (*Help! I'm 32 years old and convinced that my penis is actually getting smaller. What's going on?*), lo mismo que a la máxima de los urólogos sobre los efectos saludables del sexo (*Use it or lose it*). En la recomendación del experto, la construcción de una cláusula condicional que engloba a dos coordinadas disyuntivas (*If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a check-up*) distribuye las únicas opciones que deben llevar a un hombre a consultar a su médico por problemas genitales.

No hay casos en que se incluya información prominente –que debería ubicarse en una proposición principal– dentro de las cláusulas subordinadas de las oraciones del texto. Con todo, hay que hacerse eco del modo en que dos de estos empleos de la **subordinación** resultan significativos de la manera en que este lector se deja llevar por

---

‘prediction’ that refers to the present or past [...] To this extent, *will* (=‘prediction’) belongs to contexts similar to those of *must* (=‘logical necessity’)” (1987: 84).

<sup>292</sup> A pesar de que *even* precede a la conjunción condicional *if*, el valor de *even if* en su conjunto es concesivo, de acuerdo con la gramática de Quirk *et al.* (1985: 1097).

sus propias impresiones a la hora de emitir juicios sobre los posibles problemas de su miembro viril. En este sentido, ha construido como información principal en las cláusulas correspondientes el mundo de lo puramente impresionístico, para dejar en un segundo plano –en las cláusulas subordinadas– los hechos en sí que se supone está describiendo (*I'm 32 years old and convinced [información principal] that my penis is actually getting smaller [información secundaria]; If you are having problems with erections or feel [información principal] your testicles are getting smaller [información secundaria]*).

Los recursos de **cohesión léxica** no son especialmente notorios en este texto. Con todo, repeticiones (*penis* [dos veces]; *getting smaller* [dos veces]; *check* [dos veces]) o algún hipónimo (*erections* < *sex*) insisten, una vez más, en el valor central que cobra la sexualidad entre los hombres.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

Debemos reseñar la **reformulación** que el responsable de esta sección de consulta de la revista lleva a cabo de lo que el joven de Cumbria entiende como un problema. Si bien Dave está convencido de que su pene se está haciendo cada vez más pequeño, su asesor le hace ver que su percepción puede estar distorsionada por su ángulo de enfoque; y, lo que es más, el experto del consultorio insistirá en la conveniencia de preocuparse por la buena salud de este órgano mediante hábitos de vida saludables.

#### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura básica de este texto se acomoda a las convenciones del género de los consultorios de periódicos y revistas, con dos secciones bien diferenciadas: la pregunta de un lector sobre un tema concreto y la correspondiente respuesta del asesor de la columna en cuestión. La consulta del lector –Dave, de Cumbria– se compone, como muchas otras que hemos visto, de la presentación de un problema (el convencimiento de que su pene está disminuyendo de tamaño a pesar de sus treinta y dos años) y la pregunta explícita del porqué de esto. La réplica del especialista ofrece una *estructura argumentativa* en tres partes bien diferenciadas con las que se argumenta la poca base que tiene la preocupación inicial del lector sobre la pérdida de tamaño de su pene: en primer lugar, se da respuesta a la pregunta que Dave plantea; en segundo lugar, y partiéndose de la base de que el problema con toda

probabilidad no es tal, se le indican los factores que pueden tener efectos positivos y negativos sobre la salud de este órgano; en tercer lugar, se concluye con la recomendación de visitar a un médico cuando existan síntomas reales de enfermedad. El siguiente esquema servirá para desmembrar esta estructura de base:

- **premisa inicial** → convencimiento al lector de que su problema posiblemente no es tal. Esta premisa constituye la RESPUESTA SENSU STRICTO para la pregunta del lector, y posee una estructura propia que le confiere autonomía como secuencia explicativa, dentro de la secuencia argumentativa más amplia en que se inserta. Su estructura explicativa responde al siguiente esquema:
  - estado de cosas inicial: los hombres siempre comprueban el tamaño de su miembro desde un ángulo equivocado (*Men always check their tackle size from the wrong angle*)
  - recorrido explicativo en que se expone la manera correcta de observarlo (*Instead of looking down on it, check it side-on in a mirror*)
  - evaluación final del asesor sobre este proceso explicativo (*You may be pleasantly surprised by what you see*);
- **argumentos de apoyo: factores de que depende la salud de este órgano:**
  - factores con efectos positivos: prácticas sexuales y tono optimista (*One maxim of quoted by urologists is 'use it or lose it'; Regular sex – even if it's on your own – will keep a penis healthy, not to mention a smile on your face*);
  - factores con efectos negativos: alcohol, tabaco, diabetes (*Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have the opposite effect*);
- **conclusión** → recomendación de consulta a un facultativo en caso de existir problemas reales (*If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a check-up*).

## II. INTERPRETACIÓN

### II. 1. Contexto

#### II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?

##### A. Contexto situacional

Las variables de análisis que tomaremos en consideración para dar una visión del contexto situacional en que se encuadra esta muestra de la sección de consulta de la revista británica para hombres *Men's Health* son las que a continuación se detallan:

##### 1. ¿Qué sucede?

Las dos **actividades** primordiales de esta consulta vienen dadas por el formular Dave una consulta propiamente dicha sobre su percepción del tamaño de su miembro viril, y el correspondiente hecho de responderle y asesorarle el consejero de esta sección de *Men's Health*. Como suele ocurrir con otras muestras analizadas, de estas dos

actividades se derivan otras secundarias, fruto del contenido de esta pregunta y respuesta: la acción de confesar la alarma por la aparente y progresiva pérdida de tamaño del pene; la comprobación de su tamaño de diversas formas; las prácticas sexuales, incluidas las onanistas; el llevar una vida sana; o el consultar a un facultativo en caso de duda.

El **tópico** principal de esta porción del consultorio de *Men's Health* es el tamaño del miembro viril entre los hombres y las preocupaciones a que ello da lugar. Derivado de la respuesta del asesor ante este temor del lector está el tópico de los problemas de salud reales que pueda sufrir esta parte del cuerpo de los hombres.

El **propósito** comunicativo esencial de esta consulta es dar respuesta al lector que escribe sobre sus temores a propósito del tamaño de su pene, y, dada la inclusión de esta pregunta en la sección por su representatividad de las preocupaciones de otros lectores, aplicarle el asesoramiento a ellos también. El propósito comunicativo secundario emana de la ideología que desde *Men's Health* se intenta difundir entre su público; en este caso, lo importante que es restar importancia a la percepción personal del tamaño del miembro viril entre los varones.

## 2. *¿Quién participa?*

Los dos participantes principales son, sin duda, Dave, el lector que escribe a esta revista desde Cumbria con la esperanza de que alguien le explique por qué tiene la impresión de que su pene se está empequeñeciendo, y la persona que se encarga de darle tal respuesta, es decir, el responsable de la sección de consulta de la revista *Men's Health*, cuyo nombre no conocemos. También tenemos que tener en cuenta a los editores de esta sección de consulta de la revista *Men's Health*, los cuales dan forma definitiva a la consulta que finalmente leen los lectores de esta publicación; así como a éstos mismos, el grueso de –en principio– varones que cada dos meses compran esta revista y acceden a consultas como la que estamos analizando cuando la leen.

## 3. *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre Dave y el experto de la revista no dista mucho del carácter neutro que se espera en un género como los consultorios de la prensa escrita, y donde la única razón del contacto entre lectores y asesores no es otra que el intercambio de una información –consejos de diverso tipo– que el uno necesita y que el otro le puede ofrecer. Sin embargo, existen ciertas características del lenguaje con que está escrita la interacción comunicativa entre estos dos participantes que le otorgan un tono coloquial e informal. Tales rasgos son el resultado de la elaboración definitiva que los editores de



esta sección llevan a cabo de ésta y las otras consultas que la componen. Al optar por este formato pretenden establecer la relación que mantienen con el público de lectores de la revista en términos de una mayor cercanía y familiaridad de la que habría si el lenguaje fuese más formal. Con ello se pretende despertar la confianza de los lectores, que vean en este formato un marco idóneo donde plantear sus problemas de identidad como hombres.

#### 4. *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

La **función instrumental** del lenguaje de este texto posibilita el intercambio comunicativo entre el lector y el asesor del consultorio de *Men's Health*, así como entre los editores de esta revista y el público de lectores de la misma. La utilización del lenguaje para abordar cuestiones relativas a los conflictos que experimentan los lectores en tanto que hombres da cuenta de la **función de identidad** del mismo. Precisamente, las notas características de la ideología que se intenta imponer a dichos lectores, mediante intercambios cuasi epistolares insertos en la revista, dan idea de la **función ideacional** del lenguaje de consultas como ésta; en concreto, estamos hablando de la desmitificación de las obsesiones de los hombres por el tamaño de su miembro viril. El alcance de esta función no se limita, como hemos visto, a los lectores particulares que formulan sus consultas, sino que, con el hecho mismo de optar por incluir consultas dadas en la revista –consultas que no son sino productos lingüísticos– se está presuponiendo valores y preocupaciones semejantes entre todos sus lectores. Para finalizar, hemos de tener presente que las preocupaciones por el tamaño del pene no cobran sentido sino en la imagen que los hombres proyectan en sus eventuales relaciones sexuales con las mujeres, o de cara a otros hombres, para quienes el tener un tamaño de pene estándar es signo de masculinidad; de ahí, la **función relacional** del lenguaje de este fragmento.

#### **B. Contexto intertextual**

Este texto se incluye en la **serie histórica** correspondiente a la generalización de diversas formas de asesoramiento en nuestro tiempo con que hacer frente a las incertidumbres que en los individuos producen los rápidos cambios de nuestra sociedad. Psicoterapeutas, videntes, manuales de autoayuda o columnas en la prensa como ésta son sólo algunas de las manifestaciones de esta serie histórica. En concreto, los problemas derivados del cuestionamiento de los roles de género masculinos

tradicionales encuentran su lugar en los consultorios de revistas específicamente dirigidas al público masculino como *Men's Health*.

El intento de dar mayor científicidad y rigor a las recomendaciones del especialista de esta publicación lleva a una alusión intertextual explícita que recoge la **voz** del colectivo de los urólogos: “Use it or lose it”. Sin embargo, en vez de recurrir a un discurso más científico, se ha empleado una especie de aforismo de este colectivo que resulta más acorde con un vehículo de cultura popular como esta revista.

Por último, sacaremos a la luz algunas de las **presuposiciones** que se activan en este texto dando una idea de las asunciones de sentido común que desde la revista se dan por hecho entre sus lectores, y, por lo tanto, del sistema de valores que se estima que dichos lectores comparten. Así, por ejemplo la afirmación de que los hombres siempre comprueban el tamaño de su pene desde un ángulo erróneo (*Men always check their tackle size from the wrong angle*) presupone que la práctica de comprobar la talla de su miembro viril está generalizada entre los varones. De hecho, podría ser que el problema de este hombre de Cumbria sea real y que, tras haberse observado desde todas las perspectivas, haya llegado a la conclusión de que su pene se está haciendo más pequeño; sin embargo, el asesor presupone que simplemente comparte la obsesión de muchos otros varones que no se observan convenientemente (*Instead of looking down on it, check it side-on in a mirror*). La revista aprovecha esta consulta para abordar un conflicto emocional de lo más común entre muchos hombres.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Los rasgos textuales de esta muestra del consultorio de *Men's Health*, interpretados en su contexto situacional e intertextual, van a construir un **tipo de discurso** centrado en el valor simbólico que los atributos sexuales viriles adquieren en la definición de masculinidad. No es éste un tipo de discurso novedoso, pues el valor del miembro viril como símbolo falocéntrico ha sido uno de los rasgos característicos del aparato ideológico de las formas hegemónicas de masculinidad en occidente, tal y como resalta Buschbinder en su estudio sobre las estrategias de reproducción de la masculinidad como constructo ideológico: “That the relation of the penis to the phallus belongs to a discourse of power can be seen by examining one preoccupation of many men and boys, namely, the size of the individual penis” (1998: 49). Este tipo de discurso se construye sobre la base del género de las secciones de consulta de la prensa, en concreto a partir de su inserción en las revistas de interés general para hombres de

reciente aparición en el Reino Unido. Adoptando un formato cuasi epistolar, la variable del discurso del asesoramiento que constituye la interacción comunicativa lector-asesor adquiere la dimensión pública típica del discurso periodístico, dada su inclusión en una revista de amplia tirada como *Men's Health*. Nada nos permite saber si la consulta de Dave de Cumbria es original o si ha sido elaborada desde la revista de acuerdo con un prototipo ideal de lector. En cualquier caso, su brevedad y simplicidad extremas hacen pensar, cuanto menos, en su manipulación por parte de los editores de esta sección para acomodarla a su formato, tomando siempre como punto de partida lo que puede haber sido la consulta original de un lector que escribe desde la región de Cumbria. Los lectores concretos del número de verano de esta revista pasarán a imbuirse del sistema de valores que, con la producción de este tipo de discurso, se presupondrá que tengan los lectores ideales de la misma.

Elementos de **coherencia global** del texto podrían ayudar a entender la conformación de este tipo de discurso. El **esquema** de este fragmento viene dado por las acciones de pedir asesoramiento por escrito sobre cuestiones relativas al tamaño del propio pene, y la consiguiente acción de responder un experto en temas de masculinidad desde el consultorio de una revista masculina. El **marco** dibuja la entidad que definen las acciones del esquema: un tipo de hombre que, ante la alarma que le crea la talla de su miembro viril, recurre al asesoramiento de una forma de cultura popular como pueda ser la sección de consulta de una revista de interés general para hombres. En este sentido, los **guiones** del fragmento ponen en evidencia el complejo de inferioridad y la falta de seguridad que en hombres como este joven de la región de Cumbria causa algo tan fuera de su control como el tamaño del miembro viril.

El análisis de los **actos de habla** de este texto resulta igualmente elocuente del tipo de discurso sobre lo masculino producido desde esta revista para hombres. Tanto la descripción que Dave lleva a cabo de su problema (*I'm 32 years old and convinced that my penis is getting smaller*) como la explicación que le da el asesor (*Men always check their tackle size from the wrong angle*) se realiza por medio de actos de habla de tipo representativo. De hecho, buena parte de las recomendaciones del especialista se tornan en meras descripciones de la realidad por medio de actos de habla representativos<sup>293</sup>

---

<sup>293</sup> De hecho, Lee afirma que un acto representativo, aunque puede intentar cambiar las creencias del oyente, no comporta el tratar de convencerlo de nada, ni mucho menos de desencadenar una determinada conducta en él: "Although informing may be an attempt to change the hearer's beliefs, the speaker does not have to succeed in convincing the hearer of the truth of the proposition; the perlocutionary, or rhetorical, effect of convincing is not a necessary part of the illocutionary force of representatives. Just

*(Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes may have the opposite effect).* Esto puede explicarse a partir del intento del asesor de desdramatizar el problema hasta el punto de no instarle directamente a que haga nada por medio de directivos. Éstos son los menos (...*check it side-on in a mirror; ...ask your GP for a check-up*); y, en algún caso, reproducen el discurso de terceros que se cita literalmente (*One maxim oft quoted by urologists is 'use it or lose it'*). Algunos consejos se construyen incluso por medio de actos comisivos (*Regular sex – even if it's on your own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on your face*). Por el contrario, la alarma de este lector se hace patente por el empleo no de uno, sino de dos actos de habla directivos, en su intervención; comienza su consulta con una petición de ayuda (*Help!*), y la finaliza con una pregunta directa sobre el porqué de su problema (*What's going on?*).

Por último, destacaremos ciertos rasgos léxico-gramaticales de este texto que dan cuenta de la oralidad de este tipo de discurso, y su carácter coloquial, con el que se crea un formato relajado y alejado de la aridez de otras columnas de consulta especializadas en temas concretos como los jurídicos, económicos o propiamente médicos. Podemos señalar el empleo de contracciones (*I'm 32 years old...; ...even if it's on your own...*); *phrasal verbs* (*What's going on?*); puntuación informal (*Instead of looking down on it, check it side-on in a mirror – you may be pleasantly surprised by what you see; Regular sex – even if it's on your own – will help keep a penis healthy*); oraciones exclamativas (*Help!*); y otras expresiones coloquiales (...*ask your GP for a check-up*).

### **II. 3. Diferencia y Cambio**

La interpretación contextual del lector y de su asesor resultan bastante diferentes. De hecho, la respuesta de éste tiende a reorientar la pregunta de aquél, haciéndole ver que lo que para él es un grave problema quizás se solucione con un simple cambio de perspectiva. El especialista llama así la atención de éste y otros lectores sobre los factores que pueden producir problemas reales en los genitales de los hombres una vez argumentado lo poco fiable que puede resultar una simple mirada al miembro viril.

---

the fact that the hearer becomes aware of the speaker's belief constitutes a change in the hearer's mental state" (1993: 221).

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

La determinación social de este tipo de discurso se encuentra en la crisis de identidad de muchos hombres ante los cambios en las **relaciones de poder entre géneros** producidas en sociedades occidentales como la británica como consecuencia del papel cada vez más prominente de la mujer en las diversas esferas de la vida social. Estos cambios se producirán como resultado de unas nuevas condiciones económicas desde la posguerra, incluida por ejemplo la incorporación de la mujer al mundo del trabajo, y de la acción política de la segunda oleada feminista en el mundo anglosajón a partir de los años sesenta. Tal y como resalta Linda Nicholson en su introducción al significado de la segunda oleada feminista en el mundo anglosajón:

*The political movements that came into being in the 1960s meant that a radical questioning of gender roles was being carried out not only by isolated scholars or marginalised groups, but in front of and with the attention of many national publics. The consequence has been a major restructuring of institutions (1997: 1).*

Fruto de los celos de muchos hombres ante estos cambios va a ser un sentimiento de crisis de identidad manifiesta en diversas instituciones sociales. Una situación tan concreta como la consulta de este hombre sobre el tamaño de su miembro viril remite a instituciones sociales como las relaciones de pareja –en concreto las relaciones sexuales, donde los hombres tendrían miedo a no dar la talla– o las relaciones de amistad entre varones, donde se plantearían conversaciones sobre este tema.

#### **III. 2. Ideologías**

Bajo este discurso sobre lo masculino subyace una tensión entre dos **ideologías** diferentes. De un lado, la preocupación extrema del joven de Cumbria incorpora una ideología tradicional sobre el modo de entender lo masculino donde el poder de los hombres en sociedad adquiere su valor simbólico en la subyugación del varón a la mujer, y, en concreto, en la dominación sexual. El pene cobra así un valor simbólicamente falocéntrico, hasta el punto de que su tamaño se convierte en escala de virilidad:

*This penis concern suggests, moreover, that the individual man must compare his own organ with those of other men, whether actually or in his imagination only. And any such comparison takes its meaning and significance ultimately from a connection with the phallus as signifier of power (Buschbinder, 1998: 50).*

Sin embargo, la ideología que impregna el asesoramiento que se le brinda al lector desde la revista está en la línea de desmitificar ese valor simbólico del miembro viril, de modo que los varones dejen de prestar tanta atención al tamaño de sus genitales, pasando por alto quizás cuestiones mucho más importantes relativas a la salud de estos órganos.

### ***III. 3. Efectos***

Por todo lo dicho hasta ahora en la fase de explicación de este texto, puede decirse que el tipo de discurso de este fragmento del consultorio de la revista *Men's Health* en las **luchas de poder** entre géneros favorece una relación equitativa en la relación entre hombres y mujeres. En efecto, se fomenta la erradicación del tipo de actitudes que, tradicionalmente, han estado asociadas con comportamientos hegemónicos y patriarcales. En este sentido, bajo el tipo de **discurso normativo** de esta consulta típica de una publicación para varones, existe una **lucha de poder encubierta** entre géneros. La ansiedad e inseguridad de hombres como éste que escribe a *Men's Health* encierra un temor más profundo ante una sociedad donde el mayor peso político de las mujeres está cuestionando cada vez con más firmeza muchos de los presupuestos históricamente inquebrantables que sustentaron la supremacía masculina.

**TEXTO 14: GQ, agosto 1999, p. 168.**

***I. DESCRIPCIÓN***

***I. 1. Vocabulario***

***I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?***

El léxico del texto aparece estructurado en torno a un **esquema de clasificación** relacionado con los tipos de calcetines que llevan los hombres (*wear short or long socks; reserved for sports wear only; full hose, i.e, just below the knee*), y las ocasiones en que resulta apropiado ponerse unos u otros (*formal wear; sports wear; real sporting activities; general use*). **Sinónimos** (*long socks / full hose*) –y algunos vocablos que, aunque no son antónimos *sensu stricto*, poseen un significado antagónico (*long socks / short socks*)– evidencian la notable preocupación por un aspecto de la moda de caballero como son los calcetines.

***I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?***

La relevancia que los hombres confieren al vestir apropiadamente se plasma en las expresiones *correct time (I am a bit confused about the correct time to wear short socks or long socks)* y en *avoid the unattractive NHG (This way, men can avoid the unattractive HHG (Nasty Hairy Gap) associated with badly trained TV personalities)*. Ambas expresiones dan cuenta de la importancia que tanto el lector como el asesor de *GQ* conceden a un aspecto de la vida de los hombres como la moda, que tanto tiene que ver con la imagen que proyectamos en nuestras relaciones con los demás.

***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

Adjetivos como *confused* y *correct (I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks; Which is correct?)* describen el interés de Andrew Pennington por acomodarse a las normas que rigen el tipo de calcetines que llevan los hombres. Asimismo, el asesor de esta columna se sirve de diferentes vocablos con los que juzga la actitud que denota el llevar un tipo determinado de calcetines (*Short socks are a worry; This way, men can avoid the unattractive HHG (Nasty Hairy Gap) associated with badly trained TV personalities*). Con el empleo de este tipo de léxico, tanto el lector de Londres como el especialista de *GQ* evalúan la necesidad de muchos hombres de tenerse que acoger a las convenciones estéticas que imponen el tener que llevar determinado tipo de prendas dependiendo de la ocasión de que se trate.

***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

No existe ningún caso de utilización de léxico metafórico.

## I. 2. Gramática

### I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?

Abundan especialmente los **procesos verbales** relacionales, tanto en la consulta propiamente dicha de este lector de Londres (*I am a bit confused about the correct time...; ...that long socks were for formal wear...; Which is correct?)* como en la correspondiente respuesta del asesor de *GQ* (*Short socks are a worry; Otherwise, the archaically named “full hose” (ie, just below the knee) are for general use*). Ello se explicaría por las descripciones que el uno y el otro llevan a cabo de su idea de las convenciones que rigen el llevar una clase u otra de este tipo de prenda<sup>294</sup>. La alusión a acciones como el mero hecho de llevar estas prendas (*...about the correct time to wear short or long socks; ...short socks should only be worn for real sporting activities; ...long socks were for formal wear and short socks reserved for formal wear only*) o el evitar dar una imagen poco elegante (*This way, men can avoid the unattractive NHG associated with badly trained TV personalities*) justifican la utilización de los procesos materiales correspondientes. Algún proceso mental (*I understood that long socks...*) responde a las ideas preconcebidas de este lector sobre las normas que determinan cuándo resulta apropiado llevar un tipo u otro de calcetines.

En términos generales, la **agencialidad** está clara en el texto y no son muchos los casos en que se trata de ocultar por motivaciones ideológicas. Existen algunas **sustantivaciones** como *worry* (*Short socks are a worry*), o *use* (*Otherwise, the archaically named “full hose” (ie, just below the knee) are for general use*), pero están tan lexicalizadas que no es casi necesario preguntarse por los participantes y circunstancias que subyacen en el proceso verbal sustantivado correspondiente. En todo caso, la consulta referida a los calcetines de caballero deja contextualmente claro que son los hombres los que se preocupan y usan estas prendas. Lo mismo ocurre con la voz **pasiva** en este texto (*I understood that long socks were for formal wear and short socks reserved<sup>295</sup> for real sporting activities; ...short socks should only be worn for real*

---

<sup>294</sup> De hecho, el tipo de verbos copulativos que forman esta categoría de procesos resultan típicos de la descripción de estados por medio de la atribución o identificación de cualidades a entidades de diverso tipo: “Relational Processes are typically realized by the verb *be* or some verb of the same class (known as copular verbs); for example, *seem, become, appear* (as in *She appeared cheerful*) or sometimes by verbs such as *have, own, possess*.” (Bloor y Bloor, 1995: 120).

<sup>295</sup> Obsérvese la elisión ante *reserved* del auxiliar *were* dada la aparición de este mismo verbo en una primera cláusula coordinada copulativamente con la segunda, donde se repetiría este verbo. Quirk *et al.* explican lo común de este proceso en casos de coordinación: “When clauses are coordinated by *and, or, or but*, a second clause or other noninitial clause is often reduced by general ellipsis, the antecedent being a parallel construction in the preceding clause” (1985: 910). De hecho, ofrecen el ejemplo de un caso semejante de elisión del auxiliar *be*: *Margaret is [selling her bicycle] and  $\Delta$  [buying a car]* (*ibíd.*: 911).



*sporting activities*), donde no hay duda sobre el funcionamiento de la categoría hombre como participante agente de los procesos verbales que se actualizan en tales oraciones. Existe, además, una cláusula de participio (*Generally disdained, short socks should only be worn for real sporting activities*), en donde no hay mención explícita al agente del proceso verbal consistente en despreciar los calcetines cortos. Puede decirse que se entiende que esta acción es tan universal –de hecho, el participio aparece precedido por el adverbio de frecuencia *generally*– que no se ha estimado necesario hacer explícito el agente que vendría dado por entidades como *people* o *everybody*. No se puede hablar, por último, de casos en los que lo que debiera construirse bajo la forma de un determinado tipo de proyecto aparezca representado por otro.

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Destacaremos la omnipresencia del **modo** declarativo en este fragmento de la sección de consulta de la revista *GQ*. La presentación de las dudas de Andrew Pennington sobre las ocasiones que imponen llevar determinado tipo de calcetines (*I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks; I understood that long socks were for formal wear and short socks reserved for sports wear only*) y la correspondiente respuesta del asesor de la revista (*Short socks are a worry; Generally disdained, short socks should only be worn for real sporting activities; otherwise the archaically named “full hose” are for general use; This way, men can avoid the unattractive NHG ... associated with badly trained TV personalities*) se construyen por medio de este modo. Sólo la pregunta propiamente dicha del lector se formula por medio del modo interrogativo (*Which is correct?*). La destacable ausencia de formas de imperativo puede explicarse desde el momento en que la consulta de este londinense no busca una recomendación sobre un modo de actuar dado, sino simplemente una descripción de las condiciones que llevan a usar una prenda como los calcetines de hombre.

En lo tocante a la **modalidad**, hay que establecer una distinción entre las formas de modalidad relacional y las de modalidad expresiva. En lo referente a la **modalidad relacional**, es éste uno de los pocos textos en que vamos a encontrar el uso explícito de formas de modalidad deóntica, distintas del uso no marcado del modo imperativo. La recomendación que el asesor de esta columna realiza por medio del auxiliar modal *should* (*Generally disdained, short socks should only be worn for real sporting activities*) manifiesta su convencimiento en la premisa básica de que no se deben llevar

calcetines cortos a no ser que sea para hacer deporte<sup>296</sup>. Por otro lado, el rasgo más ostensible de **modalidad expresiva** de este texto viene dado por el empleo del auxiliar *can* por parte del asesor de esta sección de *Gentlemen's Quarterly* (*This way, men can avoid the unattractive NHG associated with badly trained TV personalities*). Como en otros casos vistos, este auxiliar combina el sentido de posibilidad con el de habilidad. Aparte de este auxiliar modal, la visión aparentemente cristalina de la realidad que sugiere la ausencia de utilización de otros modales oculta un claro compromiso del lector (v.g. *I understood that long socks were for formal wear and short socks reserved for sports wear only*), y sobre todo del asesor (*Short socks are a worry; Otherwise, the archaically named "full hose" are for general use*), con la veracidad de sus enunciados, sentido éste que aporta la omnipresencia del modo declarativo. En cualquier caso, no faltan tampoco otras matizaciones de las afirmaciones por medio de formas adverbiales como *a bit*<sup>297</sup> (*I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks*).

### **I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?**

En lo que respecta a los mecanismos de cohesión de este texto, subrayaremos, ante todo, lo limitado de los recursos que confieren textura al fragmento en comparación con otras muestras de consultorios analizadas. Aparte de las formas pronominales de primera persona con que el lector se remite a sí mismo en su pregunta (*I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks; I understood that...*), no son muchos más los casos de **referencia** en este texto. Resulta significativa esta falta de formas de referencia personal, sobre todo en la respuesta del asesor, lo que es signo inequívoco de que, como ya hemos visto en otras ocasiones, la consulta concreta de un lector como Pennington se utiliza desde el consultorio no tanto para responder a este lector en concreto cuanto para generalizar y hacer extensiva la respuesta al mayor número de hombres posible. Ello se logra evitando el tono personal que crearía la mención explícita al lector que formula la consulta. Existe, por lo demás, un caso de referencia comparativa en la contestación del especialista de *GQ* a Andrew Pennington (*Generally disdained, short socks should only be worn for real sporting activities;*

---

<sup>296</sup> El sentido de obligación de *should*, y de *ought to*, es innegable, aunque algo más débil que el de *must*: "SHOULD and OUGHT TO are clearly necessity modals in that, like MUST they are concerned with obligations, duty, etc, but, in some way they are rather weaker than MUST" (Palmer, 1990: 123).

<sup>297</sup> Según Quirk *et al.* (1985: 566-602), *a bit* es una forma adverbial de la categoría de los subjuntos (*subjuncts*), caracterizados por su papel subordinado en comparación con otros elementos clausales. En concreto, se engloba dentro de la subcategoría de los llamados *downtoners*, que se definen por su función atenuadora de la fuerza del verbo o de la predicación.

*otherwise*<sup>298</sup>, *the archaically named “full hose” are for general use*), y que responde a la comparación entre los calcetines cortos y los largos que se produce en el texto a raíz de la consulta de este joven londinense.

Por otra parte, el uso que este varón lleva a cabo de la **subordinación** es también significativo del valor que concede al hecho en sí de llevar un tipo de calcetines u otro. Como ya hemos indicado reiteradamente a lo largo de esta tesis, los hablantes tienden a priorizar como más importante desde un punto de vista informativo los contenidos de las cláusulas principales respecto a las subordinadas. El análisis de algunas oraciones del texto demuestra que, desde esta revista, se ha construido a un lector para el que, más importante que el hecho en sí de llevar un tipo de calcetines u otro, son las circunstancias sociales que envuelven esta acción. Así, por ejemplo, el llevar una prenda u otra se construye como subordinado de la preocupación por el momento oportuno de hacerlo (*I am a bit confused about the correct time [CLÁUSULA PRINCIPAL] to wear short or long socks [CLÁUSULA SUBORDINADA]*<sup>299</sup>); de igual modo, el llevar cierto tipo de calcetines se presenta también como subordinado respecto a la idea inicial que el lector tenía de cómo debe hacerse esto (*I understood [CLÁUSULA PRINCIPAL] that long socks were for formal wear and short socks reserved for sports wear only [CLÁUSULA SUBORDINADA]*).

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura de este texto se acomoda básicamente al formato característico del género de los consultorios en periódicos y revistas, donde las consultas de los lectores sobre los temas en que se especializa la columna, y el asesoramiento del especialista de la misma a propósito, dan lugar a sendas secciones de pregunta y respuesta, que en la muestra aquí analizada encabezan las iniciales *Q* (*question*) y *A* (*answer*). La pregunta de Andrew Pennington consta de una presentación inicial de su problema y de la pregunta propiamente dicha:

- *Presentación del problema y sus circunstancias:*
  - *confesión de no saber cuándo llevar calcetines cortos o largos*

---

<sup>298</sup> Halliday y Hasan (1976: 76) incluyen el adverbio *otherwise* en particular entre las formas que se utilizan para llevar a cabo referencia comparativa en inglés.

<sup>299</sup> Nos hallamos ante una cláusula subordinada de infinitivo con función de posmodificador de una frase nominal, según Quirk *et al.* (1985: 1265), quienes ofrecen el siguiente ejemplo precisamente con el

- *presentación de creencias iniciales*
- *Pregunta propiamente dicha (¿qué reglas determinan el llevar un tipo u otro?).*

Se observará en la estructura de esta breve consulta una clara tendencia a lo explicativo: el objeto ininteligible que se presenta en el estado inicial del que se parte (*I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks*) da paso a un conciso recorrido explicativo en que se expone el porqué de la incertidumbre inicial (*I understood that long socks were for formal wear and short socks reserved for sporting activities*), para terminar, a modo de conclusión, con una pregunta en que se pide que se aclare la incertidumbre sobre las reglas que rigen el llevar un tipo determinado de calcetines en situaciones dadas (*Which is correct?*).

La respuesta, por otra parte, posee igualmente una estructura explicativa, de acuerdo con la solicitud del lector de que se le exponga cuándo se deben llevar calcetines de uno y otro tipo. Así, tras una proposición inicial implícita (**Pe 0**) en que se parte de la situación inicial descrita por el lector en su pregunta, se pasa a una proposición explicativa (**Pe 1**) donde se problematiza el llevar calcetines cortos, de los que se dice que son un engorro (*Short socks are a worry*). Se explica en concreto en la siguiente proposición explicativa (**Pe 2**) el porqué de este problema: las ocasiones para llevar calcetines cortos son muy limitadas –actividades deportivas–, imponiéndose los largos para el uso general (*Generally disdained, short socks should only be worn for real sporting activities; otherwise the archaically named “full hose” are for general use*). Y se finaliza con una proposición final (**Pe 3**), donde, a modo de conclusión y evaluación del camino explicativo recorrido, se asegura que, siguiendo estos consejos, se evitan los problemas estéticos que tienen muchos personajes en televisión –y, por lo tanto, las dudas de lectores como el que escribe a esta columna de *GQ*– (*This way, men can avoid the unattractive NHG (Nasty Hairy Gap) associated with badly trained TV personalities*). Se puede observar que la proposición explicativa inicial está, de algún modo implícita, y hay que remitirse a la consulta del lector para encontrar su contenido. De hecho, cuando Calsamiglia y Tusón (1999: 309) se refieren a la secuencia explicativa que acabamos de describir, afirman que ésta sería la secuencia prototípica, pero en los textos reales las fases o los momentos de la secuencia pueden tener un carácter implícito.

---

nombre *time*, que también aparece en nuestro texto: “The time *(for you) to go* is July [‘at which you should go’]” (*ibíd.*: 1266). La cláusula de infinitivo aparece subrayada en su ejemplo.

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **D. Contexto situacional**

Para desentrañar la interpretación del contexto situacional trataremos de responder a las siguientes variables:

##### **1. ¿Qué sucede?**

Las dos **actividades** principales de este fragmento de la columna de consulta de *GQ* corresponden a los hechos mismos de solicitar asesoramiento un lector de Londres y de otorgárselo el responsable de dicha columna de esta publicación mensual para hombres. En función de estas dos actividades fundamentales se encuentra otra secundaria, es decir, el llevar calcetines cortos o largos, dependiendo de la ocasión.

Esta última actividad viene a dar forma al **tópico** de esta muestra del consultorio de *GQ* del mes de agosto de 1999, a saber, el modo adecuado de llevar calcetines largos o cortos por parte de los hombres.

El **propósito** comunicativo principal de este fragmento habrá que buscarlo, pues, en la voluntad de dar respuesta a este lector, y a muchos otros hombres interesados por la misma cuestión, sobre cuándo debe uno ponerse calcetines cortos o largos. Puede, por lo tanto, entreverse un propósito secundario, derivado del principal, que consistiría en hacer consciente al público lector de esta revista de lo importante que es vestir de acuerdo con unas determinadas convenciones para proyectar una imagen determinada de uno mismo como hombre.

##### **2. ¿Quién participa?**

Los dos **participantes** principales de la interacción comunicativa entre el asesor de la columna de consultas de *GQ* y el lector que le escribe para preguntarle por cuestiones de indumentaria masculina son ellos mismos. Aunque no conocemos el nombre del asesor de la sección, sí sabemos que el lector que escribe se llama Andrew Pennington y es de Londres. No obstante, hay también que tener presente a los editores de esta sección de la revista *GQ*, que seleccionan la consulta inicial y le dan su forma definitiva, y el público de lectores que compran mensualmente esta publicación y eventualmente leen las consultas de la columna de consejos.

### 3. *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre el asesor de esta columna de asesoramiento y el lector que se pone en contacto con él posee un carácter neutro, de acuerdo con el propósito retórico de un género, el de la sección de consulta de la prensa escrita, donde lectores y asesores entran en contacto con la única finalidad de intercambiar una información –un determinado consejo– a modo de transacción. Este tono formal de variedades de este género como los consultorios sobre temas jurídicos, financieros o de salud cobra en ocasiones un carácter más informal y coloquial. Ello es fruto de la relación de confianza y acercamiento que los editores de estas secciones intentan crear en ocasiones con sus lectores, persiguiendo una mayor complicidad con los mismos. Aunque en algunos ejemplos de este trabajo hemos observado esta tendencia, no parece ser éste el caso en la muestra que aquí estamos analizando.

### 4. *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

La **instrumentalidad** del lenguaje posibilita no sólo el intercambio comunicativo que se produce entre el lector anónimo que escribe al consultorio de *GQ* y el asesor de esta sección, sino también el de los editores de esta publicación en general, y de su sección de consulta en particular, con los lectores de la misma. El empleo del lenguaje como vehículo a través del cual se tratan de resolver conflictos relativos al modo de vida de los hombres da cuenta de la **función de identidad** del lenguaje de este texto. Las preguntas y respuestas de la sección de consulta de una revista especializada en estos temas, y que publica determinadas consultas con sus respuestas en tanto que representativas de los intereses de sus lectores ideales, son factores que ayudan a entender el papel del discurso de esta sección en la construcción de la identidad de género de sus lectores. Precisamente, las notas definitorias de este patrón de identidad definirán la **función ideacional** del lenguaje de esta muestra. Tal y como se analizará más en detalle al abordar el tipo de discurso ante el que nos encontramos, habrá que destacar la relevancia que se concede a la indumentaria y la moda en la vida de los hombres. De hecho, ya que el origen de la consulta del lector y el consejo que se le da a él y a otros hombres está en el hecho de dar una imagen correcta en la relación con los demás, podemos decir que el lenguaje va a cumplir una **función relacional** innegable en este texto.

## B. Contexto intertextual

Este texto formaría parte de la **serie histórica** que constituye la aparición de columnas de consulta en revistas de interés general para hombres, en donde éstos solicitan asesoramiento sobre diversos temas referentes a su identidad masculina. Si tenemos en cuenta que, frente a las mujeres, los hombres se han solido mostrar siempre mucho más reacios a servirse de cualquier forma de asesoramiento para tratar de superar sus problemas, la aparición de columnas como la que incluye la consulta que estamos analizando puede considerarse como un cambio sociocultural sustancial. En palabras de Robertson y Fitzgerald:

*Men are generally hesitant to seek counseling and do not become clients as often as women [...] many men are taught that masculine power, dominance, competition and control are essential to proving one's masculinity; that vulnerabilities, feelings and emotions in men are signs of femininity and are to be avoided; that masculine control of self, others, and environment are essential for men to feel safe, secure, and comfortable; and that men seeking help and support from others show signs of weakness, vulnerability, and potential incompetence* (1992: 240 [subrayado nuestro]).

Se explicaría así el tiempo que han tardado en aparecer las columnas dedicadas específicamente a resolver los problemas masculinos, en comparación con la amplia tradición histórica de este género en las revistas femeninas en el Reino Unido.

En otro orden de cosas, hay que hacerse eco de la alusión intertextual directa, por parte del asesor de esta sección de *GQ*, a una jerga relativa a los calcetines empleada por los profesionales de la moda. Se hace referencia, así, al nombre que antiguamente se daba a los calcetines altos (*full hose*); y a la calificación que se da al espacio de la pierna desnuda que queda entre unos calcetines que no son lo suficientemente altos y los pantalones (*NHG* o *Nasty Hairy Gap*).

Por último, hay que sacar a la luz algunas de las **presuposiciones** del fragmento que ayudarán a comprender mejor las asunciones de sentido común que los productores del texto darán por hecho que comparten los lectores de esta columna. Así, por ejemplo, la confesión de Andrew Pennington de no saber cuándo es el momento correcto de llevar calcetines altos o cortos (*I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks*) presupone que existen ocasiones diferenciadas en que los hombres deben llevar uno u otro tipo de calcetines. Esta asunción básica comporta el admitir una falta de libertad entre los hombres respecto al modo de vestir y el consiguiente yugo de las convenciones que dictaminan qué se debe llevar en cada momento de la vida de los varones. Algo parecido ocurre desde la réplica del asesor, pues la afirmación de que

llevando calcetines altos se puede evitar lo indecoroso que resulta mostrar parte de la pierna sin calcetines (*This way, men can avoid the unattractive NHG (Nasty Hairy Gap), associated with badly trained TV personalities*) presupone que los hombres han de evitar esto, y, por consiguiente, ceñirse a ciertas convenciones respecto a su indumentaria. De estas presuposiciones se colige que una revista como *GQ* da por hecho un sistema de valores entre sus lectores donde la moda y las preocupaciones por la propia indumentaria son sumamente relevantes.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Los rasgos textuales descritos, y entendidos en su contexto situacional e intertextual, vienen a construir en este fragmento de la columna de consultas de la revista de interés general para hombres *GQ* un **tipo de discurso** sobre la masculinidad donde la dimensión de lo estético, y en concreto las cuestiones relativas a la moda y la indumentaria, se tornan en valor definitorio clave. Según el formato de base del género de las columnas de consulta de la prensa, este tipo de discurso se conforma a partir de la imbricación de los discursos del asesoramiento y el periodístico, que se combinan en el marco formal cercano a lo epistolar que caracteriza el intercambio de preguntas y respuestas entre lectores y asesores que configura este género. El discurso del asesoramiento adquiere una difusión y un alcance público que escapa a otras variedades como las entrevistas psicoterapéuticas; y ello es debido a la amplia difusión de los medios de comunicación de masas, como la revista de interés general para hombres *GQ*, donde se ubica esta columna. En efecto, siguiendo un rasgo propio del discurso periodístico, los editores del consultorio de *GQ* han incluido esta consulta sobre ropa de caballero al considerarla como representativa del sistema de valores y de las preocupaciones de sus lectores ideales. Ocurre, así, que no podemos tener certeza absoluta de que la pregunta del tal Andrew Pennington existiera en origen, o fuera creada por el consejo de redacción de esta sección, o sólo manipulada hasta adquirir su forma final.

Algunos aspectos de la **coherencia global** de esta muestra del consultorio de *GQ* resultarán útiles para alcanzar a entender la construcción del tipo de discurso sobre la masculinidad al que venimos haciendo referencia. El **esquema**, por ejemplo, estructura las acciones de pedir consejo sobre una cuestión de indumentaria masculina al consultorio de una revista, así como dársele el asesoramiento solicitado desde dicha sección. El **marco** del texto define la existencia de un tipo de hombre para quien su falta



de seguridad sobre las reglas sociales que imponen el llevar determinado tipo de prendas le mueve a ponerse en contacto con el asesor de una revista especializada en los temas que tienen que ver con el modo de vida de hombres jóvenes con un perfil similar al suyo. Precisamente, los **guiones** de este fragmento resultan elocuentes de cara a entender el juego de relaciones que se entretajan entre los sujetos sociales que emergen en el texto; en concreto, nos dan idea de hasta qué punto hombres como Andrew Pennington se dejan influir por una sociedad donde la imagen que uno proyecta hacia los demás depende en gran medida de su capacidad para acomodarse a las convenciones sociales que dictaminan el modo de vestir en diferentes situaciones de la vida.

Los **actos de habla** empleados en este fragmento demuestran hasta qué punto hombres como este lector londinense conceden valor a las convenciones sociales que imponen distintos modos de vestir dependiendo de la ocasión. En efecto, la consulta de Andrew Pennington se construye a base de actos de habla representativos, con los que confiesa su confusión sobre cuándo llevar calcetines altos o cortos (*I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks; I understood that long socks were for formal wear and short socks reserved for sports wear only*). Podría pensarse que el primer enunciado de la intervención del lector es un acto de habla directivo indirecto con fuerza ilocutiva de pregunta<sup>300</sup> (*I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks*); no obstante, dado que ya hay un acto de habla directivo con fuerza ilocutiva de pregunta (*Which is correct?*), este enunciado se interpretará como acto de habla representativo. Por otra parte, la respuesta del asesor de esta columna se limita, ante todo, a describir en qué consisten las convenciones de las que este lector londinense no está seguro. Naturalmente, esta descripción de las normas que rigen el uso de un tipo de calcetines u otro entre los hombres se lleva a cabo a través de actos de habla de tipo representativo (*Short socks are a worry; Otherwise the archaically named “full hose” are for general use; This way, men can avoid the unattractive Nasty Hairy Gap associated with badly trained TV personalities*). El único caso de acto de habla directivo de la réplica del consejero de esta columna viene dado por la recomendación

---

<sup>300</sup> Respecto a la utilización de enunciados con la apariencia de actos de habla representativos, que en realidad son directivos de distinto tipo (preguntas, peticiones, órdenes, etc.), Bach y Harnish (1979: 72) ponen los siguientes ejemplos:

- a. *The doctor is over there (used to request someone to leave)*
- b. *My mouth is parched (used to request a drink)*
- c. *I'm sure the cat likes having its tail pulled (used to request H [the hearer] to stop pulling the cat's tail).*

genérica de evitar los calcetines cortos en la medida de lo posible (*Generally disdained, short socks should only be worn for real sporting activities*).

No podemos pasar por alto el hecho de que, al contrario de otras muestras de este género analizadas en el presente trabajo, no van a constatarse rasgos léxico-gramaticales y de **coherencia local** en este texto indicativos del tono conversacional que impregna otros fragmentos.

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

No cabe hablar de interpretaciones contextuales diferenciadas entre los participantes de la interacción comunicativa que se construye en torno a la pregunta del lector anónimo de *GQ* al especialista de esta publicación sobre los factores que imponen el llevar calcetines cortos o largos entre los hombres. De hecho, las ideas iniciales del lector sobre las circunstancias que para él determinan el llevar uno u otro tipo de calcetines –ideas que desea comprobar si son acertadas por medio del asesoramiento de un especialista– van a ser confirmadas desde la respuesta del asesor de la columna de consejos de esta publicación. Esta aproximación entre las interpretaciones contextuales de lector y asesor resulta muy significativa desde el punto de vista ideológico, pues da cuenta de la representación de la masculinidad que se lleva a cabo en esta revista: se ha construido a un lector con un conocimiento previo bastante avanzado sobre cuestiones de moda como la que aquí se está planteando, en lugar de crear un tipo de hombre totalmente ajeno a esta dimensión de su vida.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

La matriz social de este tipo de discurso habrá que buscarla en unas cambiantes **relaciones de poder** entre hombres y mujeres en la sociedad británica de finales del siglo XX, cuando se publica el número de *GQ* en que aparece esta columna de consejos. El progresivo establecimiento de unas relaciones de poder más equitativas entre hombres y mujeres en la sociedad británica contemporánea se manifiesta en instituciones concretas como el mundo del trabajo o los momentos de ocio y esparcimiento personal; y, en particular, en situaciones como la elección del tipo de indumentaria –en concreto los calcetines– que los hombres han de llevar en dichas ocasiones. La creciente preocupación de los varones por su indumentaria y por la moda

comporta una aproximación a una dimensión que, durante mucho tiempo, se ha considerado como característica de la feminidad y despreciada por muchos hombres:

*The denigration of the decorative by critics of fashion betrays a contempt for the feminine since, traditionally, the decorative has been associated with women. Repeatedly [...] the ornamental has been associated with feminine duplicity and decadence. Ornament has often been dismissed as being trivial, superficial, lacking in substance, irrational – all features which have been attributed to the feminine (Negrin, 1999: 108).*

En sociedades occidentales contemporáneas como la británica, se va a hacer cada vez más patente sobre los hombres la exigencia de prestar más atención a su aspecto físico, y en concreto a la imagen que proyectan de cara a los demás por medio de la propia indumentaria. La aparición de secciones sobre moda –y de consultas como ésta en las columnas de asesoramiento– son una manifestación, como ya hemos apuntado en varias ocasiones, del servicio que prestan las revistas para hombres al ofrecer modelos de masculinidad que resuelvan las incertidumbres de muchos varones en momentos de cambio de los roles de género tradicionales. A este respecto, concluye Nixon en su estudio de mercado sobre las revistas de interés general para hombres en el Reino Unido: “A central part of my argument has been to draw attention to the centrality of the vocabulary of “style” to all the magazines” (1996: 164).

### **III. 2. Ideologías**

El trasfondo ideológico que subyace al tipo de discurso construido en este fragmento de la sección de consulta del número de agosto de 1999 de *GQ* tiene que ver con la construcción del *New Man* como producto mediático recurrente en publicaciones periódicas masculinas y femeninas o en la televisión del Reino Unido desde la década de los ochenta. Esta configuración mediática de lo masculino se empieza a proyectar en los medios de comunicación de masas británicos en gran medida como reacción ante las críticas de la segunda oleada feminista en contra de los comportamientos hegemónicos y patriarcales tradicionales de muchos hombres. La aproximación a dimensiones históricamente consideradas como patrimonio de la feminidad que incorpora el *New Man* incluirá el cuidado por la apariencia física personal y el mundo de la moda. De hecho, Nixon llega a postular que, independientemente de la importancia que los códigos de apariencia física y de preocupación por la moda tienen en la definición del *New Man*, este producto mediático va a surgir, en gran medida, de las representaciones masculinas en anuncios y reportajes sobre estilo y moda en revistas para hombres como

las que estudiamos en esta tesis: “It was through the presentation of these menswear designs in popular representations that the ‘new man’ was often coded” (1997: 295).

### **III. 3. Efectos**

Tras todo lo dicho hasta ahora, resulta innegable que, bajo una forma de **discurso normativo** como es el que se construye por medio de las consultas de lectores acerca de temas como la moda de caballero, por ejemplo, en la sección de consulta de revistas para hombres como ésta, es posible hablar de la **lucha de poder encubierta** entre géneros a la que venimos haciendo referencia. Pensemos en el acercamiento de un lector como Andrew Pennington a un medio de expresión característico de la cultura masculina para solicitar asesoramiento sobre la ansiedad e inseguridad que en él produce un aspecto que, para muchos, se ha asociado a la vida de la feminidad. Y no dejemos pasar de lado la inclusión de una consulta como ésta en el consultorio de la publicación por su representatividad de los intereses y preocupaciones de sus lectores ideales.

Con todo, la posición de este discurso en dichas **luchas de poder** apostará por la paridad entre sexos, pues, lejos de despreciar un aspecto como la moda y la indumentaria personal de los varones, se favorece su atención, y se le concede la importancia que merece en la vida de los hombres jóvenes de nuestros días en países como Gran Bretaña. En efecto, para Nixon (1997: 329), aunque los valores y actitudes asociados al *New Man* sólo tienen el valor que se pueda conceder a un producto creado por los medios de comunicación de masas que no es fiel representación de la realidad, la proyección de modelos de masculinidad como éste, y su transmisión a un amplio público de hombres consumidores de revistas de estilo de vida masculino como *GQ*, son ya factores a tener muy en cuenta de cara a evaluar los cambios en las relaciones de poder entre géneros y los papeles asociados a la masculinidad y a la feminidad.

**TEXTO 15: Sky Magazine, agosto 1999, p. 154.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

Los **esquemas de clasificación** del léxico de este fragmento tienen que ver con la preocupación de los varones por el miembro viril (*my penis is bent; a bent willy question; the sickle dick; straight penises*), y, en concreto, con las razones que se arguyen para explicar la malformación de este órgano (*very few men wear cordury anymore; Chordee or Peyronie's Disease; you're just a drama queen; gay*). La relación de **sinonimia** que se establece entre *penis*, *willy* y *dick* da cuenta del carácter central que esta parte del cuerpo de los varones cobra para ellos.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Por una parte, la utilización del término *embarrassed* por parte del lector de Cardiff, para describir los sentimientos que en él despierta la malformación de su miembro viril, evidencia el grado en que los hombres se muestran convencidos del hecho de que el ejercicio de la sexualidad es uno de los factores que sirven para demostrar la propia masculinidad. De ahí los temores de hombres como D.W. a un uso ineficaz de una “herramienta” tan valiosa para los varones como su pene.

Por otra parte, algunas palabras marcadamente informales de la respuesta de la asesora de esta columna de consultas (*a bent willy question* [dos veces]; *the sickle dick*) contribuyen a la deconstrucción del tono poco categórico de otros consultorios, en que se evita, en la medida de lo posible, la agresividad y violencia características de nociones tradicionales sobre lo masculino, muchas veces manifiestas en un lenguaje repleto de exabruptos y palabras malsonantes<sup>301</sup>. De hecho, la alusión a problemas como el que plantea este lector se prestan, en muchas ocasiones, al empleo de eufemismos léxicos, que en ningún momento utilizan ni el lector ni la asesora. Como muestra, diremos que, mientras que el lector que escribe a esta sección se sirve de la palabra *penis* para aludir a su miembro viril, Karen no duda en utilizar las formas coloquiales correspondientes: *dick* y *willy*. Asimismo, el empleo de *queen* para calificar a un varón como homosexual resulta bastante derogativo (*Or possibly you're just a drama queen*).

---

<sup>301</sup> Véase la evidencia que aporta Coates (1993: 126-128) sobre este punto.

### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

Gran parte del léxico con que la asesora expone las posibles causas del problema de este lector galés tiene una dimensión evaluativa, no ya del problema que plantea este hombre, sino del lector mismo. La asesora, en este sentido, crea neologismos para explicar la posible enfermedad del lector (*You have either Chordee or Peyronie's Disease*) o lo tilda de homosexual (*You're just a drama queen and it's all very normal; The rest of them [men] are gay*). Esto da cuenta de lo poco en serio que la responsable de esta sección se toma el problema que le plantea el lector, mofándose de él, y poniendo en tela de juicio su virilidad. Se entreve así una cierta burla de los consultorios en tanto que sección tradicional de las revistas femeninas, y más recientemente masculinas; y, en concreto de los hombres que escriben a ellas, a los que se tacha –como evidencia el léxico con valor expresivo de esta sección– de poco menos que afeminados.

### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

Señalaremos el empleo metafórico de *sickle* (*You can see how the sickle-dick bends the lines*) para comparar, de manera expresiva, la curvatura del pene de este lector con la de una hoz.

## ***I. 2. Gramática***

### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

En lo que concierne a los **procesos verbales** empleados en este fragmento, hay que establecer una clara diferencia entre las subsecciones de pregunta y respuesta de esta consulta. En la consulta del lector se produce un lógico equilibrio entre los procesos relacionales con que este hombre describe su problema (*My penis is bent; I'm so embarrassed*) y los procesos materiales con que se materializa su deseo de que se le indique un modo de actuar para solucionarlo (*I don't know what to do; Help*). También hay un proceso mental (*I don't know what to do*), que revela hasta qué punto este lector carece de los conocimientos necesarios para enfrentarse a su problema. Ahora bien, la respuesta que la asesora de este consultorio ofrece a D. W. apenas posee el número de procesos materiales esperable en alguien que ha de dar consejo a otra persona sobre un modo de obrar que le permita encontrar solución a su problema (*...very few men wear corduroy anymore; ...how the sickle-dick bends the lines; what to do?; Use it*). Por el contrario, abundan los procesos relacionales por medio de los cuales la asesora de esta publicación describe las razones por las que hombres como él tienen este problema de curvatura del pene (*It's been some time since...; The reason is...; You have either*

*Chordee or Peyronie's Disease; Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal; Only 10 per cent (or something like that, maybe even 50 per cent) of men have straight penises; the rest of them are gay*). El empleo de estos procesos se torna en estrategia de mofa de éste y otros hombres que escriben a los consultorios de revistas para plantear problemas como éste. En fin, no faltan tampoco dos procesos mentales (*It's been a long time since I've seen a bent willy question...; You can see how the sickle-dick bends the lines*), que se justifican por la percepción del problema descrito por D.W. que tiene Karen. Hay asimismo un proceso verbal (*Use it till someone says, "Ewww"*).

No existe ningún intento de ocultación de la **agencialidad** en todo el texto. No se emplean **sustantivaciones** ni la **voz pasiva**<sup>302</sup>, y los **procesos son siempre lo que parecen**. El hecho de que la agencialidad esté clara en todo momento resulta consecuente con el objetivo de una asesora que no duda en poner en evidencia a muchos hombres con problemas similares al de este lector de Gales.

Por último, hay que señalar el significado ideológico de los dos casos de **negación** en el texto. En primer lugar, la afirmación de D.W. de Gales de no saber qué hacer para acabar con el problema de curvatura de su pene (*I don't know what to do*), **presupone** que, a pesar de que él no sepa cómo afrontar ese problema, hay algo que se puede hacer al respecto, o, al menos, que hay que hacer algo. La negación resulta aquí significativa de hasta qué punto tiene asumido el lector el hecho de que la malformación de su miembro viril es un estado de cosas traumático que necesita solventarse. Existe un segundo caso de negación, en la respuesta de la responsable de esta sección de consulta, para indicar que lo aparentemente poco común de los problemas de malformación del miembro viril se explicaría si se tiene en cuenta que pocos hombres llevan ya pantalones de pana (*Well, it's been some time since I've seen a bent willy question (or a bent willy*

---

<sup>302</sup> A pesar de tener la misma forma que las estructuras pasivas *-be + participio pasado-* las cláusulas *my penis is bent* y *I'm so embarrassed* no son casos de utilización de la voz pasiva en el texto, sino del verbo *be* seguido de un adjetivo participial. Quirk *et al.* (1985: 169-170) denominan a estas construcciones "pseudo pasivas" (*pseudo-passives*) o *statal passive*. Partiendo de ejemplos similares a los de nuestro texto (v.g. *The building is already demolished*), se explica en esta gramática: "Such examples may be called 'pseudo-passives', since it is chiefly their superficial form of verb + *-ed* participle that recommends them for consideration as passives [...] That is, *is demolished* denotes a resultant state: it refers, like the perfective, to a state resulting from the demolition, rather than to the act of demolition itself. Such a construction has been termed as 'statal passive'" (*ibid.*). De hecho, el carácter adjetival de estos participios se observa por la posibilidad de que aparezcan premodificados por un adverbio, como ocurre en el caso de *I'm so embarrassed*. Esto no ocurre con la pasiva. Así, por ejemplo, para Quirk *et al.*, en *My uncle was / got / seemed (very) tired*, la presencia de *very* indica el estatus adjetival de *tired* (*ibid.*: 167).

for that matter). *The reason is very few men wear corduroy anymore*<sup>303</sup>). En este ejemplo, la negación de *anymore* conlleva una **implicatura convencional** con el significado de que en el pasado había más hombres que llevaban ese tipo de prenda.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

El **modo** predominante en la presentación del problema del lector (*My penis is bent; I'm so embarrassed, I don't know what to do*), y en la consiguiente reflexión sobre el mismo de la responsable de esta sección de *Sky Magazine* (*Well, it's been a long time since I've seen a bent willy question (or a bent willy for that matter); The reason is few men wear corduroy anymore – you can see how the sickle-dick bends the lines, honest; You have either Cordee or Peyronie's Disease; Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal; Only ten per cent (or something like that, maybe even 50 per cent) of men have straight penises; The rest of them are gay*) es el declarativo. El carácter no marcado de este modo respecto del interrogativo y del imperativo –donde se hace especialmente explícita la relación de poder del hablante respecto del oyente– no resta relevancia a la superioridad de poder del hablante que, sirviéndose del modo declarativo, posee una información de la que carece el oyente<sup>304</sup>. La asesora aprovecha este rasgo del imperativo para informar a su cliente del hecho de que quizás tenga alguna enfermedad con la que posiblemente no contara, o incluso de que sea homosexual, alarmándolo y hasta escarneciéndolo además por ello. La preocupación extrema de D. W. se constata, en cualquier caso, con el empleo mismo del modo imperativo en su consulta, con el cual interpela a la asesora para que le ayude a poner fin al conflicto emocional por el que está pasando (*Help*). Puede observarse cómo este lector ha optado no ya por preguntar por la causa de su problema o si existe solución para el mismo, sino por pedir una acción de auxilio de la responsable del consultorio<sup>305</sup>. De otro lado, Karen se vale del modo interrogativo, en concreto de una interrogativa retórica<sup>306</sup>, para recrear la petición de información sobre qué hacer con un lector tan

---

<sup>303</sup> “Besides *not*, the negative forms whose scope favours nonassertive forms include for example [...] the adverbs and determiners *hardly*, *little*, *few*, *only*, *seldom*, etc.” (Quirk *et al.*, 1985: 390 [subrayado nuestro]).

<sup>304</sup> “In the case of a typical declarative, the subject position of the speaker/writer is that of a giver (of information), and the addressee's position is that of a receiver” (Fairclough, 1989: 125-126).

<sup>305</sup> La diferencia entre el modo interrogativo y el imperativo radica, precisamente, en que con el primero se solicita una información de parte del interlocutor, mientras que con el segundo lo que se pide es ya el cumplimiento de una acción (Hodge y Kress, 1993: 94).

<sup>306</sup> En las interrogativas retóricas el hablante conoce la respuesta a la pregunta que formula: “‘Rhetorical’ questions are concerned often in contrast to genuine questions: the speech act of asking a question, which can be realized by means of syntactical forms such as interrogative, imperative or even declarative



azorado por su problema que no hace más que pedir ayuda, sin especificar de qué tipo (*What to do?*).

La asesora de esta columna de consejos emplea el pronombre de segunda persona **YOU** numerosas veces a lo largo de su intervención para referirse a D.W., el lector galés que solicita su asesoramiento (*You have either Cordee or Peyronie's Disease; Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal*). Frente a otros ejemplos analizados en este trabajo, donde este pronombre adquiere una dimensión impersonal en las respuestas de los asesores, Karen parece servirse aquí de este pronombre como recurso con el que dejarle bien claro a este varón que todo cuanto dice en su respuesta se le aplica a él en concreto, constatándose un único empleo genérico de *you* (*You can see how the sickle-dick bends the lines, honest*). Dada la ridiculización del lector que manifiesta la intervención de esta asesora, puede hablarse de la función catártica a la que recursos como éste y otros ya vistos contribuyen, poniendo en evidencia a este hombre de cara al grueso de lectores de la revista.

El único caso significativo de **modalidad relacional** del fragmento viene dado por la presencia del imperativo con que Karen indica el modo de actuar para mitigar el conflicto que este hombre de iniciales D.W. está atravesando (*Use it till someone says, "Ewww"*). Es significativa la ausencia de otras formas de modalidad deóntica con que la asesora de *Sky Magazine* colme los deseos de su cliente de que le diga qué debe hacer para acabar con la vergüenza que le produce el tener un pene doblado.

En cuanto a las formas de **modalidad expresiva**, resulta muy elocuente la matización que la consejera de esta columna lleva a cabo de sus afirmaciones cuando expone las razones que explicarían la curvatura del miembro viril de D. W. A nadie se le escapa que esta malformación genital no tiene por qué ser sintomática de enfermedad alguna, ni mucho menos de la homosexualidad de quien la padece. Es por ello que Karen se cuida muy mucho de matizar sus afirmaciones al respecto con formas de modalidad epistémica como los adverbios de posibilidad *maybe* o *possibly*, con los cuales evita un compromiso total con la veracidad de los enunciados donde aparecen (*Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal; Only ten per cent (or something like that, maybe even 50 per cent) of men have straight penises*). Se puede comparar estos enunciados con otros sin marcadores explícitos de modalidad, en donde la visión en apariencia cristalina de la realidad oculta el fuerte convencimiento del

---

sentences, is used normally to elicit unknown information, whereas `rhetorical' questions do not do so" (Schmidt-Radefeldt, 1977: 375).

hablante con la verdad de sus juicios (*The reason is very few men wear corduroy anymore; you have either Chordee or Peyronie's Disease; The rest of them are gay*). También hay algún otro empleo del auxiliar modal epistémico *can* con una ambivalencia entre los valores de posibilidad y habilidad (*You can see how the sickle-dick bends the lines, honest*). Con la forma adverbial disjunta *honest* de este último enunciado, Karen Krizanovich contribuye igualmente a proyectar un tono de veracidad a su discurso. Por último, incidiremos en el papel de la modalidad expresiva en la relación que Karen establece entre la curvatura del pene y la orientación sexual de los varones. Para la asesora, únicamente los hombres sin este problema son heterosexuales; sin embargo, su comentario homófobo inicial de que sólo un diez por ciento de los varones reúnen esta condición pasa a ser matizado por la expresión con valor epistémico “or something like that”: *Only ten per cent (or something like that, maybe even 50 per cent) of men have straight penises*.

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

La textura de la muestra del consultorio de *Sky Magazine* de agosto de 1999 emana del empleo de diversos recursos con mayor o menos relevancia ideológica. Las formas de **referencia** personal nos remiten anafóricamente al lector que formula la consulta, tanto en la pregunta de éste (*My penis is bent; I'm so embarrassed, I don't know what to do*) como en la respuesta de la experta de esta sección (*You have either Cordee or Peyronie's Disease; Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal; You can see how the sickle-dick bends the lines, honest*). Karen también se refiere a sí misma a lo largo de su exposición (*Well, it's been some time since I've seen a bent willy question...*). Menor valor ideológico poseen otros pronombres para marcar referencias anafóricas en el texto como *it* para remitirse al hecho mismo de la curvatura del pene que tanto incomoda a D.W. (*Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal*), o *them*, que remite al sustantivo *hombres* (*Only ten per cent (or something like that, maybe even 50 per cent) of men have straight penises. The rest of them are gay*).

Existe un caso de **elipsis** del sujeto verbal en la pregunta retórica que se hace Karen en su intervención reproduciendo la consulta del lector que le escribe desde el País de Gales (*What to do? [What should I do /What do I do?]*)<sup>307</sup>.

<sup>307</sup> “Wh-questions (except for *why*-questions) without a subject and with a to-infinitive as the verb are occasionally found in inquiries:

What to do next? [‘what should I/we do next’]  
Who to see?

En lo que respecta al papel que desempeñan los **conectores** en la cohesión de este fragmento hay que destacar:

- El empleo de *well*, marcador discursivo conversacional con función iniciativa, cuyo papel es el de realizar una pequeña pausa antes de que el hablante inicie la respuesta a una pregunta<sup>308</sup> (*Well, it's been some time since I've seen a bent willy question...*). Acorde con su función de permitir al hablante el introducir un turno de palabra que no resulte del todo coherente con el de aquél al que está respondiendo<sup>309</sup>, *well* es empleado por Karen para iniciar su digresión sobre lo poco común de esta consulta, cuando lo que D.W. esperaría es una respuesta inmediata a la solicitud de ayuda para su problema;
- El uso de *or* no como conjunción coordinante, sino como marcador discursivo o conector pragmático que establece relaciones alternativas entre las posibles causas de la malformación del pene que Karen presenta al lector (*You have either Chordee or Peyronie's Disease. Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal*)<sup>310</sup>.

Aunque hay casos de **coordinación** de distintos grupos nominales (*Well, it's been some time since I've seen a bent willy question (or a bent willy for that matter); You have either Chordee or Peyronie's Disease; Only ten per cent (or something like that), maybe even 50 per cent*), sólo puede mencionarse uno de coordinación oracional,

---

Which way to go?" (Quirk *et al.*, 1985: 840).

<sup>308</sup> En particular, Fraser lo denomina *pause marker* (1999: 943), e incide en su naturaleza eminentemente conversacional. Schiffrin explica su significado preciso en estos términos: "*Well* is a **response** marker which anchors its user in an interaction when an upcoming contribution is not fully consonant with prior coherence options" (1987: 102-103).

<sup>309</sup> "*Well* is possible wherever the coherence options offered by one component of talk differ from those of another: *well* locates a speaker as a respondent to one level of discourse and allows a temporary release from attention to others" (Schiffrin, 1987: 127).

<sup>310</sup> Obsérvese que la naturaleza de *or* no es conjuntiva, pues no establece una relación de disyunción entre dos cláusulas de una oración compuesta, sino entre dos oraciones independientes. Van Dijk utiliza el término *conector pragmático* –que básicamente se corresponde con la definición de marcador discursivo a la que hemos hecho mención a lo largo de este trabajo–: "We use the term pragmatic connective in order to distinguish the pragmatic use of connectives from their semantic use. Pragmatic connectives express relations between speech acts, whereas semantic connectives express relations between denoted facts" (1979: 449). En el caso concreto de *or*, van Dijk señala que el acto de habla que encabeza este conector cumple la función de asegurar que todas las condiciones necesarias para el funcionamiento contextual del acto de habla que precede a *or* sean completas de modo que el oyente no llegue a presuposiciones incorrectas: "That is, a speaker may perform a request, an order, a promise, etc. but may at the same time wonder whether important conditions are satisfied for the act to be appropriate in that context. The next speech act, introduced with *Or*, then requires information to check the necessary presuppositions" (*ibíd.*: 452). Naturalmente, para van Dijk, el valor semántico disyuntivo de *or* continúa presente en estos usos, que son *típicos de la conversación*: "The disjunctive meaning of *or* is not completely absent in these pragmatic or conversational functions" (*ibíd.*: 453). De hecho, para Schiffrin la provisión de alternativas al oyente en el discurso de un hablante es parte esencial de *or* como marcador

de tipo copulativo, entre dos cláusulas distintas (*Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal*). En este último ejemplo, el empleo de la conjunción coordinante copulativa *and* en la respuesta de Karen se convierte una vez más en estrategia al servicio de la burla de este lector; en efecto, se ponen al mismo nivel dos ideas difíciles de conciliar por el prototipo de lector heterosexual de una revista como ésta<sup>311</sup>: que sea un homosexual de lo más amanerado, y que ello sea la cosa más normal del mundo. No faltan tampoco cláusulas **subordinadas** de distinto tipo, en las que puede observarse la escasa carga informativa de las cláusulas principales respecto a las subordinadas, sobre las que se concentra una mayor relevancia informativa. Un caso especial lo constituye el último ejemplo (*Use it till someone says: "Ewwww"*), donde se ha construido como más importante el empleo del propio miembro viril –aunque sea defectuoso– que lo que los demás puedan decir o pensar, lo cual incide en la idea de que la sexualidad es una dimensión esencial de la masculinidad de los varones.

El uso de recursos de **cohesión léxica** como repeticiones (*bent willy* [dos veces]; *penis(es)* [dos veces]; *men* [dos veces]), sinónimos o cuasi sinónimos (*penis/willy/dick*), hipónimos (*gay > queen*) o antónimos (*bent ~ straight [penis]*) da cuenta de la suma importancia que el miembro viril, y sus patologías, adquieren entre varones como éste que se pone en contacto con la sección de consulta de Karen en la revista *Sky Magazine*.

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura de base de este texto responde, en términos generales, a la de toda consulta de una columna de consejos inserta en periódicos o revistas como ésta: existe el planteamiento de un problema por parte de un lector y el consiguiente asesoramiento en la respuesta del especialista del consultorio. Ahora bien, la estructura interna de esta consulta en particular ofrece algunas peculiaridades, las cuales resultan sumamente significativas desde una perspectiva ideológica para la construcción del tipo de discurso de esta muestra concreta. Para empezar, la pregunta, que al igual que la

---

discursivo: “*Or* is used as an option marker in discourse [...] *or* marks a speaker’s provision of options to a hearer” (1987: 177).

<sup>311</sup> Esta idea está en la noción misma de coordinación, según la definición de un estudio clásico de Dik: “A coordination is a construction consisting of two members which are equivalent as to grammatical function, and bound together at the same level of structural hierarchy by means of a linking device” (1968: 25).

repuesta no viene precedida como en otros casos por la inicial *Q*, consta de una estructura clásica:

- *Planteamiento de un problema*: el tener el pene curvo y el sentimiento de turbación que ello crea en D.W. de Gales;
- *Solicitud de ayuda para poner fin a esta contrariedad*: D. W. confiesa no saber qué hacer y pide auxilio de manera desesperada.

Por otro lado, la respuesta de Karen ofrece una estructura en tres secciones claramente diferenciadas:

- 1) *Reflexión sobre lo poco común de consultas sobre la curvatura del pene*;
- 2) *Exposición de las causas de esta malformación genital*;
- 3) *Consejo sensu stricto sobre cómo abordar este problema*.

Es observable que esta estructura tripartita no confiere a la respuesta de la asesora en su conjunto la estructura de un tipo textual determinado. Puede decirse que globalmente la muestra se acomoda a la *macroestructura dialogal*, con forma de intercambio comunicativo entre un tú y un yo reducido a su grado mínimo (Calsamiglia y Tusón, 1999: 319): el lector pregunta qué puede hacer para vencer la turbación que en él produce la malformación de su miembro viril, y Karen le responde que lo use<sup>312</sup>. Sin embargo, la repuesta como tal de la asesora viene precedida de sendas digresiones sobre lo poco común de este caso hoy en día, y los orígenes del mismo. Ambas tienen una *estructura explicativa*. En el primer caso, se parte de un estado inicial –el tiempo que hace que Karen no se topa con una consulta sobre curvatura de penes– que se problematiza y explica por el hecho de que los hombres ya no llevan pantalones de pana, cosa que en otro tiempo permitía apreciar esta malformación nítidamente. Algo parecido sucede con la segunda digresión, donde se parte de un estado inicial también implícito –el desconocimiento de D.W. de la razón de su malformación– para explicarse el porqué de la misma –las enfermedades de Chordee y Peyronie; o la homosexualidad, que se asocia a esta malformación–. Aunque el estado final de ambas secuencias explicativas está implícito, como ocurre en muchos ejemplos de textos explicativos, el consejo final de Karen a D.W. sobre cómo afrontar su problema tiene el carácter evaluativo y contextualizante propio de la última macroproposición de las secuencias explicativas prototípicas<sup>313</sup>.

---

<sup>312</sup> Obsérvense rasgos de oralidad propios de la conversación, que más adelante analizaremos, como el marcador conversacional *well*, que precede a la respuesta de Karen.

<sup>313</sup> Según Calsamiglia y Tusón, en esta última macroproposición (Pe3 [véase el esquema transcrito atrás]) “se da la conclusión a la que se llega en el recorrido explicativo, constituyendo el lugar en donde aparece una síntesis de lo explicado, junto a una evaluación y una contextualización” (1999: 310). En nuestros

Ideológicamente esta macroestructura tiene una implicación clara; en la respuesta de la asesora de esta sección resulta más relevante la digresión sobre el problema que la solución en sí propuesta para el mismo. Esa digresión conlleva una clara burla de quien sufre este trastorno, que se atribuye a enfermedades poco menos que desconocidas, o a la homosexualidad de quien lo padece.

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

Para el análisis del contexto situacional en que se desarrolla la muestra del consultorio que estamos analizando partiremos de los siguientes factores de análisis:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Existen dos **actividades** esenciales en este texto como son el hecho mismo de escribir al consultorio el galés D.W. para pedir ayuda a la asesora, y la acción de responder a éste. Desmembrando estas dos actividades principales, se puede hablar de otras secundarias que las componen: la confesión del sentimiento de vergüenza del lector; la reflexión de Karen sobre esta consulta; la puesta en evidencia de este hombre por sufrir esta malformación; y la tímida recomendación de que no deje de tener relaciones sexuales hasta que alguien se queje de ello expresamente.

De estas actividades se desprende el **tópico** principal de esta muestra del consultorio de la revista *Sky Magazine*, que reside en el problema de curvatura del pene de este lector y otros hombres. Otros tópicos menos importantes, y derivados del principal, son las razones por las que no abundan las consultas sobre este tema, las causas del problema, y las posibles soluciones para el mismo.

Lo que se esperaría como **propósito** principal en una muestra del consultorio de una revista para hombres –proporcionar asesoramiento al lector que escribe sobre un tema dado, en este caso la ansiedad de tener un miembro viril deforme– resulta en este ejemplo menos significativo que lo que se entendería como secundario, es decir, conseguir que la consulta y su respuesta correspondiente sirvan de ejemplo a otros lectores de la revista con problemas semejantes. En efecto, el tono de la pregunta y

---

ejemplos, no cabe hablar de síntesis de lo explicado, pero la evaluación y contextualización que aporta el consejo final resultan innegables.

sobre todo de la respuesta sirven para hacer ver al público de la revista lo ridículo que resultan consultas como ésta en otras revistas similares, y la imagen “poco viril” que hombres como D.W. acaban por proyectar de sí mismos. La respuesta como tal para este lector cobra, pues, un valor secundario como propósito retórico, y el entretenimiento de los lectores de esta revista resulta más significativo como meta a alcanzar que la función de asesoramiento propiamente dicha.

## 2) *¿Quién participa?*

Los **participantes** que resultan más evidentes en esta interacción comunicativa son el lector anónimo, del que sólo sabemos que tiene por iniciales D.W. y es de Gales, y la asesora de esta sección de consulta de *Sky Magazine*, Karen Krizanovich. También hemos de elevar al estatus de participantes a los editores de esta sección de la revista – que sin duda han manipulado, si no elaborado completamente, esta consulta– y a los lectores de *Sky Magazine* que la leerán cuando compren el número de agosto de 1999.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

El tipo concreto de relación que se establece entre Karen y el lector que se pone en contacto con ella viene determinado por la relación a nivel superior, más difícil de aprehender a primera vista, entre los editores de esta sección y de la revista en general, y su público de lectores. En efecto, los editores de *Sky Magazine* tienen el objetivo de crear una relación de complicidad con sus lectores mediante el humor y la hilaridad que produce la lectura de consultas como ésta. Ello se consigue mediante una construcción de la relación entre lector y asesora en que ésta resta importancia al problema con un tono jocoso y algo sarcástico. Ella no duda en denigrar a su lector tildándolo de homosexual, tomándose una confianza que no le corresponde en tanto que simple consejera de una columna de consultas.

## 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

El lenguaje cumple una **función instrumental** que permite la interacción comunicativa entre Karen y D.W., y entre los editores de esta sección de *Sky Magazine* y el público de lectores consumidores de la misma. En tanto que vehículo de la comunicación entre distintos participantes en esta situación, el lenguaje estará al servicio de la ideología que unos sujetos sociales pretendan proyectar entre otros. Tendremos así que tener en cuenta la **función ideacional** del discurso de este texto, muy centrada en la burla de una excesiva preocupación por el pene. Dado que la difusión de esta ideología a través del discurso de esta columna de consultas tiene que ver ante todo con la dimensión de género de los hombres que leen y escriben a la

columna de problemas de una revista especializada en el modo de vida masculino, diremos que el lenguaje cumple una **función de identidad**. Por último, el alcance de consultas como ésta en la relación de los hombres con los demás –en concreto, en el curso de relaciones sexuales con mujeres o de conversaciones con otros hombres sobre el miembro viril– confiere una **función relacional** al lenguaje de este texto.

## **B. Contexto intertextual**

Tanto la manera frívola de presentar su problema el lector como la ridiculización del mismo que opera la responsable de esta columna se encuentran en clara oposición al tono serio de muchos otros ejemplos de esta sección analizados en este trabajo. La asesora de *Sky Magazine* adquiere tintes de mujer fatal que no utiliza la pregunta de D. W. sino para tildarlo de afeminado. Desde el contexto intertextual puede observarse cómo la aparente burla que la asesora lleva a cabo de su lector esconde una mofa más profunda de este género en otras revistas para hombres y del tipo de consultas que en ellas se plantean. Como hemos visto, el propósito de esta columna no radica en tratar de solucionar los problemas de sus lectores, sino más bien en hacer ver a su público lector lo irrisorios y poco viriles que resultan muchos varones que exponen sus conflictos en secciones como ésta.

Tomando como punto de partida la **serie histórica** que encarna la reciente aparición de consultorios y en general revistas masculinas que resuelvan las incertidumbres de muchos hombres en una época donde los roles de género tradicionales se tambalean, podemos hablar, sin duda, de una parodia del modelo que masculinidad que se construye en las consultas de otras revistas de esta clase: un hombre atento a su lado más emocional, presto a satisfacer las demandas de su pareja, preocupado por su apariencia personal; un *New Man* que, en su intento de reconciliarse con su lado más femenino renunciando a los aspectos más hegemónicos y patriarcales de la masculinidad tradicional, va a caer para algunos en la ambivalencia sexual. Así, en referencia a las imágenes que vinieron a dar cuerpo a este producto mediático que es el *New Man*, afirma Nixon:

*The images represented a particular loosening of the binary opposition between gay and straight-identified men and extended the space available within the representational regimes of popular consumption for an ambivalent masculine sexual identity (1996: 202).*



Hay que hacer mención, finalmente, a algunas **presuposiciones** que, además de las ya aludidas a propósito del análisis de las negaciones, se activan en este texto. Así, hay una afirmación de Karen que presupone que la malformación del miembro viril en los hombres les preocupa hasta el punto de elevar este hecho a la categoría de consulta en secciones como la suya (*Well, it's been some time since I've seen a bent willy question*). En este sentido, en ningún momento se explican las razones por las que tener el miembro viril doblado sea razón de tribulación para un hombre; sin embargo, en función de una *asunción de sentido común*<sup>314</sup>, los enunciados del lector (*My penis is bent. I'm so embarrassed*) presuponen que es normal que una malformación de este tipo lleve a la desazón de quien la padece.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

A partir de los rasgos textuales y contextuales que hemos descrito, se construye un doble discurso sobre lo masculino. De un lado, cabría hablar de un discurso caracterizado por la inquietud que en los varones produce el más mínimo atisbo de pérdida de funcionalidad de uno de los puntales que garantizan su masculinidad, a saber, el ejercicio de la propia sexualidad. Al hilo de éste, se estructura otro tipo de discurso delimitado por la tentativa de silenciar todo reconocimiento, en foros públicos como las columnas de consulta, de la propia debilidad y vulnerabilidad de los varones. Ambos no son sino discursos que reproducen uno de los fenómenos más significativos de las sociedades del mundo occidental, la crisis de identidad de la masculinidad tradicional<sup>315</sup>. Estos tipos de discurso se conforman sobre la base del discurso del asesoramiento que constituyen las páginas de consulta de revistas para hombres, donde un formato cercano a lo epistolar adquiere un rasgo del discurso periodístico como es la difusión en masa, que le otorga su publicación en una revista leída por miles de lectores.

El tono un tanto frívolo y poco serio de este tipo de discurso hacen dudar que se construya a partir de consultas de lectores reales. Antes al contrario, se puede afirmar que los editores de esta sección de la revista *Sky Magazine* han creado a Karen Krizanovich como producto mediático, elaborando preguntas y respuestas con el

---

<sup>314</sup> Sobre la existencia de asunciones de sentido común entre los hablantes, afirma Garfinkel: "A society's members encounter and know the moral order as perceivedly normal courses of action—familiar scenes of everyday affairs, the world of daily life known in common with others and with others taken for granted. They refer to this world as the 'natural facts of life' which, for members, are through and through moral facts of life. For members not only are matters so about familiar scenes, but they are so because it is morally right or wrong that they are so" (1964: 225).

objetivo de despertar la hilaridad de los lectores ideales de la revista, que se acercan a esta sección no tanto para ver representados problemas referentes a su condición masculina que ellos comparten, sino para experimentar la catarsis de ver exagerados y caricaturizados los comportamientos de otros lectores que recurren a esta sección para desvelar sus flaquezas e inseguridades como hombres. Esta comicidad no hace sino camuflar los miedos y ansiedades de muchos hombres ante unas cambiantes circunstancias sociales donde se desdibujan cada vez más los presupuestos que tradicionalmente regían las relaciones entre géneros:

*It is difficult to think of a single example of modern popular culture which does not trade, in part, on the prospects and pitfalls of gender difference and confusion. Lifestyle magazines, defined by male or female audience, and focusing on sex in their copy, are one illustration of the increasing strength of this obsession. Some of this material [...] contains some useful analysis along the way, some of it uses humour, to yield real insights into the vulnerabilities of our gender identities (MacInnes, 1998: 68).*

Ciertos elementos de la **coherencia global** del texto resultarán muy útiles para desentrañar la producción de este tipo de discurso. Es **esquema** del texto se estructura en torno a las acciones de pedirse auxilio en el consultorio de una revista masculina y mofarse de quien lo pide más que aconsejarle desde esta sección de la revista. El **marco** del texto se construye a partir de la caricaturización de los hombres que, como el lector de esta muestra, exponen en público sus puntos débiles y ansiedades en las secciones de consulta de revistas para hombres aun a costa de ir en contra de los preceptos de invulnerabilidad y dominio de las concepciones tradicionales sobre lo masculino<sup>316</sup>. Por último, los **guiones** de este fragmento representan una relación entre lector y asesora –y, por encima de ello, entre un hombre y una mujer– en la que el hombre queda subyugado a las veleidades de una mujer que construye su intervención sobre la base del ejercicio del poder y la autoridad, al no tomarse excesivamente en serio su preocupación. Esta inversión de papeles entre una asesora que se masculiniza y un lector que parece feminizarse resulta muy útil para entender la función del humor en este tipo de discurso.

---

<sup>315</sup> La obra de Horrocks, *Masculinity in Crisis*, se abre con el reconocimiento incuestionable de este hecho: “that masculinity in western society is in deep crisis” (1994:1).

<sup>316</sup> David y Brannon resumen los pilares sobre los que se asienta el rol de género masculino tradicional con estos cuatro principios, dentro de los cuales se encuentra el rechazo de todo reconocimiento de la propia vulnerabilidad al que hacemos referencia:

1. *No Sissy Stuff: The stigma of all stereotyped feminine characteristics and qualities, including openness and vulnerability.*
2. *The Big Wheel: Success, status, and the need to be looked up to.*
3. *The Sturdy Oak: A manly air of toughness, confidence, and self-reliance.*
4. *Give ‘Em Hell!: The aura of aggression, violence, and daring (1976: 12).*

En cuanto a los **actos de habla** de este fragmento, insistiremos, primeramente, en el empleo de D.W. de dos actos directivos para requerir la ayuda de la asesora de *Sky Magazine*. Con un acto de habla con fuerza ilocutiva de pregunta y formulado de modo indirecto interroga a Karen sobre la actitud a tomar para vencer la ansiedad que en él produce la malformación de su miembro viril (...*I don't know what to do*). Sin embargo, el tono de inseguridad y vacilación que imprime este acto indirecto da pronto paso a la firmeza de otro directivo expresado de manera directa con el que solicita desesperadamente su auxilio para vencer ese problema (*Help*). Por el contrario, Karen sólo utiliza dos directivos con que indicar a este lector galés el comportamiento a adoptar que tanto ansía que le indique la responsable de esta sección. Uno se limita a simple pregunta retórica que Karen se hace a sí misma recreándose en la ansiedad de D.W. (*What to do?*); otro representa el consejo que tanto necesita este lector (*Use it till someone says, "Ewww"*). En su réplica, resultan más destacados los actos de habla representativos (*Well, it's been a long time since I've seen a bent willy question (or a bent willy for that matter); The reason is few men wear corduroy anymore – you can see how the sickle-dick bends the lines, honest; You have either Cordee or Peyronie's Disease; Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal; Only ten per cent (or something like that, maybe even 50 per cent) of men have straight penises; The rest of them are gay*).

Hay que resaltar, por último, el valor de ciertos rasgos léxico-semánticos y de la **coherencia local** de este texto de cara a aportar un tono coloquial, cercano en ocasiones a lo conversacional, a este tipo de discurso. Podemos citar aspectos como los siguientes:

- Contracciones (*I'm so embarrassed; I don't know what to do; it's been some time since...; Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal*);
- Marcadores discursivos propios de la conversación (*Well, it's been some time since...*)<sup>317</sup>;
- Uso de la raya como rasgo de puntuación informal (*The reason is few men wear corduroy anymore – you can see how the sickle-dick bends the lines, honest*);
- Rasgos léxicos informales (*willy; sickle-dick*);
- Frases con significado general y poco preciso (*Only 10 per cent or something like that, maybe even 50 percent of men have straight penises; It's been some*

---

<sup>317</sup> “The use of interactive expressions like *well, oh, uhuh*, all contribute to the general impression that information is packed very much less densely in spoken language” (Brown y Yule, 1983b: 6).

*time since I've seen...; Use it till someone says, "Ewwww"; I don't know what to do. What to do?);*

Estos rasgos de oralidad vivifican y aportan un mayor dramatismo a la interacción entre lector y asesora, que parece así reproducir una reprimenda de la consejera de esta sección en una situación cara a cara con el hombre que le escribe. Tampoco pasaremos por alto el **tono cómico** que aflora de la excesiva preocupación y ansiedad con que el lector plantea su consulta sobre la curvatura del miembro viril (*My penis is bent. I'm so embarrassed*), y, sobre todo, de lo poco en serio que la asesora se toma esta consulta, lo cual supone una parodia de este género y de los hombres que lo utilizan en otras revistas.

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

No puede hablarse de una verdadera diferencia de interpretación contextual entre los diferentes participantes de esta situación comunicativa, pues tanto el lector como Karen están de acuerdo en que la malformación del miembro viril supone un duro trauma para los hombres que la padecen.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

La determinación social última del tipo de discurso que estamos analizando se encuentra en las cambiantes circunstancias sociales, políticas y económicas de las últimas décadas del siglo XX, que van a alterar las **relaciones de poder** entre hombres y mujeres en diversas esferas de la vida social como el mundo del trabajo, en el hogar y otros ámbitos de la relación cotidiana entre ambos sexos, donde el peso de la mujer se va a hacer cada vez más notable. Se va a ir forjando así una progresiva crisis del histórico dominio y supremacía social de la masculinidad, a la que contribuiría de manera relevante el impacto de la segunda oleada feminista, tal y como apunta Horrocks: "It seems a straightforward assumption to make that 'new wave' feminism, that is the feminism arising in the 60's and continuing ever since, has produced a crisis of masculinity" (1994: 6). Como en el resto del mundo occidental, en la sociedad británica los modelos de relaciones entre los géneros enraizados en el tiempo van a sufrir una convulsión que se va a dejar notar en distintos órdenes institucionales. Uno de ellos será el que integra a los elementos definitorios de la cultura masculina: los grupos de amigos, la asistencia a competiciones deportivas, y las publicaciones destinadas a los

varones como la revista *Sky Magazine*. La matriz social del tipo de discurso que estamos analizando se materializará así en preguntas sobre cuestiones como la malformación del miembro viril dentro de la sección de consultas de publicaciones como ésta.

### **III. 2. Ideologías**

La ideología que aflora en el tipo de discurso de este fragmento de la columna de consultas de la revista de interés general para hombres *Sky Magazine* se corresponde con una de las tentativas más visibles de reaccionar contra las demandas del feminismo y los intentos de muchos hombres de romper con su lastre patriarcal e incorporar actitudes más tolerantes e igualitarias en su relación con las mujeres. Nos estamos refiriendo a la construcción de lo masculino que en revistas como ésta y en otros medios de comunicación de masas se ha dado en llamar *New Lad*, y que se ha definido por la exhibición de los aspectos más destructivos de lo que históricamente se ha entendido como característicamente masculino: la agresividad y la violencia en las competiciones deportivas, la bebida descontrolada y el goce de la sexualidad, donde la mujer no se entiende más que como puro objeto de consumo sexual<sup>318</sup>. Junto a la recreación exagerada de las notas características de la masculinidad, este constructo ideológico vendrá dado por el desprecio de la feminidad, y de los hombres que, de algún modo, incorporan sus valores. De ahí el fomento de comportamientos homófobos como el que Karen despliega hacia su lector<sup>319</sup>.

### **III. 3. Efectos**

El *New Lad* no ha de entenderse como un reflejo de la masculinidad británica del final de milenio, sino como un producto de los medios de comunicación de masas. Sin embargo, la identificación que revistas como *Sky Magazine* presuponen entre sus

---

<sup>318</sup> La construcción de esta figura en revistas para hombres va a venir aparejada a otras reacciones similares, en otros sectores de la sociedad británica, contra la progresiva pérdida de seguridad que en muchos hombres ha supuesto, en el último cuarto de siglo, el clima adverso para el ejercicio del rol de género masculino. Así, a la acción más invisible del movimiento de liberación feminista y la consiguiente mayor prominencia de las mujeres, se unirá el desempleo, que para muchos hombres significó la imposibilidad de realizarse como tales a través del mundo del trabajo. Los valores enfáticamente masculinos de los *hooligans* a partir de los ochenta tienen, pues, la misma raíz que el *laddism* de estas revistas para hombres: “The core football hooligans in England seem to come predominantly from ‘rougher’ sections of the lower working class [...] We use the term [hooligans] primarily to refer to the dominance in the culture of such groups of standards that valorize and help to produce and reproduce assertively aggressive and physically violent expressions of masculinity” (Dunning *et al.*, 1991: 474).

<sup>319</sup> Es lo que Rotundo explica en términos de: “The century-old association of homosexuality and unmanliness” (1993: 291).

lectores ideales y los valores que encarna esta figura nos llevaría a hablar de una peligrosa difusión ideológica entre los jóvenes británicos consumidores de publicaciones como ésta. En un momento en que las revistas de interés general para hombres vienen a cumplir la función de aportar patrones de género con que afrontar unas circunstancias sociales donde ya no caben los moldes masculinos tradicionales, discursos como el que hemos analizado propugnan actitudes a todas luces sexistas y homófobas entre sus lectores.

La respuesta de Karen, en la que se aderezan los porcentajes sexológicos con expresiones muy coloquiales, provoca la comicidad entre los lectores de *Sky Magazine*. Este uso concreto del formato de la sección de consultorio, donde este género abandona su función al servicio del asesoramiento de los lectores para dar paso a la hilaridad y el puro entretenimiento, supone la conformación de un **discurso creativo**. Bajo esta comicidad aparentemente inofensiva, va a emerger una **lucha de poder entre géneros más abierta** que en otros ejemplos analizados. Muestra de ello es la mofa explícita en la relación y lucha de poder entre Karen y los hombres que le escriben, y el tratamiento explícito de cuestiones que antaño eran un auténtico tabú social, tales como la forma o el tamaño del pene.

**TEXTO 16: FHM, junio 1999, p. 263.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El léxico de esta muestra se estructura alrededor de los dos **esquemas de clasificación** siguientes:

- La violación de la novia del lector, y sus nefastos efectos psicológicos (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions; ...when she woke up from a nightmare; ...she was bleeding badly; ...women who have been raped...; ...her trauma; every grimace on her face; ...the local Rape Crisis Centre...or the National Rape Crisis Centre);*
- Los efectos de la violación sobre la vida sexual en pareja (*When we have sex, I can't keep hard, and I'm paranoid that every grimace on her face means I'm hurting her or that she's relieving what happened; she's always been nervous about sex; ...it's starting to affect your sex life; ...start having a good sex life); y, en particular, las consecuencias emocionales de esta violación sobre el lector (*I can't handle it; I love her and want to help her but I've never been good at emotional stuff; ...their [women raped] partners suffer too; You now feel so worried about your girlfriend; I'm paranoid...).**

Podemos señalar algún caso de **hiponimia**, como el que pone en relación *partner* y *girlfriend*, que da cuenta de hasta qué punto el problema de la violación de una mujer se manifiesta en su vida de pareja con el hombre con que convive.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Existe toda una parcela del léxico de esta consulta que nos da idea del grado en que este lector de iniciales K.T. tiene una clara voluntad de ayudar a su novia, en vez de pensar sólo y egoístamente en una rápida solución para reanudar una vida sexual plenamente satisfactoria (*I love her and I want to help; You now feel so worried about your girlfriend; to some extent she's getting it [support to recover from her trauma] from you; ... you're clearly helping...; the answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling).*

Existen algunos casos de utilización de **léxico informal** en la consulta del lector (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him; when we have sex, I can't keep hard; I want to help, but I've never been good at emotional stuff). Estos rasgos imprimen un tono coloquial a la pregunta de K.T., y*

contribuyen a la creación de un aire distendido que haga de esta sección un lugar al que los lectores se acerquen sin temer encontrar la aridez y distancia de las columnas de asesoramiento sobre temas financieros, médicos o jurídicos en otros periódicos y revistas.

### ***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

Señalaremos el juicio de valor que este lector londinense realiza sobre su propia incapacidad para hablar de temas emocionales (*I've never been good at emotional stuff*); al hilo de esta afirmación, reproduce una de las deficiencias básicas del rol de género masculino, a saber, la incapacidad de muchos hombres para abordar la dimensión que tiene que ver más directamente con sus sentimientos y emociones<sup>320</sup>.

### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

No hay casos de usos metafóricos en este texto.

## ***I. 2. Gramática***

### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

Dada la amplitud de la consulta, el número de **procesos verbales** es muy elevado, tanto en la intervención del lector como en la correspondiente respuesta. La pregunta de este lector londinense de iniciales K. T. se caracteriza por el empleo de los siguientes tipos de procesos:

- Procesos relacionales, que describen las circunstancias de la vida de pareja derivadas de la violación de la novia del lector (*When we have sex, I can't keep hard, and I'm paranoid that every grimace on her face means...; She's always been nervous about sex; ...but I've never been good at emotional stuff*);
- Procesos materiales, que dan cuenta del modo de actuar de uno y otra respecto a este estado de cosas (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him; She's never been to the police...; I can't*

---

<sup>320</sup> Balswick se hace eco de la tradicional dificultad masculina para expresar su vida emocional: "The traditional definition of manhood includes not only what 'real' men should do, but also what a real man should not do. Inexpressiveness is a male characteristic that traditionally has been defined in negative terms. Simply put, an expressive male is one who has feelings and verbally expresses them, while an inexpressive male is one who does not verbally express his feelings. While some inexpressive males do not believe they have feelings to express, more typically, men are verbally inexpressive of their feelings because they think it is the way men should be. Given the current redefinition of gender roles, an increasing number of men may want to express their feelings, but, because of past restrictive socialization, are unable to do so" (1988: 1).



*handle it; ...I'm hurting her or that she's reliving...; ...and want to help...<sup>321</sup>; Please help!); y procesos de comportamiento, que presentan ciertas reacciones fisiológicas de esta mujer como consecuencia de la violación de la que fue víctima (...when we woke up from a nightmare, screaming; ...although she was bleeding badly);*

- Además de estas clases principales, no faltan otros tipos de procesos: verbales (*She told me this recently...; ...and there's no talking her into it*); existenciales (*...and there's no...; ...after the last time it happened; ...what happened*); y mentales (*She didn't see a doctor...; ...but at the beginning I thought nothing of it; I love her...*).

En cuanto a la tipología de procesos de que se sirve el asesor, ésta nos va a dar idea de la orientación que le da a la pregunta del lector. Los tipos de procesos que van a constatarse son los siguientes:

- Además de algún tipo minoritario de procesos como los verbales (*So thanks for your letter; ...otherwise she wouldn't have told you anything*), en su intervención no cobra tanta importancia la dimensión descriptiva que impregna los procesos relacionales<sup>322</sup>, aun cuando los haya (*The answer is...; Despite your concerns about not being good at emotional stuff...; ...and start having<sup>323</sup> a good sex life; The number will be in the phone book*).
- Procesos mentales, cuyo elevado número nos da idea de la relevancia que la dimensión cognitiva y afectiva del problema adquiere para el asesor en su consejo (*Everyone naturally sympathises with women...; ...but what many people don't realise is that their partners suffer too; ...you now feel so worried about your girlfriend; She needs support...; ...but she also needs professional support...*).
- Procesos materiales, ya que igualmente importantes se estimarán las acciones que ha desencadenado la violación de esta joven, y que le resulta imprescindible al asesor tener presente para ofrecer una solución oportuna, lo cual se traduce en la gran cantidad de procesos materiales (*...women who have been raped;*

---

<sup>321</sup> Se trata de un grupo verbal complejo, que Halliday (1994: 289) llama hipotáctico, de tipo material, donde el proceso secundario, *want*, aporta el significado de proposición al proceso relacional primario, *help*.

<sup>322</sup> "In relational clauses, there are two parts to the 'being': something is being said to 'be' something else. In other words, a relation is being set up between two separate entities" (Halliday, 1994: 119).

<sup>323</sup> Éste es un grupo verbal complejo hipotáctico, en que *start* aporta un valor incoativo según Halliday (1994: 278).

...which allows me to highlight<sup>324</sup> this issue; As you so graphically describe; ...that it's starting to affect your sex life; ...to put your efforts into helping your girlfriend get<sup>325</sup> some counselling; ...to recover from her trauma; To some extent she's getting it from you; ...you're clearly helping; ...to help her put<sup>326</sup> the experience behind her; So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre ... or the National Rape Crisis Centre).

En otro orden de cosas, puede decirse que la **agencialidad** en el fragmento está clara, no existiendo tentativas significativas de ocultar esta dimensión en la muestra analizada. En la pregunta del lector hay un caso de **pasiva** (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three different occasions*), donde la no omisión del agente da cuenta de una tematización del paciente de la acción verbal, en este caso el ex novio de la pareja de K.T., según una función de la voz pasiva, a la que ya hemos hecho referencia a lo largo de este estudio, de enfatizar ciertos elementos colocados en posición de sujeto. El sujeto paciente se construye así como información conocida, y pasa al final de la cláusula la información nueva que aporta el agente<sup>327</sup>. Existe otro caso de pasiva en la respuesta del asesor de *FHM* (*Everyone sympathises with women who have been raped*). En este ejemplo la omisión del agente evita el dejar constancia explícita del hecho bien conocido de que son los hombres los que violan a las mujeres, lo cual podría resultar incómodo para los lectores de esta publicación dirigida al público masculino.

Pueden igualmente resaltarse algunos casos de **sustantivaciones** (*The answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling – she needs support to recover from her trauma; But she also needs professional support to help her put the experience behind her and start having a good sex life*). Con el empleo de estas

<sup>324</sup> Para Halliday (1994: 287), *allow* forma un grupo verbal complejo hipotáctico con el infinitivo que le sigue, y al que aporta un significado causativo, al igual que otros verbos como *let, force, make*, etc. Con *get your girlfriend to ring*, que encontraremos más abajo, ocurre exactamente igual.

<sup>325</sup> Estamos ante un grupo verbal complejo hipotáctico en que *help* aporta un significado de acompañamiento (*accompaniment*) al infinitivo que le sigue (Halliday, 1994: 282).

<sup>326</sup> *Idem* nota anterior.

<sup>327</sup> En concreto, Quirk *et al.* explican que la pasiva puede utilizarse para respetar la distribución típica de la información en la oración cuando, de acuerdo con el principio del END-FOCUS, se quiere otorgar al agente el estatus de información no conocida: "With transitive clauses, the passive voice provides a convenient way of postponing the agentive subject by turning it into the agent in a passive construction. We thus reverse the active order of the agentive and affected elements where the agentive requires end focus" (1985: 1390). Leech expresa este principio del END-FOCUS en función de una máxima de la retórica textual que recomienda que, si las normas del lenguaje lo permiten, la parte de la cláusula que contiene información nueva se debe colocar al final: "The maxims governing Textual Rhetoric are, however, regulative. They include the Maxim of End-focus, which recommend that if the rules of the

sustantivaciones desde la respuesta del especialista de esta sección desaparece toda referencia a la agencialidad y las circunstancias que rodean a los procesos verbales correspondientes; se deja así claro que lo fundamental en este momento es el hecho mismo de prestar ayuda a esta mujer asesorándola y apoyándola, independientemente del tipo de profesional que lo haga.

La **negación** va a jugar un papel muy destacado en este fragmento, donde se va a dar buena cuenta de este recurso. Según Fairclough, cada vez que se emplea la negación, los enunciados negados incorporan un tipo especial de presuposición que, intertextualmente, actualizan otros textos donde esos mismos enunciados funcionan afirmativamente y pasan a rechazarse: “Negative sentences carry special types of presupposition which also work intertextually, incorporating other texts only in order to contest them and reject them” (1992a: 121-122)<sup>328</sup>. De entrada, el lector londinense que escribe al consultorio de *FHM* representa la actitud de su novia ante su violación a partir de tres acciones sucesivas que no llevó a cabo tras su violación tal y como sería esperable (*She’s never been to the police and there’s no talking her into that; and she didn’t see a doctor after the last time it happened*). Al mismo tiempo, los efectos de esa actitud de su compañera van a repercutir en él de manera negativa, pasando a describir las acciones que no puede realizar según desearía (*When we have sex, I can’t keep hard; I can’t handle it*). La construcción de su compañera sentimental se lleva a cabo en términos absolutamente negativos y contrarios a lo que este hombre entiende como orden lógico y racional. De hecho, él mismo se describe como una persona un tanto egoísta cuando admite que no se le pasó por la cabeza absolutamente nada respecto del temor de su novia al sexo (*She’s always been nervous about sex, but at the beginning I thought nothing of it*). Al emplear *nothing* –que es la negación de *something*– K.T. no parece haber cedido ni un ápice de su pensamiento al origen de la ansiedad de su novia por las relaciones sexuales. Ahora bien, el asesor de esta sección de *FHM* se sirve de la negación con una finalidad menos destructiva, como demuestran los dos ejemplos que siguen. En el primero de ellos, la afirmación de que hay mucha gente que no se da

---

language allow it, the part of a clause which contains new information should be placed at the end” (1983: 22).

<sup>328</sup> Leech expresa esta relación intertextual a partir de una relación cognitiva entre dos mundos textuales: el del momento de pronunciar un enunciado y el del momento previo; cada vez que el hablante niega un enunciado determinado se deriva la implicatura de que, antes de formularlo, ha tenido la disposición de que él mismo o su oyente han creído en la veracidad del mismo: “This is the implicature by negative unformativeness, that *s* [speaker or writer] in uttering *neg X* [a negative utterance] believes that prior to the uttering of *neg X*, *s* or *h* [hearer or reader] has had the disposition to believe that *X*. Thus we add to the

cuenta de que los compañeros de las mujeres que han sido violadas sufren también (...*but what many people don't realise is that their partners suffer too*) **presupone** no sólo que estos hombres también sufren, sino que hay gente –aunque poca– que se percata de ello<sup>329</sup>. En el segundo ejemplo (...*you are clearly helping, otherwise she wouldn't have told you anything*), se vuelve a negar una acción esperable en una mujer violada que busca ayuda, a saber, la confesión de su problema; sin embargo, el uso del adverbio en función conjunta (*conjunct*) *otherwise* seguido del condicional da lugar a la presuposición de que el proceso verbal en la cláusula que sigue a *otherwise* se llevó a cabo<sup>330</sup>.

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

La estructuración de los **modos** en este fragmento se caracteriza por la utilización casi exclusiva del modo declarativo. La consulta del lector que escribe desde Londres parte de este modo para narrar la violación de su compañera sentimental y los problemas que ello ha desencadenado posteriormente sobre la vida sexual de esta pareja (v.g. *My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him*). La única excepción viene dada por el empleo del imperativo con el que K.T. solicita desesperadamente ayuda a S.Q., asesor de la sección de consulta de la revista *FHM* (*Please help!*).

Más que esta todopoderosa presencia del modo declarativo, sorprende toda ausencia del modo interrogativo con el que preguntar cómo abordar este problema o qué hacer para solucionarlo. De otra parte, en la respuesta del especialista sólo vamos a constatar igualmente el uso del modo declarativo, tanto en la reflexión sobre el conflicto planteado por el lector como en la provisión de posibles soluciones al mismo. En este sentido, observamos que, dado lo traumático de este estado de cosas para ambos miembros de la pareja, y en particular para el hombre que escribe a este consultorio, se ha evitado el modo imperativo y el ejercicio de poder que denota sobre el interlocutor de quien lo utiliza. En efecto, en un momento de crisis como éste, se ha decidido no tanto abrumar a este hombre con una lista de acciones que se le pide que cumpla, para

---

end of the interpretation, in the case of the negative proposition, the implicature: *S* has had, o believes that *h* has had, the disposition to believe that *X* [a positive utterance]” (1983: 165).

<sup>329</sup> A propósito de *realize*, en particular, afirma Yule: “The presupposed information following a verb like ‘know’ can be treated as a fact, and is described as a **factive presupposition**. A number of other verbs, such as ‘realize’ [...] have factive presuppositions” (Yule, 1996: 27).

<sup>330</sup> De hecho, Quirk *et al.* atribuyen a esta forma adverbial –y otras como *else, then* o *in that case*– un significado que literalmente califican de *inferential* (1985: 635).

poner solución a su problema, cuanto presentarle esta información, por medio del modo declarativo, sin la solicitud explícita de que la ponga en práctica. Sólo la recomendación final del asesor se construye en imperativo, puesto que es la medida más urgente que debe tomar esta joven para empezar a solucionar su problema (*So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre ... or the National Rape Centre Number on 0171-837 1600*).

El pronombre de primera persona del plural **WE** tiene carácter exclusivo en la pregunta que K. T. formula a la sección de consulta de esta publicación (*When we have sex, I can't keep hard*), no existiendo intento alguno por parte del londinense que escribe a esta sección de englobar al asesor de la sección ni a la pluralidad de lectores de la revista. En lo que respecta al pronombre de segunda persona **YOU**, su utilización por parte del asesor de esta columna de preguntas viene dada por el funcionamiento que esta forma adquiere como deíctico en el intercambio comunicativo entre lector y asesor. S.Q. se sirve de este pronombre para referirse en varias ocasiones a K.T. (*So thanks for your letter, which allows me to highlight this issue; As you so graphically describe, you feel so worried about your girlfriend that it's starting to affect your sex life; the answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counseling; To some extent, she's getting it from you; Despite your concerns about not being "good at emotional stuff", you are clearly helping, otherwise she wouldn't have told you anything; So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre ... or the National Rape Centre Number on 0171-837 1600*). De este modo, no puede decirse en ningún momento que este pronombre –y los usos del determinante posesivo a él asociado– adquiera el matiz de impersonalidad de otros ejemplos, donde la consulta de un lector se toma como pretexto para generalizar sobre el mismo problema que se presupone entre otros hombres consumidores de la revista donde se ubica la consulta dada.

En lo que respecta a la modalidad, el texto está en consonancia con la poca significación que las formas de **modalidad relacional** van a adquirir en este género, tal y como pone de manifiesto el análisis de otras muestras del corpus. Con todo, los imperativos cuentan como formas de modalidad relacional cuya fuerza coercitiva se explica en gran medida por su aparición entre enunciados en modo declarativo donde no se pone en juego una relación de poder visible entre el hablante (o persona que escribe)

y el oyente (o lector)<sup>331</sup>. No en vano, el lector lo emplea una vez ha descrito detalladamente el conflicto por el que está atravesando para pedir auxilio de manera desesperada (*Please help!*). Asimismo, el asesor de *FHM* sólo se sirve de esta forma para subrayar la acción más importante a llevar a cabo de cara a poner fin a este problema (*So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre ... or the National Rape Centre Number on 0171-837 1600*).

Mayor va a ser el uso de formas de **modalidad expresiva** a lo largo del fragmento. De entrada, en la subsección de pregunta, resultan especialmente notorias las ocasiones en que se utiliza el auxiliar modal de habilidad *can't* con el que el lector da cuenta de lo frustrante que le resulta hacer frente a una situación que se le escapa de las manos (*I can't handle it; when we have sex, I can't keep hard*). También hay que hacerse eco de la aparente falta de modalidad que se proyecta en numerosos juicios y afirmaciones, especialmente del asesor (v.gr. *Everyone sympathises with women who have been raped, but what many people don't realise is that their partners suffer too*), donde la visión supuestamente transparente del mundo que confiere el uso del modo indicativo oculta un compromiso categórico de los hablantes con sus enunciados. En concreto, hay afirmaciones que se presentan como universalmente válidas, y ello conlleva –independientemente de su veracidad– el peligro de dejar de lado como no válidas otras interpretaciones de la realidad; pongamos por caso los siguientes ejemplos, donde, al margen de lo útil que pueda resultar el tratamiento psicológico en casos de violación, el asesor lo plantea como incuestionablemente eficaz: *The answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling – she needs support to recover from her trauma; But she also needs professional support to help her put the experience behind her and start having a good sex life*.

Aunque para los propósitos de este trabajo estamos siguiendo la distinción entre modalidad relacional y expresiva de que parte Fairclough (1989), y que se corresponde a grandes rasgos con la diferencia entre modalidad deóntica y epistémica de la semántica filosófica tradicional (Palmer, 1986), resulta aquí especialmente útil la inclusión de la frecuencia (*usuality*) y la determinación del hablante ante sus acciones (*inclination*) que Halliday (1994: 356) incorpora en el estudio de la modalidad<sup>332</sup>. En

---

<sup>331</sup> Para Tufte, la fuerza del imperativo está, en gran medida, en función del modo de las oraciones entre las que se intercala: “Its [imperative] attention-getting effect derives in no small part from a sparing use among more frequent standard sentences” (1971: 181).

<sup>332</sup> Para Halliday (1994), el estudio de la modalidad comprende dos ejes fundamentales: la modalización (*modalization*) y la modulación (*modulation*). La MODALIZACIÓN incluye el análisis de (a) la

efecto, el estudio de la frecuencia tiene implicaciones sobre la actitud que el lector adopta ante distintas esferas de la realidad, con la consiguiente definición de los roles de género. Así, si se comparan dos campos como son la sexualidad y la vida emocional, se observa que K.T. subraya por medio de los adverbios de frecuencia correspondientes el hecho de que su novia siempre se ha mostrado nerviosa ante las relaciones sexuales (*She's always been nervous about sex*), y que él nunca ha sido especialmente bueno en cuestiones emocionales (*I've never been good at emotional stuff*). Obsérvese el modo en que, en tanto que hombre, él se aleja de la dimensión emocional, mientras que la mujer se construye como alejada del mundo del placer sexual.

Por último, hay que hacerse eco de la matización de muchos enunciados del asesor en un intento de reconocer el valor de cuanto K.T. ha hecho por su novia y fomentar actitudes similares entre el público lector de esta revista. Señalemos el valor modal de ciertas expresiones adverbiales (*Everyone naturally sympathises with women who have been raped; As you so graphically describe, you now feel so worried about your girlfriend that it's starting to affect your sex life; To some extent, she's getting it from you; You are clearly helping*).

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

Los recursos de cohesión en este texto van a ser de muy distinto tipo, aunque nos centraremos únicamente en aquellos que resulten más significativos desde un punto de vista ideológico. Por ejemplo, sobresale sobremanera la profusión de formas de **referencia** personal anafórica en relación a ambos miembros de la pareja integrada por el lector que escribe a esta columna de consultas y su novia. En el fragmento, estas referencias aparecen tanto en el discurso del lector (v.g. *My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him*) como en el del asesor (v.g. *As you so graphically describe, you now feel so worried about your girlfriend that it's*

---

*probabilidad* –y se corresponde, pues, con la modalidad epistémica tradicional, o con la modalidad expresiva de la que habla Fairclough (1989)–, pero también (b) la *frecuencia* (*usability*) de las acciones. La MODULACIÓN, por otro lado, incluye no sólo los análisis sobre (c) *obligación* –en la línea de los estudios sobre modalidad deóntica tradicionales, o de modalidad relacional en Fairclough (*ibid.*)–, sino también de (d) la *inclinación* o determinación (*inclination*) del hablante ante sus acciones. En palabras de Halliday: “Modality refers to the area of meaning that lies between yes and no – the intermediate ground between positive and negative polarity. What this implies more specifically will depend on the underlying speech function of the clause. (1) If the clause is an ‘information’ clause (a proposition, congruently realized as indicative), this means either (i) ‘either yes or no’, i.e. ‘maybe’; or (ii) ‘both yes and no’, i.e. ‘sometimes’; in other words, some degree of probability or of usuality. (2) If the clause is a ‘goods-&-services’ clause (a proposal, which has no real congruent form in the grammar, but by default we can characterise it as imperative), it means either (i) ‘is wanted to’, related to a command, or (ii) ‘wants to’, related to an offer; in other words, some degree of obligation or of inclination. We refer to type (1) as MODALIZATION and to type (2) as MODULATION” (1994: 356).

*starting to affect your sex life*). La abundancia de cadenas cohesivas de referencia personal nos da una idea clara del modo en que un problema como la violación de la novia del hombre que escribe a *FHM* ejercerá una influencia igualmente negativa sobre ambos miembros de la pareja.

Naturalmente, no faltarán otros casos de referencia personal a otros individuos humanos como el ex novio de la compañera del lector (v.g. *My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him*), el asesor mismo (v.g. *So thanks for your letter which allows me to highlight this issue*), otras mujeres violadas (v.g. *Everyone sympathises with women who have been raped, but what many people don't realise is that their partners suffer too*), y otras entidades no humanas (v.g. *...there's no talking her into it*). En este último apartado, se puede apreciar el empleo del pronombre *it* como forma de referencia anafórica extendida para aludir –y evitar así nombrar directamente, quizás por lo desagradable que resulta– a los problemas y conflictos que en la pareja está produciendo la actitud destructiva de la novia del lector ante su violación. Contamos incluso con un caso de referencia comparativa, a propósito del contraste que el asesor de la columna establece entre lo que él estima inestimable ayuda de K.T. a su novia y la escéptica opinión del lector al respecto (*Despite your concern about not being “good at emotional stuff”, you are really helping, otherwise, she wouldn't have told you anything*).

El único caso de **elipsis**, en concreto nominal, conlleva la no repetición del pronombre de primera persona en la siguiente estructura coordinada: *I love my girlfriend and **[I]** want to help*. Más numerosos son las estrategias de **cohesión léxica**, mediante repeticiones (*sex* [cuatro veces]; *rape(d)* [cuatro veces]; *girlfriend* [tres veces]; *support* [dos veces]; *help(ing)* [tres veces]); *hipónimos* (*partner/girlfriend*); términos genéricos (*emotional stuff* [dos veces]). Como puede observarse, la cohesión léxica incidirá en la violación de la novia del lector y la ayuda y apoyo que ésta necesita, y en la importancia de superar este trauma para que la pareja alcance una vida sexual plenamente satisfactoria.

En lo que se refiere al lugar de los **conectores** como mecanismos de textura de esta muestra, éstos van a ser de muy diversos tipos y funciones. En la *consulta* del lector, hay no pocos nexos subordinantes adverbiales temporales, que marcan la proyección temporal que en esta pareja ha tenido el conflicto derivado de la violación de la novia de este lector londinense, y, por consiguiente, el modo en que se ha agravado el problema hasta que K.T. se ha decidido a buscar ayuda de terceros para solucionarlo



(*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him; she told me this recently when we woke up from a nightmare, screaming; ...and she didn't see a doctor after the last time it happened; when we have sex I can't keep hard*). Otra clase de conectores igualmente significativos desde un punto de vista ideológico en la pregunta del lector son aquéllos que expresan las oposiciones o contrariedades encontradas por éste en su intento de alcanzar una solución para el problema que tiene con su novia; en esta línea se hallan los nexos subordinantes concesivos (*...and she didn't see a doctor the last time it happened, although she was bleeding badly*) y los coordinantes adversativos (*She's always been nervous about sex, but at the beginning I thought nothing of it; I love her and want to help, but I've never been good at emotional stuff*).

El empleo de conectores en la *respuesta* del asesor es muy elevado. Podemos citar, para empezar, los empleos de *so* como marcador discursivo consecutivo (Schiffrin, 1987: 191-227) con el que el asesor concluye su digresión sobre el escaso reconocimiento social del sufrimiento de las parejas de las mujeres violadas (*So thanks for your letter, which allows me to highlight this issue*), y resume sus consejos al respecto (*So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre...*). Este marcador aporta un cierto tono conversacional a la respuesta del especialista<sup>333</sup>. En segundo lugar, *but* funciona en una ocasión como conjunción coordinante adversativa que introduce una cláusula que pone de manifiesto lo que para el asesor es una contrariedad, a saber, la escasa atención social al sufrimiento de las parejas de las mujeres que han sido objeto de violaciones (*Everyone sympathises with women who have been raped, but what many people don't realise is that their partners suffer too*); como marcador discursivo al principio de una oración nueva en el discurso –y no como nexos entre dos cláusulas coordinadas–, *but* expresa la oposición que en la argumentación del especialista supone el que, a pesar de los esfuerzos del lector, su novia no haya recibido asesoramiento profesional (*But she also needs professional support to help her put the experience behind her and start having a good sex life*). El recurso a esta noción de oposición o contrariedad se vuelve a repetir con la conjunción subordinante *despite*, que introduce una cláusula adverbial concesiva que trata de hacer ver al lector que su actitud resulta útil aun cuando él no lo crea (*Despite your concerns about not being “good at*

---

<sup>333</sup> Para Schiffrin, *so* es un marcador discursivo que marca momentos de la conversación en que el hablante sigue hablando cuando su oyente podría tomar el turno de palabra: “*So* marks speaker-continuation as an alternative to participant change in potential transition locations in talk” (1987: 225).

*emotional stuff*”, *you are clearly helping*). En tercer lugar, hay que destacar el uso de *as* para introducir una cláusula subordinada adverbial de comentario<sup>334</sup>, con la que el asesor se hace eco de la descripción del problema de K.T. (*As you so graphically describe, you now feel so worried...*). Este signo de comprensión de la posición de su cliente es un rasgo discursivo de la empatía que caracteriza al discurso del asesoramiento.

Aparte de la utilización de *but* que acabamos de mencionar, el uso de la **coordinación** entre cláusulas en la réplica del asesor de *FHM*, sin ser en ningún momento tan abundante como en la pregunta, se limita a la cópula *and* con que S.Q. describe las razones por las que a esta mujer violada le conviene la visita a un asesor profesional (*...to help her put the experience behind her and start having a good sex life*). Por contra, más ricas son las estructuras subordinadas que, amén de las ya analizadas a propósito de los conectores textuales, aparecen en la muestra. En la misma oración compleja donde aparece la cláusula adverbial de comentario, encontramos una cláusula adverbial consecutiva con la que el especialista de esta columna reproduce los resultados que el lector reconoce estar sufriendo en su vida a raíz de la violación de su novia (*As you so graphically describe, you now feel so worried that it's starting to affect your sex life*). El adverbio conjunto *otherwise* introduce una proposición subordinada adverbial condicional negativa<sup>335</sup> con la que S.Q. intenta hacer ver a K.T. que, de no estar ayudando a su novia, ésta no le habría revelado su problema (*...you are clearly helping, otherwise she would't have told you anything*).

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

Hay que resaltar la **reformulación** que el responsable de esta columna de consejos opera sobre la consulta inicial del lector que escribe sintiéndose inútil ante la crisis que está atravesando su novia como consecuencia de las violaciones de las que fue objeto en el pasado. El asesor hace ver a este londinense el hecho de que, sin duda, está resultando de gran ayuda a su pareja, pues, de otro modo, ésta no le hubiera confiado esa dura experiencia de su vida.

---

<sup>334</sup> “Comment clauses are either content disjuncts that express the speakers’ comments on the content of the matrix clause, or style disjuncts that convey the speakers’ views on the way they are speaking” (Quirk *et al.*, 1985: 112).

<sup>335</sup> “In addition to introducing alternatives, *or* may imply a NEGATIVE CONDITION [...] *Or* can be replaced by the conjunct *otherwise*” (Quirk *et al.*, 1985: 934).

### I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?

La macroestructura de base de este texto se estructura de acuerdo con las convenciones genéricas de esta sección de la prensa escrita, es decir, en sendas subsecciones de pregunta y respuesta, que, en este texto de *FHM* vienen introducidas por las iniciales “Q” (*Question*) y “A” (*Answer*). La consulta de K.T. responde básicamente a una estructura explicativa con la que este lector expone el cómo se siente incapaz de ayudar a su novia a superar el trauma de su violación:

- **Proposición explicativa 0:** El lector plantea un estado de cosas inicial problemático, a saber, el hecho de que la negativa de su novia a dejarse ayudar, tras las violaciones de su ex novio, es algo que a él se le escapa de las manos (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him; She told me this recently when she woke up from a nightmare, screaming; she's never been to the police and there's no talking her into it; and she didn't see a doctor after the last time it happened, although she was bleeding badly*).
- **Proposición explicativa 1:** K.T. problematiza explícitamente el modo en que esta actitud de su novia se convierte en un conflicto para él (*I can't handle it*).
- **Proposición explicativa 2:** Este hombre pasa a dar las razones por las que el conflicto de su novia le está superando (*When we have sex I can't keep hard and I'm paranoid that every grimace on her face means I'm hurting her and she's reliving what happened; She's always been nervous about sex, but at the beginning I thought nothing of it*).
- **Proposición explicativa 3:** Lo inefable que le resultaba el trauma, es decir, el saber cómo y por qué le afectaba a este joven el problema de su novia, queda claro al final de su exposición; se ha hecho inteligible el modo en que él se siente incapaz de ayudarla (*I love her and want to help, but I've never been good at emotional stuff*). Naturalmente, no ha de pensarse que faltan las claves para solucionar este problema al final de este esquema explicativo, puesto que lo que aquí se problematiza no es el modo de solucionar el problema, sino la explicación de en qué consiste éste.

Por otra parte, la respuesta de S.Q. tiene una *estructura de base explicativa*, con la que el asesor ofrece a su cliente las claves de cómo ayudar a su novia a superar el trauma psicológico derivado de sus violaciones, siguiendo el siguiente esquema:

- **Proposición explicativa 0:** Se parte de un estado inicial, el sufrimiento de las parejas de las mujeres violadas (*Everyone sympathises with women who have been raped, but what many people don't realise is that their partners suffer too*); y, en concreto, del objeto complejo que constituye los efectos sobre la vida sexual que en la vida sexual del lector está teniendo el trauma psicológico de su novia (*As you so graphically describe, you now feel so worried about your girlfriend that it is starting to affect your sex life*)<sup>336</sup>.

---

<sup>336</sup> Según afirman Calsamiglia y Tusón, en su explicación de la secuencia textual explicativa que aquí aplicamos, “en la secuencia inicial (**Pe0**) nos encontramos con un enunciado *o conjunto de enunciados* que se presentan complejos o difíciles de desentrañar” (1999: 309 [cursiva nuestra]).

- **Proposición explicativa 1:** Se problematiza esta cuestión. Como es común es este tipo de textos, queda implícita esta problematización del objeto cognoscitivo que hay que resolver; en concreto, la pregunta de cómo solucionar el trauma de la novia de K.T.
- **Proposición explicativa 2:** Conlleva el desarrollo de un esquema explicativo con el que se indica cómo resolver el problema cognoscitivo inicial. Esta macroproposición incluye diferentes enunciados relativos al modo de superar los problemas de esta mujer: mediante el apoyo de su compañero (*The answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling – she needs support to recover from her trauma. To some extent she’s getting it from you; despite your concern about not being “good at emotional stuff”, you are really helping, otherwise, she wouldn’t have told you anything*) y la ayuda de un especialista (*But she also needs professional support to help her put the experience behind her and start having a good sex life*)<sup>337</sup>.
- **Proposición explicativa 3:** Se produce una síntesis de lo explicado a modo de conclusión, de modo que el objeto inicial problemático –el modo de poder ayudar a su novia– queda ya claro e inteligible (*So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre (the number will be in the phone book or the National Rape Crisis Centre on 0171-837 1600)*). Obsérvese el tono conclusivo que introduce el marcador discursivo consecutivo *so* al principio de este enunciado.

Hay que hacer dos apreciaciones respecto a este esquema explicativo básico. En primer lugar, el formato de conversación reducida de este intercambio comunicativo entre lector y asesor conlleva fórmulas propias de secuencias dialogales como pueda ser la apelación directa del especialista a su lector, por ejemplo, para agradecerle su carta (*So thanks for your letter, which allows me to highlight this issue*). En segundo lugar, hay que hacer ver el modo en que las macroproposiciones explicativas 2 y 3 dan lugar, entre ellas, a una secuencia de tipo argumentativo:

- **Premisa inicial** (*The answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling*).
- **Justificaciones de apoyo** (*She needs support to recover from her trauma. To some extent she’s getting it from you; despite your concern about not being “good at emotional stuff”, you are really helping, otherwise, she wouldn’t have told you anything*).
- **Restricciones** (*But she also needs professional support to help her put the experience behind her and start having a good sex life*).
- **Conclusión** (*So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre (the number will be in the phone book) or the National Rape Crisis Centre on 0171-837 1600*).

---

<sup>337</sup> De acuerdo con Calsamiglia y Tusón (1999: 309-311), las proposiciones de que se compone la secuencia explicativa han de entenderse como macroproposiciones que pueden constar de uno o varios enunciados.

Nos hallaríamos ante lo que, siguiendo a Adam (1992), Calsamiglia y Tusón denominan *secuencia envolvente* –en este caso la explicativa– en el seno de la cual hay una *secuencia incrustada* –la argumentativa–:

*Para determinar la disposición de las secuencias en textos heterogéneos, Adam [1992] propone distinguir distintos tipos de secuencias. La secuencia dominante es aquella que se manifiesta con una presencia mayor en el conjunto del texto. La secuencia secundaria es aquella que está presente sin ser dominante. Si la dominante se constituye como el marco en que otras secuencias pueden aparecer incrustadas se llama secuencia envolvente (1999: 267).*

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

De cara a interpretar el contexto de situación en que se desenvuelve el fragmento aquí analizado, tendremos en cuenta las siguientes variables:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Dos son las **actividades** primordiales que entran en juego en este texto: el reclamo de ayuda de un lector londinense que, escribiendo al consultorio de la revista *FHM*, desea ayudar a su novia a superar las secuelas que en ella dejaron las tres violaciones de que fue víctima, y el respondersele y aconsejarsele desde dicha sección sobre qué hacer al respecto. De estas dos actividades principales se derivan otras secundarias que están comprendidas en las mismas. Entre éstas podemos señalar: la violación de la novia de K.T. por su ex novio; la confesión por parte de ésta a su novio actual de lo ocurrido tras una pesadilla; el mantenimiento de relaciones sexuales insatisfactorias entre ambos, incluidos los miedos del lector a herirla y la ansiedad de ella; el agradecimiento del asesor por una carta como ésta; y la eventual asistencia de esta mujer a las sesiones de asesoramiento de un psicoterapeuta profesional.

##### **2) ¿Quién participa?**

Los **participantes** principales en la situación comunicativa que se actualiza en este fragmento de la columna de consultas de *FHM* son el lector que escribe desde Londres y cuyas iniciales son KT, y el asesor de dicha sección, del que sabemos que las iniciales de su nombre son S.Q. Naturalmente, no podemos olvidar a la novia del lector con la que lleva saliendo hace dieciocho meses. Por último, y aunque resultan menos visibles, no podemos dejar de lado a los editores de esta sección de la revista de interés

general para hombres *FHM*, que dan a esta consulta la forma final con la que aparece en el número de junio de 1999; y también al público de lectores de esta publicación, que acceden a esta consulta al comprar la revista.

Esta muestra de la sección de consulta de la revista de interés general para hombres británica *FHM* gira alrededor del **tópico** fundamental de la violación de la novia del lector que escribe a dicho consultorio. Este tópico principal lleva asociado otros dos secundarios: las consecuencias que esa violación está teniendo sobre ambos miembros de la pareja, y el modo en que el lector puede ayudar a su pareja a vencer ese problema.

El **propósito** principal de esta muestra de la sección de consulta de *FHM* se halla en el intento de ofrecer una solución al lector londinense que escribe pidiendo consejo sobre cómo ayudar a su novia a superar el duro trauma derivado de las tres veces que fue violada por su ex novio. Este propósito se deriva de la relación entre tres de los participantes en esta situación comunicativa como son el lector, su novia y el asesor de la revista. Sin embargo, se podría hablar de un propósito secundario, que se desprende de la relación existente entre los editores de esta columna y el público de lectores de la misma. Este segundo propósito estriba en la suerte de adoctrinamiento que la revista lleva a cabo entre sus lectores tratando de convencerles de la necesidad de brindar su apoyo y comprensión incondicional a sus compañeras sentimentales.

### 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre el responsable de esta sección y el lector que se pone en contacto con él para solicitar su consejo no deja de tener el carácter neutro que se espera de un género basado en la transacción que se establece entre dos sujetos sociales con vistas al intercambio de una información que el uno posee y que el otro necesita, y donde la columna de consultas no es sino el vehículo que posibilita el contacto entre dos sujetos que de otro modo no se conocerían. En segundo lugar, la relación entre K.T. y su novia adolece de una distancia que lleva al lector a buscar los servicios de terceros – en este caso el asesor de *FHM*– con vistas a solucionar problemas de su sexualidad como pareja que ambos no son capaces de resolver por sí mismos. Por último, la relación entre los editores y el público lector de esta publicación periódica se definirá por el clima de cierta confianza que aquéllos aspiran a crear entre sus lectores, lo que dará lugar –como veremos más adelante– a un formato con rasgos de coloquialidad que atraiga su interés, y a la selección de consultas que aborden temas del interés para los hombres que compran esta revista.

#### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

El lenguaje posee una **función instrumental** que posibilita el intercambio comunicativo que se produce no sólo entre el varón londinense que escribe al consultorio de *FHM* y el asesor de esta sección, sino también el que entra en juego entre los editores de *FHM* en general, y de su consultorio en particular, con todos los lectores de esta publicación mensual. Desde el momento en que esta consulta se centra en un tema de interés para muchos otros hombres, cuyas parejas hayan sufrido el trauma de una violación, puede decirse que el discurso de esta muestra posee una **función de identidad**, contribuyendo a la construcción de un modelo determinado de identidad masculina. Los rasgos particulares de ese patrón de identidad de género masculino determinarán la **función ideacional** del lenguaje de este texto. En concreto, vendrá dado por el fomento desde la revista del total apoyo a las mujeres que han sufrido tan doloroso trance. Finalmente, puesto que el constructo ideacional que se proyecta desde este texto no se justifica sino en la relación de pareja entre hombres y mujeres, podemos decir que el lenguaje de esta muestra cumple también una **función relacional**.

#### **B. Contexto intertextual**

La **serie histórica** en que se ubica este texto tiene que ver con el surgimiento y expansión a partir de mediados de los años ochenta en el Reino Unido de un nuevo mercado de revistas de interés general para hombres, mercado que en gran medida va a proporcionar a sus jóvenes lectores patrones de identidad masculina en momentos de crisis de las definiciones tradicionales de masculinidad<sup>338</sup>. Partiendo de la notable influencia que va a ejercer el formato característico de la más amplia tradición de las revistas femeninas en la configuración de un mercado dedicado en exclusiva al público de hombres<sup>339</sup>, la sección de consultorio, que en las revistas femeninas se ha venido

---

<sup>338</sup> Según el estudio etnográfico sobre las revistas masculinas en el Reino Unido de Wright: “Men’s magazines can ultimately be defined as one cultural resource that provided young men with a means of doing the work of identity” (1999: 86).

<sup>339</sup> Rastreando los orígenes del mercado de las revistas de interés general para hombres en Gran Bretaña a mediados de los años ochenta, Nixon no deja lugar a dudas sobre la impronta ejercida por las revistas para mujeres publicadas desde mucho antes: “Inflected through the wider industry development, the men’s general-interest magazine was in part galvanized into life by the continued potential of the women’s generals market [...] The women’s generals market exerted a troubling presence on the trade discussions of men’s magazines. The monthly women’s titles, along with the women’s weeklies, dominated the consumer-magazine sector in terms of circulation figures and display revenue (income from display advertising). If you whispered – not too loudly – the sort of figures achieved by women’s magazines in the mid 1980s to a publishing practitioner, you prompted the rehearsal of an imagined scenario of the equivalent male general title” (1993: 471).

especializando en temas sentimentales y sensibleros<sup>340</sup>, se va a convertir en las revistas de interés general para hombres en una sección de asesoramiento sobre temas diversos relacionados con el modo de vida de los varones. De esta manera, los moldes de identidad que implícitamente se proyectan en este tipo de revistas en su conjunto se van a hacer explícitos a partir de las preguntas de los lectores y las respuestas de los “especialistas” en cuestiones relacionadas con la vida de los hombres.

El análisis de la dimensión intertextual nos llevará también a desvelar algunas de las **presuposiciones** que se ponen en juego en este texto. Este recurso lingüístico nos ayudará a demostrar que, bajo la aparente construcción de esta consulta a partir del interés de un lector por ayudar a su novia, desde la revista no deja de enfatizarse egoístamente el inconveniente que para los varones supone el no poder disfrutar plenamente de su sexualidad debido a los problemas de sus novias como éste. Así, por ejemplo, además de admitir que su novia siempre ha estado nerviosa a la hora de practicar el sexo (*She's always been nervous about sex*), el lector no deja de estar preocupado más que por su propio placer sexual, y una afirmación en Presente Simple como *When we have sex, I can't keep hard* presupone que, a pesar de la ansiedad de su novia desde tiempo atrás –nótese el uso del Presente Perfecto–, él sigue insistiendo en hacer el amor. De hecho, en la digresión del asesor sobre el poco reconocimiento social del sufrimiento de las parejas violadas (*Everyone naturally sympathises with women who have been raped, but what many people don't realise is that their partners suffer too*), no hay una mención explícita al sufrimiento de las propias mujeres, sino que éste sólo se presupone. Destaquemos que, aunque en ningún momento el lector haya dicho que su novia tenga como prioridad el recobrar una vida sexual satisfactoria –quizás le interese más recuperarse del trauma puramente psicológico–, el asesor presupone que existe este deseo o necesidad en esta mujer (*But she also needs professional support to help her put her experience behind her and start having a good sex life*), lo cual comporta, una vez más, una legitimación de la prioridad que lo sexual cobra en K.T. Desde el momento en que esta muestra se ha estimado representativa de las preocupaciones y problemas de muchos otros lectores, presuposiciones como éstas están

---

<sup>340</sup> De hecho, en las definiciones del término *consultorio* de diccionarios y manuales de periodismo, siempre se habla de la existencia de una sección de consultas femenina, sin que ello conlleve una correspondiente versión masculina. Martínez Sousa define este término como la “sección de una publicación en que se responde a las cartas de los lectores” (1981: 108); y el femenino, como la “sección de una publicación en la que se responde a preguntas sobre cuestiones de la mujer” (*ibid.*). Igualmente López de Zuazo Algar habla de la “sección de una publicación para responder las cartas de los lectores o



construyendo un lector ideal en quien sigue arraigada una fuerte identificación con la sexualidad como valor supremo, según un procedimiento común que resalta McLoughlin en revistas como ésta: “Presuppositions are taken-for-granted assumptions. The text producer refers to something as though it already exists, with which the reader is invited to identify” (2000: 69).

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Los rasgos textuales que hemos descrito en su contexto situacional e intertextual vienen a construir un **tipo de discurso** sobre lo masculino caracterizado por la aproximación de los varones a los problemas de sus compañeras sentimentales con vistas a ayudarlas a solucionarlos. Este tipo de discurso redefine nociones tradicionales asociadas a la masculinidad, como el dominio y poder patriarcal incuestionables ejercidos por los hombres sobre las mujeres<sup>341</sup>, para dar paso a una configuración de las relaciones de convivencia entre unos y otras basada en la comprensión y el apoyo mutuo. Este tipo de discurso se construye tomando como base el discurso del asesoramiento, que, siguiendo el formato cercano a lo epistolar del género de las secciones de consulta de la prensa, cobra el carácter público propio del discurso periodístico a partir de su difusión desde un vehículo de la comunicación de masas como es la revista de interés general para hombres británica *FHM*. En la producción de este tipo de discurso hay que tener en cuenta el proceso de elaboración del que forman parte los editores de esta sección de *FHM*. Éstos partirán de la consulta inicial de un lector –al que aquí se dan las iniciales de K.T.– hasta darle la forma que los consumidores de esta publicación encuentran cuando compran el número de junio de 1999. Naturalmente, la reelaboración de la pregunta inicial del lector y la respuesta que se le da tendrá en cuenta la recepción de la audiencia de la revista, en concreto, el sistema de valores que se presupone entre el tipo de lector ideal de una revista como *FHM*.

Ciertos aspectos de la **coherencia global** del fragmento analizado nos servirán para entender cómo se construye el tipo de discurso al que acabamos de hacer referencia. Para empezar, el **esquema** del texto gira en torno a dos acciones: de un lado,

---

programa de radio para responder a quienes piden consejo por carta. Es frecuente el consultorio femenino” (1990: 52).

<sup>341</sup> El dominio y opresión masculino sobre las mujeres se encuentra en la raíz del concepto de patriarcado, tal y como se constata en la definición clásica del término de Walby: “I shall define patriarchy as a system of social structures, and practices in which men dominate, oppress and exploit women” (1989: 214).

el utilizar la sección de consulta de una revista masculina para tratar de contribuir a solucionar un problema de pareja que afecta especialmente a la novia del hombre que lo plantea; de otro lado, el aconsejarse, desde dicha columna de consulta, la visita a un especialista que le preste su asesoramiento para tratar de vencer el trauma de la violación. El tipo de entidad que se dibuja en torno a estas acciones nos dará las claves del **marco** de este texto: un hombre que, sintiéndose incapaz de ayudar por sí solo a su novia, se pone en manos del responsable de una columna de consejos para que le indique de qué modo podría colaborar él para que su compañera supere sus problemas. Por último, los **guiones** de este fragmento nos ayudan a entender la relación que se establece entre dos sujetos sociales que comparten sus vidas como pareja. Un hombre como K.T. pone todo su empeño en aliviar el sufrimiento de su pareja al escribir a la columna de consejos de una revista masculina, pero este mismo comportamiento no deja de estar motivado por el deseo de que su propia satisfacción sexual no se siga viendo afectada por las crisis psicológicas de su compañera.

En lo que concierne a los **actos de habla** con los que se construye este tipo de discurso, hay que destacar la pléthora de representativos en todo el pasaje. Prácticamente toda la intervención del lector se organiza a partir de este tipo de actos de habla: las aseveraciones con que describe la violación de su novia y los resultados de la misma (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him; She told me this recently when she woke up from a nightmare, screaming; she's never been to the police and there's no talking her into it; and she didn't see a doctor after the last time it happened, although she was bleeding badly; She's always been nervous about sex but at the beginning I thought nothing of it*); la confesión de las consecuencias que el trauma de su novia está ocasionando sobre su propia vida sexual (*I can't handle it; When we have sex I can't keep hard and I'm paranoid that every grimace on her face means I'm hurting her and she's reliving what happened*); o sus aseveraciones sobre el amor que siente por su novia y su voluntad de ayudarla (*I love her and want to help, but I've never been good at emotional stuff*). El único acto de habla no representativo de la consulta del lector lo constituye el acto directivo con fuerza ilocutiva de súplica (*Please help!*), del que se sirve K.T. para solicitar la ayuda del asesor de *FHM*.

En lo que respecta a la contestación de S.Q., asesor de la columna de consultas de *FHM*, ésta se va a construir también mayoritariamente a base de actos de habla representativos: tanto las aseveraciones del especialista de la columna sobre los efectos de

las violaciones de mujeres en su parejas (*Everyone sympathises with women who have been raped, but what many people don't realise is that their partners suffer too*) como el modo de reproducir, a base de afirmaciones, el problema planteado por el lector y de hacerle ver lo beneficioso de su modo de actuar para su novia (*As you so graphically describe, you now feel so worried about your girlfriend that it's starting to affect your sex life; To some extent she's getting it [support] from you; despite your concern about not being "good at emotional stuff", you are really helping, otherwise, she wouldn't have told you anything*). Ahora bien, la respuesta del asesor cuenta también con un acto de habla expresivo con el que le agradece su consulta por lo útil que puede resultar a otros lectores (*So thanks for your letter, which allows me to highlight this issue*). Existen también sendos actos de habla directivos por medio de los cuales el responsable de la columna insta al hombre que le escribe a que ayude a su novia a utilizar los servicios de un asesor profesional. Uno de estos directivos es una exhortación llevada a cabo de manera directa (*So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre ... or the National Rape Centre Number on 0171-837 1600*); el otro reproduce prácticamente el mismo tipo de exhorto, pero esta vez se trata de un acto de habla indirecto (*The answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling*).

No podemos dejar de lado el tono coloquial e informal con el que se construye el tipo de discurso sobre lo masculino al que venimos haciendo referencia en este epígrafe del modelo de análisis, que en ocasiones lo aproximan más al modo oral que al escrito. Con ello se construye un tipo de discurso que facilita que esta sección sea un espacio de asesoramiento relajado y alejado del tono grave de otras variedades del discurso del asesoramiento, como la interacción cara a cara entre psicoterapeutas y clientes o la formalidad de otras columnas de periódicos especializadas en temas varios. En efecto, apuntan Jackson, Brooks y Stevenson que una de las funciones de las revistas para hombres es la de aconsejar a sus lectores en momentos de crisis e incertidumbre para los patrones tradicionales de masculinidad, cosa que hacen sirviéndose de estrategias como el humor o la ironía, que mitigan verdades de otro modo difíciles de digerir, convirtiéndolas en un entretenimiento en apariencia inofensivo:

*Given the uncertainties that surround contemporary masculinities, the magazines have tended to hedge their bets by offering advice but doing so in a humorous or ironic way that avoids being taken too seriously, turning potentially unpalatable advice into a source of 'harmless fun' (1999: 377).*

Pues bien, el tono coloquial e informal de consultas como ésta perseguiría el mismo objetivo, sirviéndose, eso sí, de instrumentos diferentes. Los siguientes rasgos léxicos, gramaticales y de **coherencia local** dan cuenta de ello:

- Numerosas contracciones (v.gr. *She's never been to the police and there's no talking her into it; and she didn't see a doctor after the last time it happened, although she was bleeding badly; She's always been nervous about sex but at the beginning I thought nothing of it; I can't handle it; When we have sex, I can't keep hard; ... it's starting to affect your sex life; To some extent she's getting it from you; otherwise, she wouldn't have told you anything*);
- Formas léxicas abreviadas (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him*);
- Léxico informal (*My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three occasions before she chucked him; When we have sex, I can't keep hard*);
- Vocabulario de significado general y poco preciso (*I've never been good at emotional stuff*);
- Phrasal verbs (...and there's no *talking her into it*);
- Signos de puntuación informal como la raya (*The answer is to put your efforts into helping your girlfriend and get some counselling – she needs support to recover from her trauma*).

### **II. 3. Diferencia y Cambio**

No se puede decir que exista una interpretación radicalmente distinta de los contextos situacional e intertextual por parte de los diferentes participantes en la situación comunicativa que se actualiza en el segmento de la columna de asesoramiento de *FHM* objeto de nuestro análisis. Con todo, puede observarse una pequeña discrepancia entre las aproximaciones que lector y asesor llevan a cabo sobre la utilidad de la actitud de aquél para ayudar a su novia a superar las dramáticas consecuencias derivadas de su violación. Así, mientras que el lector estima que no está siendo capaz de apoyar a su compañera como debiera, el asesor de la columna le hace ver lo contrario, mostrándole el hecho de que la confesión misma de su novia es ya un indicio de que su colaboración le está siendo útil. De hecho, en su respuesta, el asesor de esta columna se solidariza con el problema del lector ofreciéndole su total comprensión, y haciendo gala de la empatía característica del discurso del asesoramiento del que forma parte el género de los consultorios. En palabras de Vaughan: “Counselling is a person-to-person form

of communication marked by the development of a subtle emotional understanding often described technically as ‘rapport’ or ‘empathy’” (1976: 14).

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

La determinación social de este tipo de discurso obedece a una **relación de poder** entre hombres y mujeres en la sociedad británica de las últimas décadas del siglo XX caracterizada por la progresiva pérdida de vigencia de un orden patriarcal incuestionable en épocas anteriores. En efecto, puede decirse que la hegemonía de los hombres en el conjunto de la sociedad, y la correspondiente subyugación de las mujeres, ha pasado a ponerse en cuestión. Se va a ir gestando, así, una situación de crisis de identidad a la que las nuevas revistas para hombres tratan de dar respuesta de algún modo, tal y como afirma Wright: “The target reader of 18-25 coincides with periods of uncertainty, particularly in the economic realm with a decline of traditional career paths and a growth in ‘flexible’ labour markets, characterized by insecurity” (1999: 86). Revistas como *FHM* se hacen eco, así, de las tensiones entre sexos en ámbitos institucionales como la convivencia conyugal, y, en concreto, en situaciones tan específicas como la solución de los traumas emocionales de uno de los miembros de la pareja.

#### **III. 2. Ideologías**

A pesar de que hemos desvelado el modo en que el tipo de discurso de esta consulta camufla una vaga tendencia a la justificación del egocentrismo de muchos varones en las relaciones de pareja a propósito de aspectos como la vida sexual, no hay duda de que la **ideología** de este discurso está al servicio de la igualdad y el respeto mutuo entre mujeres y hombres. El tipo de masculinidad que se construye en este discurso encaja básicamente con el modelo de *New Man* que va a encontrar en revistas como ésta un medio ideal para proyectar un tipo de hombre que trata de dejar atrás su lastre patriarcal y abrirse a dimensiones durante largo tiempo consideradas patrimonio exclusivo de la feminidad. El *New Man* se erige así en patrón de masculinidad donde se priman parámetros como la estética personal, el crecimiento emocional y afectivo, o, como es el caso en esta muestra, la preocupación por las necesidades de sus parejas y el intento de alcanzar una total equidad en la relación de convivencia. Sin embargo, no habrá que olvidar que el *New Man* y otros productos mediáticos como el *New Lad*, no

pueden verse como fieles representaciones de tendencias y cambios sociales en los modelos de masculinidad de la sociedad británica. Con esta salvedad, su mayor valor radica en la exhibición de determinados roles de género entre sus consumidores, lo cual, por otra parte, no deja de ser ya significativo de la tendencia al cambio en las relaciones entre géneros. Tal y como afirma Nixon, para discernir el modo en que estas representaciones de la masculinidad han ejercido cambios entre los hombres británicos de a pie de los últimos años habría que proceder a realizar estudios sobre el consumo de estas publicaciones: “Getting at this process requires moving away from the moment of representation towards a different moment in the circuit of culture: the moment of consumption” (1997: 329). Esta labor escapa a un estudio como éste, centrado en el análisis de la construcción de los discursos de lo masculino en estas revistas. Aunque en esta fase del modelo de análisis se ofrecen ciertas pinceladas sobre los posibles efectos sociales que discursos como éste pueden tener de manera acumulativa, el análisis empírico real de estos cambios sociales en individuos concretos sería ya labor de estudios de campo estrictamente sociológicos o etnográficos.

### ***III. 3. Efectos***

Consultas como ésta, en un medio de expresión de la masculinidad, manifiestan el esfuerzo de muchos hombres por acercarse a las necesidades de las mujeres en esferas como la de la convivencia en pareja. El modelo de relaciones de pareja que se fomenta se basa en la cooperación y respeto mutuo entre hombres y mujeres en el hogar, reivindicación tradicional de muchas mujeres históricamente objeto del yugo masculino en las más diversas instituciones en que se dejaba sentir la estructuración patriarcal de la sociedad. Discursos como éste puede afirmarse que contribuyen a desarrollar unas relaciones de poder equitativas entre los géneros.

**TEXTO 17: Sky Magazine, marzo 1999, p. 146.**

***I. DESCRIPCIÓN***

***I. 1. Vocabulario***

***I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?***

Los **esquemas de clasificación** en torno a los cuales se organiza el léxico de esta muestra del consultorio de *Sky Magazine* tienen que ver con: el mantenimiento de relaciones sexuales de diverso tipo (*sexually abusing me; get into a relationship*); la orientación sexual (*gay; straight; how can I convert him?; trying to convert someone to being gay; trying to convert someone to being straight*); y el tratamiento de los problemas psicológicos (*“therapy”; professional help; the Samaritans; get yourself sorted; a real problem*).

***I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?***

Destacaremos el valor relacional de vocablos como *abusing* (*Since I was six my grandfather has been sexually abusing me...*) y *convert* (*He’s not gay but how can I convert him?; Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight*). Estas palabras dan cuenta de los graves conflictos de índole moral que en nuestra sociedad desencadenan las distintas formas de canalizar la vida sexual de los individuos –homosexualidad, pedofilia, etc.– que se aparten del canon de relaciones heterosexuales entre hombres y mujeres adultos.

Por otro lado, hay que resaltar el **carácter marcadamente informal** que en ocasiones cobra el léxico de Karen, la asesora de esta sección de consulta en *Sky Magazine*. Una frase malsonante como *No shit!*, un apelativo cariñoso familiar como *Honey*, o la transcripción de una relajación articuladora propia de la conversación coloquial como *Gimme*, aportan a la respuesta de Karen un tono bastante más informal del que se esperaría de una sección de consulta de la prensa escrita.

***I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?***

La utilización del adjetivo *smart* (*Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight*) en boca de Karen, para calificar una actitud como es el intento de cambiar la orientación sexual de una persona, nos da idea de hasta qué punto despierta en ella estupefacción la consulta de este lector de Newquay. De hecho, el empleo de términos como *therapy* (*Can you spell “therapy”?*), *professional help* (*You need professional help*) y *get yourself sorted* (*Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted*) por parte de la asesora tiene un valor

evaluativo fundamental, ya que sirven para realizar el retrato de un lector en términos de alguien que es poco menos que un desequilibrado mental.

Por otro lado, al recomendar a B.S. que la próxima vez escriba a alguien más amable y compasivo (*Write to someone cuddly, next time*), Karen está dando a entender que ella no comparte ese rasgo, y se está distanciando de la empatía que caracteriza a los profesionales del asesoramiento. La desconstrucción de las convenciones de los consultorios nos da ya idea de la cierta parodia de este género que se lleva a cabo desde esta sección de *Sky Magazine*.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

No hay empleos del léxico con valor metafórico en este texto.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

Los **procesos verbales** en la pregunta del lector de Newquay son sobre todo relacionales, con los que este joven se describe a sí mismo y al amigo que le gusta (*Since I was six...; ...and now I'm 18; He's not gay...*); y materiales, con los que da cuenta de las acciones que con él llevaba a cabo su abuelo y de lo que él espera alcanzar de su amigo (*...my grandfather has been sexually abusing me; I'm trying to get into a relationship with my best friend at school; ...but how can I convert him?*). Hay también algún proceso mental, que ideológicamente resulta representativo de los sentimientos experimentados por B.S. hacia las prácticas sexuales con su abuelo (*..I'm starting to enjoy it*). Por otra parte, en su reflexión sobre el modo de actuar de este joven lector y su abuelo y lo que ella considera debe ser su conducta futura, los procesos verbales de la respuesta de Karen son predominantemente materiales (*Can you spell "therapy"?; Trying to convert someone...; Get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted; As for that grandfather, gimme [give me] a gun; Actually how dare you write in with a real problem! Write to someone cuddly next time*). Igualmente existe en el asesoramiento de Karen algún proceso relacional que reproduce el discurso del lector (*Trying to convert someone into being gay is as smart as trying to convert someone into being straight*); y alguno mental, referente al alcance más puramente emocional de este conflicto (*You need professional help*).

En otro orden de cosas, hay que decir que no existen en la muestra aquí analizada tentativas significativas de camuflar la **agencialidad**. Hay un caso de **sustantivación** en la respuesta de la asesora (*You need professional help*); sin embargo,



la palabra *therapy* aludida inmediatamente antes y la modificación del sustantivo *help* por el adjetivo *professional* deja contextualmente claro que se está haciendo mención a la ayuda de un psicoterapeuta. Hay también un caso de pasiva (*Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted*), donde resulta de nuevo diáfano, por el contexto, el agente de la acción verbal, en este caso los samaritanos. Eso sí, la utilización de *get* como auxiliar por parte de la asesora de *Sky Magazine* proyecta un cierto tono peyorativo para con el lector a quien da respuesta (Quirk *et al.*, 1985: 161), al cual más que ayudar con su contestación acaba censurando.

Por último, hay que hacer mención al valor experiencial de las escasas **negaciones** del fragmento. Resulta interesante el hecho de que el joven lector de Newquay describa al amigo con el que quiere iniciar una relación no tanto en términos de lo que es cuanto de lo que no es, negándose aquello que para el lector resultaría deseable (*He's not gay but how can I convert him?*); a este respecto, acto seguido aparece en la frase un nexo coordinante adversativo que reafirma esta idea de oposición y contrariedad. Hay también una negación en la respuesta de Karen, cuando ésta se sirve de un vulgarismo para indicarle a B.S. que lo que él necesita es ayuda profesional y no una suerte de basura como ella (*Can you spell “therapy”? You need professional help. No shit*). Con esta negación, la responsable del consultorio que lleva su nombre está admitiendo de algún modo lo poco serio de esta sección. En efecto, decir que no necesita ninguna basura –por utilizar un término menos fuerte que el de Karen– **presupone** que ésa es la calidad esperable de su consultorio.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

La distribución del **modo** en la consulta ofrece una clara diferencia entre las subsecciones de pregunta y respuesta. La consulta de B.S. está escrita casi en su totalidad sobre la base del modo declarativo que impone la presentación del conflicto existencial que le lleva a utilizar esta sección (*Since I was six my grandfather has been sexually abusing me, and now I'm 18, I'm starting to enjoy it*). Sólo la pregunta propiamente dicha de este lector se construye por medio del modo interrogativo (*...but how can I convert him?*). Esta cercanía de la pregunta del joven varón contrasta notablemente con lo atípico de la réplica de la responsable del consultorio que lleva su nombre. En efecto, una de las estrategias empleadas por los editores de esta sección de *Sky Magazine* para proyectar la imagen de una mujer con carácter radica en la manera de manifestar formalmente su poder sobre el interlocutor mediante requerimientos de

acción a través de imperativos (*Honey, get to the Samaritans on the phone and get yourself sorted; As for that grandfather, gimme [give me] a gun; Write to someone cuddly next time*). El modo interrogativo da cuenta de un acto de habla indirecto con el que la asesora le deja claro al lector que necesita tratamiento psicológico (*Can you spell “therapy”?*). Incluso con el empleo del exclamativo, Karen da un paso más allá de la mera presentación de información al lector, pasando a expresar libremente su estupefacción y sorpresa ante la actitud de B.S. (*Actually, how dare you write in with a real problem!*)<sup>342</sup>. Se observa, así, fácilmente, que Karen ha eludido el modo declarativo, con el cual se pone menos de relieve la relación de poder del hablante –o persona que escribe– respecto al oyente –o lector–; los enunciados declarativos se encuentran de este modo en minoría en su discurso (*You need professional help. No shit. Sherlock; trying to convert someone into being gay is as smart as trying to convert someone into being straight*).

La utilización del pronombre de segunda persona **YOU** en la respuesta de Karen no posee, como en otras consultas analizadas, un valor genérico con el que evitar la mención específica al lector que formula la consulta y adoptar un tono impersonal que contribuya a la creación de un sistema de valores compartido por los hombres que compran y leen esa revista. Antes al contrario, la asesora de esta sección no vacila a la hora de servirse de este pronombre para hacer referencia explícita al lector que le escribe, y vejarlo por lo descabellado de la cuestión que le plantea (*Can you spell “therapy”?* *You need professional help; Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted; Actually how dare you write in with a real problem*). Puede apreciarse, en este sentido, que, a pesar de que la respuesta de Karen no es especialmente larga, el empleo de este pronombre para apelar a B.S. resulta bastante reiterado, de modo que no quepa duda del modo en que se ceba con este joven de Newquay.

En lo que respecta a la **modalidad**, hay que resaltar, comenzando por la **relacional**, el elevado número de imperativos con los que la asesora va construyendo las distintas obligaciones que el lector tiene ante sí de cara a solucionar lo que ella entiende como un modo de vida aberrante (*Honey, get on the phone to the Samaritans*

---

<sup>342</sup> Las aproximaciones al modo en inglés parten, como hemos señalado en el apartado teórico de este trabajo de una estructuración bipolar entre el indicativo y el imperativo, subdividiéndose el indicativo en declarativo e interrogativo. Pues bien, para autores como Martin (1992: 44), habría también que hablar de modo exclamativo. En concreto, propone sustituir la etiqueta de declarativo por afirmativo,

*and get yourself sorted; As for that grandfather gimme a gun; Write to someone cuddly next time).*

En el ámbito de la **modalidad expresiva**, no abundan especialmente los enunciados explícitamente modalizados. De entrada, consciente de lo difícil que resulta el cambiar la orientación sexual de una persona, el lector de Newquay se pregunta por la posibilidad de convertir en homosexual a un hombre heterosexual (*He's not gay but can I convert him?*). De otro lado, Karen pone en tela de juicio esta ocurrencia del lector sirviéndose de este mismo verbo auxiliar modal, pero con sentido de habilidad, para preguntarse si es capaz de deletrear la palabra *terapia* (*Can you spell "therapy"?*). Naturalmente, la asesora sabe que el lector de Newquay es capaz de hacerlo, pero emplea esta interrogativa retórica, como veremos al estudiar los actos de habla, para aseverar de manera indirecta la necesidad de que este lector se someta a una terapia para solucionar su problema. Por lo demás, la aparente falta de formas de modalidad epistémica encierra un total compromiso con la veracidad de sus enunciados, especialmente por parte de Karen al describir el descabellado modo de pensar de B.S. (v.gr. *You need professional help; Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight*).

Hay que finalizar con una mención a la utilización del verbo auxiliar semimodal *dare* por parte de Karen Krizanovich para desafiar a B.S. por haberse atrevido a escribirle (*Actually, how dare you write in with a real problem!*)<sup>343</sup>. Una vez más, el empleo de esta forma construye a la asesora en una clara posición de poder respecto a su interlocutor.

### ***I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?***

Los recursos que cohesionan este texto van a ser de diversos tipos y con un diferente valor ideológico. En lo que respecta a las formas de **referencia**, el lector tiende a servirse de la referencia personal con el uso de cadenas cohesivas para remitirse a los distintos actores sociales que entran a formar parte del conflicto de deseos sexuales por él descrito (*Since I was six my grandfather has been sexually abusing me...*). No faltan tampoco formas de referencia personal en la respuesta de la asesora (*Can you*

---

distinguiéndose dos opciones dentro del modo afirmativo: el declarativo propiamente dicho y el exclamativo.

<sup>343</sup> De acuerdo con Palmer: "The meaning of DARE is roughly 'have the courage to', in a rather weak sense since it often relates to actions that do not need much courage" (1990: 111). Este autor encuadra a *dare* dentro de las formas que expresan posibilidad en inglés, y tiene el estatus de forma semimodal al no cumplir con todos los requisitos de comportamiento morfosintáctico de los verbos auxiliares modales puros (*ibid.*: 44).

spell “therapy”? *You need professional help; ...and get yourself sorted; Actually how dare you write in with a real problem?*); sin embargo, resulta más significativa la utilización de formas de referencia demostrativa de alejamiento con las que marca una distancia, y consiguiente desprecio, respecto al abuelo del lector por sus abusos sexuales (*As for that grandfather, gimme a gun*); y, sobre todo, respecto a otros asesores de consultorios en revistas femeninas (*Write to someone cuddly next time. One of those fat, ugly, women’s mag people*)<sup>344</sup>. Hay también un caso de referencia comparativa para poner de relieve la atrocidad de una ocurrencia como tratar de alterar las preferencias sexuales de una persona (*Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight*)<sup>345</sup>.

En lo que respecta a la cohesión mediante **conectores**, haremos hincapié en la dimensión temporal que B.S. da a su problema mediante los correspondientes nexos conjuntivos (*Since I was six my grandfather has been sexually abusing me, and now I’m 18, I’m starting to enjoy it*). La oposición que para él supone el hecho de que el hombre que le gusta no sea homosexual se marca por medio de la conjunción adversativa *but* (*He’s not gay, but can I convert him?*). Por otro lado, Karen no se va a prodigar en el empleo de nexos conjuntivos en su respuesta. Apuntaremos el caso de la estructura comparativa a la que ya hemos hecho referencia a propósito de las formas de referencia comparativa (*Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight*); y el marcador discursivo *actually* (*Actually, how dare you write in with a real problem!*), que imprime un cierto tono conversacional a su discurso<sup>346</sup>.

---

<sup>344</sup> Según Halliday y Hasan, *this* remite a un referente que el hablante siente como próximo o que ha nombrado él mismo, mientras que *that* se refiere a entidades que el hablante interpreta como lejanas o bien que hayan sido nombradas por el oyente; sin embargo –y esto es lo que nos interesa en los ejemplos analizados de este texto–, cabe también hablar del grado de vinculación que el hablante siente que el referente tiene con él: “This distinction is clearly related to that of ‘near (the speaker)’ versus ‘not near’, ‘what I have just mentioned’ is, textually speaking, ‘near me’ whereas ‘what you have just mentioned’ is not. The tendency seems to be further reinforced if the referent is also in some way ASSOCIATED WITH the speaker” (1976: 60).

<sup>345</sup> Respecto al concepto de *referencia comparativa*, apuntan Halliday y Hasan: “Particular comparison, like general comparison, is also referential; there must be a standard of reference by which one thing is said to be superior, equal, or inferior in quality or quantity [...] The standard of reference may be another thing, *eg*: ‘this tree is taller than that tree’, or a measure, *eg*: ‘this tree is taller than ten feet’” (1976: 81). En nuestro ejemplo, el elemento que sirve de referencia a lo comparado está explícito (...*as trying to convert someone to being straight*); la referencia comparativa resulta, sin embargo, más visible cuando el comparante queda implícito (v.g. *For a tastier meal, use...*).

<sup>346</sup> Quirk *et al.* hablan de *actually* simplemente en términos de adverbio en función disjunta. Para estos gramáticos esta forma, y otras como *really* o *factually*, indican el grado en que el hablante considera su enunciado como verdadero o no: “These state the sense in which the speaker judges what he says to be true or false” (1985: 621). Cornbleet y Carter incluyen esta partícula dentro de la categoría de lo que llaman *fillers*: “words or sounds in spontaneous speech such as ‘er’, ‘sort of’, ‘I mean’, ‘well’ which do

### *I. 3. Estructuras Textuales*

#### *I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?*

La macroestructura de base de este fragmento responde a la estructura bimembre del género de las secciones de consulta en la prensa escrita, con sendas subsecciones de pregunta y respuesta. Resulta difícil el hacer encajar las intervenciones de B.S. y de Karen dentro de un tipo de texto de manera clara. Ante todo, hay que decir que la consulta en su conjunto se aproxima a lo que sería una secuencia dialogal reducida, en que la interacción entre los interlocutores se reduce a un solo turno de palabra de cada uno. Por un lado, la intervención de B.S. se limita a presentar distintos hechos: los abusos de su abuelo y su disfrute de ellos; su deseo de iniciar una relación con un amigo; y su incertidumbre ante la posibilidad de alterar su orientación sexual. *Sensu stricto*, este lector no narra, describe, argumenta o explica nada claramente. Además, la tendencia hacia lo dialogal se pone de manifiesto por su empleo de una interrogativa directa al final de la consulta.

La asesora, por otro lado, adopta un tono bastante desorganizado en su respuesta, propio –dicho sea de paso– de la espontaneidad de la conversación; aborda tres cuestiones bien diferenciadas que no dan homogeneidad a su discurso: la recomendación a B.S. de que busque ayuda psicológica profesional; su profunda repudia respecto a la actitud del abuelo del lector; y el hecho mismo de vapulear a este joven por ponerse en sus manos. No insistiremos de nuevo sobre los rasgos conversacionales de la intervención de Karen. Piénsese solamente en sus interrogativas directas, exclamaciones e imperativos, con los que interpela a este lector de Newquay. Ahora bien, tampoco podemos pasar por alto la tendencia hacia lo *explicativo* que adquiere la primera parte de la respuesta de esta consejera. Karen parte de un objeto inicial complejo, lo que ella entiende como necesidad de B.S. de ponerse en manos de un psicoterapeuta (*You need professional help. No shit.* [**Proposición explicativa 0**]). Queda implícita la proposición explicativa en que se problematiza esta cuestión [**Proposición explicativa 1**]; y pasa a desarrollar un esquema explicativo mínimo [**Proposición explicativa 2**] en que le da las razones de por qué ha de recurrir a un profesional de la psicología (*Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight*); y continúa indicándole el tipo de profesionales en quienes puede confiar para solucionar sus problemas psicológicos

---

not carry any conventional meaning but which allow a speaker to think and pre-plan an utterance” (2001: 124). Nosotros nos inclinamos más por la interpretación de Quirk *et al.* al tratarse de un texto escrito.

(*Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted*). No existe tampoco **proposición explicativa 3**, en que se concluya y evalúe el recorrido explicativo llevado a cabo.

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

Para desentrañar la interpretación del contexto situacional de este texto trataremos de dar respuesta a las siguientes variables de análisis:

##### **1) ¿Qué sucede?**

Son dos las **actividades** fundamentales que se ponen de manifiesto al hilo de esta consulta de la correspondiente sección de *Sky Magazine*: el formular la pregunta propiamente dicha el lector de Newquay sobre la posibilidad de alterar la orientación sexual de un amigo, y el responderle Karen intentando hacerle desistir de este propósito. De estas dos acciones principales se desprenden otras contenidas en ellas: los abusos sexuales del abuelo del joven lector; el intento de éste de entablar relaciones con un compañero heterosexual suyo; las recomendaciones de Karen de que busque la ayuda de un profesional o de una línea telefónica de ayuda emocional; y el reprenderle por poner en sus manos un problema tan grave.

El **tópico** principal de este fragmento de la sección de consulta de la revista *Sky Magazine* se halla en el afán del joven lector de cambiar la orientación sexual de su compañero de estudios. Existen, sin embargo, algunos tópicos secundarios que se encuentran en función de este principal: los abusos sexuales del abuelo del hombre que escribe a esta sección, la tentativa de éste de iniciar una relación con un amigo suyo; la necesidad de ayuda terapéutica que precisa este lector; y el hecho mismo de escribir al consultorio con un problema como el que presenta.

En cuanto a los **propósitos** de este fragmento, podría pensarse que la finalidad fundamental de esta interacción comunicativa se deriva de las convenciones mismas de este género, a saber, el tratar de dar el asesoramiento oportuno al problema presentado por el joven que escribe desde Newquay describiendo sus dudas sobre la factibilidad de cambiar las preferencias sexuales de un amigo suyo por el que se siente atraído. Sin embargo, el tono inverosímil de la consulta en sí, y, sobre todo, el rapapolvo a que la

asesora somete a este joven por plantear semejante caso, dan cuenta del objeto de parodiar una sección como ésta recurrente en otras revistas de interés general para hombres, siendo el entretenimiento de los lectores, por encima del asesoramiento, el objetivo primordial de esta consulta.

## 2) *¿Quién participa?*

Los dos **participantes** principales de esta muestra son el joven lector que escribe desde Newquay y cuyas iniciales son B.S., y Karen, la responsable de la sección de consulta de la revista *Sky Magazine*. También hay que tener en cuenta a otros participantes a los que hace mención B.S. en el relato de su problema: su abuelo y el joven con el que quiere comenzar a tener relaciones. Los editores que dan forma a esta consulta tal y como aparece en el número de marzo de 1999, y el público de lectores de la misma, completarían la tipología de participantes en esta situación comunicativa.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

Destaca, ante todo, el tipo de relación que se establece entre Karen y el joven que le pide consejo; la asesora se permite un grado de familiaridad, una confianza y un tono directo que llega hasta lo descortés. La construcción de este tipo de relación está en función de la que se crea entre los editores de la sección y su público lector. En efecto, los editores de este consultorio quieren despertar el humor de sus lectores mediante la parodia de este género común en muchas revistas de interés general para hombres y mujeres, amén de ridiculizar a los hombres que desvelan sus más íntimas preocupaciones en estas secciones. Se dibuja así a una asesora que se burla del varón que le pide asesoramiento, burla que resulta más efectiva al basarse en la relación de poder que ejerce una mujer sobre un hombre que se pone en sus manos y acaba siendo vejado por ella. Huelga decir que la relación del joven lector con su abuelo y con el amigo con quien quiere tener relaciones no parece ser tan cercana como debiera, a juzgar por el hecho de que, en vez de hablar con su amigo, prefiera depositar su confianza en terceras personas.

## 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

El **papel instrumental** del lenguaje permitirá el intercambio comunicativo que se establece entre los distintos participantes a los que acabamos de hacer mención. Desde el momento en que esta consulta se estima como representativa de los valores del lector ideal de la revista en que se inserta, el discurso de la misma puede decirse que cumple una **función de identidad**, estando al servicio de la construcción de un modelo de identidad de género para los consumidores de esta publicación. Precisamente, las

notas definitorias del patrón de identidad que se fomenta entre los lectores ideales de esta publicación definirán la **función ideacional** del lenguaje de esta muestra; piénsese, por ejemplo, en el tipo de humor que se estructura en torno a la obsesión por la sexualidad de los hombres, y, en concreto, a partir de la homofobia, o el desprecio por otros lectores habituales de este género. Por último, dado que el modelo de identidad masculina que se proyecta desde esta consulta afecta al tipo de relación que los hombres establecen entre sí, y en concreto a la consideración en que quedan aquéllos que mantienen relaciones de tipo homosexual de cara a los heterosexuales, habrá que hablar de la **función relacional** que adquiere el lenguaje con el que se construye este fragmento de la sección de consulta.

## **B. Contexto intertextual**

Este texto se inscribiría en la **serie histórica** que comprende la relativamente reciente aparición en el Reino Unido de revistas de interés general para hombres, y de secciones de consulta dentro de ellas, siguiendo la más amplia tradición de las correspondientes publicaciones femeninas. En la respuesta de Karen, existe una alusión intertextual expresa a este tipo de revistas, y en particular a los consultorios de las mismas (*Write to someone cuddly, next time. One of those fat, ugly, women's mag people*). El definir al tipo de personas a cargo de esta sección en revistas femeninas como gente gorda y fea supone un desprecio absoluto por este género, por la profesionalidad de sus asesores, y por quienes se ponen en sus manos. Este menosprecio por las revistas femeninas va más allá del mero vehículo de la cultura femenina que son estas publicaciones; por encima de ello, conlleva el ataque contra la feminidad y sus valores, dado el papel fundamental de estas publicaciones periódicas en representar y construir valores asociados a la condición femenina, tal y como apuntan Ballaster *et al.*:

*Magazines offer their readers particular definitions and understandings of what it is to be female. As our historical analysis has shown, women's magazines, like other cultural formats targeted primarily at women, focus firmly on that which is socially defined as 'women's world' (1991: 129).*

Existe otra alusión intertextual directa a la saga de relatos detectivescos de Sherlock Holmes escritos por Conan Doyle. Cuando Karen llama Sherlock a su cliente de Newquay, coloca a B.S. en posición de pretender solucionar un caso propio de historias de detectives trasnochadas y distantes de la realidad.



Por último, hay que incidir en el valor de algunas de las **presuposiciones** que se actualizan en este texto. De entrada, la descripción del amigo de B.S., que este lector realiza (*I'm trying to get into a relationship with my best friend at school*), presupone que todavía se encuentra en edad escolar, lo cual incide en el carácter poco serio de la sección de consulta de esta revista, teniendo en cuenta que la edad media de los lectores ideales de otras revistas de interés general masculinas oscila entre los veinticinco y los treinta y cinco años. En este sentido, las afirmaciones de Karen advirtiéndole a este lector de que lo que necesita es ayuda profesional y no basura (*You need professional help. No shit*), y que lo que ha de hacer es escribir a alguien más compasivo (*Write to someone cuddly next time*) presuponen que el tipo de asesoramiento que ella puede ofrecerle es una mera basura, y que no se caracteriza ella por su empatía hacia los lectores que en ella confían. Ello deconstruye aun más el valor de las secciones de consulta de otras revistas masculinas y femeninas, donde esta sección aspira a ayudar a los lectores a solventar sus problemas. De hecho, la descripción que Karen realiza de los asesores de las revistas para mujeres presupone que todos son gordos y feos (*One of those fat, ugly, women's mag people*). Hasta tal punto desvirtúa la encargada de este consultorio una sección como ésta que su sorpresa ante el hecho de que un lector se atreva a plantearle problemas reales (*Actually, how dare you write in with a real problem!*) presupone que el tipo de consultas que ella espera no serán en modo alguno serias.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Los rasgos textuales y contextuales analizados vienen a construir un tipo de discurso en el que se parodia el género de los consultorios de las revistas de interés general para hombres, y a los varones que escriben a ellas. Este tipo de discurso se genera según el formato tradicional de este género de la prensa. Sin embargo, aunque la inclusión de consultas como ésta en una revista como *Sky Magazine* le confiere una difusión característica del discurso periodístico, los rasgos propios del discurso del asesoramiento que incorpora este tipo de discurso en particular no son completos. Así, aunque la consulta reproduce las convenciones formales de los discursos del asesoramiento –con un asesor que trata de proporcionar consejo a un cliente sobre temas varios–, en ningún momento resulta creíble la pregunta planteada por el lector, ni éste adopta el tono empático que debería caracterizarlo. Y es que este tipo de discurso se ha producido a partir de una innegable manipulación de los editores de esta sección de la revista, que indudablemente han creado artificialmente esta consulta sin partir de una

carta real previa. También cabe la posibilidad de que haya escrito algún lector real, consciente del objetivo de esta sección de la revista de despertar la hilaridad de sus consumidores. No en vano, el consultorio que lleva por título *Dear Karen*, aparece encabezado en todos los números de la revista por el siguiente subtítulo:

*Think advice columns these days are a little harsh? Missing a certain sensitivity? Yeah, well, Sky's Karen Krizanovich agrees. But then she started it. Still want to write? Your decision...*

Algunos elementos de la **coherencia global** del texto que podrían ayudar a entender la construcción de este tipo de discurso son, por ejemplo, el esquema, el marco y los guiones del mismo. El **esquema** se estructura en torno a dos acciones principales: por una parte, la de pedir consejo en la sección de consulta sobre la manera de cambiar la orientación sexual de otra persona; y, por otro lado, la respuesta que le insta a abandonar tan descabellado propósito y buscar ayuda psicológica. El tipo de entidad que se dibuja a partir de las acciones del esquema de este fragmento nos dará idea del **marco** del mismo; se trata de una consulta pintoresca en la que el lector se plantea algo tan a todas luces inverosímil como el pretender convertir en homosexual a un varón heterosexual, y donde la respuesta del asesor contribuye, más que a ayudarlo a reorientar su conducta, a despertar el sentido del ridículo del lector por habersele ocurrido semejante idea. Los **guiones** de esta muestra nos ayudan a interpretar el tipo de relación que se establece entre el joven que escribe a este consultorio y su asesora: aquí se convierte en hazmerreír de otros lectores de esta publicación, no sólo por plantear una cuestión tan insensata y absurda, sino también por las burlas de las que es objeto por parte de la responsable de la sección.

El análisis de los **actos de habla** resulta también significativo de cara a la construcción del tipo de discurso al que venimos haciendo referencia. B. S. organiza su intervención a base de actos representativos con los que describe el conflicto para el que busca una solución (*Since I was six my grandfather has been sexually abusing me, an now I'm 18, I'm starting to enjoy it; I'm trying to get into a relationship with my best friend at school; He's not gay...*). Sólo hay un acto de habla de tipo directivo con fuerza ilocutiva de pregunta, por medio del cual este joven de Newquay interpela a la asesora de la sección con ánimo de que le confirme si existe modo alguno de hacer variar la orientación sexual de su mejor amigo. Por el contrario, la respuesta de Karen no se va a caracterizar por la profusión de actos representativos. Aunque se utilizan cada vez que esta mujer reflexiona sobre el problema del joven varón que le pide ayuda (*You need*

*professional help. No shit, Sherlock; trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight*), éstos estarán en minoría respecto a los actos de habla de tipo directivo, lo cual resulta significativo de hasta qué punto Karen da forma a su discurso haciendo patente su posición de poder respecto al hombre que le escribe. De entrada, en lugar de exponerle a B.S., por medio de un acto representativo llevado a cabo de modo directo, que necesita de su psicoterapeuta, se sirve de una forma indirecta donde lo que aparentemente es una pregunta encierra una aseveración al respecto (*Can you spell “therapy”?*). No faltan tampoco órdenes (*As for that grandfather, gimme a gun*) y recomendaciones (*Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted; Write to someone cuddly next time. One of those fat, ugly women’s mag people*), con las que instar a este joven a buscar recursos de ayuda diferentes al consultorio de una simple revista para hombres. Existe hasta un acto de habla de tipo expresivo, con el que la asesora exterioriza su sorpresa por el atrevimiento de este lector de Newquay a concebir la posibilidad de encontrar solución en esa sección a un problema real tan grave como son los abusos sexuales de su abuelo (*Actually, how dare you write in with a real problem!*).

Hay que hacerse eco, finalmente, de ciertos rasgos léxicos, gramaticales y de **coherencia local** de este fragmento que otorgan un tono coloquial y conversacional a la consulta en su conjunto, y en particular a la respuesta de Karen. Dichos rasgos aportan un mayor dramatismo a la interacción entre B.S. y Karen Krizanovich, de modo que los lectores de la publicación parecen asistir en vivo a la reprimenda a la que la asesora somete al joven. Podemos apuntar las siguientes características propias del lenguaje conversacional e informal: contracciones (*...now I’m 18, I’m starting*); formas léxicas tabú (*No shit*); léxico general y poco preciso (*Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone...; women’s mag people*); expresiones informales (*Get yourself sorted; Honey; cuddly*); empleo de formas abreviadas (*women’s mag people*); reproducción de fenómenos de relajación articulatoria propios de la conversación (*Gimme a gun* en lugar de *Give me a gun*); marcadores discursivos conversacionales como *actually* (*Actually, how dare you write in with a real problem!*); uso de oraciones exclamativas (*Actually, how dare you write in with a real problem!*) y de interrogativas directas (*Can you spell “therapy”?*); y aparición de grupos nominales independientes que funcionan como oraciones (*You need professional help. No shit, Sherlock; Write to someone cuddly next time. One of those fat, ugly, women’s mag people*).

No podemos dejar de hacernos eco del **tono cómico** que se desprende de esta consulta por las burlas y la actitud poco empática de la asesora para con el lector que le pide consejo, lo cual supone una parodia del tipo de lectores que se sirven de este género en las revistas de interés general para hombres, y del género mismo y sus asesores, en estas revistas y en las correspondientes femeninas.

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

Resulta obvio que las interpretaciones contextuales del lector que escribe a esta sección de consulta y las de la responsable de la misma difieren sobremedida. Mientras que B.S. se plantea la posibilidad de cambiar de algún modo la orientación sexual de un amigo suyo por el que se siente atraído, Karen no duda en hacerle saber lo descabellado de plantearse que un heterosexual se convierta en homosexual de la noche a la mañana. Justamente a partir de esta diferente interpretación contextual, y de la agresividad de Karen hacia este joven al reprocharle su ocurrencia, se alcanza la parodia de un género que, en tanto que variable del discurso del asesoramiento, se organiza en función de la empatía de los asesores hacia sus lectores<sup>347</sup>.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

La matriz social del tipo de discurso que emerge de la muestra del consultorio de *Sky Magazine* aquí analizada hay que buscarla en unas **relaciones de poder** entre géneros basadas cada vez menos en presupuestos patriarcales. Como ya hemos indicado reiteradamente, la ansiedad e incertidumbre de muchos varones ante la crisis de valores tradicionales de la masculinidad va a encontrar en el nuevo mercado de revistas de estilo masculino de vida modelos con que hacer frente a una sociedad donde el dominio hegemónico de los hombres ha dejado de ser incuestionable. Pensemos en la mayor incorporación de la mujer a posiciones de poder, o en los cambios económicos que han hecho que ya no se requiera de la fuerza física masculina en el mundo del trabajo. Sin embargo, no van a faltar intentos de aferrarse a los valores hegemónicos tradicionales y resistir los cambios sociales. El humor y la parodia que en esta revista se nos presenta sobre otras publicaciones para hombres son prueba de ello. De este modo, situaciones tan concretas como el acto de lectura de este consultorio, dentro del más amplio marco

---

<sup>347</sup> En palabras de Wieggersma: “While empathy is not the sole property of the school of counselling, we can maintain that reversely counselling is very much based upon empathy” (1978: 69).

institucional de las formas de ocio y esparcimiento, esfera donde se ubica este mercado de revistas, reflejan las tensiones en la relación entre géneros que se están produciendo durante el cambio de milenio en la sociedad británica.

### ***III. 2. Ideologías***

La ideología que encierra el tipo de discurso de este fragmento de la sección de consulta de *Sky Magazine* recrea valores hegemónicos masculinos propios de sociedades patriarcales. El tono humorístico que se desprende de esta consulta a raíz del intento de un lector de cambiar la orientación sexual de un amigo con el que quiere tener relaciones está jugando veladamente con la homofobia en tanto que rasgo definitorio del rol de género masculino tradicional. A más del desprecio explícito por un formato de la cultura femenina como son las revistas para mujeres y sus correspondientes consultorios, el hacer que una mujer –Karen– deje en ridículo a los varones que escriben por medio de un tono agresivo, dominante, violento y soez –cualidades que históricamente se han entendido como propias de lo masculino– produce un efecto catártico innegable sobre el público de lectores, que adquieren así un modelo de cómo no actuar si no quieren convertirse en motivo de hilaridad y burla de sus semejantes. De algún modo, nos hallamos ante uno de los muchos ejemplos de reacción en diversas manifestaciones culturales británicas contra la cierta “feminización” que conlleva la aparición en los medios de comunicación de un *New Man* en tanto que construcción de lo masculino sustentada sobre la atención a dimensiones durante largo tiempo entendidas como femeninas, y fruto del impacto de los movimientos de liberación feministas. Junto a la cultura del *New Lad* recurrente en algunas revistas de interés general para hombres como ésta, a lo que ya hemos hecho mención reiteradamente, no faltarán símbolos paralelos, por ejemplo en el cine, tal y como apunta Segal:

*At the same time, however, the increasing visibility of more “feminine” traits in some men (referred to, usually with derision, as the “new man”) is mocked by the continual production and popularity of the all hard, assertive, violent images of masculinity – from “Rocky” to “Rambo”, from “Top Gun” to “Lethal Weapon” (1993: 634).*

### ***III. 3. Efectos***

La utilización de las convenciones de un género canónico como las secciones de consulta de la prensa escrita con finalidades cómicas, distintas de las de asesoramiento propiamente dicho con que nace este género, constituye una forma de **discurso**

**creativo.** Nos encontramos ante una **lucha de poder abierta** entre los géneros, tal y como se desprende de las burlas respecto a homosexuales y revistas para mujeres.

Puede decirse, por tanto, que este tipo de discurso no favorecerá en modo alguno el establecimiento de unas relaciones de poder equitativas entre hombres y mujeres, o entre hombres con diferentes orientaciones sexuales. Antes al contrario, desde esta consulta, se está difundiendo una ideología que no promueve precisamente la homosexualidad ni una visión positiva de las publicaciones destinadas al público femenino. Bajo una forma de humor en apariencia inofensiva, los lectores de la publicación en que aparece incluida esta consulta están siendo imbuidos, probablemente sin ser conscientes de ello, de valores discriminatorios para con otros hombres y mujeres.

**TEXTO 18: Maxim, agosto 1999, p. 164.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El léxico de este fragmento se estructura fundamentalmente en torno a un **esquema de clasificación** que tiene que ver con el levantamiento de pesas como actividad deportiva encaminada a potenciar el desarrollo muscular masculino (*weights, light weights* [tres veces]; *weight training; build up; muscles; tendons; ligaments; flexibility of joints; warming up; lift weights progressively; resistance [extra weight]; heaviest set; exertion*). En este sentido, cabría hablar de una relación léxica de **overwording** en lo referente al campo léxico del levantamiento de peso.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Existen ciertos vocablos en la respuesta que el asesor de *Maxim* ofrece a James Davies que dejan entrever los excesos que pueden llegar a cometer los hombres en el ejercicio de esta actividad eminentemente masculina. Podemos señalar el valor relacional de *preventing injury* (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury*), *progressively* (*After warming up you should lift the weights progressively. ‘Start with a light weight’, says Pearl, ‘and progressively add resistance [extra weight] with each set...’) o *such exertion* (*Never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion*). Estos rasgos léxicos nos dan una idea bastante clara de la necesidad de los varones de demostrar su masculinidad –una de las notas características del rol de género masculino–, y del papel crucial de las prácticas deportivas de cara a satisfacer esta tendencia de los hombres<sup>348</sup>.*

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

Hay que destacar la dimensión evaluativa que cobra una cláusula de relativo como *who knows a thing or two about weights* en la respuesta del asesor de esta revista. (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he’s a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger*). En efecto, el responsable de esta sección de consulta trata de apoyar los argumentos que ofrece al lector que le escribe desde Leeds sirviéndose de

---

<sup>348</sup> Afirma Seidler en su estudio sobre la construcción de la masculinidad en el mundo anglosajón contemporáneo: “As men we often grow up with an instrumental attitude towards our bodies. Our bodies are things that we do things with in order to prove both to ourselves and to others that our masculinity is intact. Testing ourselves against our bodies, say through sport, becomes a crucial way in which men can feel good about themselves” (1997: 186).

la experiencia en este tema de todo un experto en levantamiento de peso y desarrollo muscular.

#### ***I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?***

No se han constatado empleos metafóricos del léxico de este fragmento.

### ***I. 2. Gramática***

#### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

Los **procesos verbales** que predominan en esta muestra son sobre todo materiales, lo cual está en consonancia con las distintas formas de actividad asociadas al deseo de desarrollar la musculatura entre los varones (*When weight training, should I start with light weights and build up or viceversa?; Starting off with light weights will go a long way to preventing injury; This prepares the muscles, tendons and ligaments for action; etc.). Hay también algún otro tipo de procesos, ya sean mentales (...according to bill Pearl who knows a thing or two about weights); relacionales, con que se describen distintas circunstancias asociadas a la práctica del levantamiento de peso para incrementar la masa muscular (...the muscles and tendons are not fully prepared) y a los entendidos en este tema (...he's a four-time Mr. Universe); o verbales (He says, 'this prepares...' ; 'Start with a light weight', says Pearl...), con los cuales el asesor de esta sección reproduce las palabras del especialista en levantamiento de pesas.*

En otro orden de cosas, hay que decir que no existen casos significativos de ocultación de la **agencialidad** en este fragmento. Hay algunas **sustantivaciones**, pero son formas lexicalizadas con un funcionamiento autónomo que no hace rentable el tratar de identificar el proceso verbal correspondiente sustantivado (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injuries; ...this prepares the muscles, tendons and ligaments for action; Start with a light weight and progressively add resistance; ...as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion*).

Existen, por último, dos casos de **negación** en este texto. En concreto, aparecen en la recomendación del responsable de esta sección a Davis de que nunca empiece su entrenamiento con las piezas más pesadas ya que sus músculos y tendones no estarán listos para tal esfuerzo todavía (*Never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion*). Resulta especialmente significativa la primera de estas dos negaciones, pues recoge la respuesta y consiguiente consejo del asesor de *Maxim* a la consulta de Davis. En vez de recomendarle que comience sus entrenamientos con pesas ligeras, insta, haciendo uso de la negación, a



que nunca empiece con las más pesadas. La negación da cuenta aquí de una relación de intertextualidad con respecto a una acción que se estima posible –empezar los entrenamientos con las piezas más pesadas– y que se rechaza de plano de modo que hombres como James Davis no se la planteen siquiera<sup>349</sup>.

### *I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?*

La estructuración del sistema de **modos** en esta muestra ofrece claras diferencias entre las subsecciones de lector y asesor. La breve intervención de James Davis se realiza en modo interrogativo (*When weight training should I start with light weights and build up or viceversa?*). En ningún momento asistimos a una presentación inicial de las circunstancias del problema que plantea el lector en modo declarativo –como ocurre en otros ejemplos analizados– sino que Davis construye su consulta sólo y exclusivamente a partir de una demanda de información al asesor. Por el contrario, el especialista de esta sección organiza su respuesta, sobre todo, a base de enunciados en modo declarativo con los que presenta la información que James Davis solicita (*Starting with light weights will go a long way to prevent injury, according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting stronger; He says, 'This prepares the muscles, tendons and ligaments for action. It gets the blood circulating, raises body temperature and enhances the flexibility of joints'; After warming up you should lift the weights progressively*). A este respecto, los dos únicos casos de utilización del modo imperativo no corresponden rigurosamente al discurso del asesor, sino a la reproducción que éste lleva a cabo de las instrucciones de un especialista en un tema como el levantamiento de pesas (*'Start with a light weight', says Pearl, 'and progressively add resistance [extra weight] with each set; never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion.* ^). Puede decirse, pues, que la imposición flagrante de poder del hablante que emplea el imperativo respecto del oyente –en este caso el lector– queda aquí mitigada por el hecho de que sea un tercero quien exige una acción determinada de parte del lector para alcanzar los resultados que espera.

Existen dos casos de uso del pronombre de segunda persona **You** en la respuesta del responsable de la sección de consulta de *Maxim*: uno en los consejos del asesor de *Maxim* propiamente dichos (*After warming up you should lift the weights*

---

<sup>349</sup> “Negative sentences carry special types of presupposition which also work intertextually, incorporating other texts in order to contest and reject them” (Fairclough, 1992a: 121-122).

*progressively*), y otro en las recomendaciones que da Bill Pearl en su libro *Getting Stronger*, que cita el asesor de esta revista (*'Start with a light weight', says Pearl, 'and progressively add resistance [extra weight] with each set; never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion.*). Las palabras del asesor constituyen una apelación directa al lector concreto que escribe a esta sección de consulta, de modo que contaríamos con un uso exclusivo de *you*<sup>350</sup>. Por el contrario, las palabras que el responsable del consultorio cita literalmente del libro de Bill Pearl suponen en origen una apelación a una pluralidad de lectores que manifiestan un empleo inclusivo de este pronombre con el que abarcar al mayor número de interlocutores posibles –en este caso lectores masculinos en que se presupone el deseo de desarrollar su musculatura–.

El análisis de esta muestra evidencia una presencia explícita de formas de **modalidad relacional** bastante mayor que en otros ejemplos analizados. Al margen del valor deóntico de los imperativos con los que Pearl da forma a las recomendaciones sobre levantamiento de pesas a sus lectores (*'Start with a light weight', says Pearl, 'and progressively add resistance [extra weight] with each set; never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion.*), el propio lector utiliza el verbo auxiliar modal de obligación *should* en su consulta (*When weight training should I start with light weights and build up, or viceversa?; After warming up you should lift the weights progressively*). Esta misma forma aparece en la respuesta del asesor de este consultorio. Bien es verdad que este auxiliar con el que se expresa la noción de consejo está lejos de formas de obligación más categóricas como *must*. Esto mitiga, de alguna manera, el tono excesivamente coercitivo, que pudiera resultar disuasorio en las recomendaciones que desde esta sección de consulta se hacen a lectores como James Davis a propósito de temas como el que en esta consulta se está abordando.

Por otro lado, sorprende la escasez de formas de **modalidad expresiva** tanto en la pregunta como en la respuesta de que se compone esta consulta. En efecto, la aparente falta de modalidad epistémica en que hace pensar la ausencia de auxiliares modales de este tipo esconde un total compromiso de los interlocutores –lo cual es más significativo en las recomendaciones del asesor– con la veracidad de sus enunciados. Es ésta una de las características del empleo generalizado del modo declarativo (v.gr.

---

<sup>350</sup> Según Thrane (1980: 211), el *you* exclusivo remite sólo a la segunda persona mientras que el inclusivo incorpora la segunda más la tercera persona gramaticales.

*...according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger; He says, 'This prepares the muscles, tendons and ligaments for action. It gets the blood circulating, raises body temperature and enhances the flexibility of joints'.* Con todo, resulta representativo que en la afirmación fundamental de la respuesta del asesor a la pregunta de James Davis aparezca el auxiliar modal *will* que, como ocurre con otros ejemplos analizados, combina el valor de predicción futura con el de comportamiento característico y habitual (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl...*).

### **I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?**

Los recursos que confieren textura a este fragmento van a ser de diferente tipo. Existen casos de **referencia** personal que nos remiten al lector que formula esta consulta (*When weight training should I start with light weights and build up, or viceversa?; After warming up you should lift the weights progressively*), y a otros lectores destinatarios de la obra que, sobre levantamiento de pesas escribe Bill Pearl (*Never start with your heaviest set first...*), además de a este autor mismo (*...according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger; He says...*).

El papel de los **conectores** como recurso de cohesión de esta consulta es también revelador del tipo de discurso que se construye en esta consulta. En el caso de la pregunta de Davis, el empleo de la conjunción temporal *when* da cuenta del hecho de que el levantar pesas de uno u otro tipo es algo que este lector asocia al momento concreto de entrenar con vistas a desarrollar su musculatura (*When weight training should I start with light weights and build up, or viceversa?*). De otro lado, las dos veces que se emplea la conjunción causal *as* en la réplica del responsable de este consultorio a James Davis resulta elocuente del intento de justificársele los consejos que se le dan sobre el mejor procedimiento a seguir a la hora de entrenar con pesas (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger; Never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion*).

Hay que decir, además, que asistimos a un equilibrio entre coordinación y subordinación en el lenguaje de esta muestra. Hay **cláusulas coordinadas** tanto en la pregunta de James Davis (*When weight training should I start with light weights and*

*build up, or viceversa?)* como en la respuesta que éste recibe desde el consultorio (*It gets the blood circulating, raises body temperature and enhances the flexibility of joints; ‘Start with a light weight’, says Pearl, ‘and progressively add resistance [extra weight] with each set...’*). La preocupación del lector se centra en discernir si, al entrenar levantando pesas, es más conveniente levantar primero las más pesadas y luego las más ligeras o al contrario; de ahí que ambos ejemplos de coordinación en el texto reproduzcan una relación lógica según la cual la segunda cláusula coordinada copulativa ocurre tras la primera (Quirk *et al.*, 1985: 930).

Referente a la **subordinación**, hay que volver a incidir en las cláusulas adverbiales de tipo temporal (*When weight training should I start with light weights and build up, or viceversa?*) y causal (*...who knows a thing or two about weights, as he’s a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger; Never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion*) ya reseñadas. Hay también un ejemplo de cláusula subordinada de relativo (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights...*), con la que se trata de dar mayor credibilidad a los consejos de Bill Pearl, aportándose información adicional sobre este levantador de pesas. Asimismo, contamos con dos cláusulas subordinadas nominales de participio en -ing: una en función de sujeto (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury*), y otra en función de complemento preposicional (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury*).

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La organización de este ejemplo a nivel macroestructural corresponde al formato básico del género de los consultorios de la prensa escrita, con sendas subsecciones de pregunta y respuesta que vienen precedidas por las iniciales *Q* (*question*) y *A* (*answer*). Puede decirse que, como muchas otras consultas analizadas, ésta posee una estructura de secuencia dialogal reducida, que se limitaría a la pregunta de un interlocutor –James Davis de Leeds– y a la réplica de otro –el asesor de esta sección de *Maxim*–. Por un lado, en la consulta de James Davis simplemente se pregunta por el mejor modo de llevar a cabo los entrenamientos de levantamiento de pesas. En la respuesta, por otra parte, hay dos bloques claramente diferenciados y hasta difíciles de conciliar desde el punto de vista de la coherencia de esta subsección en su

conjunto. Se inicia la respuesta con el desarrollo de una secuencia argumentativa en que se arguyen los beneficios para la salud de comenzar a levantar piezas poco pesadas. Se sigue así un esquema argumentativo en el que no parece descubrirse la conclusión final característica de este tipo de secuencias. La estructura inconclusa es la siguiente:

- **Premisa inicial de base** (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury*);
- **Argumentos de apoyo** (*...according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger; He says, 'This prepares the muscles, tendons and ligaments for action. It gets the blood circulating, raises body temperature and enhances the flexibility of joints'*).

Acto seguido constatamos un segundo bloque textual de estructura explicativa, en el que se expone el modo de llevar a cabo el entrenamiento con pesas que desde el consultorio se estima correcto; en dicha secuencia vuelve a faltar alguna de las premisas prototípicas de la orientación textual explicativa<sup>351</sup>. El esquema explicativo de este bloque sigue la siguiente distribución:

- Esquema inicial –**Proposición explicativa 0**– (*After warming up you should lift the weights progressively*);
- Problematización del objeto inicial complejo –**Proposición explicativa 1**–: Queda implícita la pregunta sobre cómo llevar a cabo ese levantamiento progresivo de pesas tras el calentamiento;
- Proceso explicativo –**Proposición explicativa 2**– (*Start with a light weight, 'says Pearl, 'and progressively add resistance [extra weight] with each set*);
- Conclusión y evaluación del recorrido explicativo –**Proposición explicativa 3**– en que se sintetiza la exposición llevada a cabo (*Never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion*).

Ambos bloques textuales se conciliarían si viésemos en la última premisa del esquema explicativo una proposición que al mismo tiempo funciona como conclusión de la secuencia argumentativa. Habría así que hablar de una secuencia argumentativa envolvente, en que se incrusta la secuencia explicativa.

---

<sup>351</sup> Como ya hemos indicado en varias ocasiones a propósito de la secuencia explicativa, en los textos concretos los diferentes momentos o fases de la secuencia pueden estar implícitos.

## II. INTERPRETACIÓN

### II. 1. Contexto

#### II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?

##### A. Contexto situacional

Las siguientes variables de análisis nos servirán para tratar de describir el contexto situacional de la muestra textual que aquí estamos analizando:

##### 1) ¿Qué sucede?

Son fundamentalmente dos las **actividades** que se llevan a cabo en este fragmento: el hecho de preguntarse por el mejor modo de entrenarse en el levantamiento de pesas, y la respuesta sobre el procedimiento más idóneo para hacerlo. Obviamente, de estas dos acciones principales se sobreentiende una secundaria, como es el hecho mismo de levantar peso con vistas a desarrollar la musculatura.

El **tópico** de este fragmento extraído de la sección de consulta de *Maxim* tiene que ver con el modo de llevar a cabo los entrenamientos de la práctica del levantamiento de pesas.

A más de responder al caso concreto de James Davis –y a otros lectores identificados con el conflicto que plantea– ofreciéndole el consejo que demanda como **propósito** primario, el propósito secundario de este texto radica en hacer ver a muchos otros lectores que practiquen el levantamiento de pesas como actividad deportiva lo importante que es el realizar el ejercicio físico con moderación y de manera progresiva.

##### 2) ¿Quién participa?

Hay que comenzar con los dos **participantes** que a primera vista emergen de la lectura de este texto, a saber, James Davis, un lector que escribe desde Leeds, y el asesor de la revista *Maxim*, cuyo nombre desconocemos. Además de estos dos, hay que tener presente a los editores de esta sección de consulta de la revista para hombres *Maxim*, que se encargan de dar a la muestra el formato con el que aparece en el número de agosto de 1999, y también al público de lectores que, tras comprar la revista, leen el consultorio de ese mes y esta consulta en concreto. También conviene nombrar a Bill Pearl, autor del libro *Getting Stronger*, que cita el asesor de esta publicación.

##### 3) ¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?

La relación entre lector y asesor posee el carácter neutro característico de este género de la prensa escrita, donde expertos y asesores no entran en contacto sino para intercambiar una información, en este caso un consejo, que los primeros poseen y los

segundos necesitan. Hay que decir también que, en contra de lo que sucede en otras muestras analizadas en este trabajo, no hay intento expreso de los editores de la sección de crear un acercamiento a los lectores de la misma mediante recursos como el tono conversacional o el humor, que pudieran servir para despertar una mayor confianza de los consumidores de la revista a propósito de la utilidad de esta sección, así como una mayor identificación con la misma.

#### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

La **función instrumental** del lenguaje es la que permite el intercambio comunicativo no sólo entre lector y asesor sino igualmente entre los editores de esta revista y la pluralidad de lectores de la misma. La especialización en temas que tienen que ver con el modo de vida masculino de esta revista, y la elección de esta muestra en tanto que representativa de los intereses de los consumidores de *Maxim*, otorgan al discurso de esta muestra una **función de identidad** clara. Los rasgos específicos del modelo de masculinidad que con esta muestra se propugna dan cuenta de la **función ideacional** del lenguaje de este fragmento. A través del lenguaje de este ejemplo se construye un paradigma de masculinidad en la que los valores asociados al físico, y en concreto al cultivo de un cuerpo torneado y vigoroso, son fundamentales. Desde el momento en que el objetivo de practicar una actividad como el levantamiento de pesas se justifica a partir del hecho de lucir un cuerpo musculoso ante otros hombres y mujeres, puede decirse que el lenguaje que da forma a esta consulta sobre el tema posee asimismo una **función relacional**.

### B. Contexto intertextual

Este texto se incluiría en la **serie histórica** que engloba la emergencia de discursos centrados en la preocupación de los varones por la forma física y el culto al cuerpo. Piénsese en los anuncios de prensa y televisión o en la publicación de revistas especializadas en el ejercicio, la salud y la forma física<sup>352</sup>. Hay, a este respecto, una alusión intertextual expresa al libro titulado *Getting Stronger*, de Bill Pearl, cuatro veces Mister Universo. De hecho, prácticamente la totalidad de la respuesta del asesor de *Maxim* a James Davis parte de la citación de esta publicación, ya sea en estilo indirecto

---

<sup>352</sup> En relación a la plétora de discursos sobre la relación entre la masculinidad y la preocupación por la apariencia y forma física personal, señala Edwards: “In particular, the popularity of weight-training among many young men, the rise of image consultations for men, and their increased expenditure on their appearance – from designer fashions and moisturizers to suntans and plastic surgery – is evidence of this” (1997: 130).

o en estilo directo. La **voz** de este especialista contribuye, así, a aportar un mayor rigor y credibilidad al asesoramiento que se ofrece desde esta revista a los lectores.

Hay también que añadir el valor de las **presuposiciones** en este fragmento. La afirmación del asesor de que se previenen las lesiones si se empieza levantando menos peso y se aumenta progresivamente (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl...*) presupone que hay un riesgo de lesiones. La presuposición ayuda a entender la asunción implícita del responsable de esta sección de los excesos que pueden llegar a cometer los hombres en su objetivo de hacerse con un cuerpo musculoso.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Las características textuales y contextuales de la muestra del consultorio de *Maxim* aquí analizada conforman un **tipo de discurso** que gira en torno al culto al cuerpo, y, en concreto, sobre el desarrollo muscular como valor masculino. Se construye este tipo de discurso sobre la base del género de los consultorios de la prensa escrita. Vienen aquí a conjugarse el discurso del asesoramiento y el discurso periodístico. La interacción normalmente privada entre los asesores y sus clientes adquiere aquí un carácter público dada la difusión de una revista como *Maxim*. El formato con que la consulta de un lector como James Davis aparece en la revista se aproxima al intercambio epistolar, si bien hay convenciones ritualizadas de la comunicación epistolar –fecha, fórmulas de salutación, y despedida, longitud, etc– que no se dan en este género. El tipo de discurso que constituye la consulta concreta del número de agosto de 1999 que estamos estudiando es el producto de la elaboración de los editores de la sección de consulta de esta revista, los cuales le dan su forma final tras sucesivos procesos de transformación y adecuación de la consulta original de un lector al formato de esta sección, como ya se ha comentado en análisis previos. Hay que llamar la atención, a este respecto, sobre este proceso de producción discursiva, y observar de qué manera se ha reducido lo que en origen sería una consulta indudablemente más larga hasta limitarse a la brevedad con que aparece en la revista según las normas que presiden este consultorio en concreto. Su inclusión en la revista se justifica teniendo en cuenta el momento de la recepción y consumo de sus lectores, puesto que se ha estimado que esta consulta, y la respuesta que lleva pareja, encaja dentro de los intereses del lector ideal de *Maxim*.



En la construcción de este tipo de discurso adquiere un papel fundamental la **coherencia global** del texto que estamos estudiando. El **esquema** del texto se organiza a partir de las acciones de escribir al consultorio de una revista de estilo de vida masculino a propósito de temas relacionados con la forma física y recibir la respuesta correspondiente de parte del asesor de la susodicha sección. Sobre la base de estas dos acciones del esquema del texto se dibuja un tipo de hombre de lo más preocupado por su físico, y en concreto por el desarrollo de su musculatura; he aquí el **marco** del texto. Los **guiones** dan cuenta de hasta qué punto los hombres se ven presionados socialmente por cultivar una estética donde se realce la musculatura como valor asociado a la masculinidad. Los guiones reproducen así el modo en que hombres como James Davis se ponen en manos de especialistas en revistas como ésta a quienes ni siquiera conocen para tratar de aprender técnicas que repercutan en lo que ellos entienden como mejora de su estética personal.

La obsesión por adquirir modelos de actuar que satisfagan el tan ansiado desarrollo de los músculos de un hombre como Davis se manifiesta igualmente en la tipología de **actos de habla** del texto que estamos analizando, donde abundan los actos de tipo directivo. La consulta de Davis cobra forma de acto directivo con fuerza ilocutiva de pregunta (*When weight training, should I start with light weights and build up, or vice versa?*). En la réplica del asesor de esta publicación hay también directivos de distinto tipo con los que se demandan diferentes comportamientos de James Davis de cara a llevar a cabo sus entrenamientos con el menor costo en lesiones posible. Hay así consejos del propio asesor (*After warming up, you should lift the weights progressively*), y recomendaciones literalmente citadas de la obra de un experto en el tema objeto de consulta (*Start with a light weight, says Pearl, and progressively add resistance [extra weight] with each set. Never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion.*). No faltarán tampoco actos de habla de tipo representativo en la respuesta del responsable de esta sección, con los que describe los efectos positivos de llevar a cabo el entrenamiento de la manera recomendada (*He says, This prepares the muscles, tendons and ligaments for action. It gets the blood circulating, raises body temperature and enhances the flexibility of joints*). Además, el primer enunciado de la respuesta del asesor se articula por medio de un acto de habla comisivo, lo cual da cuenta del compromiso con sus recomendaciones para con los lectores (*Starting with light weights will go a long way to prevent injury,*

*according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger).*

Hay que decir, para acabar, que, aunque este tipo de discurso no se construye con los rasgos informales y conversaciones de otras muestras analizadas para este estudio, no faltan notas de coloquialidad en el lenguaje de esta consulta que contribuyen a aportar un tono familiar y distendido a la sección donde se genera este tipo de discurso, tales como el empleo de *phrasal verbs* (*build up; starting off; warming up*); contracciones (*...and he's a four-time Mr Universe...*); elipsis (*When [I am / you are / one is] weight training...*); o expresiones léxicas coloquiales (*...who knows a thing or two about weights...*).

### **II. 3. Diferencia y Cambio**

Las interpretaciones contextuales del lector y del asesor de esta consulta no difieren en manera alguna. James Davis baraja al cincuenta por ciento las posibilidades de realizar sus entrenamientos levantando primero las piezas más ligeras o las más pesadas, pero sin decantarse por ninguna fórmula de antemano. El responsable del consultorio de esta revista le recomienda comenzar primero con las más ligeras, lo cual se encuentra dentro de las opciones que este lector de Leeds se planteaba al formular su consulta.

## **III. EXPLICACIÓN**

### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

Se puede decir que existe una doble determinación social para el tipo de discurso que se construye a partir de los rasgos textuales y contextuales que hemos descrito más arriba. De un lado, este discurso da cuenta del influjo del consumismo que invade sociedades occidentales como la británica en el cambio de milenio, al que no escapan los hombres. Esta tendencia se materializa en la plétora de mensajes que instan a los jóvenes varones a cultivar su imagen por medio de innumerables reclamos publicitarios o de revistas dedicadas a la salud y la forma física:

*The relationship between the male body and the dominant discourses of masculinity converge upon the issue of desire. Consumer culture stimulates men's desires to be attractive, intelligent and effectual individuals through the lure of achieving an ideal masculine body and the promise of future perfection [...] bodybuilding provided a unique opportunity to examine the tensions within normative masculinity because the muscles are the distinctive symbol of masculinity (Wieggers, 1998: 153).*

Situaciones tan concretas como las consultas de los hombres sobre la práctica del levantamiento de pesas en revistas dedicadas al modo de vida masculino revelan esta tendencia social en un ámbito institucional como es el de las actividades de ocio y recreo de los hombres, ya sea leyendo estas publicaciones o realizando estos ejercicios en su tiempo libre. Resulta revelador, a este respecto, el hecho de que la presentación del autor cuya obra cita el asesor de esta revista para asesorar a James Davis incluya la referencia al precio de este libro y la editorial donde puede adquirirse (*Starting with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger* (Shelter Publications, £ 12.99)).

Sin embargo, el consumismo confluye en este momento histórico con la ansiedad e incertidumbre de muchos hombres ante la inestabilidad de las **relaciones de poder** tradicionales entre sexos, y de la consiguiente hegemonía y dominio patriarcal de los hombres. El cuestionamiento de premisas patriarcales básicas y del poder masculino en las diversas esferas de la vida social llevará a muchos varones a buscar, a modo de autodefensa, el consuelo de una cierta seguridad en la exhibición de su superioridad física frente a las mujeres mediante la práctica de actividades como el culturismo. Como afirma Jones:

*The significance of the body has shifted with the acceleration of progress in medical technologies, the decline of manufacturing and correlative obsolescence of the male body as a means of production, increasing individualism in political ideology and the decline of gender-specific labour. Faced with the disruption of its traditional identities, the male body has become a site for further exaggeration of gender difference, including the proliferation of hyper-masculine representations and body-practices in an effort to transcend and negate gender similarities to construct exclusively masculine discourses within contemporary culture (1993: 77 [subrayado nuestro]).*

### **III. 2. Ideologías**

El tipo de discurso que se construye en esta muestra del consultorio de *Maxim* incide en la recreación y divulgación de valores asociados a la masculinidad. Autores como Whitson se hacen eco de la estrecha relación que siempre ha existido entre las prácticas deportivas de distinto tipo y la dimensión de lo masculino: “In contemporary Western culture, arguably, sport (and specially confrontational games) ritualizes aggression and allows it to be linked with competitive achievement and, in turn, with masculinity” (1990: 27-28). Desde la sección de consulta de *Maxim*, y desde la revista

misma, se presupone el interés de sus lectores en las cuestiones que en ella se publican. Puede decirse, por tanto, que la atención a cuestiones como ésta, relacionadas con las prácticas deportivas y el culto al cuerpo, fomentan constructos ideológicos tradicionales sobre lo masculino basados en los valores de la supremacía y la hegemonía, valores asociados a las prácticas deportivas. En estas actividades se produce, como en ninguna otra, el ejercicio del cuerpo masculino y su exhibición como instrumento de dominio y control sobre individuos menos poderosos físicamente como puedan ser las mujeres. El culto al cuerpo generalizado entre muchos hombres va a ir surgiendo basado en la necesidad de validar la preponderancia y superioridad masculina tradicional en momentos de crisis de identidad generados por una situación económica inestable o el avance de los movimientos de liberación feminista desde los años setenta. Katz da cuenta de la emergencia de iconos cinematográficos como Schwarzenegger, Stallone o Willis, que servirán como modelos ideológicos sobre todo –pero no sólo, y aquí entran los destinatarios de revistas como ésta– a hombres de clase trabajadora:

*These cultural heroes rose to prominence in an era, the mid-to-late 1970s into the 1980s, in which working-class White males had to contend with increasing economic instability and dislocation, the perception of gains by people of color at the expense of the White working class, and a women's movement that overtly challenged male hegemony. In the face of these pressures, then, it is not surprising that White men (**especially but not exclusively working-class**) would latch onto big, muscular, violent men as cinematic heroes. For many males who were experiencing unsettling changes, one area of masculine power remained attainable: physical size and strength (1995: 134-135 [negrita nuestra]).*

### **III. 3. Efectos**

La consulta sobre un tema como el correcto entrenamiento a seguir para alcanzar un desarrollo muscular adecuado, inserta en una revista dedicada al modo de vida masculino como *Maxim*, constituye una forma de **discurso normativo**. Ahora bien, ya hemos visto que la función de este tipo de revistas es en gran medida la de ofrecer modelos genéricos de referencia en un momento de crisis de la masculinidad, desencadenado sobre todo por los cambios en las relaciones de poder entre hombres y mujeres. Bajo este fomento de actividades y modos de vida tradicionalmente ligados a lo masculino, como pueda ser el deporte y el propio desarrollo muscular, subyace una **lucha de poder encubierta** entre los sexos. Puede decirse que, frente al poder cada vez más preponderante de las mujeres en la sociedad y la progresiva pérdida de hegemonía de los hombres, desde foros como éste se potencia el cultivo de cualidades eminentemente unidas a las definiciones tradicionales de la masculinidad.

Hay autores que han exagerado, desde nuestra óptica, los efectos sexistas que los discursos sobre el vínculo entre masculinidad y deporte pueden tener en las luchas de poder entre géneros. Así ocurre con Whitson, para quien toda recreación de los valores asociados a lo masculino –incluido el deporte– comportaría la legitimación de estructuras basadas en la supremacía masculina a costa de la subyugación femenina:

*Sport is named as a male institution, not just in the numerical sense that many have pointed to but, more importantly, in the values and behavioural norms it promotes and ultimately naturalizes, both on the field and in organizational hierarchies. Second, and following from this, it is argued that the social attention and indeed acclaim that thereby are given to male “ways of being” help to confirm patterns of male privilege and female subordination (and indeed structures of domination) that exist outside sport (1990: 20).*

Este tipo de discurso no llega, ni mucho menos, al extremo propuesto por Whitson de favorecer unas relaciones de poder desequilibradas entre hombres y mujeres, aunque tampoco puede decirse que esté al servicio del establecimiento de una mayor paridad de poderes entre unos y otras; simplemente reproduce el *statu quo* existente.

**TEXTO 19: ZM, junio/julio 1999, p. 82.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El léxico del texto se estructura a partir de un **esquema de clasificación** que tiene que ver con las relaciones sentimentales en el ámbito laboral (*my boss; flirts; a secretary; this kind of relationship; outsiders; adults; your own job*). Hay una relación de **cuasi antonimia** entre *a laugh* y *seriously* (*He thinks it's a laugh, she takes it seriously*), que nos da idea de lo que el lector entiende como distintos modos de enfocar la relación por parte del jefe y de su secretaria.

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

Existen una serie de rasgos léxicos de dan cuenta de una dimensión relacional tan importante como son los riesgos profesionales que le pueda causar al lector que escribe desde Mánchester toda intromisión –aunque sea bienintencionada– en asuntos ajenos en su trabajo (*steer well clear; resent; intervene; putting your own job at risk; sort it out*). En este sentido, la referencia constante al ámbito laboral (*my boss; a secretary; you could be putting your own job at risk*) resulta elocuente de los conflictos emocionales que el mundo del trabajo produce en muchos hombres, hasta el punto de tener que escribir a secciones de consulta de revistas como ésta.

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

Observemos el valor evaluativo que cobra, en la pregunta de M. C. de Mánchester, la descripción de la secretaria de su jefe (*My boss flirts with a secretary much younger than him*). La consulta de este lector se desencadena precisamente por el hecho de que esta mujer sea mucho más joven que su superior. Se despierta así la alarma de este lector, tanto por este hecho como por el distinto modo de tomarse esta relación uno y otra (*He thinks it's a laugh, she takes it seriously*). Por otro lado, hay que hacerse eco de la manera drástica en que el asesor de esta sección desaconseja a M. C. que aparte de su pensamiento la idea de meterse por medio en esta relación entre su jefe y la secretaria de éste, dado lo perjudicial que esto puede ser para él (*Steer well clear of it [saying anything]; Both of them may resent any attempt you may make to intervene*).

**I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?**

No hay utilización alguna del léxico de manera metafórica.

## ***I. 2. Gramática***

### ***I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?***

Los **procesos verbales** que aparecen en este ejemplo van a ser variopintos, pues en la pregunta y la respuesta de que se compone esta consulta se mezclan dimensiones como el modo de obrar de los sujetos sociales de que se habla aquí, sus sentimientos y la pura descripción de las circunstancias que los rodean. Hay procesos materiales que remiten a las acciones del jefe y su secretaria que describe el lector (*My boss flirts with a secretary much younger than him; ... and it's up to them to sort it out*), y a cómo debe actuar este hombre según las recomendaciones de su asesor (*Steer well clear of it; Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your job at risk*). Los conflictos emocionales que en unos y otros produce esta relación se manifiestan en los procesos mentales de la muestra (*He thinks it's a laugh; She takes it seriously; People in this kind of relationship often know more about what's going on than outsiders think; Both of them may resent any attempt...*). La descripción de la situación en sí se lleva a cabo por medio de procesos relacionales (*He thinks it's a laugh; In any case they are adults and it's up to them to sort it out*); y la intención de este lector de Mánchester de hablar con sus compañeros da lugar a la aparición de un proceso verbal (*Should I say anything?*). Hay incluso un proceso existencial que nos remite a todo lo que está ocurriendo (*People in this kind of relationship often know more about what's going on than outsiders think*).

No existe duda de que la **agencialidad** en este fragmento queda clara, y de que no hay intento expreso de ocultarla por medio de sustantivaciones o la voz pasiva. Hay un caso de **sustantivación** cuando el lector describe el modo en que su jefe se toma la relación con su secretaria haciendo uso de una frase idiomática informal con *laugh* (*He thinks it's a laugh*); contextualmente queda claro que es él quien se ríe en todo caso. Algo parecido ocurre con *attempt*, donde la aparición de este proceso verbal sustantivado en el seno de una colocación con presencia expresa del agente del proceso a que da lugar dicha estructura no deja dudas interpretativas sobre su agencialidad (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene*).

No hay utilización alguna de la **negación** en esta consulta.

### ***I. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

La descripción de la relación de flirteo a que nos remite este lector de Mánchester, y de las nefastas consecuencias que toda intervención suya podría tener

para el futuro de su vida laboral según el asesor de *ZM*, se construye a través del **modo** declarativo (*My boss flirts with a secretary much younger than him. He thinks it's a laugh, she takes it seriously; People in this kind of relationship often know more about what's going on than outsiders think; In any case they are adults and it's up to them to sort it out; Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your own job at risk*). Según las convenciones de este género, la consulta concreta que plantea C. P. se lleva a cabo por medio del modo interrogativo (*Should I say anything?*). También hay que decir que el consejo fundamental y tajante del consejero de *ZM* a este varón de que evite inmiscuirse en los asuntos amorosos ajenos se plantea de modo drástico en modo imperativo, de manera que no le quede a este lector duda alguna de lo peligroso que puede resultar la actitud opuesta (*Steer well clear of it*).

El empleo del pronombre de segunda persona **YOU** por parte del asesor de esta sección remite directamente, según el uso exclusivo de esta forma, al lector que formula esta consulta desde Mánchester (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your own job at risk*). Aunque generaliza sobre situaciones como la que presenta B.C., no deja dudas sobre el modo en que los consejos que le da se dirigen a él en función del caso que le plantea.

En lo que respecta a la **modalidad** en el texto, hay que llamar la atención, ante todo, sobre la presencia de formas de **modalidad relacional**, bastante escasas en muchos de los ejemplos que venimos analizando en este trabajo. Consciente quizás de las consecuencias que un paso en falso puede tener si se mete por medio en la relación de su jefe con su secretaria, el lector emplea en su pregunta el auxiliar modal *should* para solicitar consejo al respecto (*Should I say anything?*). En este sentido, sabedor de lo pantanoso que resulta intervenir en las relaciones sentimentales ajenas que se desarrollan en el ámbito laboral, el asesor de esta publicación no vacila a la hora de utilizar el modo imperativo con valor deóntico (*Steer well clear of it*).

Aunque la presencia reiterada del modo declarativo incide en el compromiso de lector y asesor con la veracidad de los enunciados con los que dan forma a sus intervenciones, el asesor se sirve de formas marcadas de **modalidad expresiva** con las que informar a su cliente de la posibilidad de sufrir las perniciosas consecuencias de una decisión desacertada. De ahí el empleo de *may* por partida doble en su réplica para referirse a la posible reacción airada del jefe y de su secretaria si él se inmiscuye en su relación (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could*



*be putting your own job at risk*), así como para plantear la posibilidad misma de que este varón de Mánchester llegase a obrar así (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your own job at risk*). En la misma línea se encuentra la utilización de *could* como auxiliar modal de posibilidad, con el que el asesor informa a B.C. de los riesgos que corre su puesto de trabajo de meterse él por medio en la relación entre su superior y la joven secretaria de éste (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your own job at risk*).

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

Hay que señalar diferentes recursos encaminados a conferir textualidad al fragmento del consultorio aquí estudiado. Los casos de **referencia** personal nos remiten a los participantes más significativos de esta consulta, a saber, el lector mismo, su jefe y la joven secretaria de este último (*My boss flirts with a secretary much younger than him; He thinks it's a laugh, she takes it seriously; Should I say anything?; In any case they are adults and it's up to them to sort it out; Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your own job at risk*). En esta misma línea, el empleo del pronombre personal de tercera persona del singular *it* nos refiere al tipo de relación que mantienen jefe y secretaria, y a sus posibles consecuencias (*He thinks it's a laugh, she takes it seriously; Steer well clear of it; In any case they are adults and it's up to them to sort it out*). Por último, mediante la referencia comparativa, pone de relieve los distintos enfoques sobre este tipo de relación entre dos personas con tal diferencia de edad (*My boss flirts with a secretary much younger than him; people in this kind of relationship often know more about what is going on than outsiders think*).

No se utilizarán apenas **conectores** como recurso de cohesión en este fragmento del consultorio de ZM. La única excepción a esta norma es el empleo del marcador discursivo *in any case*, que aporta un matiz de contraste<sup>353</sup> en la respuesta del asesor al oponer el aparente desconocimiento de los resultados de la relación que mantienen jefe y secretaria con el hecho mismo de que sean adultos, y, como tal, lo suficientemente maduros como para discernirlo (*In any case they are adults and it's up to them to sort it out*).

---

<sup>353</sup> Quirk *et al.*, que abordan lo que otros lingüistas denominan *marcadores discursivos* como meras formas adverbiales, incluyen el caso de *in any case* dentro del grupo de las estructuras adverbiales en función conjunta (*conjuncts*), dándole a esta forma una función contrastiva, y, en concreto, concesiva (1985: 636).

Hay que señalar, por último, el escaso desarrollo que adquieren los recursos de **cohesión léxica** en el fragmento de la sección de consulta de *ZM* que aquí está siendo analizado. Podemos apuntar, con todo, algunos casos de colocación como *take seriously* (...*she takes it seriously*), *steer clear* (*Steer well clear of it*) o *make an attempt* (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene*).

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura global del texto es propia de las secciones de consulta, con sendas subsecciones de pregunta y respuesta, que en nuestro ejemplo aparecen precedidas por las iniciales *Q* (*Question*) y *A* (*Answer*). No se puede decir que la pregunta se acomode a un tipo de texto característico; la individualidad de esta subsección en el conjunto del texto se entiende más bien en tanto que dentro de una macroestructura dialogal mínima, donde, de acuerdo con las convenciones formales del género de los consultorios en prensa, el turno de palabra del lector espera el correspondiente del asesor de la revista. Ahora bien, en el caso de la subsección de respuesta, podría hablarse de una tendencia a lo explicativo. Ocurre así que la recomendación inicial del consejero de esta revista (*Steer well clear of it*) funciona como el esquema inicial de toda macroestructura explicativa –**Proposición explicativa 0**–. Queda implícita la problematización o modo de preguntarse sobre el porqué ha de huir el lector de todo entrometimiento en las relaciones entre otros compañeros –**Proposición explicativa 1**–. Asistimos, seguidamente, al recorrido explicativo propiamente dicho en que se exponen las razones por las que le conviene no inmiscuirse en la relación entre su jefe y secretaria (*People in this kind of relationship often know more about what's going on than outsiders think. In any case they are adults and it's up to them to sort it out*); sería ésta la **proposición explicativa 2**. La macroestructura explicativa finaliza con un enunciado en el que se recapitula esta exposición y se evalúan los riesgos de hablar con sus compañeros de trabajo sobre la relación que mantienen, o **proposición explicativa 3** (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your own job at risk*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

Con objeto de interpretar el contexto situacional de la muestra de *ZM* aquí analizada, trataremos de responder a las siguientes variables:

##### **1) ¿Qué sucede?**

La situación comunicativa que cobra forma a partir del fragmento que estamos analizando se estructura en torno a dos **actividades** principales: la solicitud de asesoramiento de M. C. desde Mánchester sobre la conveniencia o no de intervenir en la relación afectiva de dos compañeros de trabajo; y el hecho de responderle el responsable de esta sección para desaconsejar completamente esta actitud.

Existen, por lo tanto, dos **tópicos** fundamentales en este fragmento: por un lado, la relación que en el ámbito laboral se desarrolla entre un jefe y su secretaria, mucho más joven que él; y, por otro, la posible intervención de compañeros de trabajo como este lector para hacer ver a cada miembro de esa pareja como se está tomando las cosas el otro.

Hablaremos así del **propósito** comunicativo esencial de dar respuesta a las dudas de M.C. sobre la conveniencia o no de entrometerse en la relación que mantienen su jefe y una compañera, dado lo en serio que ella se lo toma por oposición a su superior. De este propósito principal, se deriva otro secundario, el cual consiste en aplicar este mismo consejo a muchos otros hombres que, de manera similar, se planteen meterse de por medio en relaciones de este tipo en sus trabajos.

##### **2) ¿Quién participa?**

Los **participantes** en la situación comunicativa que estamos analizando son los siguientes: el lector de Mánchester de iniciales M.C. que formula la consulta aquí analizada; el asesor de la sección de consulta de *ZM*, cuyo nombre no conocemos; el jefe de este lector y la secretaria con la que mantiene una relación de flirteo en el trabajo; los editores de este consultorio; y los lectores que, habiendo comprado el número de junio/julio de 1999 de esta revista, tienen acceso a esta pregunta y su respuesta.

### 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación entre lector y asesor no deja de tener el carácter neutro que corresponde a una sección de la prensa en la que el único contacto entre lectores y asesores se produce con motivo de la suerte de transacción en virtud de la cual el uno ofrece al otro una información que le es precisa para solucionar un conflicto vital a cambio de que compre la revista en que aparecerá publicada la respuesta que tanto ansía. La relación entre los editores y los lectores de esta sección es también similar a la esperable en una revista de estas características, donde los primeros deciden incluir una consulta como ésta, al estimarla representativa de los intereses de los segundos. Finalmente, la relación entre el jefe y la secretaria que tanto preocupa a nuestro lector, a pesar del aparente acercamiento a que dan lugar sus escauceos amorosos, no resulta lo sincera que debería, puesto que hay terceros capaces de observar que, mientras el superior no deja de ver la relación con su secretaria como una aventura, ella se toma totalmente en serio sus iniciativas.

### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

La **función instrumental** del lenguaje de este texto posibilita la relación entre el lector que escribe desde Mánchester y su asesor, y, lo que es más importante de cara a nuestro análisis, entre los editores de esta sección de consulta y el público lector del número de verano de 1999. La selección de esta muestra desde una revista para hombres dada su representatividad de los conflictos emocionales por los que muchos otros hombres están atravesando en el trabajo otorga al lenguaje con que se construye una **función de identidad**. Precisamente, las notas definitorias del modelo de identidad de género que con esta consulta se promueve definen la **función ideacional** del lenguaje de la misma; concretamente, habría que apuntar el tipo de hombre que no es capaz de permanecer impasible ante las falsas ilusiones que una compañera suya se está haciendo a partir de los juegos amorosos sin pretensiones de su superior. El modo en que los consejos sobre este tema influye en la actitud de lectores como éste de Mánchester en su entorno laboral determinarán la **función relacional** del lenguaje de este fragmento.

## **B. Contexto intertextual**

La **serie histórica** en que se enclava este texto corresponde a la aparición de un género como el de las columnas de consulta en revistas para hombres que rompe con una tendencia generalizada entre los varones a evitar el recurso a toda forma de

asesoramiento, en función de un modo de socialización que favorece la expresión de los propios sentimientos y vulnerabilidades entre los varones:

*Many approaches to personal counseling require that clients bring a sense of self-awareness to the counseling room; yet men appear to be socialized away from self-awareness and encouraged to control (or hide) their feelings [...] Men, however, are taught to hide their vulnerabilities to maintain a competitive edge (Robertson y Fitzgerald, 1992: 240).*

Sin embargo, la inestabilidad del rol de género masculino como consecuencia de los cambios sociales en instituciones como el mundo laboral o la familia, donde han venido dejando de ser válidos los modelos patriarcales tradicionales en que se basaba la hegemonía masculina en sociedad, dará lugar a situaciones de estrés y ansiedad entre muchos varones ante las dificultades para ejercer su masculinidad según parámetros tradicionales<sup>354</sup>. De ahí el auge de diversas formas de asesoramiento para hombres.

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Las características textuales y contextuales que hemos descrito en la muestra que estamos analizando contribuyen a la construcción de un tipo de discurso que versa sobre las dificultades de los hombres para hacer frente a las tribulaciones en su entorno laboral. Los discursos sociales del asesoramiento y el periodístico se conjugan bajo una estructuración formal cuasi epistolar para dar lugar a este tipo de discurso, que toma cuerpo en el género de los consultorios, comunes en periódicos y revistas, sobre temas diversos. Hay que observar de qué modo se pierde en este género la privacidad de otras variantes del discursos del asesoramiento como pudieran ser las entrevistas entre asesores y clientes en ámbitos psicoterapéuticos, religiosos o escolares. Este tipo de discurso adquiere un carácter público como consecuencia de su colateralidad con el discurso periodístico, en uno de cuyos vehículos de difusión, la revista *ZM*, se produce. En cualquier caso, faltan en este tipo de discurso muchos otros rasgos esenciales del discurso periodístico, como es el interés por los hechos noticiosos.

La clase de discurso que aquí abordamos es el producto de la elaboración editorial de los responsables de la sección de consulta de la revista *ZM*. La consulta original de M.C. de Mánchester ha quedado reducida a la brevedad a la que han de adaptarse las preguntas de este consultorio según un rígido formato. Por otro lado, hay

---

<sup>354</sup> Es lo que se ha dado en llamar “estrés asociado al rol de género masculino” (*masculine gender-role stress*), según explican Tokar *et al.* en un reciente estudio: “Perceived failure to meet cultural standards of masculinity may result in masculine role stress, especially for men who are strongly committed to those standards” (2000: 380).

que insistir en la recepción de este tipo de discurso; en efecto, como todas las consultas que componen esta sección, su publicación no es aleatoria, sino que viene dada por la estimación del consejo redactor de su idoneidad de acuerdo con el tipo de lector ideal de la revista.

Algunos aspectos de **coherencia global** de este fragmento resultan especialmente útiles para desentrañar los mecanismos mediante los cuales adquiere cuerpo este tipo de discurso. Así ocurre con el **esquema** del texto, que incorpora las acciones de buscar en el consultorio de una revista masculina asesoramiento sobre un conflicto emocional que se desarrolla en el trabajo, por un lado; y, por otro, encontrar el consejo de un especialista en el modo de vida masculino sobre el problema planteado. El **marco** del texto hace pensar en un hombre temeroso de dar un paso en falso al inmiscuirse en la relación de flirteo que mantienen su jefe y la secretaria de éste, donde sólo ella se toma en serio este coqueteo, sin darse cuenta de que su superior no ve más que una aventura en potencia. Así pues, los **guiones** de esta muestra ponen al descubierto la inseguridad del lector al no saber sopesar por sí mismo los riesgos que corre de intervenir en la relación entre su jefe y secretaria, y tener que recurrir al consultorio de una revista como *ZM* para que le clarifiquen la situación.

En el apartado de **actos de habla**, hay que decir que existe una distribución que no dista mucho de las convenciones del género de los consultorios de la prensa en que se inserta este tipo de discurso. Abundan los actos representativos en la presentación del estado de cosas que lleva a este lector de Mánchester a escribir a la revista (*My boss flirts with a secretary much younger than him. He thinks it's a laugh, she takes it seriously*), y en los razonamientos que el asesor de la misma le ofrece con objeto de convencerlo de que no se meta de por medio en los devaneos amorosos de compañeros de trabajo suyos (*People in this kind of relationship often know more about what's going on than outsiders think; In any case they are adults and it's up to them to sort it out; Both of them may resent any attempt you make to intervene and you could be putting your own job at risk*). Ahora bien, la necesidad imperiosa de ser informado sobre la manera más prudente de actuar al respecto mueve a este joven a ponerse en contacto con la sección de consulta de esta publicación, y conlleva el empleo, por su parte, de un acto de habla directivo con fuerza ilocutiva de pregunta (*Should I say anything?*). En este sentido, el consejo fundamental en torno al cual se estructura la totalidad de la respuesta del asesor de esta revista se formula a través de un acto de

habla directivo con fuerza ilocutiva de recomendación que se construye de modo directo (*Steer well clear of it*).

Al contrario que en otros textos analizados, no hay que reseñar muchos rasgos léxicos, gramaticales o de **coherencia local** con los que atribuir un tono coloquial y conversacional al tipo de discurso sobre lo masculino que se construye en este fragmento del consultorio de *ZM*. No faltará, con todo, alguna nota propia del registro coloquial, como puedan ser algunas contracciones (*He thinks it's a laugh; and it's up to them to sort it out*); expresiones informales (*He thinks it's a laugh; Steer well clear of it*); o *phrasal verbs*; (*People in this kind of relationship often know more about what is going on than outsiders think; ...and it's up to them to sort it out*).

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

No podemos decir que la interpretación de los contextos situacional e intertextual que llevan a cabo los participantes difiera sustancialmente. El lector de Mánchester se plantea el meterse de por medio en la relación que está surgiendo entre su jefe y la secretaria de éste para abriles a ambos los ojos sobre lo que cada uno realmente espera y no se atreve a decir en esa relación. Sin embargo, no lo hace, y solicita el asesoramiento del experto de *ZM* antes de tomar una decisión al respecto. Por eso, las recomendaciones de este especialista en temas masculinos de que huya a toda costa de entrometerse en asuntos ajenos es una posibilidad con la que M.C. contaba desde el principio.

## ***III. EXPLICACIÓN***

### ***III. 1. Condicionamientos Sociales***

La matriz social de este tipo de discurso se localiza en la aparición misma de las revistas para hombres en el Reino Unido. Como ya hemos reiterado a lo largo de este trabajo, el cambio en las **relaciones de poder** entre hombres y mujeres de los últimos decenios dará lugar al progresivo desmoronamiento de valores tradicionalmente asociados a lo masculino.

En este sentido, el profundo sentimiento de crisis que impregna a las concepciones tradicionales de masculinidad en el mundo occidental –y como tal en el Reino Unido, tal y como atestiguan obras como la de Horrocks (1994)– va a dar lugar a un sentimiento generalizado de inseguridad, vacío y desconcierto en muchos hombres que no se verán ya protegidos por la incuestionabilidad de la sociedad patriarcal

tradicional. La aparición del mercado de revistas de interés general para hombres en Gran Bretaña da cuenta, en el ámbito institucional de las actividades de ocio y tiempo libre –al que estas publicaciones sirven de instrumento para muchos hombres– de la necesidad de ofrecer a muchos varones fórmulas con las que afrontar momentos de cambio muchas veces difíciles de abordar. El tratamiento explícito de cuestiones como la moda, la salud o las relaciones de pareja ofrece así a muchos hombres modelos de identidad masculina para muchos lectores de este tipo de publicaciones. Según Jackson, Brooks y Stevenson: “Whereas the gender address of earlier men’s magazines was only implicit, magazines such as *GQ*, *FHM* and *Loaded* address their readers explicitly as men, and appeal to a sense of shared ‘lifestyle’ which includes previously neglected topics such as fashion, health and relationships” (1999: 354). Ocurre, pues, que consultas tan concretas como la que aquí analizamos, referente al modo de actuar ante las relaciones amorosas entre compañeros en el trabajo, reproducen en el nivel situacional esta función de las revistas para hombres a la que acabamos de hacer mención.

### ***III. 2. Ideologías***

La respuesta que se da al lector desde el consultorio de esta publicación está en la línea de disuadirlo de todo intento de entremeterse en las relaciones que mantienen dos compañeros suyos de trabajo. Sin embargo, la consulta da prioridad a la dimensión de las emociones y los sentimientos que lectores como el que aquí escribe tienen a veces dificultades en encauzar, hasta el punto de poner en riesgo su propio empleo en caso de tomar una decisión errónea. La ideología que acompaña la construcción de la masculinidad efectuada en esta muestra reproduce la aproximación a la dimensión de sus sentimientos y emociones que lleva pareja la figura del *New Man* que recurrentemente emerge como patrón masculino en revistas de estilo de vida masculino como *ZM*. Hearn y Morgan afirman a este respecto: “This ‘new man’ is supposed to demonstrate a wider range of domestic involvements, a wider range of emotional responses and a greater willingness to criticize his own practices” (1990b: 16).

### ***III. 3. Efectos***

La utilización desde esta revista para hombres del formato clásico de los consultorios de la prensa para dar respuesta a las preguntas de sus lectores sobre su dimensión de género constituye un claro ejemplo de **discurso normativo**. Este tipo de



discurso conlleva la **lucha de poder que, de manera encubierta**, se encuentra en la raíz misma del surgimiento del mercado británico de revistas para hombres; revistas para hombres como *ZM* son prueba de las tribulaciones experimentadas por las formas hegemónicas de masculinidad tradicional –como pueda ser el tipo de lector heterosexual, de edad media y elevados ingresos que consume estas revistas– ante las nuevas ideas de grupos históricamente subyugados, como las mujeres, a raíz del impacto del movimiento de liberación feminista<sup>355</sup>.

Podemos afirmar, pues, que este tipo de discurso coadyuva a promover modelos de masculinidad basados en la aproximación a dimensiones de las que los hombres se han sentido desvinculados durante largo tiempo, como pudiera ser la esfera de las propias emociones, y el respeto por las mujeres, tal y como evidencia la preocupación de este lector por el desengaño amoroso del que puede llegar a ser víctima su joven compañera de trabajo por parte de un jefe que no la toma especialmente en serio y sólo aspira a obtener sus favores sexuales.

---

<sup>355</sup> Según Messner, “Men, as a group, are not oppressed by gender, but some certainly feel threatened by women’s challenge to their power” (1993: 730).

**TEXTO 20: GQ, agosto 1999, p. 168.**

**I. DESCRIPCIÓN**

**I. 1. Vocabulario**

**I. 1. 1. ¿Qué valores experienciales poseen las palabras?**

El **esquema de clasificación** léxica que organiza el vocabulario de esta muestra tiene que ver la dimensión de la estética y la moda masculina, y en concreto con el modo más apropiado de llevar una camisa (*wearing his formal spread-collar shirts; tie-less and open to the sternum; button-down shirts* [dos veces]; *worn open at the neck; “louche look”* [dos veces]; *ties; open-collar shirt looks; the casual weekend shirt with button cuffs, perhaps made in an Oxford cotton style; the reappearance of the male cleavage into polite society; the style*). Hay una relación de **antonimia** a propósito del distinto modo de entender lector y asesor el tipo de camisas que pueden llevarse desabrochadas al cuello (*Am I right?; No, you’re wrong*); y de **cuasi sinonimia**, respecto al hecho de dejar ver los hombres que llevan las camisas abiertas parte de su pecho (*wearing his formal spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum; the reappearance of the male cleavage into polite society*).

**I. 1. 2. ¿Qué valores relacionales tienen las palabras?**

La alusión a la novia del lector que escribe esta consulta da idea de hasta qué punto los hombres tienen presente la opinión de sus parejas en lo referente al cuidado de su estética personal, y, especialmente, de su modo de vestir; esta consulta surge, de hecho, de las discrepancias entre un lector llamado Bruce A. King y su novia a propósito del tipo de camisa que se puede llevar desabotonada (*My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same “louche” look; You should be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria*).

**I. 1. 3. ¿Qué valores expresivos tienen las palabras?**

La presión que la sociedad actual ejerce sobre los hombres para que cuiden cada vez más su imagen, y hagan gala de una apariencia física casi perfecta, se pone de manifiesto en la dimensión evaluativa que cobra la descripción que realiza el asesor de GQ del tipo de hombre que se puede permitir llevar las camisas sin abotonar al cuello (*Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work*). Por otro lado, hay que llamar la atención sobre el modo en que el responsable del consultorio de esta revista pone en duda los criterios de estética y moda de Bruce King para confirmar los de su novia, como prueban los adjetivos *wrong* y *acceptable* (*You’re wrong; There are several open-collar shirt looks that are acceptable*). También hay que reseñar la

dimensión evaluativa de los adjetivos *louche* y *languorous* con que se describe la estética premeditadamente descuidada del tipo de hombre que lleva la camisa con varios botones sin abrochar (*My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same “louche” look; ...the louche look you describe is back in a big way; This style was largely hatched in languorous Gucci advertising*).

#### **I. 1. 4. ¿Qué metáforas se usan?**

Habría que señalar el uso metafórico del verbo *hatch* para referirse a la eclosión de la estética a la que se refiere el lector de esta muestra cuando habla de la tendencia a llevar las camisas abiertas hasta la mitad del pecho (*This style was largely hatched in languorous Gucci advertising*). También es metafórico el empleo de *cleavage*, vocablo informal que remite al “canalillo” del pecho femenino que dejan entrever algunos escotes, y que aquí se atribuye también a algunos varones cuando llevan parte de la camisa abierta (*...and the reappearance of the male cleavage into polite society*).

### **I. 2. Gramática**

#### **I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?**

Los **procesos verbales** utilizados en la consulta de Bruce King tienden a ser materiales cuando este lector se refiere básicamente a las acciones relacionadas con vestirse de uno u otro modo (*The sight of Hugh Grant wearing his formal spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill; My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same “louche” look; ...only buttoned-down shirts could be worn open at the neck*), aunque hay algún proceso material que escapa a esta estructuración de la realidad (*The sight of Hugh Grant wearing his formal spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill*). Por otro lado, los procesos serán mentales cuando describan la dimensión emocional que en la vida de esta pareja produce el discernir si los hombres pueden llevar la camisa sin abrochar al cuello (*I always thought...*). Hay también un proceso relacional, con el que el lector pide que se le describa su creencia como verdadera o no (*Am I right?*).

En la respuesta que el asesor de *GQ* ofrece a King vamos a contar, por contra, con más procesos relacionales dada la descripción que se lleva a cabo de las circunstancias que permiten llevar camisas con el cuello sin abrochar (*No, you're wrong; Although it is true to say...; ...there are several open-collar shirt looks that are acceptable; The most usual is the casual weekend shirt with button cuffs; etc.*).

Tampoco faltan procesos materiales, que nos remiten a acciones relacionadas con vestir de uno u otro modo, a la formulación de la pregunta de Bruce King o al funcionamiento de diversas tendencias de mercado (*...that ties should never be worn with button-down shirts; etc.*). Existen también procesos mentales que revelan el distinto modo de enfocar el tema por ambos miembros de la pareja y por el mismo asesor (*...and I think you should be grateful that your girlfriend thinks ...*). Hay, por último, que señalar algún otro tipo de proceso que escapa a esta tipología general: existenciales (*...there are several open-collar shirt looks...*) o verbales (*Although it is true to say that*).

En lo referente a la **agencialidad** en esta consulta, se pueden constatar varias **sustantivaciones**. A pesar de que contextualmente no quedan dudas de que es a este mismo lector a quien no le ha gustado *Notting Hill* tanto como habría esperado debido a la indumentaria de su protagonista, la sustantivación camufla de algún modo la mención explícita al hecho de que un hombre como Bruce King se preocupe por la moda masculina hasta el punto de que ello influya en el grado en que disfruta de una película (*The sight of Hugh Grant wearing his formal, spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill*). Por otro lado, mediante la sustantivación se sostiene una afirmación poco precisa como la que hace referencia a la reaparición de la estética de los sesenta y los setenta, sin que se informe de cuándo ocurre esto exactamente (*However, thanks to the recent wave of Sixties and Seventies nostalgia – and the reappearance of the male cleavage into polite society...*).

Tampoco faltan casos de utilización de la **voz pasiva**. En tres ocasiones, la desaparición del agente vuelve a evitar la mención explícita a los hombres en tanto que destinatarios de unas normas de moda y estética específica (*I always thought only buttoned-down shirts could be worn open to the neck; ...ties should never be worn with button-down shirts; this style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted across the market*). Puede decirse, pues, que, a pesar de que la consulta da cuenta del claro interés de varones como este lector por la moda, mediante la sustantivación y la voz pasiva, se consigue atenuar la imagen de los hombres como excesivamente preocupados por cuestiones que tradicionalmente se han entendido como patrimonio de la feminidad. Hay un cuarto caso de empleo de la voz pasiva con el que se obvia la mención a los responsables de la creación de tendencias de moda en sociedad (*This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns...*), si bien se explicita al incluir el nombre comercial de la misma.

Se pueden constatar dos casos de utilización de la **negación** en este fragmento. Uno es la respuesta corta con la que el asesor descarta de plano la creencia del lector que le escribe de que sólo se pueden llevar desabrochadas las camisas con botones al cuello (*No, you're wrong*). También en la respuesta del asesor se postula que nunca se debe uno poner corbata si se lleva una camisa con botones (*Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts...*). Con este segundo ejemplo, podemos hablar de la relación intertextual que se establece entre dos niveles distintos del discurso del asesor: en un nivel se recomienda el no osar a ponerse corbata con camisas de las que tienen botones en el cuello, y en otro se hace referencia a la práctica en sí –desde esta sección estimada como hartamente reprobable– de llevar corbata con este tipo de camisas.

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Prácticamente la totalidad de los enunciados de esta muestra se construyen en **modo** declarativo, con la única excepción de la pregunta en torno a la cual se estructura esta consulta, que se formula en modo interrogativo (*Am I right?*). En este sentido, Bruce A. King discute en modo declarativo sus convicciones sobre las normas que rigen qué camisas se pueden llevar desabrochadas, y el porqué de sus recientes dudas (*The sight of Hugh Grant wearing his formal, spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill; My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same “louche” look; I always thought only buttoned-down shirts could be worn open at the neck*). Por otro lado, dado que el asesor no siente la necesidad de imponer una conducta determinada a este lector para solucionar ningún tipo de conflicto, sino que tan sólo ha de argumentarle que existen ciertos tipos de camisas que pueden llevarse sin abrochar al cuello, encontramos la totalidad de su réplica también redactada en modo declarativo.

La utilización del pronombre de segunda persona **YOU** por parte del asesor de *GQ* como deíctico nos remite a la relación de comunicación directa que se establece entre ambos interlocutores (*No, you're wrong; ...the louche look you describe is back in a big way; I think you should be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria*). En la respuesta, *you* sirve para dejar claro que, a pesar de que las reflexiones sobre moda para hombre son aplicables a una pluralidad de lectores de sexo masculino, el asesor de esta sección insiste en personalizar su respuesta y hacer partícipe a King de cómo le atañen a él estas tendencias generales de moda de caballero.

Referente al valor de la **modalidad** en este ejemplo, hay que destacar, ante todo, la relevancia que, en comparación con otros textos analizados, adquieren las formas de **modalidad relacional**. King se sirve de *could* como forma de pasado del auxiliar modal *can* para expresar posibilidad, en concreto sobre qué camisas se permite llevar desabrochadas, en su consulta (*I always thought only buttoned-down shirts could be worn open at the neck*). Este auxiliar incorpora un matiz de coloquialidad al tipo de discurso en que aparece. El responsable de la sección de consulta de esta revista, por otra parte, incide en las normas que rigen la indumentaria masculina. Prueba de ello es el empleo del auxiliar modal *should* (*Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts, there are several open-collar shirt looks that are acceptable*) y de la forma verbal sin valor modal estricto *need to*<sup>356</sup> (*Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work*). Además, este asesor no duda en servirse de *should* como forma de obligación para hacer ver al hombre que formula esta consulta el agradecimiento que ha de tener para con su novia por considerarlo digno de una estética en la que sólo encajan hombres especialmente agradecidos físicamente (*...and I think you should be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria*).

En la esfera de la **modalidad expresiva**, a primera vista podría pensarse que la falta de auxiliares modales epistémicos significa que no ha habido necesidad de matizar la actitud de los interlocutores respecto a la verdad de los enunciados que dan forma a sus respectivas intervenciones. La visión aparentemente cristalina del mundo que confiere el empleo del modo declarativo –omnipresente en este fragmento– oculta un total compromiso de lector y asesor con la veracidad de sus juicios. Véase, si no, el efecto de la cursiva para enfatizar el compromiso del asesor con su enunciado sobre moda, enunciado que no deja de estar formulado por medio del modo declarativo y sin marcas aparentes de modalidad (*Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts, there are<sup>357</sup> several open-collar shirt looks that are acceptable*).

Sin embargo, adquieren un valor epistémico innegable formas como *really* en la pregunta del lector; o, en la respuesta del asesor de esta revista, *perhaps* (*The most usual is the casual weekend shirt with button cuffs, perhaps made in an Oxford cotton*),

---

<sup>356</sup> Véanse los comentarios a propósito de *need to* con propiedades similares en el apartado de modalidad del texto 4.

<sup>357</sup> El original en la muestra analizada aparece en cursiva.

obviously (*Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work...*) y *I think (...and I think you should be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria)*<sup>358</sup>. También conviene apuntar que, al debatirse el valor de creencias bastante arraigadas sobre las normas que determinan qué circunstancias permiten llevar uno u otro tipo de camisas abiertas, van a jugar un papel muy importante las formas de modalización relativas a la frecuencia (*I always thought only buttoned-down shirts could be worn open at the neck; Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts, there are several open-collar shirt looks that are acceptable*)<sup>359</sup>.

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

Los mecanismos en que se basa la cohesión de este texto van a ser de muy diferente tipo. Comenzaremos haciéndonos eco del empleo de la **referencia** personal para hacer mención a los participantes principales en la consulta que plantea Bruce King, a saber, él mismo, el asesor que lo aconseja sobre moda masculina, y Hugh Grant, actor que despertó en él las dudas sobre qué camisas pueden llevarse abiertas al cuello (*The sight of Hugh Grant wearing his formal, spread-collar shirts; My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt...; I always thought...; Am I right?; No you're wrong; I think you should be grateful that your girlfriend thinks that you fulfil these criteria*). También se constatan algunos casos de referencia comparativa (*My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same "louche" look*), y de referencia demostrativa (*This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns; ... you fulfil these criteria*).

En lo que se refiere al uso de **conectores** como recurso de cohesión, hay que comenzar notando la escasa relevancia que éstos adquieren en la pregunta de Bruce King, donde sólo es digno de mención el empleo de *on the other hand* como marcador discursivo (*My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same "louche" look*) que, igual que el correspondiente castellano *por otra parte*, contribuye a la organización global de la consulta del lector marcando una transición en el discurso (Calsamiglia y Tusón, 1999: 246)<sup>360</sup>, contraponiendo las opiniones del lector y su novia

<sup>358</sup> Coates (1987) señala el valor modal epistémico de formas como las aquí indicadas, que son índices de los juicios sobre posibilidad del hablante, fundamentalmente en inglés oral, pero también en el escrito.

<sup>359</sup> Véase Halliday (1994: 356).

<sup>360</sup> Una vez más, Quirk *et al.* clasifican *on the other hand* como una forma adverbial en función conjunta (*conjunct*), a la que dan, en apartados distintos de su gramática, un valor concesivo (1985: 636) y contrastivo (*ibid.*: 1088), lo que incide en el valor de transición del que hablan Calsamiglia y Tusón (1999). También Fraser (1999: 944) entiende esta forma como marcador discursivo.

sobre estética masculina. En este sentido, hay que incidir especialmente en la fuerza que, de igual modo, cobran las relaciones de oposición y contrariedad en la respuesta del asesor de *GQ*, como prueban las conjunciones concesivas (*Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts, there are several open-collar shirt looks that are acceptable*) y adversativas (*This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted across the market*), así como el conector contrastivo *however* (*However, thanks to the recent wave of Sixties and Seventies nostalgia – and the reappearance of the male cleavage into polite society – the louche look you describe is back in a big way*)<sup>361</sup>. La profusión de estas formas con valor contrastivo nos da una idea clara de lo opuestas que se encuentran muchas veces las concepciones sobre moda masculina. Tampoco podemos dejar de lado el caso de *obviously* (*Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work*), forma adverbial disjunta (*disjunct*) que, según Quirk *et al.* (1985: 622), incorpora un juicio de valor realizado por el hablante; esta forma adverbial disjunta tiene categoría de marcador discursivo según Fraser (1999: 942). En cualquier caso, la utilización de *obviously* manifiesta el compromiso del asesor de la revista con las recomendaciones sobre moda de caballero que le hace a King.

Los casos de **coordinación** de este fragmento son poco numerosos (*This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted across the market; Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work and I think you should be grateful ...*), lo que da cuenta de la elaboración del tipo de discurso de esta muestra de la sección de consulta de la revista *GQ*. Más abundantes son los casos de **subordinación**. Por su valor ideológico, hay que mencionar la cláusula adverbial concesiva, con la que el asesor contrarresta la validez de las ideas de partida del lector sobre estética (*Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts, there are several open-collar shirt looks that are acceptable*), y la adverbial final, que da cuenta del propósito central de tener una apariencia adecuada (*Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work*).

---

<sup>361</sup> Aunque Fairclough (1989), utiliza en su modelo de Análisis Crítico del Discurso, que en este trabajo empleamos, el término **conector** para estudiar las relaciones cohesivas introducidas por conjunciones y marcadores discursivos, para Calsamiglia y Tusón, la categoría de los *conectores* propiamente dichos, comprende un tipo especial de marcadores discursivos: “los marcadores del discurso que se pueden llamar más propiamente conectores son los que sirven para poner en relación lógico-semántica segmentos textuales, sean enunciados o conjuntos de enunciados” (1999: 247). En su estudio de los marcadores



En el apartado de **cohesión léxica**, podemos constatar repeticiones (*wear/wearing/worn* [cuatro veces]; *shirt(s)* [cinco veces]; *ties* [dos veces]; *look(s)* [tres veces]; *louche* [dos veces]; *button-down* [dos veces]; *girlfriend* [dos veces]); antónimos (*right/wrong*); cuasi sinónimos (*open at the neck/open-collar*); y colocaciones (*fulfil criteria*).

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

La macroestructura de este texto en su conjunto responde a las convenciones formales del género de las columnas de consulta en prensa escrita, con sendas secciones de pregunta y respuesta, que en esta muestra vienen introducidas por la iniciales *Q* y *A* de *question* y *answer*. Estas dos secciones conforman básicamente un diálogo reducido a dos únicas réplicas, las de Bruce King y el asesor de *GQ*.

En lo relativo a la sección de pregunta, no puede decirse que se esté narrando, describiendo, argumentando o explicando con toda claridad. Tan sólo existe una pregunta concreta –el querer cerciorarse de si sólo pueden llevarse desabrochadas las camisas con botones en el cuello (*I always thought only buttoned-down shirts could be worn open at the neck*)– que viene precedida de la presentación de las circunstancias que hacen brotar esa duda (*The sight of Hugh Grant wearing his formal spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill. My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same “louche” look*).

Por otro lado, la respuesta del asesor de la sección de consulta de *GQ* va a adoptar un tono explicativo, según el siguiente modelo prototípico que en su manual de Análisis del Discurso reproducen Calsamiglia y Tusón (1999: 307-317):

1. Se parte de un esquema inicial en que se hace referencia a un objeto complejo, desconocido y oscuro; a saber, las razones por las que las creencias de partida del lector no son correctas (*No, you're wrong*). Sería ésta la **proposición explicativa 0**.
2. Queda implícita la **proposición explicativa 1**, donde se problematiza este objeto inicial.
3. A continuación, se pasa a activar un esquema explicativo –**proposición explicativa 2**– con el que se exponen las razones por las que, desde el consultorio de *GQ*, se estima que el juicio inicial de Bruce King sobre qué tipo de camisas se pueden llevar desabotonadas es erróneo (*Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts, there are several open-collar shirt looks that are acceptable...*)<sup>362</sup>.

---

discursivos en inglés, Fraser (1999: 938, 946) considera que *however* es un marcador discursivo con valor contrastivo.

<sup>362</sup> Destacaremos el modo en que, a pesar de que se apunta la existencia de diferentes modalidades de estética masculina que permiten llevar la camisa desabotonada al cuello, se dan distintos ejemplos. El

4. Se puede entrever, por último, a modo de conclusión, una evaluación, por parte del asesor de *GQ*, de la situación inicial presentada por el lector en su consulta, y de las opiniones de su novia, que se valoran en esta **proposición explicativa 3**. A partir de la presentación de los requisitos físicos de quien adopta uno de esos modelos estéticos masculinos, se pasa a emitir un juicio de valor sobre el estado de cosas previo que describe el lector en su pregunta, y que, por tanto, da lugar al estado inicial del esquema explicativo que se actualiza en la respuesta de esta consulta (*Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work and I think you should be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria*).

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **A. Contexto situacional**

Las variables de análisis que a continuación detallamos serán el punto de partida para describir el contexto situacional de la muestra que estamos estudiando:

##### **1) ¿Qué sucede?**

En lo tocante a las **actividades** que se desarrollan en la situación comunicativa que surge de esta consulta, hay que mencionar, ante todo, el hecho de preguntarse por una norma específica sobre moda masculina, y el responderse sobre la misma; en concreto, sobre las convenciones que orientan el tipo de camisas que se pueden llevar con el cuello desabrochado. A estas actividades fundamentales corren parejas otras, cuales son la mera descripción de las diferentes estimaciones –en este caso las del lector, su novia y las del propio asesor– sobre las normas que rigen qué camisas se puede llevar desabotonadas.

El **tópico** de esta consulta extraída del número de agosto de 1999 de la revista *GQ* radica en el discernimiento de qué tipo de camisas se pueden llevar desabrochadas al cuello, sin corbata y abiertas en la parte superior del pecho.

Al **propósito** comunicativo primario, derivado de la función de esta sección como formato de asesoramiento, de convencer a Bruce A. King de que sólo las camisas con cuello de botones pueden llevarse desabrochadas, se suma uno secundario consistente en hacer conscientes a los lectores de esta publicación de la necesidad de

---

empleo de la *ejemplificación* es, según Calsamiglia y Tusón (1999: 309), característico de esta tercera proposición de las macroestructuras explicativas.

informarse bien de las tendencias estéticas por las que se rige la moda e indumentaria masculina, sin dejarse llevar por las intuiciones personales.

## 2) *¿Quién participa?*

Básicamente, son Bruce A. King, el lector que escribe a *GQ*, y el consejero sobre temas de masculinidad de esta revista los dos **participantes** que a primera vista entran a formar parte del contexto situacional de esta muestra. También hay que mencionar a los propios editores del consultorio de esta publicación, y a todos los lectores del número de agosto de 1999, que tienen así acceso a dicha consulta. Tampoco podemos olvidar el papel relevante de la novia del lector que escribe aquí para someter a juicio crítico sus creencias sobre moda masculina.

## 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

La relación lector-asesor se caracteriza por la neutralidad que es propia de las secciones de consulta de revistas como ésta, donde unos y otros no entran en contacto directo sino a través de la propia revista donde unos presentan dudas sobre identidad masculina, y los otros tratan de ofrecerles su experiencia al respecto. Tampoco han optado los editores de la sección por forzar el acercamiento y simpatía de los lectores – como ocurre en algunos ejemplos analizados– mediante un discurso especialmente informal o coloquial. Más significativa es, por contra, la relación entre King y su novia; las discrepancias entre ambos sobre cuestiones de moda masculina denotan la importancia de esta dimensión en los jóvenes varones de la sociedad británica actual. De hecho, no satisfecho con las explicaciones de su pareja, este hombre acaba buscando el asesoramiento que se le pueda dar desde una publicación especializada en el modo de vida masculino.

## 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

Una vez más, la **instrumentalidad** del lenguaje posibilita la interacción comunicativa entre un lector como King y el experto en problemas de identidad masculina de la revista mensual *GQ*. Ese mismo papel instrumental del lenguaje permite el contacto comunicativo entre los editores y los lectores del consultorio de esta publicación. Los consejos sobre un tema que afecta tanto a la identidad masculina como es la dimensión estética y la moda confieren al lenguaje con el que se construye la consulta una **función de identidad** clara. La función ideacional del lenguaje del fragmento define el perfil del modelo de identidad masculina que con esta consulta se propone: un tipo de varón atento a la moda, y presto a considerar las sugerencias de especialistas en el tema, para vestir de acuerdo con las últimas tendencias estéticas. Hay

que añadir, por último, la **función relacional** del lenguaje de este fragmento, ya que los resultados de los consejos que reciba este lector admirador de Hugh Grant se van a dejar sentir no sólo en su vida de pareja y en la resolución de discrepancias sobre moda de caballero, sino también en la relación de éste y muchos otros hombres con su entorno; para muchos varones la preocupación por la moda obedece al deseo de proyectar un determinado tipo de imagen de cara a otros hombres y mujeres en diversos ámbitos de la vida social del individuo.

## **B. Contexto intertextual**

Este texto se inscribe en la **serie histórica** relativa a la aparición cada vez mayor de discursos sobre moda en tanto que elemento fundamental en la definición de identidad que adoptan y proyectan los individuos. Tal y como señala Silverman en su ensayo titulado “Fragments of a fashionable discourse”: “Clothing not only draws the body so that it can be seen, but also maps out the shape of the ego” (1986: 109-110). Tal y como explicaremos con más detalle en el apartado sobre la determinación social del tipo de discurso que se construye en este texto, durante las últimas décadas, la preocupación por la moda, que de modo tradicional se ha asociado con lo femenino, se va a cernir cada vez más sobre los hombres. Ello vendrá dado, en gran medida, por la extensión de los discursos consumistas de la Modernidad sobre todos los individuos de las sociedades occidentales. A este respecto, señala Negrin: “In the present age self-identity has increasingly been defined in terms of one’s physical appearance by the advertising industry” (1999: 110). No en vano, en el texto analizado existen alusiones intertextuales directas a las campañas publicitarias de conocidas marcas de moda masculina como *Gucci (This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted across the market)*. La referencia intertextual a una película como *Notting Hill* –y al tipo de indumentaria de la que hace gala Hugh Grant en ella– revela el modo en que los hombres tienen a su alcance diversos modelos de identidad masculina entre los que pueden optar para acomodar a ellos su propia identidad personal. Una de las dimensiones de estos discursos sobre lo masculino serán los discursos sobre moda; en este texto se hace referencia, por ejemplo, al discurso sobre la estética *louche* (v.gr. *...wearing his formal spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum; ...the same “louche” look; ...the recent wave of Sixties and Seventies nostalgia – and the reappearance of the male cleavage into polite society; ...the wearer needs to be sleek, slim and sexy;* etc.). El cine se torna así en un poderoso

mecanismo de representación y construcción de discursos sobre la masculinidad con los que podrán o no identificarse los individuos, según una práctica que Warde explica en los siguientes términos:

*Today, people define themselves through the messages they transmit to others through the goods and practices that they possess and display. They manipulate or manage appearances and thereby create and sustain a 'self-identity'. In a world where there is an increasing number of commodities available to act as props in this process, identity becomes more than ever a matter of the personal selection of self-image. Increasingly, individuals are obliged to choose their identities (1994: 878).*

Algunas **presuposiciones** que se activan en este texto nos informan de la alusión a diversos discursos sobre moda masculina. Así ocurre, por ejemplo con las alusiones a la estética para hombre llamada *louche* (*My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same "louche" look; The louche look you describe is back in a big way*), que presuponen la existencia generalizada de este modo de vestirse deliberadamente descuidado y desaliñado. La referencia a la adopción de esta estética en el mercado presupone además que hay todo un mercado de moda donde se despliegan distintas opciones estéticas entre las que los varones pueden elegir (*This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted across the market*). Por último, hay afirmaciones que presuponen la existencia de hombres que se acomodan a estas tendencias de moda al adoptar una indumentaria determinada, así como la delimitación de unos criterios específicos que las definen (*Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work and I think you should be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria*).

## **II. 2. Tipo/s de Discurso**

En la muestra del consultorio de la revista británica de interés general para hombres *GQ*, se va a construir un **tipo de discurso** que gira en torno a la relación de lo masculino con la moda. Sobre la base del género de las secciones de consulta de periódicos y revistas se configura un tipo de discurso sobre la masculinidad que da forma a las inquietudes y preocupaciones de los varones por su estética personal, y en concreto sobre su indumentaria y las convenciones que regulan la misma. Este interés por la moda cobra cuerpo en el seno del discurso social del asesoramiento, pero pierde el carácter privado de otras variables de este discurso para adquirir una dimensión pública. Esto se explica en función de la difusión de este tipo de discurso desde un

vehículo de la comunicación periodística, la revista *GQ*, que le otorga la amplia divulgación que caracteriza a dicho discurso periodístico. El formato con que se construye este tipo de discurso se acomoda rudimentariamente a las convenciones formales del discurso epistolar, dada su estructuración según un modelo de preguntas y respuestas; faltan, sin embargo, las fórmulas ritualizadas que caracterizan a la comunicación epistolar (fechas, saluciones y despedidas, etc.). Se produce así este tipo de discurso tras sucesivas fases de reelaboración por parte de los editores de esta sección de la revista de la consulta original de un lector llamado Bruce King y de la respuesta que se le otorga. El resultado final es la adaptación de lo que muy posiblemente era una carta más larga de acuerdo con el formato de esta sección de consulta. Esta producción, y la selección misma de esta muestra para su publicación, habrá tenido muy en cuenta el momento de la recepción de este tipo de discurso por la audiencia de *GQ*. En efecto, la inclusión de esta consulta en la revista se ha llevado a cabo en tanto que responde a los intereses del prototipo de lector ideal de la revista para hombres en que aparece, de sus intereses y de la eventual utilidad para solventar conflictos de identidad semejantes al que aquí se plantea.

La **coherencia global** de este texto nos ayudará a descifrar mejor la construcción de este tipo de discurso. En primer lugar, el **esquema** del texto comprende las acciones de dirigirse por escrito al consultorio de una revista con ánimo de que se corroboren o refuten unas creencias de partida sobre moda, así como el hecho de responderse a uno al respecto argumentándosele por qué. El **marco** de este fragmento es la entidad que se encarna en estas acciones, a saber, un hombre que dedica su atención y su tiempo al discernimiento de las claves que guían la adopción de patrones de moda determinados, discutiendo estos temas con su compañera sentimental, y escribiendo a especialistas en el tema para que le aclaren este punto. Los **guiones** de esta muestra nos dejan ver la inseguridad en que quedan sumidos hombres como Bruce King ante los argumentos de sus parejas sobre moda masculina hasta el extremo de tener que buscar el asesoramiento de especialistas en los problemas y conflictos asociados al modo de vida masculino.

En lo tocante a los **actos de habla** con los que se construye el tipo de discurso, reseñaremos ante todo la omnipresencia de los actos de habla representativos a lo largo y ancho tanto de la pregunta como de la respuesta (v.g. *The sight of Hugh Grant wearing his formal, spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill*; etc.). En el caso de la pregunta de King, más que a una consulta propiamente dicha, asistimos a una reflexión sobre las propias creencias en lo

relativo a qué normas determinan algo tan simple como el poder llevar una camisa con el cuello sin abrochar. Por otro lado, en la respuesta del asesor de esta sección se describen cuáles son esas normas y convenciones estéticas, sin que haya necesidad alguna de tratar de imponer ningún tipo de conducta sobre el varón que escribe a esta revista, sino tan sólo presentarle un determinado estado de cosas. La única excepción a esta presencia todopoderosa de los representativos la constituye el acto directivo con fuerza ilocutiva de pregunta con el que el lector pide que se le informe de si sus asunciones sobre moda de caballero son correctas o no (*Am I right?*).

No abundan las características léxicas, gramaticales o de **coherencia local** que contribuyan a construir el tipo de discurso de este fragmento de *GQ* según las notas de coloquialidad, y hasta oralidad, que hemos podido constatar en otras muestras analizadas para este estudio. No faltarán, de cualquier manera, rasgos coloquiales en esta consulta, como puedan ser contracciones (*No, you're wrong*); expresiones informales (*the same "louche" look; the reappearance of the male cleavage into polite society*); o signos de puntuación no formal como las rayas para introducir ideas adicionales en las frases (*Thanks to the recent wave of Sixties and Seventies nostalgia – and the reappearance of the male cleavage into polite society – the louche look you describe is back*).

### **II. 3. Diferencia y Cambio**

Hay que hacer notar la diferente interpretación de los contextos situacional e intertextual de los diversos participantes en la interacción comunicativa que se actualiza en la muestra textual aquí analizada. Así ocurre con el lector y su novia: él se niega a adoptar el estilo premeditadamente descuidado, y con la camisa desabrochada ("*louche*" look), que ella le sugiere. Algo similar sucede entre Bruce King y el asesor de *GQ*: éste tratará de convencer a aquél de la total validez de un determinado tipo de estética con la que no comulga en absoluto al principio. Estas distintas interpretaciones nos dan una idea bastante acertada de hasta qué punto los hombres han interiorizado una dimensión como la moda en el desarrollo de su identidad masculina.

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

Podemos hablar de una doble determinación social del tipo de discurso que se construye en la muestra que estamos analizando. De una parte, hay que contemplar las **relaciones de poder** genéricas de la sociedad británica contemporánea, definidas por un mayor fortalecimiento de las posiciones de poder de las mujeres en la sociedad. En el ámbito institucional de las relaciones de pareja, y en situaciones concretas como las discusiones sobre moda entre novios que reproduce esta consulta, constatamos una mayor seguridad de las mujeres respecto a su relación con los hombres, de lo que es prueba el modo en que la novia de Bruce. A King desafía los juicios sobre moda masculina de su compañero sentimental y trata de imponerle los suyos propios. Situaciones tan concretas como ésta dan cuenta de unas cambiantes relaciones de poder entre hombres y mujeres, donde éstas consolidarán sus puntos de vista gracias a la labor de los movimientos de liberación feministas de los últimos decenios:

*The state of play of the contemporary gender order is characterized by men's individual and collective oppression of women. Men continue to benefit from this oppression of women, but, significantly, in the past twenty years, women's compliance with masculine hegemony has been counterbalanced by active feminist resistance (Messner, 1993: 730).*

De otra parte, habría que hablar del consumismo que, desde las últimas décadas del siglo XX, comenzará a tomar cuerpo en sociedades del mundo occidental como la británica. La moda será una de las dimensiones de la vida social del individuo que más va a contribuir a la difusión de esta tendencia consumista. Así, situaciones concretas como la que plantea este lector de *GQ* dará cuenta de la extensión del interés por la moda entre amplios grupos de varones de sociedades como la británica o la norteamericana, tal y como demuestra la amplia tirada de revistas como ésta, donde las páginas de moda son de lo más abundante. Así lo recalca Wernick:

*It is clear that the recent rise of fashion magazines like Gentlemen's Quarterly [GQ] has been aided by the growth of demand from below. But consumerization, here, is not just a matter of attending to products: what the glossy pages of every current male-oriented consumer magazine make clear is that the more intensively men have entered into competitive circulation, the more they have become, like women before them, analogous to consumer goods themselves (1987: 295).*



### ***III. 2. Ideologías***

No hay duda alguna de que la construcción de la masculinidad que se lleva a cabo en el tipo de discurso que aquí abordamos responde en gran medida a la ideología del *New Man* en tanto que una de las posiciones de sujeto más sobresalientes en los discursos sobre lo masculino de la prensa, el cine o la televisión del Reino Unido durante las dos últimas décadas. Al margen de la aproximación a su vida afectiva, o la mayor atención a las necesidades de sus parejas en el marco de unas relaciones de poder más igualitarias, uno de los rasgos más sobresalientes del *New Man* sería su cierta aura de narcisismo, y su atención a cuestiones relacionadas con la estética personal, incluida la moda. De ahí el papel esencial de revistas para hombres como *GQ* en la difusión de este constructo ideológico sobre lo masculino, tal y como ha visto Nixon: “If we think about the contemporary ‘new man’ images, it is clear that press and television advertising and consumer magazines played an important role in helping to construct this regime of looking” (1997: 327).

### ***III. 3. Efectos***

Este fragmento de la sección de consulta de la revista masculina *GQ* encarna un **discurso normativo**, fiel a la larga tradición de este género en periódicos y revistas, donde los lectores plantean problemas sobre diversos temas para los que esperan obtener el asesoramiento de un especialista. Ahora bien, la especialización en temas de identidad masculina de esta sección de *GQ* oculta una **lucha de poder encubierta** entre concepciones de género tradicionales y contemporáneas. En efecto, aparte de la lucha de poder explícita que evidencia la consulta del lector sobre las desavenencias que mantiene sobre moda de caballero con su novia, la existencia misma de esta columna de consultas en una revista para hombres nos hace pensar en la clase de varones que, superados por las exigencias sociales sobre moda de la sociedad actual, necesitan de vehículos como éste para encontrar patrones de actuación adecuados. Tal y como hemos indicado a propósito del análisis de algún otro texto de este estudio, históricamente la relación de los hombres con la moda ha sido más distante que la de las mujeres, al tenderse a asociar esta dimensión con la feminidad más que con la masculinidad.

## VII. CONCLUSIONES

Finalizamos este trabajo de investigación con las conclusiones a las que hemos llegado. En primer lugar, se presentarán las conclusiones relativas a la práctica del modelo de análisis que se ha aplicado en el análisis empírico del corpus de textos. Acto seguido, expondremos las conclusiones generales relativas al modo en que se construye la identidad masculina en el género analizado, para cerrar este capítulo con unas posibles líneas de investigación que pudieran dar continuidad a este estudio en el futuro.

### VII. 1. Conclusiones de la aplicación del modelo de análisis

#### I. DESCRIPCIÓN

##### I. 1. Vocabulario

Los **esquemas de clasificación** del léxico de las muestras analizadas se organizan en torno a campos semánticos relativos a las grandes dimensiones del modo de vida masculino de las que da cuenta la siguiente tabla:

DIMENSIONES	CAMPOS SEMÁNTICOS ACTIVADOS
<i>La paternidad</i> (15 % de los textos)	<ul style="list-style-type: none"><li>- las exigencias de las esposas de que los hombres ejerzan un mayor compromiso como padres (1)<sup>363</sup>;</li><li>- el miedo a ser padre (7);</li><li>- los problemas de esterilidad masculina (11)</li></ul>
<i>La sexualidad y las disfunciones sexuales</i> (35 % de los textos)	<ul style="list-style-type: none"><li>- la excesiva preocupación por las relaciones sexuales (1, 2, 16, 17);</li><li>- los problemas de eyaculación precoz y las técnicas para mitigar esta disfunción sexual (9);</li><li>- el tamaño de los genitales masculinos (13);</li><li>- los hábitos de vida adecuados para la buena salud del miembro viril (13);</li><li>- las deformaciones del pene (15);</li><li>- los problemas derivados de la orientación homosexual (17)</li></ul>
<i>Las emociones y los sentimientos</i> (10 % de los textos)	<ul style="list-style-type: none"><li>- la dificultad de encauzar aspectos de la vida emocional y afectiva como son los</li></ul>

<sup>363</sup> A lo largo de todo este apartado de conclusiones indicaremos el texto del corpus al que nos remitamos con su número correspondiente entre paréntesis.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sentimientos de envidia entre amigos (5);</li> <li>- los efectos psicológicos que la violación de la novia de un lector produce sobre la vida en pareja (16)</li> </ul>
<p><b><i>La moda y la estética personal</i></b> (25 % de los textos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la preocupación por los efectos estéticos de la edad y el envejecimiento (3, 6);</li> <li>- el cuidado por el aspecto físico y el narcisismo en que muchos hombres acaban cayendo (8);</li> <li>- la preocupación por aspectos de la moda de caballero como qué calcetines resulta adecuado llevar dependiendo de la ocasión (14);</li> <li>- qué tipo de camisas se pueden llevar abiertas (20)</li> </ul>
<p><b><i>La forma física, la salud y el culto al cuerpo</i></b> (15 % de los textos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- los hábitos de vida saludables o poco saludables (6);</li> <li>- la forma física entre los varones y su pérdida por efecto de la enfermedad (10);</li> <li>- el levantamiento de pesas como entrenamiento para potenciar la musculatura entre los varones (18)</li> </ul>
<p><b><i>Diversos aspectos de las relaciones interpersonales entre hombres y mujeres</i></b> (10 % de los textos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la negociación de las relaciones sexuales (2);</li> <li>- las discusiones derivadas de la convivencia de hombres y mujeres en pareja (4)</li> </ul>
<p><b><i>Otras dimensiones</i></b> (5 % de los textos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la cultura del alcohol y la embriaguez entre hombres (12)</li> </ul>

Atendiendo al número total de textos donde se materializan los campos semánticos relativos a estas dimensiones léxicas, se puede constatar la relevancia que desde estas publicaciones se concede, desde un punto de vista léxico, a lo sexual, seguido de las cuestiones de moda y estética personal, y en menor medida a otras cuestiones como la salud y el culto al cuerpo, o la paternidad. Obsérvese, con todo, que, en lo relativo a las relaciones interpersonales entre hombres y mujeres, a pesar de que sólo se llegan a estructurar esquemas de clasificación del léxico en dos de las muestras, esta dimensión está implícita en muchos otros textos, aunque ello no dé lugar al desarrollo de campos semánticos completos. En el apartado correspondiente al estudio de los contextos situacionales, daremos cuenta de ello.

Con frecuencia, diversas relaciones léxicas vienen a poner de relieve aspectos varios asociados a estas dimensiones tan importantes en la vida de los hombres. Así ocurre con los casos de sinonimia, antonimia, hiponimia o *rewording*, según se desprende de la siguiente tabla-resumen:

<b>RELACIÓN LÉXICA</b>	<b>CAMPOS LÉXICOS</b>
<b>SINONIMIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la sexualidad (<i>sexuality/sex drive</i> [1]; <i>shag/fuck</i> [2]);</li> <li>- la pérdida de libido entre los hombres (<i>murder sex drive/destroy sex drive</i> [1]);</li> <li>- los hombres afeminados y poco viriles (<i>wimp/yellow-belly</i> [2]);</li> <li>- la envidia entre amigos (<i>jealous/envious</i> [5]);</li> <li>- los efectos no deseables del envejecimiento (<i>knackered/tired-looking</i> [6]);</li> <li>- la forma física y su pérdida (<i>exercising/trainng</i> [10]);</li> <li>- el hecho de embriagarse (<i>get pissed/get drunk</i> [12]);</li> <li>- la denominación de diversos tipos de calcetines (<i>long socks/full hose</i> [14]);</li> <li>- el modo de llamar al miembro viril (<i>penis/willy/dick</i> [15]);</li> <li>- el dejarse el pecho al descubierto los hombres (<i>cleavage/open to the sternum</i> &lt;cuasi-sinónimos&gt; [20])</li> </ul>
<b>ANTONIMIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Male/female; a man's skin/woman's</i>, que da idea de hasta qué punto la preocupación por los efectos del envejecimiento es algo que afecta a ambos géneros (3);</li> <li>- las creencias populares y los hechos médicos a propósito de los efectos del envejecimiento (<i>medical facts/folklore beliefs</i> [3]);</li> <li>- el deseo de eyacular y su freno (<i>the <u>urge</u> to ejaculate/to <u>stop</u> it</i> [9]);</li> <li>- la pérdida de la forma física (<i>stay fit/become unfit; regression/active recovery; build fitness/lose fitness</i> [10]), y la recuperación de la enfermedad (<i>feel ill/feel better</i> [10]);</li> <li>- la apreciación de lo que se estima como correcto o incorrecto (<i>right/wrong-acceptable</i>) a la hora de llevar una camisa abierta al cuello (20);</li> <li>- el modo de enfocar las relaciones sentimentales en el ámbito laboral (cuasi-antonimia &lt;<i>a laugh/seriously</i>&gt;[19])</li> </ul>
<b>OVERWORDING</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la inseguridad de los hombres a la hora de pedirles a las mujeres relaciones sexuales (2);</li> <li>- su miedo y angustia ante el hecho de ser padres (7);</li> <li>- el orgasmo masculino (9);</li> <li>- el tono físico (10);</li> <li>- los estados de ebriedad entre varones (12);</li> </ul>

	- el léxico relativo al levantamiento de pesas (18)
<b>HIPONIMIA</b>	- modos de designar a la relación de paternidad ( <i>have children-have a baby – father a child</i> [7/11]), o a la de noviazgo ( <i>girlfriend – partner</i> ) (16)

Frente a estas regularidades del **léxico con valor experiencial**, la idiosincrasia de cada texto va a hacer difícil encontrar patrones comunes de funcionamiento del léxico con valor relacional, expresivo y metafórico, que va a variar en función de cada fragmento, y que va a incidir en aspectos relacionados con las variables abordadas en los esquemas de clasificación. Con todo, el **vocabulario con valor relacional** dará cuenta de los miedos, temores y ansiedades de los lectores ante parcelas de su identidad masculina que los esquemas de clasificación han puesto de relieve (v.gr. *good excuses* (1); *feel sick* (1), *Worrying/worried* (2, 8, 9, 14, 16), *desperate* (2); *get a raw deal* (3), *threatened or undermined* (5), *terrified* (7), *panic* (7), *not ready* (7), *help!* (13, 15, 16), *confused* (14), *embarrassed* (15), *I can't handle it* (16), *I'm paranoid* (16), *it's starting to affect (your sex life)* (16)). Por otro lado, la recurrente utilización de comparativos y superlativos (3, 4, 6, 8, 13) viene a reflejar la relación de competitividad en que los hombres vienen a entrar con su novias y esposas, con los amigos, o con otros varones respecto a cuestiones como los efectos del envejecimiento, el ejercicio de actitudes dominantes en el seno de la convivencia en pareja o el tamaño del miembro viril. De hecho, términos como *wife* (1), *mate(s)* (5, 6), *boss* (6, 19), *people* (6, 16, 17, 19), *girlfriend* (3, 4, 7, 8, 16, 20), *relationship* (7, 17, 19), *friends* (2, 7, 10, 17, 18), *partner* (4, 11, 16), etc. resultan elocuentes del tipo de sujetos sociales que desencadenan situaciones de crisis entre los lectores de estas publicaciones, y, por ende, del tipo de contextos que dan lugar a las tribulaciones de su identidad masculina: en el trabajo, en la convivencia conyugal, o con los amigos. A este respecto, la repetición del término *men / a man* por parte de los asesores en sus repuestas (1, 3, 7, 8, 13, 14, 15) resulta representativa del intento de crear una conciencia de grupo entre los lectores, presuponiéndose conflictos similares entre muchos otros varones, lo que contribuye a construir un patrón de identidad masculina al que los lectores ideales de estas publicaciones han de aspirar. Sin embargo, rara vez se alude a la mujeres de manera genérica; el término *women* se usa sólo en los textos 3, 8, 9 y 16. Por contra, la mujer cobra relevancia para la vida de los hombres en tanto que esposa/*wife* (1), novia/*girlfriend* (3, 4, 7, 8, 16, 20), pareja/*partner* (4, 11, 16), amiga/*friend* (2) o

compañera de trabajo/*secretary* (19), lo cual nos da idea de las situaciones institucionales que generan conflictos de identidad masculina como resultado de la negociación de relaciones de poder entre hombres y mujeres: la familia, las relaciones de convivencia en pareja, los grupos de amigos, el ámbito laboral.

Hay que decir también que en las tres muestras de *Sky Magazine* (textos 2, 15 y 17) –aunque sólo en esta revista– se hace alusión a hombres afeminados o de orientación homosexual (*wimp, gay*) –y ello siempre con connotaciones homófobas–, lo que incide en el propósito, ya aludido, de esta publicación de caricaturizar como afeminados y poco viriles a los lectores que desde otras revistas para hombres se sirven de este género. Para finalizar con el apartado relativo al léxico relacional, no podemos dejar de hacer mención al elevado número de formas léxicas informales y coloquiales, que ayudan a construir esta sección como un ámbito relajado, cercano a los lectores, distendido y digno de su confianza, donde éstos puedan sentirse cómodos y comprendidos. Algunos ejemplos son *hang around at the business end* (1), *jammy git* (5), *booze* (6, 12), *a real turn off* (8), *come* (9), *get pissed* (12), *the bog* (12), *keep hard* (16), *emotional stuff* (16), o *honey* (17), entre muchos otros. Hay que decir que en los textos 2, 15, 17 –correspondientes a la revista *Sky Magazine*– el léxico cobra a veces un carácter marcadamente informal (v.g. *shag* (2), *a fuck* (2), *pussy* (2), *dick* (15), *no shit* (17)), lo que obedece al intento de parodiar el tono blando y sentimental que las secciones de consulta tienen a veces en las revistas femeninas, donde este género posee una gran tradición, así como al tipo de hombres que, más recientemente, se sirven de este formato en revistas de estilo de vida masculino para airear sus vulnerabilidades y fragilidades en público.

En otro orden de cosas, la repetición de términos como *problem* (2, 8, 17), *fear* (1, 7), *uncertainty* (7), *maturity* (7), *conflict* (4), *sacrifices* (4), *arguments* (4) o *concerns* (16) da cuenta, desde el punto de vista del **léxico expresivo**, de las dificultades derivadas de las dimensiones de la vida de los hombres arriba indicadas. La aparición de estructuras como *keep + gerundio* (6, 7, 9) resulta significativa de la ansiedad de los lectores ante el carácter reiterado de muchos de estos problemas. También hay que destacar la importancia que adquieren los asesores de esta sección a la hora de emitir juicios de valor sobre los entuertos planteados por los lectores y emitir veredictos sobre su modo de actuar o enfocar estas dificultades. Ello construye a los lectores como hombres poco menos que inseguros y atormentados por sus problemas de identidad, en manos de los asesores en particular, y de estas revistas en general, que se convierten en

portadores de soluciones para estos conflictos y garantes de modelos de masculinidad que ofrecer a hombres como los que escriben a estas secciones en difíciles momentos para su identidad masculina. Vocablos como *common fear* (1), *a rational one (fear)* (1), *that delicate (your sexuality)* (1), *all that fuss* (2, 8), *have-truths of folklore* (3), *negative effects* (6), *definitive acts which signal a man's maturity* (7), *a vain attempt to stop growing up* (7), *it's a chore* (9), *the best delay* (9), *the correct thing* (10, 14), *the rule of thumb* (10), *have the opposite effect* (13), *(short socks are) a worry* (14), *smart (trying to convert someone to being gay)* (17), *right/wrong/acceptable (forms of checking penis size; open-collar shirt looks)* (13, 20), *and it's all very normal* (15), *although it is true to say that...* (20), etc. dan fe de ello, y nos dan idea del alcance de la ideología que desde estas revistas se difunde entre lectores sobre los que se presuponen conflictos similares. Los asesores parecen así poseer las claves para que los lectores superen las dificultades asociadas a su condición de género; de ello dan cuenta formas como *his /Bennett's advice* (1, 12), *make sure...* (1), *why not take her for a drink and then say you fancy her?* (2), *you both need to realise* (4), *listening too and accepting the other person's point of view* (4), *to be able to communicate* (5), *ensure (you sleep at least...)* (6), *scrutinise (your workload)* (6), *be warned* (8), *it is essential to be...* (10), *don't be tempted to...* (11), *alternatively, you could try...* (11), *instead of looking down on it, check it...* (13), *this way, men can avoid...* (14), *the reason is...* (15), *What to do? Use it...* (15), *The answer is to put your efforts...* (16), *You need professional help* (17), *After warming up you should lift the weights progressively* (18), *Steer well clear of it* (19). En efecto, la masculinidad se convierte en algo que todo hombre ha de ir construyendo día a día y demostrando por medio de sus actos (*you have to risk your arse* (2), *your fledgling feminist's daughter may well catch you up* (3), *the next step* (7), *acts which signal a man's maturity* (7), *failing* (7), *overcome this uncertainty* (7), *changes us from lads to men* (7)).

Más difícil resulta aun el establecer regularidades sobre el empleo de la **metáfora** en el corpus de textos, ya que las imágenes empleadas van a iluminar las diferentes estructuraciones del léxico en cada muestra en particular. Se han constatado usos del léxico con valor metafórico en nueve textos. Las metáforas y las metonimias inciden sobre todo en el universo de la anatomía sexual y las relaciones sexuales, donde los genitales masculinos, y el ejercicio de la sexualidad en general, quedan aludidos a partir de imágenes de herramientas y armas esenciales para el ejercicio de la masculinidad y la supremacía de los hombres en las relaciones entre géneros: *Murder*

my sex drive (1), *All that fuss over a pair of tits which are not even attached to an offshore bank account and a bag of drugs* (2), *Pussy does not spill out of those little gumball machines at the mall* (2), *The cleft of the helmet (= penis)* (9), *Their tackle size (penis)* (13), *The sickle-dick (bent penis)* (15). Precisamente son también significativas las metáforas relativas a las relaciones de poder entre géneros: *Your fledgling feminist's daughter* (3), *You might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor* (4).

## I. 2. Gramática

### I. 2. 1. ¿Qué valores experienciales tienen las características gramaticales?

Los siguientes gráficos muestran la distribución, en tantos por ciento, de los diferentes tipos de **procesos verbales** en las secciones de pregunta y respuesta de las muestras analizadas:

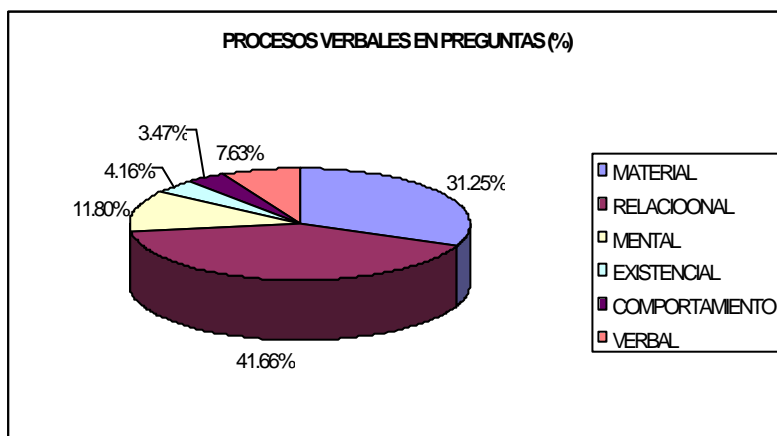


Figura 2

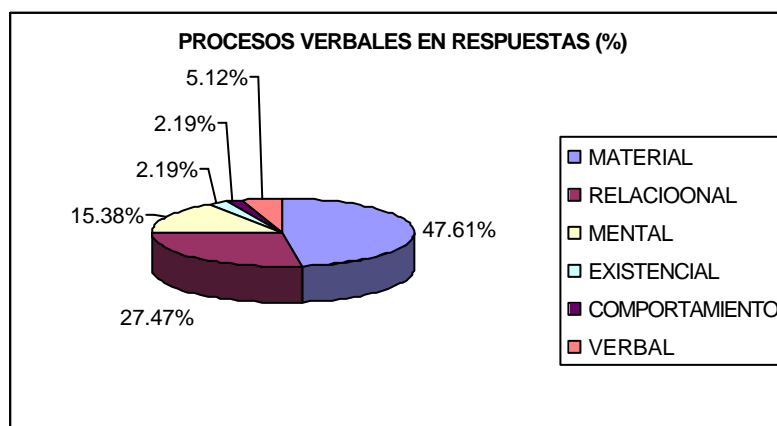


Figura 3



El número total de procesos en la *subsección de preguntas* es de **144**, mientras que en la *subsección de respuesta* ha sido de **273**; ello nos da idea de la conformación del género de los consultorios en las revistas de interés general para hombres en función del mayor espacio dedicado al asesoramiento de los especialistas que a la reproducción de las consultas de los lectores como rasgo característico. En ambas subsecciones se observa el predominio absoluto de los procesos materiales, relacionales y, en menor medida, mentales, reduciéndose considerablemente el porcentaje de procesos de comportamiento, existenciales y verbales. Según puede observarse gráficamente en las figuras 2 y 3, en las *consultas* de los lectores existe un cierto equilibrio entre los procesos materiales (31,25 %), con los que se da idea de las acciones de su vida que dan lugar a conflictos de identidad, y relacionales (41,66 %), si bien resultan predominantes los relacionales, lo cual evidencia la importancia que cobra la descripción de las circunstancias asociadas a los conflictos relativos a su condición masculina. Por el contrario, en las *respuestas* abundan sobremedida los procesos materiales (47,61 %) sobre los relacionales (27,47 %), lo cual es significativo de la tendencia de los asesores a promover modelos de conducta y patrones de acción que ayuden a los varones que se sirven de este género a solucionar los problemas para los que buscan solución. Naturalmente, no faltarán excepciones a esta tónica general, sobre todo en textos donde la postura de los asesores no viene dada tanto por la indicación de patrones de conducta determinados cuanto por la descripción y reflexión sobre las situaciones planteadas por los lectores; es el caso del predominio de procesos relacionales en las respuestas del texto 3 (54,54 % del total), dada la reflexión a propósito de a qué sexo afecta más el envejecimiento; en el 10 (45 %), donde se presentan las circunstancias que dan lugar a la pérdida de la forma física; en el 15 (50 %), donde la asesora aprovecha su respuesta para describir el tipo de situaciones y varones propensos a sufrir problemas de curvatura del miembro viril; o en el 20 (38,88 %), donde se describe minuciosamente qué clase de situaciones y prendas permiten llevar una camisa desabotonada al cuello. Tampoco faltan los casos en que los asesores utilizan un número más elevado de lo esperable de procesos mentales (textos 2 [29,41 % del total]; 5 [50 %]; 8 [42,85 %]; 16 [31,81 %]; 19 [30 %]). Esto resulta revelador del alcance emocional de los conflictos planteados por estos hombres y del intento de concienciarlos desde las revistas de las consecuencias que sus actos pueden tener en el plano emocional y afectivo.

La siguiente tabla refleja la distribución de los principales tipos de **participantes** en las muestras analizadas según el tipo de seres en que estos participantes se

actualizan, a saber, hombres, mujeres u otras entidades. Como puede observarse, tanto en las preguntas como en las respuestas, los hombres predominan como actores de los procesos materiales, experimentantes de los mentales, e iniciadores de los *verba dicendi* respectivamente. Sólo en el caso de los procesos relacionales se aprecia un recrecimiento de entidades no humanas que participan de dichos procesos. Una vez más, estas cifras evidencian la especialización de este género en los conflictos relativos al modo de vida masculino.

PREGUNTAS								
	PROCESOS MATERIALES		PROCESOS RELACIONALES		PROCESOS MENTALES		PROCESOS VERBALES	
	<i>Actor</i>	<i>Goal</i>	<i>Carrier/Identificado</i>	<i>Atributo/Identificador</i>	<i>Senser</i>	<i>Phenomenon</i>	<i>Sayer</i>	<i>Receiver</i>
<b>Hombres</b>	69,64%	15,78%	57,44%	7,69%	80%	14,56%	71,42%	25%
<b>Mujeres</b>	16,07%	10,52%	14,89%	2,14%	20%	20,73%	28,57%	50%
<b>Entidades inanimadas</b>	14,28%	73,69%	27,66%	90,16%	0%	64,70%	0%	25%
RESPUESTAS								
	PROCESOS MATERIALES		PROCESOS RELACIONALES		PROCESOS MENTALES		PROCESOS VERBALES	
	<i>Actor</i>	<i>Goal</i>	<i>Carrier/Identificado</i>	<i>Atributo/Identificador</i>	<i>Senser</i>	<i>Phenomenon</i>	<i>Sayer</i>	<i>Receiver</i>
<b>Hombres</b>	62,24%	9,45%	46,15%	8,82%	73,68%	13,04%	91,66%	47,03%
<b>Mujeres</b>	9,18%	8,11%	6,15%	3,07%	21,05%	17,39%	8,33%	3,07%
<b>Entidades inanimadas</b>	28,57%	82,43%	47,69%	88,10%	5,26%	69,56%	0%	49,89%

En el campo de la **agencialidad**, no se ha registrado en el corpus ningún caso en que lo que debería construirse con la forma de un proceso se construya bajo la forma de otro, es decir, **los procesos son siempre lo que parecen**. En este sentido, hemos de decir que, en la amplia mayoría de las muestras analizadas, la agencialidad está clara, lo cual resulta significativo de la política editorial de unas revistas que han optado por no recurrir a estrategias de ocultación de la agencialidad como prueba de una ideología que no pretende dejar dudas sobre los responsables que son los hombres de sus comportamientos cuando no son lo abiertos y tolerantes que desde la revista se espera. Sin embargo, cabría mencionar algunas excepciones a esta norma general, tal y como prueban las siguientes funciones de uso de la **sustantivación** y la **voz pasiva** en el corpus analizado.

De entrada, no faltan ejemplos de **sustantivaciones** donde queda contextualmente claro que el agente del proceso verbal sustantivado correspondiente es

el lector que plantea la consulta en cuestión en esta sección de las revistas, o el público de lectores masculinos en general (v.g. *The thought makes me feel sick* [1]; *your appearance has a lot to do with general well-being* [6]; *...by falling in love with his reflection he was condemned to isolation* [8]; *Any delay methods you can recommend that don't take months of pelvic exercises?* [9]; *The best delay is the squeeze technique* [9]; *...the urge to ejaculate should subside without killing your erection* [9]; *If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?* [12]; *Short socks are a worry* [14]; *Otherwise, the archaically named "full hose" (ie, just below the knee) are for general use* [14]); o bien otro tipo de participantes (*But she also needs professional support to help her put the experience behind her and start having a good sex life* [16]; *You need professional help* [17]; *Both of them may resent any attempt you make to intervene* [19]; *The sight of Hugh Grant wearing his formal, spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill* [20]). Sin embargo, hay ocasiones en que, a pesar de resultar del todo diáfano el papel de los hombres como agentes de los procesos sustantivados, desde las revistas se opta por evitar la mención explícita a los mismos, a modo de estrategia de solidaridad con el público de lectores masculinos, ocultando así aspectos que ponen al descubierto los puntos débiles de muchos varones como puedan ser sus miedos, temores o comportamientos socialmente estigmatizados o comprometidos (*Too much booth and a lack of exercise...*[6]; *There are many aspects to the scenario: fear of failing as a father; fear of ageing; loss of other possible sexual partners* [7]; *Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have the opposite effect* [13]). Otras veces, la ausencia de participantes que conlleva el empleo de sustantivaciones obedece al objetivo de construir el proceso verbal correspondiente como altamente común (*to decrease the regression rate...; active recovery will help maintain your pre-injury fitness* [10]), o para marcar el proceso verbal correspondiente como más importante que los participantes que éste lleva aparejado (*The answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling – she needs support to recover from her trauma* [16]). E incluso hay casos en que la ocultación de la agencialidad de los procesos sustantivados sirve a los editores para desviar la atención de los lectores de acciones incómodas, llevadas a cabo por otros participantes, que podrían servir a los lectores para justificar los comportamientos propios que desde estos consultorios se trata de corregir (*...you can face the future together instead of coping with recriminations over your secrecy* [11]). Hay, por último, sustantivaciones tan lexicalizadas que no resultan en

absoluto significativas (v.g. masturbation [9]; *Starting off with light weights will go a long way to preventing injuries; ...this prepares the muscles, tendons and ligaments for action; Start with a light weight and progressively add resistance; ...as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion [18]).*

En cuanto a las **estructuras pasivas**, éstas resultan mucho menos comunes que las sustantivaciones, lo cual es prueba, una vez más, de que no hay intento expreso de los editores de estas publicaciones de ocultar la agencialidad. Como sucede con las sustantivaciones, a veces el contexto de la frase deja contextualmente claro quién es el agente elidido del proceso pasivizado, ya sean los hombres ya sean otros sujetos sociales (...*short socks should only be worn for real sporting activities [14]; Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted [17]; I always thought only buttoned-down shirts could be worn open to the neck [20]; ...ties should never be worn with button-down shirts; this style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted across the market [20]). De hecho, en ocasiones la pasiva permite obviar los agentes en tanto que no significativos (*This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns...* [20]). No obstante, hay casos en que, como hemos visto, a propósito de las sustantivaciones, la ocultación de la agencialidad en las oraciones pasivas evita el exponer a las claras, delante del público lector de estas publicaciones, las firmes objeciones de la sociedad ante algunos comportamientos masculinos recriminables o la falta de los mismos (*Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signals a man's maturity [7]). El tono impersonal es un modo de minimizar los problemas planteados, de tal modo que los lectores no se sientan alarmados sobremanera por las posibles consecuencias negativas de su modo de obrar (*Your problem can be broken down in two parts [8]; So be warned [8]; And by falling in love with his reflection he was condemned to isolation [8]). En este sentido, la pasiva contribuye, según la estrategia de solidaridad ya apuntada a propósito de la sustantivación, a poner al descubierto los temores, las ansiedades, las vulnerabilidades y hasta los comportamientos comprometedores y censurables de los varones (*Don't be tempted to break the news over dinner... [11]; Everyone sympathises with women who have been raped [16]). En fin, la voz pasiva otras veces viene a servir para tematizar ciertos elementos, que, colocados en posición de sujeto, se ven enfatizados (*You may be pleasantly surprised by what you see [13]; My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three different occasions [16]).*****

En otro orden de cosas, según señalan Hodge y Kress (1993: 146) a propósito de la **negación**, en muchos casos la utilización de la negación comporta una *duplicidad de pensamiento*, pues lo negado queda de algún modo presente en el discurso. Esta duplicidad de pensamiento se explica por la incorporación de *presuposiciones* por parte de los enunciados negativos, tal y como afirma Fairclough: “negative sentences carry special types of presupposition which also work intertextually, incorporating other texts only in order to contest them or reject them” (1992a: 121-122). La negación resulta, pues, orientativa de las tensiones entre diversos universos ideológicos relativos a los valores asociados a la masculinidad y las relaciones entre géneros que presuponen los enunciados negados, según reflejamos en el siguiente esquema:

<p><b><i>La negación reproduce un universo ideológico, que se presupone entre los lectores de estas publicaciones, asociado a la masculinidad tradicional, muchas veces cargado de valores hegemónicos:</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la asociación de lo masculino con lo racional y la desvinculación de la dimensión emocional (<i>This is a common fear but <u>not</u> always a rational one</i> [1]);</li> <li>- el goce sexual como valor supremo, llegándose a veces a la consideración de la mujer como objeto de fácil consumo sexual masculino (<i>Your sexuality is <u>not</u> that important</i> [1]; <i>Pussy <u>does not spill</u> out of those little gumball machines at the mall</i> [2]; <i>All that fuss over a pair of tits that <u>aren't even attached</u> to an offshore bank account and a bag of drugs</i> [2]; <i>...the urge to ejaculate should subside <u>without killing</u> your erection</i> [9]); <i>When we have sex, I <u>can't keep</u> hard</i> [16]; <i>She's always been nervous about sex, but at the beginning I <u>thought nothing of it</u></i> [16]);</li> <li>- la evitación a toda costa de los problemas genitales (<i>I <u>don't know</u> what to do {about a bent penis</i> [15]);</li> <li>- el coraje y arrojo (<i>You want a fuck but <u>don't have</u> the balls to ask</i> [2]);</li> <li>- la paternidad como valor clave en las definiciones de masculinidad y en los modelos de relaciones de pareja &lt;“el varón como proveedor y padre”&gt; (<i>I know I <u>can't</u> have children but I've <u>never</u> told my partner</i> [11]);</li> </ul>
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la falsa creencia entre muchos hombres de que beber agua mitiga los efectos del alcohol (<i>The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. <u>Nothing else</u> [12]; Drinking water may reduce your speed and capacity but <u>not</u> the amount of alcohol in your body [12];</i></li> <li>- el dominio y el control en las relaciones de pareja (<i>I <u>can't handle</u> it [16];</i></li> <li>- el desprecio por formas características de la cultura femenina –como los consultorios sentimentales– <i>You need professional help. <u>No shit</u> [17];</i></li> <li>- la demostración de la masculinidad por medio del ejercicio y la fuerza física (<i><u>Never</u> start with your heaviest set first, as the muscles and tendons <u>are not</u> fully prepared for such exertion [18]).</i></li> </ul>
<p><b><i>La negación deja entrever un universo ideológico caracterizado por los requerimientos de cambio, el cuestionamiento y los desafíos a la masculinidad hegemónica y patriarcal:</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- las exigencias de una mujer con voz propia y no dispuesta a asumir las asunciones patriarcales tradicionales (<i>I <u>don't</u> want to be in the delivery room [1]; If I make a pass and she <u>doesn't</u> like it [2]; she <u>won't</u> want to get upset in public [11]; and <u>there's no talking</u> her into that [16]);</i></li> <li>- la validez de los postulados femeninos tradicionalmente tildados de feministas (<i>Yes and <u>no</u> {... that in our "lookist" society, women get a raw deal because they age quicker than men [3]});</i></li> <li>- la adopción posiciones más tolerantes tendentes al establecimiento de relaciones de poder equitativas entre géneros (<i>If you <u>don't</u> [realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view], you will end up being like two separate states at war [4])</i></li> </ul>
<p><b><i>La negación da cuenta de la progresiva asunción de nuevas dimensiones y valores en la vida</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la adopción de una actitud de madurez y compromiso de cara a la paternidad (<i>A lot of men panic, thinking "I'm <u>not</u> ready yet", in a vain attempt to stop growing up [7];</i></li> </ul>

<p><i>de los hombres que muchas veces les cuesta incorporar a su identidad masculina:</i></p>	<p>[7]; ...<i>as there will <u>never</u> be a `right´ time to have a baby</i> [7]);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la generalización del cuidado del aspecto personal, la moda y el culto al cuerpo entre los hombres –que en ocasiones llega al narcisismo– (<i>First, maybe your girlfriend likes you looking good, but <u>not</u> if you make too much of a fuss about it</i> [8]; <i>Many women give up on narcissistic men, as they feel they can <u>never</u> love them as much as they love themselves</i> [8]; <i>Although it is true to say that ties should <u>never</u> be worn with button-down shirts...</i> [20]);</li> <li>- el surgimiento de hombres dispuestos a asumir los requerimientos y demandas de las mujeres para alcanzar la paridad en las relaciones de poder (<i>...but what many people <u>don't realise</u> is that their partners suffer too</i> [16]; <i>...you are clearly helping, otherwise <u>she wouldn't have told you anything</u></i> [16]).</li> </ul>
---	---

### ***1. 2. 2. ¿Qué valores relacionales y expresivos poseen las características gramaticales?***

Para alcanzar a entender la dimensión ideológica de la utilización de los **modos** en este género, hemos de partir de una diferenciación en su empleo cualitativo y cuantitativo en el corpus de análisis. Desde un punto de vista cualitativo, el modo declarativo aparece mayoritariamente tanto en la subsección de pregunta (95% de las muestras) como en la de respuesta (100 % de las muestras) de los veinte textos, cosa que no resulta especialmente sorprendente si nos atenemos a su uso general como modo no marcado (Crystal, 1997: 247). Por el contrario, el interrogativo aparece en la estructuración de las preguntas del 80 % de los textos, pero sólo en las respuestas del 20% de las muestras. En lo referente al modo imperativo, éste sólo se constata en el 15 % de las preguntas, frente al 70 % de las respuestas. El exclamativo sólo se encuentra en la sección de respuesta, en concreto en un 5 % de las mismas. Estos datos resultan típicos de la estructuración esperable de un género como éste en la prensa escrita donde los lectores piden consejo sobre un tema dado y los asesores se lo suministran en tanto

que especialistas en cuestiones relativas al modo de vida masculino. La figura 4 ilustra estos resultados:

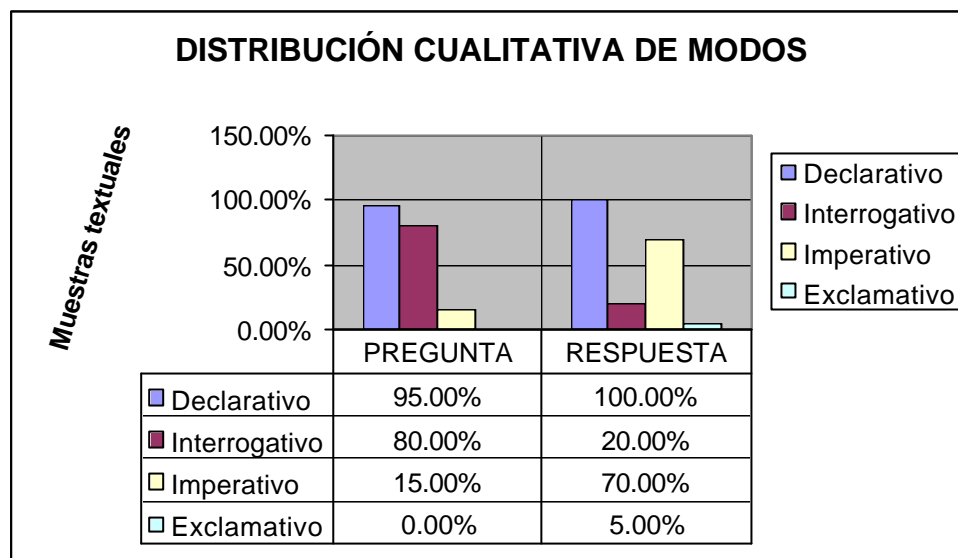


Figura 4

Ahora bien, la distribución cuantitativa de los modos en el cómputo total de cláusulas del corpus nos dará idea de las motivaciones ideológicas que han llevado a su estructuración en este género. Así, más elocuente que la presencia del imperativo resulta su ausencia cada vez que se da consejo a los lectores sobre cómo actuar, ya que, en su intento de fomentar un cambio de actitudes entre sus lectores, estas revistas han apostado mayoritariamente por no abusar de este recurso con el que se podría llegar a agobiar a un público de hombres al que no sólo se le estaría haciendo consciente de lo inapropiado de sus actitudes patriarcales en la sociedad de nuestros días, sino que además se le estaría exigiendo una acción inmediata que, queriendo cambiar su comportamiento, podría convertirse en disuasoria. Esta estrategia se halla en la línea de uno de los principios básicos del discurso del asesoramiento que trata de evitar actitudes coercitivas e impositivas de parte de los asesores cuando brindan consejo a sus clientes. De hecho, la clara situación de inferioridad de los lectores, que se encuentran en manos de los asesores que les quieren ofrecer las claves para vencer sus conflictos, les lleva a evitar el imperativo en tanto que modo que coloca en una situación de poder al hablante respecto al oyente; en la subsección de respuesta asistimos al fenómeno contrario. Sin embargo, tampoco abusan los lectores del modo interrogativo, que igualmente comporta una situación de poder del hablante frente al interlocutor a la hora de demandar ayuda en esta sección. El predominio del declarativo, en términos absolutos, evidencia una



sección donde las relaciones de poder se construyen equitativamente; dicho de otro modo, no se proyecta una imagen de ninguno de los participantes como especialmente poderoso respecto del otro a partir del abuso de los modos con que más significativamente se ejerce el poder. La figura 5 ilustra la distribución cuantitativa de los modos en el corpus analizado atendiendo al cómputo total de cláusulas en las veinte muestras:

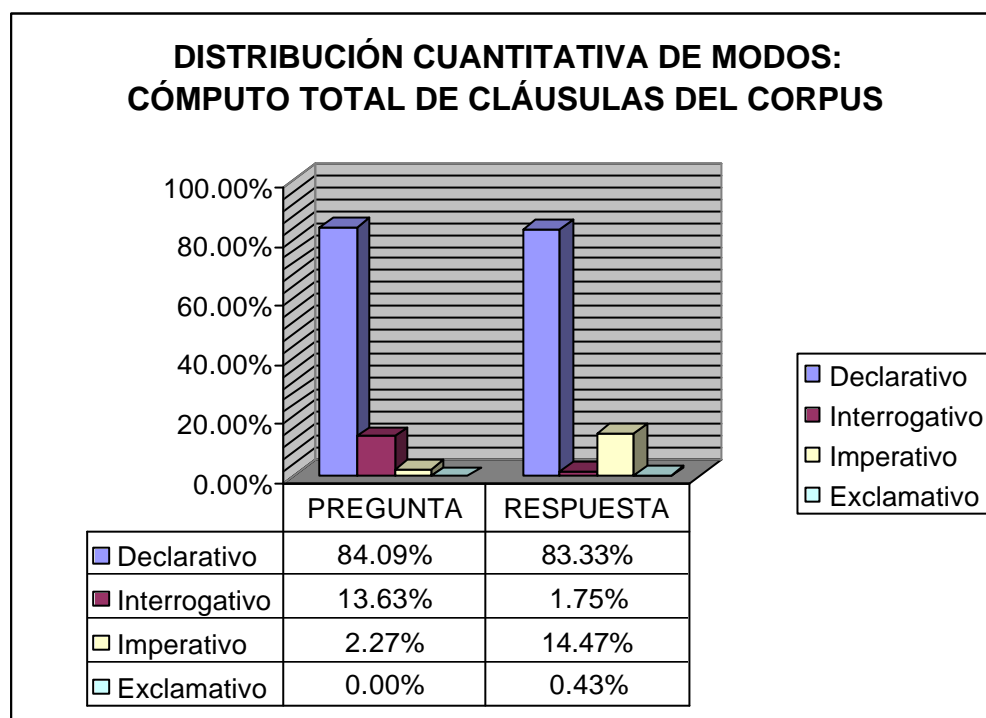


Figura 5

En lo que se refiere a las formas de **modalidad relacional**, no hemos dejado de lado, por un lado, los empleos del imperativo, en que Palmer (1986: 29) ha visto una forma no marcada del sistema de la modalidad deóntica. Por otra parte, hemos tenido en cuenta, naturalmente, la utilización de formas marcadas de obligación o permiso como puedan ser los auxiliares modales *must*, *should*, o adjetivos como *essential*. Los enunciados modalizados relacionamente se concentran fundamentalmente en las respuestas de los asesores, lo cual contribuye a proyectar una imagen de los hombres que escriben a estas secciones como poco poderosos y carentes de autoridad; esto los aparta de las construcciones hegemónicas de la masculinidad estereotípicas, basadas en el ejercicio del dominio y el poder, y contribuye a proyectar la imagen de “crisis” de los valores tradicionales de lo masculino que impregna esta sección. Frente a la presencia

de enunciados modalizados relacionamente en un 30 % de las preguntas, encontramos enunciados de este tipo en un 85 % de las respuestas, según muestra la figura 6:

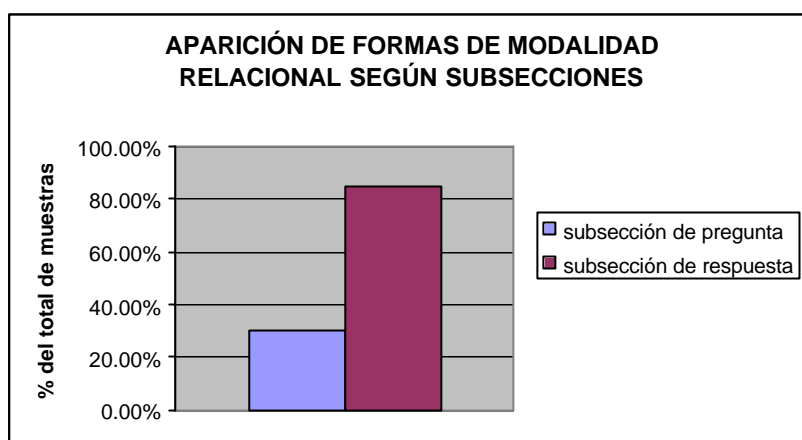


Figura 6

Los únicos seis casos de enunciados modalizados relacionamente en las preguntas son: el empleo del imperativo *Help!* tres veces como fórmula ritualizada para solicitar ayuda en los consultorios sentimentales (13, 15, 16), y el empleo de tres auxiliares modales: *should* para pedir consejo sobre la mejor forma de entrenarse en el levantamiento de peso (*When weight training should I start with light weights and build up, or viceversa?* [18]) o si conviene inmiscuirse en las relaciones sentimentales entre compañeros de trabajo (*Should I say anything?* [19]), y *could* como auxiliar de permiso que reproduce la creencia sobre las situaciones que permiten llevar las camisas desabotonadas (*I always thought only buttoned-down shirts could be worn open at the neck* [20]). Ahora bien, tal y como puede observarse en la figura 7, en las respuestas de los especialistas, sorprende que el 78,95 % de las formas de modalidad relacional se construyan por medio de imperativos, y sólo un 21,05 % de los enunciados modalizados relacionamente vengan dados por formas marcadas de modalidad relacional como el auxiliar *should* (14, 20), *have to* (2), la forma verbal no auxiliar sin valor modal – aunque con valor de obligación– *need to* (4, 20) o el adjetivo *essential* (10). La proporción está al 50 % en la subsección de respuestas, según se observa en la figura 7 que reproducimos más abajo. De hecho, formas de obligación categórica como *must* no se emplean ni una sola vez. De acuerdo con Palmer, estas formas marcadas imprimen un carácter de obligación y autoridad más claro que el imperativo:

*The Imperative is best seen as the unmarked member of the deontic system [...] The imperative is often a simple form, and that the imperative is not necessarily stronger than the modal form MUST, or even MAY. It is merely presented as a*

*deontic 'proposition', and the hearer is left to judge the force of the obligation to act from the circumstances (1986: 108).*

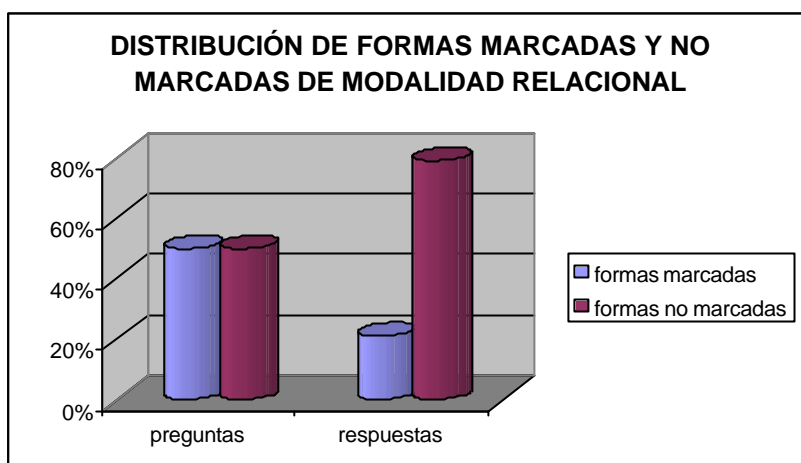


Figura 7

Se ha evitado así todo tono en exceso coercitivo que no contribuiría sino a convertir el consejo que se da a los lectores en una forma de presión que poco ayudaría a poner en práctica el cambio de actitudes que se fomenta desde estas revistas.

Las obligaciones que los asesores tratan de imponer sobre los lectores en sus respuestas resultan especialmente significativas de los modelos de identidad masculina que se construye desde estas revistas entre su público lector, fomentándose valores como los siguientes:

La consideración y valorización de esposas y novias: la satisfacción de sus exigencias y necesidades, el apoyo a las mismas en todo momento	<i><u>Make yourself useful...</u>; ...and <u>ignore</u> all the abuse she'll throw at you... (al asistir al parto [1]); <u>So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis</u> [16]; ...and I think you <u>should</u> be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria [20]</i>
El establecimiento de unas relaciones de poder equitativas entre cónyuges, basadas en el respeto y la tolerancia	<i>You both <u>need to</u> realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view [4]; Thinking unsexy thoughts can work but <u>keep it</u> [thinking unsexy thoughts] to yourself (durante las relaciones sexuales para evitar la eyaculación precoz [9]); <u>Do it at home, possibly over a drink (one)</u>; <u>Don't be tempted to break the news over dinner at a restaurant</u> (comunicar a su pareja que uno es estéril [11])</i>
La revelación de sentimientos y emociones íntimas entre	<i><u>Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious</u> [5]</i>

varones	
El equilibrio entre trabajo, vida social y ocio	<i>-<u>Scrutinise</u> your workload in relation to exercise, hobbies and social activities, and <u>aim</u> for a balance [6]</i>
Los hábitos de vida saludables y la mesura, evitando los abusos: en la rutina diaria, en el deporte, al beber	<i><u>Ensure</u> you sleep at least six hours per night and <u>eat</u> a wholesome and varied diet [6]; It's <u>essential</u> to be healthy when exercising [10]; (<u>Know</u> how much you can drink before you start out – and <u>stick</u> to it. <u>Use</u> soft drinks to keep within your limits [12]; <u>Start</u> with a light weight', says Pearl, 'and progressively <u>add</u> resistance [extra weight] with each set; <u>never start</u> with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion. '[18]</i>
La atención a la estética personal, aunque sin caer en el narcisismo	<i>Although it is true to say that ties <u>should</u> never be worn with button-down shirts, there are several open-collar shirt looks that are acceptable; Obviously, the wearer <u>needs to</u> be sleek, slim and sexy for the effect to work [20]; Generally disdained, short socks <u>should</u> only be worn for real sporting activities [14]; so <u>be warned</u> (de los peligros de preocuparse excesivamente por la estética personal [8])</i>
El incentivo de las prácticas sexuales y el cuidado del miembro viril como instrumento definitorio fundamental de la masculinidad	<i>You <u>have to</u> risk your arse to get some (pussy) [2];<u>Grip</u> the top of the penis and <u>squeeze</u> the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds [9]; <u>Check</u> it side-on in a mirror; If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, <u>ask</u> your GP for a check-up [13]; <u>Use</u> it till someone says, "Ewww" [15]</i>
La prudencia en el trabajo	<i>-<u>Steer</u> well clear of it (inmiscuirse en las relaciones sentimentales entre compañeros [19])</i>

El modelo de ACD de Fairclough se interesa especialmente por el estudio de la modalidad relacional dado su papel fundamental como reflejo de las relaciones de poder entre hablantes: "It is precisely implicit authority claims and implicit power relations [...] that make relational modality a matter of ideological interest" (1989: 127). Sin embargo, la evaluación que el hablante hace sobre la veracidad de los enunciados por medio de la **modalidad expresiva** resulta también significativa. Sobre pasados por conflictos asociados a su condición masculina, es normal que los lectores escriban a los consultorios de estas revistas para hombres deseando saber qué *posibles* soluciones existen para los mismos (*Got any good excuses I can Use?* [1]; *Can we do anything to*

*sort this out?* [4]; *What can I say to him?* [5]; *Are there any exercises I could do to firm up my face?* [6]), haciendo incluso alusión a su propia imposibilidad para superar esas dificultades por medio del valor de habilidad de *can*<sup>364</sup> (*I can't handle it; when we have sex, I can't keep hard* [16]). La angustia de los lectores al plantear sus problemas se manifiesta en la aparición de ciertas formas que aportan el valor de certidumbre a sus consultas (*I'm sure it would murder my sex drive* [1]; *I'm 32 and convinced that my penis is actually getting smaller* [13]), estando sujeta la posibilidad de que algo les suceda en el futuro al cumplimiento de ciertas condiciones cuya puesta en práctica se cuestionan escribiendo a estos consultorios (*But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me* [2]; *If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?* [12]).

Ahora bien, más que en la descripción de los problemas personales de los lectores, en las respuestas de los asesores, que es donde más claramente se proponen modelos de comportamiento para el público lector, hay que llamar la atención sobre la ausencia de enunciados modalizados; esta visión aparentemente cristalina de la realidad oculta un compromiso categórico con algunas afirmaciones que se dan como universalmente válidas, que desde otros ámbitos podrían cuestionarse, y que dejan entrever la ideología de estas publicaciones. A este respecto, resulta cuanto menos digno de atención que no se modalicen afirmaciones como las siguientes:

- el plantear como común el miedo de los hombres a perder su libido por presenciar el parto de un hijo (*This is a common fear among men, but not always a rational one* [1]);
- el asociar las conquistas sexuales de los hombres con su valor y decisión hacia las mujeres (*You have to risk your arse to get some [pussy] – that's the law* [2]);
- el fomentar el mantenimiento de una apariencia juvenil a costa de la renuncia a actitudes masculinas tradicionales como la cultura del alcohol o la adicción al trabajo (*A stressful lifestyle, poor sleeping and eating habits, too much booze and a lack of exercise have a hugely negative effect on how you look* [6]);
- el pensar que las prácticas onanistas entre varones adultos son deleznable (Sex therapists recommend masturbation – yes, we know it's a chore, but there it is [9]);

---

<sup>364</sup> La habilidad que expresa *can* no es, según Palmer, sino una forma especial de posibilidad orientada hacia el sujeto: “many grammars of English refer to ‘ability’ (which is essentially subject oriented possibility)” (1990: 83).

- el dar por hecho la validez de una norma de estética masculina como es el priorizar el uso de calcetines altos (*Otherwise, the archaically named “full hose” (ie, just below the knee) are for general use* [14]).

A veces, la utilización del auxiliar enfático *do*, para recalcar el hecho de que los hombres envejecen más lentamente que las mujeres (*The result is that men do have a better deal in this area* –el acusar los efectos del envejecimiento– [3]), o la cursiva, para incidir en la validez de modelos de estética masculina para muchos inaceptables (...*there are several open-collar shirt looks that are acceptable* [20]) dan cuenta del total compromiso de los asesores con la veracidad de sus enunciados aparentemente sin marcas de modalidad. Con todo, el uso marcado de la modalidad expresiva va a proliferar a lo largo y ancho de las consultas analizadas con formas adjetivales (v.g. *likely* [5]); adverbiales (v.g. *optimistically* [1], *maybe* [8, 15], *possibly* [11, 15], *definetely* [11], *to some extent* [16], *obviously* [20], *perhaps* [20]); nominales (*ability* [11]); matizadores (*or something like that* [15], *I think* [20]); y auxiliares modales como *can*, *may*, *be bound to* y *will*. El siguiente cuadro refleja cómo se construye, desde el asesoramiento de los expertos de estas revistas, la evaluación de la verdad sobre el universo de lo masculino<sup>365</sup>.

<b>EL UNIVERSO DE LO POSIBLE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La repulsión de los hombres a presenciar el parto de sus esposas (<i>If you think you <u>may</u> be particularly squeamish...</i>[1])</li> <li>- La utilización de la ingeniería genética por parte de las mujeres para dejar de acusar los efectos del envejecimiento más que los hombres (<i>But in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist’s daughter <u>may</u> well catch you up</i> [3])</li> <li>- Las estrategias que solucionen las discusiones en pareja si hay compromiso por ambas partes (<i>You <u>can</u> do something to sort this</i> [4]; <i>...and you <u>might</u> even need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor</i> [4])</li> <li>- El desarrollo entre los hombres de modos constructivos de encauzar sentimientos como la envidia (<i>If you <u>can</u> communicate that envy in terms of</i></li> </ul>

<sup>365</sup> No olvidemos que en este estudio se ha entendido la *modalidad expresiva* en el sentido de la *modalidad extrínseca* con valores de posibilidad, necesidad y predicción de la que hablan Quirk *et al.* (1985: 219). Aquí se englobaría la modalidad epistémica de que hablan autores como Palmer (1990) –las formas de posibilidad (v.g. *It may rain tomorrow*) y las de necesidad o deducción (v.g. *Your brother must be at work now*)– y las de predicción que, por ejemplo, se añaden al significado del auxiliar de futuro *will* (v.g. *The match will start soon*).

*what you wish you had...; and by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself [5]) y los efectos destructivos de este sentimiento (...then he's also less likely to feel quite so threatened and undermined [5])*

- La asociación entre la paternidad y la maduración en los hombres (*Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signals a man's maturity [7]; To be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men [7])*
- La imposibilidad de los hombres narcisistas de querer a sus parejas tanto como a sí mismos (*Many women give up on narcissistic men as they feel they can never love them as much as they love themselves [8])*
- La existencia de muchas mujeres a las que les gusta que sus novios se preocupen por su estética aunque no en demasía (*Maybe your girlfriend likes you looking good but not if you make[8])*
- El pensar en temas apartados de lo sexual durante el coito para evitar la eyaculación precoz (*Thinking unsexy thoughts can work... [9]; The urge to ejaculate should subside without killing your erection)*
- El modo de decir a su pareja que uno es estéril (*Do it a home, possibly over a drink (one); Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child; When the results come through you can face the future together [11])*
- Los efectos reales de tomar agua creyendo que ello reducirá el grado de embriaguez (*Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body [12]) y el control del límite personal (Know how much you can drink before you start out... [12])*
- La grata sorpresa de muchos hombres al medir el tamaño de su pene desde el ángulo adecuado (*You may be pleasantly surprised [13])*
- Los beneficios que para la estética personal supone el llevar calcetines altos (*This way, men can avoid the unattractive NHG associated with badly trained TV personalities [14])*
- El que los lectores sepan darse cuenta del alcance de sus propios problemas (*Can you spell "therapy"? [17])*
- Los efectos nefastos de inmiscuirse en las relaciones sentimentales entre compañeros de trabajo (*Both of them may resent any attempt you may make to intervene and you could be putting your own job at risk [19])*

## EL UNIVERSO DE LO LÓGICAMENTE NECESARIO Y LO PREDECIBLE<sup>366</sup>

- La necesidad de algo más que la mera presencia en un parto para acabar con el deseo sexual en una relación de pareja (*It's going to take more than a slippery placenta to destroy your sex drive* [1])
- El fortalecimiento de la relación padre-hijo si el primero asiste al nacimiento del segundo (*...the sooner and stronger the connection will be between father and child*)
- La canalización del dolor físico de las mujeres durante el alumbramiento culpando a su pareja (*...all the abuse she'll throw at you for causing all the pain* [1])
- La relativización por parte de los hombres de sus miedos a las mujeres con el paso de los años (*You know, in a few years you'll look back on this and think...* [2])
- Los efectos nefastos que en una relación de pareja tiene el no comprometerse a no abusar del poder (*If you don't you will end up being like two separate states at war* [4])
- Los ejercicios que ayudan a mantener un aspecto facial juvenil (*Facial exercises will help in addition to cardiovascular workouts* [6])
- El rechazo de toda creencia en la existencia de un momento adecuado para que un hombre pueda ser padre (*...as there will never be a right time to have a baby* [7])
- El aprendizaje de los varones a calcular cuándo van a eyacular para retardar la eyaculación precoz (*The better you know when you're going to come...* [9])
- El ejercicio físico en períodos de enfermedad como estrategia para mantenerse en forma (*...when you are unwell for a long period, "active recovery" will help maintain your pre-injury fitness* [10])
- El deseo de las mujeres de guardar las formas, evitando las discusiones de pareja en público (*She won't want to get upset in public* [11])

<sup>366</sup> La etiqueta de "necesidad" la hemos importado de autores como Palmer (1990: 51) para referirse al empleo de formas como *must*, *will* o *be bound to* cuando se expresa lo necesario desde un punto de vista lógico, es decir, para formular deducciones o asunciones lógicas (e.g. *That must be the electrician*). Aunque esta dimensión de lo estrictamente necesario desde un punto de vista lógico se diferencia claramente de la de los hechos futuros que incorporan el valor modal de predicción (*One day I will die*), hemos decidido agruparlas, ya que, según hace ver Leech (1987: 84), hay casos de utilización de auxiliares modales como *will* en los que –como hemos visto en el análisis empírico del texto 6– resulta harto difícil establecer si el hablante está realizando una predicción sobre hechos futuros (*You will feel better after a good night's sleep*), sobre hechos presentes –es decir, hechos presentes que se predicen como lógicamente necesarios– (*That will be the electrician*) o sobre hechos habituales y generales (*If limus paper is dipped in acid, it will turn red; A lion will attack a human being only when hungry*). Así pues, hemos integrado estos dos universos, puesto que la mayor parte de ejemplos de este tipo en el corpus corresponden, como prueba el cuadro, a enunciados con *will*.



- Los efectos físicos de tomar agua además de alcohol (*You'll be in the bog more often too, which cuts boozing time* [12])
- Los resultados positivos de practicar el sexo para la buena salud del miembro viril (*Regular sex – even if it's on your own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on your face* [13])
- Las consecuencias positivas de realizar ejercicio físico con mesura (*Starting off with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl...* [18])

En lo que se refiere a la utilización de los pronombres **YOU** y **WE**, hemos de hacernos eco, comenzando con la primera de estas formas, de las ocasiones en que *you* incorpora un significado genérico que extiende los problemas presentados por lectores individuales y el asesoramiento que se les ofrece no sólo a otros lectores de estas revistas sino a los hombres en general, lo cual ha de entenderse como una herramienta al servicio de la difusión de la ideología sobre la masculinidad que desde estas secciones se opera. De hecho, al margen de los ejemplos en que esta forma remite únicamente, a modo de deíctico, a la situación comunicativa que se produce entre el lector y el especialista, en muchas otras ocasiones resulta difícil discernir entre los valores genéricos de *you* y el empleo de este pronombre como parte de la deixis personal que se establece entre los asesores de estos consultorios y los lectores concretos –además de otros participantes como sus novias– que les escriben solicitando su consejo. Según afirman Quirk *et al.*: “[generic] *you* again retains something of its 2nd person meaning: it can suggest that the speaker is appealing to the hearer’s experience of life in general, or else of some specific situation, as in: *This wine makes you feel drowsy, doesn’t it?*” (1985: 354).

<p><b><i>YOU funciona únicamente como deíctico: remite a la comunicación personal que se establece entre lectores y asesores</i></b></p>	<p><i>Make yourself useful... [1]; you want a fuck [2]; ...your fledgling feminist’s daughter may well catch you up [3]; Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very nervous [5]; Ensure you sleep at least six hours...[6]; Your problem can be broken down into two different parts [8]; ...so avoid training when you have a cold, are injured or feel unwell [10]; Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child and suggest that you take a test [11]; Use soft drinks to keep within your limits [12]; If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a</i></p>
--	--

	<p><i>check-up [13]; <u>You</u> have either Cordee or Peyronie's Disease; [15]; So thanks for <u>your</u> letter [16]; <u>You</u> need professional help [17]; After warming up <u>you</u> should lift the weights progressively [18]; Both of them may resent any attempt <u>you</u> make to intervene and <u>you</u> could be putting your own job at risk [19]; No, <u>you</u>'re wrong [20]</i></p>
<p><b><i>YOU remite a la situación de comunicación que se establece entre lectores y asesores incorporando a su vez un valor genérico</i></b></p>	<p><b><i>Imágenes de los lectores (masculinos) ideales que proyecta YOU como sujeto genérico</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- preocupados por la pérdida de su libido por asistir al parto de sus hijos (...it's going to take more than a slippery placenta to destroy <u>your</u> sex drive [1]);</li> <li>- deseosos de mantener relaciones carnales a toda costa (<u>you</u> have to risk your arse to get some (pussy)[2]);</li> <li>- partícipes de discusiones domésticas por el ejercicio de actitudes en exceso dominantes (If <u>you</u> are sharing your life and living space with <u>your</u> partner...[4]);</li> <li>- preocupados por su apariencia personal (<u>Your</u> appearance has a lot to do with general well-being [6]);</li> <li>- temerosos de dar el paso de ser padres (...but it all boils down to whether <u>you</u> have the courage to overcome these fears [7]);</li> <li>- obsesionados por mantener la forma física hasta en períodos de enfermedad (To decrease the regression rate (losing fitness), particularly when <u>you</u> are unwell for a long period of time, "active recovery" will maintain <u>your</u> pre-injury fitness [10]);</li> <li>- abusadores del alcohol (The amount of alcohol and the period of time determine how drunk <u>you</u> get [12]);</li> <li>- obsesionados con sus órganos genitales (Regular sex – even if it's on <u>your</u> own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on <u>your</u> face [13])</li> </ul>
<p><b><i>YOU posee un valor exclusivamente genérico</i></b></p>	<p><i>The rule of thumb of regression is that it takes a third of the time it took <u>you</u> to build <u>your</u> fitness up as it does to lose it [10]; <u>You</u> can see how the sickle-dick bends the lines, honest [15]</i></p>

Por otro lado, el pronombre **WE** se utiliza a veces con un *valor exclusivo* que remite a los lectores y otros participantes como puedan ser amigas (We are good friends [2]) o novias (Can we do anything to sort this out? [4]; When we have sex, I can't keep

*hard* [16]). Sin embargo, *we* se emplea también con un *valor inclusivo*, que engloba a lectores, asesores y a todos los hombres en general. Estos valores inclusivos proyectan un sistema de valores compartidos entre los hombres que contribuye a la construcción de una ideología asociada a la masculinidad que desde estas revistas se presupone y se trata de difundir entre sus lectores ideales. Estos usos inclusivos proyectan una imagen de los hombres en tanto que:

- víctimas de una sociedad obsesionada con la imagen y el culto al cuerpo (*one such bias is that in our “lookist” society, women get a raw deal because they age quicker than men* [3]);
- temerosos de convertirse en padres por obligarles ello a madurar definitivamente (*To be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men* [7]);
- totalmente en contra de las prácticas masturbatorias por asociarse a individuos sexualmente inmaduros (*Yes, we know it’s a chore* [9])<sup>367</sup>.

### I. 2. 3. ¿Cómo se unen las oraciones simples?

Entre los recursos que confieren textura a este género, hay que señalar los casos de **sustitución** por formas como *one, some, the same, does, did*, etc. (1, 2, 5, 8, 10), y los de **elipsis** (1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 18); éstas últimas imprimen en ocasiones un cierto tono coloquial y conversacional a las interacciones entre lectores y asesores, lo que contribuye a que el resto de lectores de la publicación vean en este consultorio un formato cercano y asequible, no muy distante de la conversación entre amigos donde los hombres se desahogan e intercambian problemas y experiencias mutuas (v.g. [Have you] *Got any excuses I can use* (1); ([Are there] *any delay methods you can recommend that don’t take ages of pelvic exercises?* (9); *It is essential to be healthy when [you {elipsis nominal} are {elipsis verbal}] exercising, so avoid training when you have a cold...*(10); *When [I am / you are] weight training, should I start with light weights and build up, or vice versa?* (18)). Por otro lado, aunque no faltan ejemplos de **referencia demostrativa** (1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 14, 16, 17, 19, 20), llama poderosamente la atención el empleo de formas de **referencia personal** en todos los textos del corpus. Ideológicamente ello resulta elocuente de la importancia que cobra la dimensión interpersonal de los hombres que escriben a esta sección, tanto más cuanto

---

<sup>367</sup> Como se expone en el análisis detallado del texto 9, este *we* admite también una interpretación con valor exclusivo.

que estas formas remiten a los lectores, sus novias o esposas, amigos y compañeros de trabajo, por encima de a otros sujetos sociales, en una proporción de siete a tres. Las formas de referencia comparativa (3, 4, 6, 12, 13, 14, 16, 17, 19, 20) dan cuenta especialmente de la cierta relación de competitividad de la que los hombres entran a formar parte con sus parejas, con los amigos, o con otros hombres, a propósito de cuestiones como el envejecimiento y el cuidado de la estética, el reparto de poder en casa o el tamaño de los genitales, entre otras cuestiones (v.g. *The male has more the sex hormone, androgen, running around his system than the female and this makes his skin more resistant to ageing* (3); *Making compromises means listening too and accepting the other person's point of view* (4); *My mates are the same age but could easily pass for younger* (6); *I'm 32 years old and convinced that my penis is getting smaller* (13); *My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same "louche" look* (20)). Existe un predominio casi absoluto de las formas de referencia endofóricas sobre las exofóricas, y de las anáforicas sobre las catafóricas.

Los recursos de **cohesión léxica** vienen a incidir –a través de, entre otros fenómenos, *repeticiones* y *reiteraciones* (1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 15, 16, 20), *colocaciones* (1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 19, 20), (*cuasi*)*sinónimos* (1, 2, 5, 6, 7, 9, 10, 15, 20), *antónimos* (3, 7, 9, 10, 15, 20), *hipónimos* (4, 7, 9, 13) o *términos genéricos* (10, 16)– sobre aspectos relacionados con la problemática planteada por los lectores y manifiestos en los esquemas de clasificación. Naturalmente, el tipo de léxico que da lugar a estas relaciones de repetición, colocación o sinonimia va a estar en función de la idiosincrasia de los fragmentos y de los campos semánticos que se activen en éstos. No resulta, por tanto, productivo el buscar la asociación de un determinado tipo de vocabulario con relaciones de cohesión léxicas dadas.

Por lo que respecta al empleo de **conectores**, aunque resulta imposible hacerse eco, en este capítulo de conclusiones, de la plétora de nexos conjuntivos y marcadores discursivos que aparecen a lo largo de las veinte muestras analizadas, sí se puede poner de relieve la recurrencia de una serie de tendencias, dentro de esta relación, relativas a los recursos de cohesión. Entre estas tendencias, cabría así señalar:

1. El empleo de *marcadores discursivos* conversacionales, que imprimen un cierto tono de oralidad a las interacciones lector-asesor (v.g. *Oh* [1]; *you know* [2]; *well* [15]; *so* [2, 16]; *actually* [17]). En este sentido, además de su empleo como conjunciones coordinantes entre las cláusulas de oraciones complejas –que señalaremos más abajo–, *and* (v.g. *And by focusing on exactly what you envy*

*about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself* (5) [también en textos 1, 10, 16]), *or* (v.g. *Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal* (15)), o *but* (v.g. *But if you think you may be particularly squeamish, make sure you don't hang around at the business end...* (1) [también en textos 2, 3, 8, 16]) se emplean frecuentemente como marcadores discursivos propios de la conversación, situados al principio de oraciones independientes “as sequentially dependent elements which bracket units of talk” (Schiffrin, 1987: 31).

2. La necesidad que imponen los asesores a los lectores de que cumplan con ciertas *condiciones* para llegar a solucionar los problemas relativos a su condición masculina (*But if you think you may be particularly squeamish, make sure you don't hang around at the business end...* [1]; *If you are sharing your life and living space with your partner, there is bound to be conflict about who controls what; If you don't, you will end up being like two separate states at war* [4]; *If you can communicate that envy in terms of what you wish you had ... then he's also less likely to feel quite so threatened or undermined* [5]; *If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a check-up* [13]);
3. La utilización de *formas de oposición* –adversativas y concesivas–, en prácticamente todos los textos, para dar cuenta de los obstáculos y contrariedades que interrumpen las aspiraciones masculinas. A este respecto, resulta elocuente el análisis de lo que desde estas consultas se construye como oposiciones u obstáculos para los hombres, según muestran estos ejemplos significativos:
  - i. El peso de la dimensión emocional, por ejemplo, los temores y los sentimientos de preocupación de cara a novias o amigos (*She has huge tits. But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me* [2]; *Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask* [2]; *Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious* [5]; *Part of me knows that this is the next step in our relationship, but I'm terrified* [7]; *There are many other aspects to the scenario ... but it all boils down to whether you have the courage to overcome this uncertainty* [7]; *I love her and want to help, but I've never*

- been good at emotional stuff* [16]; *Despite your concerns about not being “good at emotional stuff”, you are clearly helping* [16]).
- ii. La firmeza y seguridad de las mujeres en sus planteamientos y reivindicaciones, y la necesidad masculina de tener que satisfacer dichos requerimientos femeninos (*Despite being only 23, my girlfriend still maintains many of the prejudices of the proto-feminists* [3]; *Maybe your girlfriend likes you looking good but not if you make too much of a fuss about it* [8]; *She says it’s a real turn off that I’m so vain. But I know she also likes the fact that I look good* [8]; *But in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist’s daughter may well catch you up* [3]; *I know I can’t have children but I’ve never told my partner* [11]).
  - iii. El temor a quedar en una posición de inferioridad de cara a los demás (*My mates are the same age but could easily pass for younger* [6]; *I’ve met the girl of my dreams but I keep putting off sex as I’m worried about coming too quickly; I have a couple of friends who continue to exercise regularly if they feel ill, but I know others who stop until they feel better* [10]).
  - iv. El sexo a solas (*Yes, we know it’s a chore, but there it is; Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself* [9]; *Regular sex – even if it’s on your own – will keep a penis healthy* [13]).
4. Los nexos comparativos como índice de la relación de competitividad a que se ven sometidos los varones en diversos ámbitos de su vida (*The male has more of the sex hormone...than the female; this is coupled with the fact that a man’s skin is usually oilier than a woman’s; the result is that men do have a better deal than women in this area* [3]; *My girlfriend told me that I spend more time in front of the mirror and worrying about how I look than she does* [8]).

Hay que llamar la atención sobre la abundancia de **estructuras coordinadas** copulativas, tanto en forma de conjunciones como de marcadores discursivos, que imprimen un tono acumulativo a la presentación de los problemas de los lectores (v.g.

*My wife is pregnant with our fist child and I don't want to be in the delivery room when it pops out; The thought makes me feel sick, and I'm sure it would murder my sex drive [1]; But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me [2]; I live with my girlfriend and over the last few years we've been having huge arguments; I work hard and want to just sit and relax [4]; My best mate has recently got a great job and I'm really jealous [5]; My boss keeps teasing me and people quite often think I'm well into my thirties [6]; My girlfriend keeps dropping very unsubstle hints about her friends having babies, and keeps stopping to look in Mothercare when we go out shopping together [7]; She's never been to the police and there's no talking her into it; and she didn't see a doctor after the last time it happened; When we have sex I can't keep hard, and I'm paranoid that every grimace on her face means...; I love her and want to help... [16]).*

Algo parecido ocurre con los comportamientos sugeridos por los asesores para su resolución y la explicación del porqué de estos conflictos. Esta dimensión aditiva resulta significativa de hasta qué punto se hace necesaria la voluntad y actuación de los hombres para solucionar los conflictos asociados a su identidad masculina (*Make yourself useful by mopping your wife's brow or, better still, holding her hand and letting her crush yours when the going gets tough. Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain [1]; Why not take her for a drink and then say you fancy her? [2]; The male has more of the sex hormone, androgen, than the female and this makes his skin more resistant to ageing [3]; You both need to realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view; If you don't, you will end up being like two separate states at war and will need to bring the UN [4]; ... And by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself [5]; Scrutinise your workload...and aim for a balance; Ensure you sleep at least six hours per night and eat a wholesome and varied diet [6]; Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds [9]; Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child and suggest you take a test [11]; Know how much you can drink before you start out – and stick to it [12]; Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal [15]; Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted [17]; `Start with a light weight', says Pearl, and progressively add resistance [extra weight] with each*

set...´ [18]; *Both of them may resent any attempt you make to intervene and you could be putting your own job at risk* [19]).

Este valor acumulativo incide en la imagen de crisis de la masculinidad que se proyecta desde este género de los consultorios en revistas para hombres. Naturalmente, no faltarán casos de coordinación mediante nexos disyuntivos (1, 13, 16) o adversativos (v.g. 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 16, 17, 20), según hemos apuntado.

Sin embargo, no van a faltar en absoluto las estructuras **subordinadas**, muchas veces insertas en el seno de cláusulas coordinadas. Con frecuencia asistimos, tal y como se ha puesto de manifiesto en el estudio de registro del corpus, a la inclusión de un número bastante elevado de cláusulas subordinadas en el seno de una oración. Esta elevada complejidad gramatical, característica del inglés oral (Eggins, 1994: 61; Halliday, 1994: 350), resulta reveladora de la proyección de un cierto tono conversacional sobre las interacciones entre lectores y asesores por parte de los editores de estas secciones, con la intención de construir un tono desenfadado y espontáneo para con los lectores de estas revistas masculinas, alejado del rigor y formalismo de otras variedades de consultorios en la prensa (v.g. *I live with my girlfriend and over the last few years we've been having huge arguments, usually started by her complaining that I always control what we watch on TV* [1]). La siguiente tabla resumen nos da idea de los tipos de cláusulas subordinadas en los textos analizados:

<b>SUBORDINACIÓN</b>	
<b>SUSTANTIVAS</b>	
<b>TIPO</b>	<b>TEXTOS</b>
<i>Introducidas por <u>that</u> en función de objeto directo</i>	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 20
<i>Introducidas por <u>that</u> en función de sujeto</i>	8
<i>Introducidas por <u>that</u> en función de complemento de un adjetivo</i>	1, 13, 16
<i>Introducidas por <u>that</u> en función de complemento del sujeto</i>	2, 3, 8
<i>Introducidas por una palabra <u>wh-</u> en función de objeto directo</i>	9, 15
<i>Introducidas por una palabra <u>wh-</u> en función de sujeto</i>	16
<i>De infinitivo en función de sujeto</i>	1, 7, 9, 10, 16, 19, 20
<i>De infinitivo en función de objeto directo</i>	20
<i>De infinitivo en función de complemento de un adjetivo</i>	2, 5, 11
<i>De infinitivo en función de posmodificador de un núcleo nominal</i>	2, 5, 7
<i>De participio en -ing en función de complemento preposicional</i>	1, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 13, 16, 17
<i>De participio en -ing en función de sujeto</i>	4, 7, 9, 12, 16, 17, 18



<i>De participio en –ing en función de complemento del sujeto</i>	4, 16
<i>De participio en –ing en función de objeto directo</i>	8, 9, 10
<i>Sustantivas relativas en función de complemento preposicional</i>	4, 5, 8, 13, 19
<i>Sustantivas exclamativas en función de complemento preposicional</i>	5, 6
<i>Sustantivas interrogativas (“wh-interrogative clauses”) en función de complemento preposicional</i>	6, 12
<i>Sustantivas del tipo “yes-no and alternative interrogative clauses” en función de complemento preposicional</i>	7

### **DE RELATIVO**

#### **TEXTOS**

1, 2, 4, 6, 7, 9, 16, 18, 20

### **ADVERBIALES**

<b>TIPO</b>	<b>TEXTOS</b>
<i>Condicionales</i>	1, 2, 4, 8, 10, 12, 13, 16
<i>Temporales</i>	1, 6, 7, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18
<i>Causales</i>	1, 3, 8, 18
<i>Concesivas</i>	2, 6, 11, 13, 16, 20
<i>Finales</i>	2, 4, 6, 7, 10, 12, 16, 20
<i>“Supplementive clauses”: Adverbiales introducidas por un verbo en forma no finita</i>	3, 7, 8
<i>Consecutivas</i>	8, 10, 16
<i>Comparativas</i>	1, 8, 9, 10, 17, 19
<i>De comentario</i>	16

Por último, aunque sería necesario remitirse al análisis de cada texto en particular para alcanzar a comprender las implicaciones ideológicas concretas, no faltan ejemplos en los que la distribución de la información entre las cláusulas principales y subordinadas nos da idea de lo que construye como información respectivamente más y menos prominente, tal y como demuestran las siguientes muestras seleccionadas por su representatividad:

<b>EJEMPLO (subordinadas en negrita)</b>	<b>VALOR IDEOLÓGICO</b>
<i>...I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly [9]</i>	Se construye un tipo de hombre que estima más prominente informativamente la renuncia al goce sexual que la preocupación por eyacular precozmente
<i>I have a couple of friends who continue to</i>	Se proyecta un tipo de lector que valora la

<i>exercise regularly <b>if they feel ill</b>, but I know others who stop <b>until they feel better</b></i> [10] {la final y la temporal son subordinadas respecto a las cláusulas de relativo}	forma física por encima de la salud
<i>You'll be in the bog more often too, <b>which cuts boozing time</b></i> [12]	Se dibuja un asesor que trata de desterrar las falsas creencias de muchos hombres sobre el papel del agua a la hora de embriagarse
<i>I'm 32 years old and convinced <b>that my penis is actually getting smaller</b>; If you ... feel your testicles are getting smaller</i> [13]	Se construye un asesor que, con su interpretación, ayuda a los hombres a darse cuenta de que el posible decrecimiento de su miembro viril es algo puramente impresionístico
<i>I am a bit confused about the correct time to wear <b>short or long socks</b></i> [14]	Se dibuja un tipo de hombre para quien es más importante el cumplir con las normas estéticas que la funcionalidad de la ropa
<i>Use it <b>till someone says: "Ewww"</b></i> [15]	Se fomenta el ejercicio de la sexualidad masculina a pesar de lo que los demás puedan pensar de la curvatura del miembro viril de uno mismo

### ***I. 3. Estructuras Textuales***

#### ***I. 3. 1. ¿Qué normas de interacción se usan?***

Con el recurso a la **reformulación**, que, aun siendo típico de la interacción oral, se justifica por la estructura de conversación mínima retardada que posee el género del consultorio, se pretende orientar ideológicamente la problemática planteada por los lectores que escriben en la línea que desde las revistas se intente fomentar. Esta estrategia, que se emplea en el 40 % de las muestras analizadas, resulta característica del discurso del asesoramiento en tanto en cuanto el especialista intenta, evitando todo tono coercitivo, que su cliente enfoque sus problemas desde una óptica que éste no había considerado previamente y que puede ayudarle a solucionarlos. En ocasiones, la consulta sobre un problema concreto lleva al asesor a hacer ver al lector el trasfondo del mismo y a considerar la cuestión en su más amplio espectro. Así, al lector que confiesa sus temores a pedir relaciones sexuales a una amiga, se le muestra lo poco viril que resulta su actitud (2); al que pide una solución para las frecuentes discusiones con su

novia sobre el control del mando a distancia, se le hace ver lo beneficioso de desarrollar una convivencia de pareja basada en el respeto y las relaciones de poder igualitarias (4); al que pregunta si hay ejercicios faciales que frenen el envejecimiento prematuro, se le recomienda que lleve un modo de vida equilibrado (6); al que se pregunta si bebiendo agua se reducen los efectos del alcohol, se le insta más bien a la medida y el autocontrol (12); y al joven que escribe alarmado creyendo que su pene se está empequeñeciendo, se le anima a que adopte otro ángulo de visión y se preocupe por adoptar hábitos de vida más saludables (13). Otras veces, aprovecha el asesor para reorientar y dar un enfoque totalmente distinto a la cuestión planteada. En este sentido, el lector que busca excusas para no estar presente en el alumbramiento de su primer hijo encuentra un discurso sobre la conveniencia de apoyar a su esposa en tan duro trance y fomentar la relación padre-hijo desde el primer momento (1); al joven que no acaba de comprender las quejas de su novia por el tiempo que pasa delante del espejo, se le hace ver los peligros de una actitud tan narcisista para la relación de pareja (8); y al lector que se culpa de no poder ayudar a su novia a superar las secuelas psicológicas de las violaciones de que ha sido víctima, se le hace ver lo positivo que es el hecho mismo de que ella haya confiado en él contándole su problema (16).

### ***I. 3. 2. ¿Qué macroestructuras aparecen en el texto?***

Todas las muestras analizadas van a manifestar la macroestructura de base de las secciones de consulta en la prensa, con sus dos subsecciones características: la pregunta o consulta, en que un lector plantea un conflicto para el que aspira a alcanzar solución a partir de la experiencia del experto en temas de masculinidad de la revista, y la respuesta, en que el asesor ofrece su consejo. Excepto en las muestras extraídas de *Sky Magazine* (2, 15 y 17), la subsección de pregunta vendrá introducida por la inicial “Q” (*Question*) en todas las muestras, y la de respuesta por “A” (*Answer*) en casi todas. Estos rasgos evidencian una *secuencia dialogal* reducida, donde la transcripción de las consultas reproduce una interacción dialogal mínima con una sola réplica por parte de lector y asesor como interlocutores característicos de este género. De hecho, existen ejemplos donde la consulta de los lectores no deja traslucir una estructura profunda organizada según un tipo textual determinado, sino que asistimos a una mera pregunta (textos 12, 18 y 19) dentro de la macroestructura dialogal general que, como mucho, viene precedida de una breve presentación del conflicto que acucia al lector en cuestión (13, 20), sin que ello dé lugar a una organización macroestructural explicativa o argumentativa como tal. Esto ocurre en un 25 % de las preguntas.

Sin embargo, en la mayor parte de los casos, tanto la consulta como especialmente la respuesta de los asesores reproducen autónomamente las características macroestructurales propias de otros tipos o secuencias textuales como la argumentativa (5 % de las preguntas y también 5 % de las respuestas) y, sobre todo, la explicativa (65 % tanto en las preguntas como en las respuestas). La superabundancia de lo explicativo obedece a la construcción de este género a partir de la exposición de los lectores de sus problemas personales, y la consiguiente explicación de los asesores del mejor modo de solucionarlos. En el caso de las preguntas, aunque hay algún caso como el del texto 8 en que el lector se sirve de una estructura argumentativa –para razonar las discrepancias con su novia sobre cuestiones relativas al cuidado de su estética personal– en general, los lectores plantean sus consultas a partir de una orientación explicativa (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 14, 15, 16). Así, se parte de un esquema inicial o **Proposición explicativa 0** en que nos referimos a un objeto complejo y desconocido (v.g. la reticencia de los lectores a asistir al parto de sus hijos; un estado de envejecimiento facial prematuro, etc.); este esquema inicial pasa a problematizarse a través de la confesión de los temores o ansiedades de los lectores en la **Proposición explicativa 1** (v.g. el no haberle confesado a su novia que uno es estéril; la imposibilidad de ayudar a su novia a superar las secuelas psicológicas de haber sido violada, etc.), activándose un proceso explicativo o **Proposición explicativa 2** con el que se exponen las razones concretas que producen estos conflictos en los lectores (v.g. exposición de las ideas que uno tiene sobre qué calcetines se deben llevar según el tipo de ocasión, sobre cómo se producen las discusiones de pareja por detalles como el control del mando a distancia; o la presentación del modo en que a uno le afecta su aspecto anticipadamente envejecido a pesar de tener sólo veinticinco años; etc.). Sin embargo, la **Proposición explicativa 3**, que sintetizará y evaluará lo expuesto en el recorrido explicativo, suele sustituirse por una pregunta final (v.g. informándose sobre qué excusas utilizar para no tener que asistir a ese momento; preguntando si hay ejercicios que permitan reafirmar los músculos faciales; o inquiriendo sobre el mejor modo de mantenerse en forma a pesar de la enfermedad; etc.). Esto no ha de extrañarnos, pues las secuencias explicativas quedan muchas veces inconclusas, ya que “en los textos empíricos las fases o los momentos de la secuencia pueden quedar implícitos” (Calsamiglia y Tusón, 1999: 309).

Este mismo esquema explicativo predomina en la mayoría de las respuestas (2, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 17, 19 y 20), donde los asesores suelen partir de una abstracción inicial sobre el estado de cosas planteado por los lectores a modo de **Pe 0**

(v.g. lo común de las discusiones de pareja; la paternidad como índice de maduración masculina; la poca conciencia social sobre el sufrimiento de los novios y esposos de las mujeres violadas; etc), que, al construirse como problemático en la **Pe 1** (v.g. el miedo de muchos hombres a ser padres; el temor a eyacular precozmente; etc.), da lugar a la exposición *sensu stricto* de las recomendaciones para enmendarlo en la **Pe2** (v.g. técnicas para retardar la eyaculación; convencer a su novia de que vea a un psicólogo que la ayude a sobreponerse de su violación; etc.). Se suele concluir este esquema con una **Pe3** en que se evalúa todo lo expuesto en forma muchas veces de advertencia final (v.g. riesgo de tener que recurrir a asesores de pareja de continuar los hombres con los abusos de poder; peligros del excesivo narcisismo masculino; regla de oro de la pérdida de forma física; beneficios de llevar calcetines altos). Al margen de esta norma general, en una ocasión (12), el asesor adopta una secuenciación argumentativa para hacer ver a su cliente la poca validez de su creencia de que, bebiendo agua, se reducen los efectos de la embriaguez. En el 30 % de las respuestas (1, 3, 6, 13, 16, 18), lo argumentativo se convierte en secuencia envolvente donde se incrusta lo explicativo o viceversa.

Para terminar, la figura 8 refleja visualmente, a modo de resumen, cómo se conforman cuantitativamente las macroestructuras por subsecciones. Según los datos que hemos aportado, resulta harto significativo el alto porcentaje de textos explicativos (65 %) frente a los argumentativos (5 %) en este género.

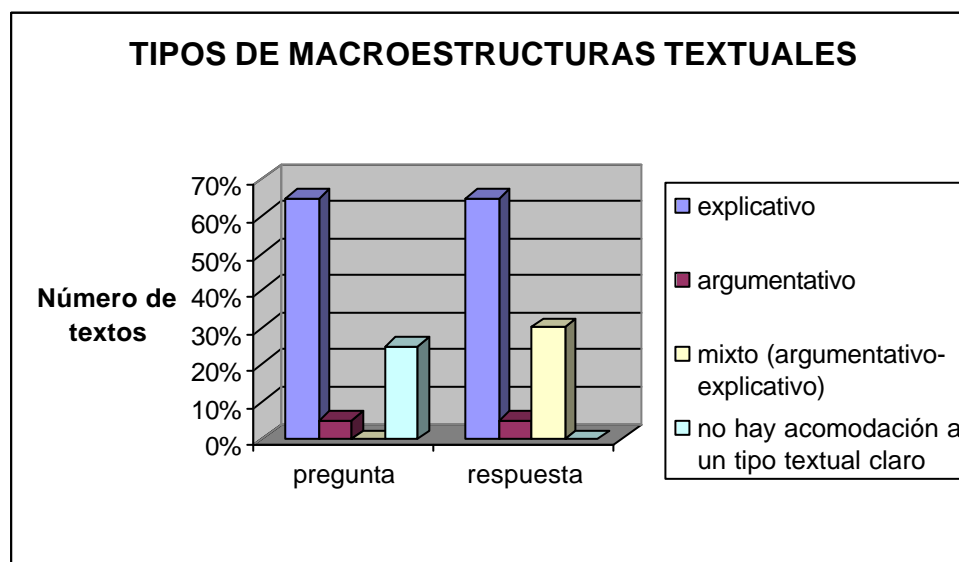


Figura 8

## **II. INTERPRETACIÓN**

### **II. 1. Contexto**

#### **II. 1. 1. ¿Qué interpretación/es otorgan los participantes a los contextos situacionales e intertextuales?**

##### **B. Contexto situacional**

Para desentrañar la interpretación del contexto situacional nos hemos servido de las siguientes variables:

###### **1) ¿Qué sucede?**

Las **actividades** principales que se activan en las interacciones comunicativas analizadas comprenden el hecho de que los lectores escriban a la sección de consultas de revistas de interés general para hombres para revelar y buscar solución a los conflictos de identidad derivados de su condición masculina; la respuesta de los especialistas de estas secciones; y el hecho mismo de la lectura de los consumidores de estas publicaciones. Junto a estas actividades fundamentales, se va a desplegar una plétora de actividades secundarias que se derivan de los conflictos presentados por los lectores en sus consultas y los modos de actuación propuestos por los asesores en sus respuestas. La lista se haría interminable, y a todas ellas se tiene acceso en el análisis de cada muestra, si bien hay actividades que se repiten recurrentemente: las quejas y acusaciones de novias y esposas sobre la actitud en exceso egocéntrica de sus compañeros (1, 3, 4, 8); la confesión por parte de éstos de sus miedos: a perder su libido y potencia sexual, a fracasar en sus conquistas amorosas, a ser padres, a envejecer prematuramente, al empequeñecimiento del miembro viril o su curvatura (1, 2, 6, 7, 13, 15); las prácticas deportivas de los varones (10, 18); el embriagarse éstos (12); o la práctica de relaciones sexuales de diverso tipo (2, 9, 13, 15, 16, 17).

Los **tópicos** que se abordan en el seno de las interacciones comunicativas entre lectores y asesores incluyen: los temores de los hombres a perder su libido por estar presentes en el momento del parto de sus hijos (1); las desavenencias en diferentes ámbitos de las relaciones entre hombres y mujeres como pueda ser al negociar relaciones sexuales o en diversas facetas de la convivencia de pareja (2, 3, 4, 8, 20); las preocupaciones de los varones por el cuidado de su estética personal (3, 6, 8, 14, 20); los desajustes emocionales de los hombres cuando se encuentran entre amigos, en el trabajo o en el curso de la vida en pareja (5, 16, 19); la articulación de la dimensión de los hombres como padres (1, 7, 11); la obsesión por la funcionalidad del miembro viril

(9, 13, 15); el culto a la forma física personal (10, 18); los factores de que depende la embriaguez (12); o los problemas derivados de la condición homosexual (17).

El **propósito** fundamental de las interacciones comunicativas que se generan en las muestras analizadas –resultado esperable del género de los consultorios en prensa– se halla en el hecho de proporcionar asesoramiento a los lectores que escriben a esta sección, y por ende a la pluralidad de lectores de la misma, sobre cuestiones ligadas al modo de vida masculino. La única excepción viene dada por el tono frívolo, festivo y paródico de los ejemplos extraídos de *Sky Magazine* (2, 15, 17), donde la poca credibilidad de las consultas y los consejos ofrecidos hacen que el propósito fundamental radique en la parodia de este género y sus consumidores, y, por consiguiente, el entretenimiento de los lectores de esta revista.

No menos importantes que este propósito primario serán los propósitos secundarios –objetivos de los distintos participantes que entran en juego–. Aquí habría que considerar las metas de los hombres que escriben a estas secciones: vencer el miedo a diversas facetas relativas a la paternidad (1, 7, 11); alcanzar un equilibrio entre los deseos propios y los de sus novias en el seno de la convivencia en pareja (3, 4, 8, 16); vencer sentimientos como la envidia o el desasosiego ante situaciones injustas en el trabajo (5); encontrar las claves para mantener un aspecto juvenil, un cuerpo en forma o una indumentaria apropiada (6, 10, 14, 18, 20); o proteger la potencia sexual (9, 13). Ahora bien, habría también que considerar, dentro de estos propósitos secundarios, los de los editores de estas revistas al decidir incluir consultas como las seleccionadas en la columna de problemas de estas publicaciones. En general, habría que hablar del intento de desterrar entre los lectores de estas revistas comportamientos hegemónicos y patriarcales y sustituirlos por la atención a valores basados en la cooperación entre sexos, la tolerancia, la apertura a lo emocional, el fomento de la mesura y los hábitos de vida saludables, el cuidado moderado por la imagen personal, o la desmitificación de muchos aspectos relativos a la sexualidad. Con todo, una vez más, tendríamos que exceptuar las muestras de *Sky Magazine* y su objetivo de promover modelos de masculinidad basados en la discriminación contra mujeres y homosexuales.

## 2) *¿Quién participa?*

Los participantes principales de este tipo de interacción comunicativa van a ser los lectores que escriben a esta sección y los asesores de la misma por un lado, y, de manera menos visible, los lectores que compran las revistas donde aparecen insertas estas consultas y los editores de estas columnas, quienes dan formato definitivo a las

muestras publicadas. Sin embargo, tal y como se desprende del análisis de las consultas planteadas por los lectores, los participantes incluyen también a las esposas (1) y, sobre todo, las novias (3, 4, 7, 8, 9, 11, 16, 20) de los mismos, sus amigos (5, 6, 10, 17) y amigas (2), jefes (6, 19) y compañeros de trabajo (19). Estos participantes nos dan una idea clara de los contextos donde se producen los conflictos de identidad masculina más importantes de estos hombres: en el curso de la convivencia con sus parejas, al socializar con sus amigos y en el trabajo.

### 3) *¿Qué tipos de relaciones hay entre los participantes?*

En principio, la relación entre lectores y asesores no va más allá del tono neutro esperable de la suerte de transacción que se entabla a través de la prensa entre los expertos en solucionar los problemas asociados al modo de vida masculino y los varones que se dirigen a ellos para buscar solución a sus conflictos como hombres; unos y otros no se conocen ni hay contacto cara a cara entre ambos. Las excepciones más ostensibles vienen dadas por la mofa y ridiculización que la asesora de *Sky Magazine* lleva a cabo de sus lectores (2, 15, 17), sirviéndose de un registro sumamente informal y de una familiaridad inusitada en este tipo de columnas. El tono humorístico y la parodia del género de los consultorios que en estas tres muestras se opera supone un guiño de los editores de la revista a los consumidores de la misma, sobre los que se está presuponiendo y difundiendo un sistema de valores basado en el desprecio de este género por su tradicional asociación con la cultura femenina, haciéndoles ver los modelos de masculinidad de los que han de huir en la vida real. En cualquier caso, tal y como deja claro el estudio de registro del corpus y el apartado **II.2** sobre *tipo de discurso*, los rasgos de oralidad y coloquialidad con que se construye la interacción entre lectores y asesores evidencian el intento de los editores de esta sección de aproximarse a los lectores de las revistas a través de un formato distendido y relajado que despierte su confianza y acercamiento.

Por otro lado, en lo referente a la relación de los lectores con otros participantes, ésta acusa una distancia mayor de lo esperable, como prueba el hecho de que estos hombres tengan que ponerse en manos de terceras personas, como son los asesores de estas revistas, para solucionar sus problemas. Así ocurre en diversos tipos de relaciones de pareja (1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 11, 16, 20) o entre amigos (5, 6).

### 4) *¿Qué papel desempeña el lenguaje?*

All margen de la *instrumentalidad* que lo convierte en el medio que permite la interacción entre lectores y asesores por un lado, y entre los editores de estas



publicaciones y los lectores de las mismas por otro, el lenguaje va a cumplir otras tres funciones en consonancia con la dimensión discursiva que Fairclough (1989, 1992a) le otorga. En primer lugar, existe una *función de identidad*, en virtud de la cual la problemática planteada por los lectores y, sobre todo, la respuesta que se les brinda desde el consultorio a éstos van a ayudar a construir modelos de masculinidad para los consumidores de estas revistas, a quienes se ofrecerán patrones de comportamiento y actitudes asociados a la categoría “hombre”. Los rasgos concretos de este modelo de actuación definirán la *función ideacional* de este discurso, fomentando estas revistas, excepto en el caso de *Sky Magazine*, el destierro de actitudes sexistas, dominantes, hegemónicas y patriarcales entre sus lectores, según se puede observar más detenidamente en el análisis ideológico del corpus. Por último, cabría hablar de una *función relacional*, dado que el discurso de esta muestra de textos favorece el ejercicio y la puesta en práctica de la identidad de género de los lectores de estas revistas en el curso de las relaciones interpersonales entre amigos, en el ámbito laboral y, sobre todo, en el seno de la convivencia en pareja y otras formas de relaciones entre géneros.

## **B. Contexto intertextual**

En lo tocante al contexto intertextual, hay que tener en cuenta que la **serie histórica** global de la que forman parte estos textos es la de la “crisis de identidad” asociada a la progresiva pérdida de vigencia de los valores característicos de la masculinidad hegemónica tradicional durante las últimas décadas, de la que dan cuenta numerosas obras (v.g. MacInness, 1994; Horrocks, 1998). Dentro de este contexto se ubicaría el hecho generalizado de que muchos hombres, perdidos y desorientados ante los cambios sociales y las nuevas exigencias que se ejercen sobre ellos en nuestro tiempo, hayan buscado consejo sirviéndose del formato de los consultorios en prensa, género que desde el siglo XVIII venía gozando de entidad propia a través de su tradicional presencia en las revistas femeninas (Kent, 1979; Ballaster *et al.*, 1991), y que va a configurarse con una forma y contenidos propios en las revistas para hombres que en el Reino Unido se publicarán desde mediados de los años ochenta. Dada la relevancia del tipo de hombre que en el Reino Unido se alza en consumidor de este tipo de publicaciones, los problemas y tensiones que de modo particular sufren los lectores que escriben a los consultorios van a ser, de esta manera, representativos de la crisis de valores que afecta a la masculinidad tradicional en su conjunto, que históricamente no había tenido necesidad de recurrir a esta sección de la prensa. En efecto, Kress habla de

los consultorios en términos de una imbricación de los dominios de lo público y lo privado: “The letter page [...] brings the private into the public domain, for scrutiny, and control” (1986: 408); es esto algo que se opone diametralmente a todo reconocimiento de su vulnerabilidad o fragilidad por parte de los hombres como nota característica del rol de género masculino tradicional (David y Brannon, 1976: 12). Los consultorios de las revistas para hombres se inscriben así dentro del marco que guía la aparición de secciones de consulta para dar respuesta a los sentimientos de crisis que los cambios sociales, políticos y económicos de la modernidad han desencadenado en diversas facetas de la vida de los individuos:

*A great many people now seek some form of ‘help’ with their ‘personal problems’ [...] in the casual form of ‘problem’ columns or articles in magazines [...] Under the impact of the economy and the state or even more aspects of life, a great many people experience problems and ‘crisis of identity’, which they perceive as their individual ‘personal’ problems, and for which they seek ‘help’ (1989: 198-222).*

Esta serie histórica general cobra cuerpo en otras más específicas como puedan ser: la inseguridad de muchos varones a perder su rol dominante en las relaciones interpersonales entre géneros (2, 4); el sentimiento de desasosiego que en muchos varones produce el discurso feminista (3); la creciente presión que se cierne sobre los hombres para cuidar su imagen, incluido el culto al cuerpo (3, 6, 8, 10, 14, 18, 20); la aproximación de los varones a su dimensión emocional (5, 16, 19); el temor al fracaso sexual en tanto que elemento clave para demostrar la virilidad (9, 13, 15); o el cuestionamiento de los postulados de la cultura masculina de la embriaguez (12).

Tanto la actitud de autodefensa del modelo de masculinidad en la línea del *Retributive Man* o *New Lad* que se construye en textos como el 2, 12, 15 ó 17 como los intentos opuestos de la suerte de *New Man* proyectado en textos como el 1, 4, 8, 16 ó 20 son reacciones bajo las que subyace un discurso de reivindicaciones femeninas y feministas que, con su oposición a las actitudes machistas y sexistas de la masculinidad tradicional, y el cada vez mayor protagonismo de las mujeres en sociedad, van a dar lugar a una cierta crisis de valores entre los hombres. Algunos reaccionan desarrollando las facetas más puramente patriarcales: (la obsesión por el goce sexual y la consideración de la mujer como mero instrumento del mismo, el dominio incuestionable de los hombres en las reacciones genéricas, la valorización de la embriaguez, la homofobia, etc. [textos 1, 2, 12, 15, 17]). Otros hombres tratan de liberarse de su lastre hegemónico patriarcal y de las imágenes tradicionales de lo masculino para incorporar a

su identidad una mayor atención y tolerancia con las reivindicaciones y necesidades femeninas en diversos ámbitos de la vida en pareja como la negociación del papel de los hombres como padres, el ejercicio de actitudes más o menos dominantes en gestos tan sencillos como decidir qué se ve en televisión o la comprensión de los problemas de novias y esposas (textos 1, 3, 4, 7, 11, 16). Junto a ello, este nuevo hombre incorpora un mayor contacto con su lado emocional y afectivo, del que históricamente han estado alejados los varones (textos 5, 16), y una inusitada preocupación por cuestiones de estética personal asociadas en el pasado con lo femenino (textos 3, 6, 8, 14, 20). Estas consultas sobre temas de estética personal presuponen, de otro lado, un discurso estructurado en torno al culto a la propia imagen en la sociedad británica contemporánea, del cual se encuentran imbuidos los varones tanto como las mujeres. A esto se une un culto al trabajo entre los hombres como elemento definitorio de lo masculino (texto 5, 6, 19).

Aunque el análisis de la negación ya ha dado cuenta de algunas de las **presuposiciones** concretas que incorpora el tipo de discurso sobre lo masculino que se construye en este género, existen muchos otros enunciados cuyas presuposiciones resultan esclarecedoras de los valores asociados a lo masculino que los editores de estas revistas presuponen entre sus lectores ideales. Aun cuando el análisis de cada texto rastrea todas estas presuposiciones, recogemos aquí algunas de las más significativas desde un punto de vista ideológico:

<i><b>ENUNCIADO</b></i>	<i><b>PRESUPOSICIÓN</b></i>	<i><b>SISTEMA DE VALORES SUBYACENTE EN LAS REVISTAS</b></i>
<i>Your problem is that you want a fuck <u>but don't have the balls to ask</u> [2]</i>	Los hombres sólo pueden llegar a alcanzar los favores sexuales femeninos a partir de las agallas y el coraje	La superioridad y el control debe dominar la actitud de los hombres hacia las mujeres
<i>You have to risk your arse. – <u>That's the law</u> [2]</i>	Existen normas básicas que guían la negociación de relaciones carnales entre hombres y mujeres	Existencia de modelos inamovibles de relaciones de poder entre géneros
<i><u>Many of the prejudices of the proto-feminists; one such bias;</u> [3]</i>	La ideología feminista está llena de prejuicios	La inseguridad de muchos hombres ante la crítica feminista de las estructuras patriarcales

		tradicionales
<i>...by her complaining that I always control what we watch on TV [4]</i>	Acciones tan insignificantes como ver la televisión están sujetas a pugnas de poder	La necesidad de evitar toda actitud dominante en pareja empezando por los actos más sencillos de la convivencia diaria
<i>Part of me knows that this [fathering] is the next step in our relationship [7]</i>	Otra parte del lector se niega a dar el paso de ser padre	La insistencia en la paternidad como valor definitorio fundamental de lo masculino
<i>I've met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly [9]</i>	El lector tiene la sensación de que ya le debería haber propuesto relaciones a su pareja	El ejercicio de la sexualidad como algo clave en la construcción de la masculinidad
<i>To decrease <u>the regression</u> ("losing fitness") rate, particularly when you are unwell...[10]</i>	Existe pérdida de forma física con la enfermedad	No obsesionarse con mantener la forma física a toda costa
<i>When the results come through you can face the future together instead of coping with recriminations over your secrecy [11]</i>	Soslayar que uno es estéril desencadenará los reproches y/o el malestar de nuestra pareja	El fomento de la apertura emocional en pareja
<i>If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker? [12]</i>	Al salir de copas, el lector se acabará emborrachado en cualquier caso	Todavía hoy el embriagarse forma parte del modo de socialización masculino
<i>I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks [14]</i>	Dependiendo de la ocasión, varían las normas que rigen la correcta indumentaria masculina	La importancia de preocuparse por la imagen y la estética personal en público.
<i>I'm trying to get into a relationship with my best friend <u>at school</u>; You need professional help. <u>No shit</u>; Write to <u>someone cuddly</u> next time. One of those fat, ugly, women's mag people[17]</i>	El lector está en edad escolar; el asesoramiento que se le puede suministrar es una basura; la asesora no es nada acogedora; los responsables de los consultorios en revistas femeninas son feos y gordos	Parodia y burla de la sección de consulta y su tono serio en otras revistas para hombres y mujeres

<i>Starting off with light weights will go a long way to <u>preventing injury</u>, according to Bill Pearl...[18]</i>	Hay riesgo de lesiones al levantar pesas	Las actividades de potenciación de la musculatura como características de lo masculino
<i>This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted <u>across the market</u> [20]</i>	Existe todo un mercado de moda para caballero	Contribuir al interés de los hombres por las cuestiones de moda masculina.

No faltarán tampoco **implicaturas** (2, 7, 8, 9, 15) que se activan entre los lectores de estos textos, tanto convencionales como conversacionales, fruto éstas últimas del carácter de conversación mínima retardada que posee este género. A modo de ejemplo, a partir del siguiente enunciado (...and think, “All that fuss over a pair of tits that aren’t even attached to an offshore bank account and a bag of drugs” [2]), los lectores extraerán la implicatura convencional de que sólo merece la pena preocuparse por las mujeres si ello conlleva algún beneficio para los hombres. Por último, no dejaremos de llamar la atención también sobre las **referencias textuales explícitas** que, ya sea en discurso directo o indirecto, recogen las **voces** de especialistas en temas de pareja (1), alcoholemia (12), urología (13), ejercicio físico (18), etc. Ello responde al deseo de las revistas de conceder un mayor rigor al discurso sobre lo masculino que desde estas columnas se está promoviendo entre sus consumidores. La referencia a la *FA Cup* (9) da cuenta de la importancia del fútbol en el modo de socialización masculino, y las alusiones al mito de Narciso ejemplifican la excesiva preocupación por su imagen en que acaban cayendo muchos hombres hoy en día (8).

## ***II. 2. Tipo/s de Discurso***

Los rasgos textuales, contextuales y e intertextuales de las muestras analizadas vienen a construir un tipo de discurso característico de las secciones de consulta en revistas de interés general para hombres británicas, generado por las preguntas de los lectores sobre cuestiones relacionadas con el modo de vida masculino y los correspondientes consejos de los expertos en temas de masculinidad de estas

publicaciones. Este tipo de discurso toma como base el *discurso* del asesoramiento,<sup>368</sup> y en concreto el género de las secciones de consulta de la prensa escrita, pero abandona el carácter privado de otras variables como las entrevistas entre psicólogos y pacientes, para adquirir la difusión y dimensión pública característica del discurso periodístico, dada su inclusión en un vehículo de la comunicación de masas como son las revistas para hombres contemporáneas. Con un formato cuasi epistolar que reproduce, a menudo con un tono cercano al conversacional, la interacción entre lectores y asesores, va a posicionar a los lectores ideales de estas revistas en tanto que interesados en las preguntas y respuestas de estas secciones, presuponiéndoseles conflictos similares, y sistemas de valores asociados a lo masculino semejantes a los que desde aquí se proyectan. Como veremos más detalladamente en el apartado de las ideologías, las *posiciones de sujeto* que este discurso crea para sus lectores construyen un tipo de hombre en constante conflicto entre el mantenimiento de actitudes hegemónicas y patriarcales tradicionales y la exigencia de adoptar nuevos valores ante unas cambiantes circunstancias socio-político-económicas.

La construcción de este tipo de discurso viene dada por el tipo especial de *situación comunicativa* que se establece en las secciones de consulta de las revistas de interés general para hombres: de un lado, está la comunicación entre los varones que escriben a estas secciones y los asesores de las mismas; esta comunicación queda inserta, de otro, dentro de la que se establece entre los editores de estas publicaciones y su público lector.

La **producción de este tipo de discurso** es el resultado de un proceso de sucesivas fases de reelaboración. Así, de acuerdo con el esquema de organización del personal en las revistas que propone Davis (1988: 15-23), lo que en origen puede haber sido la consulta de un lector al asesor de la revista en cuestión –en textos como los de *Sky Magazine* (2, 15, 17) no se le escapa a nadie la creación totalmente artificial de esas consultas llevando al extremo las prácticas de manipulación características en este tipo de secciones (McCracken, 1993: 57)<sup>369</sup> ha sido seleccionada por el editor de secciones regulares de la revista como ésta (*features editor*), quien, a su vez, distribuye las

---

<sup>368</sup> Obsérvese la falta de la empatía característica del discurso del asesoramiento en los textos de *Sky Magazine* (2, 15, 17) para parodiar el género de las secciones de consulta y a los varones que lo utilizan en las revistas para hombres.

<sup>369</sup> A pesar de la aparente autenticidad de la interacción entre lectores y asesores, resulta imposible valorar hasta qué grado han sido manipuladas por los editores de la revista, algo parecido a lo que ocurre con las conversaciones que, en el seno de programas de radio o televisión, se establecen con el público: “It is

muestras seleccionadas para su acomodación al formato de la sección y la revisión de su estilo y lengua por parte del personal encargado de estas funciones (*subeditors*)<sup>370</sup>. El editor jefe de esta sección ha seleccionado previamente las consultas de acuerdo con la política general de contenido y estilo del director de la revista (*editor* o *managing editor*, dependiendo de la revista); éste a su vez habrá tenido en cuenta las orientaciones y aspiraciones para la revista en cuestión del director del grupo editorial (*publisher*) al que pertenezca la publicación en cuestión: en el Reino Unido, estas revistas forman parte de grupos de prensa o consorcios como *IPC Magazines*, *Condé Nast Publications*, *EMAP*, *The National Magazine Company Ltd* o *Rodale Press*.

Naturalmente, en la producción de este tipo de discurso, los productores han tenido muy en cuenta el **proceso de consumo** de estas revistas y su audiencia o público lector, que estudios de mercado como los de Smith (1996) o Edwards (1997) sitúan en el grupo de hombres primordialmente heterosexuales, de entre 25 y 35 años, normalmente solteros, de entorno urbano y perfil consumista, que se van a servir de estas publicaciones sobre el estilo de vida masculino en busca de modelos referenciales sobre el significado de la masculinidad en momentos de desorientación, según han apuntado Jackson, Stevenson y Brooks recientemente: “The magazines provide men with a kind of conceptual map for navigating safely through their contemporary gender anxieties” (2001: 14). Esto va a estructurar el tipo de discurso que en esta sección se conforma, y va a explicar rasgos como la tonalidad humorística o la cierta conversacionalización que, como veremos, caracterizará a este discurso. La publicación mensual de las revistas donde se ubica este discurso –fundamentalmente a través de su venta en kioscos de prensa o por suscripciones–, con una tirada en el año 2000 de entre 200.000 y 700.000 ejemplares<sup>371</sup>, da lugar a una **distribución** masiva de este discurso en el Reino Unido, que, a través del acto de lectura individual, alcanzará a un sector altamente significativo de los hombres en Gran Bretaña.

---

often imposible to assess to what extent the dialogue has been edited before it is transmitted” (Jucker, 1995: 11).

<sup>370</sup> “A *features editor*, frequently producing most of the ideas for contents, briefs staff and freelance writers, obtains material from agencies and other sources, and ensures that regular features such as astrology and the various service columns are in the office on time [...] *sub-editors* check the facts, correct grammar, trim copy to the required length, write headlines and picture captions, ensure that contents are consistent in spelling, style, and mark up copy for typesetting” (Davis, 1988: 18).

<sup>371</sup> Haciéndose eco de las cifras del *Audit Bureau of Circulations* británico, Jackson, Stevenson y Brooks (2001: 30) hablan, para el período de enero a junio de 2000 de cifras que se encuentran entre los 150.000 ejemplares de *GQ*, los 200.000 de *Men’s Health*, los 300.000 para *Maxim* y *Loaded*, o los 700.000 de *FHM*.

Este tipo de discurso resulta significativo de un proceso de rearticulación del **orden discursivo** periodístico en el Reino Unido. La aparición de revistas dedicadas al modo de vida masculino, y de secciones dedicadas expresamente a tratar de resolver los problemas de los hombres en tanto que tales, supone toda una novedad en Gran Bretaña, donde, hasta mediados de los ochenta, no existía ninguna revista de interés general para hombres ni consultorios específicamente diseñados para los varones, aparte de los especializados en temas jurídicos, financieros o médicos, y los de las revistas femeninas. Esta visibilidad de discursos donde se reconoce la “crisis de identidad” de la masculinidad tradicional y la propuesta de modelos de referencia para los hombres se constata también en otros medios de comunicación de masas de formato parecido como la televisión, con programas de alta audiencia en los noventa como *Men Behaving Badly*, *Men Talk* o *Men Only* (Channel 4); y en la radio, con la serie *The Locker Room* (Radio 4). La “legitimación” de este tipo de discursos en los *mass media* reproduce, pues, los cambios en un orden social donde muchos valores de referencia tradicionales de lo masculino han dejado de ser válidos, como se verá más detalladamente en las conclusiones de la fase de EXPLICACIÓN del modelo<sup>372</sup>.

Para comprender mejor la construcción de este tipo de discurso, nos serviremos, según propone Fairclough, de ciertas nociones de coherencia global cuales son los esquemas, los marcos y los guiones de las muestras textuales analizadas. De entrada, los **esquemas** se articulan a partir de las siguientes acciones:

*Experimentación de un conflicto de identidad ligada al modo de vida masculino*  
→ *Escribir a la sección de consulta de una revista de interés general para hombres, describiendo el problema y solicitando consejo para superarlo* →  
*Recibir respuesta y asesoramiento del especialista del consultorio*<sup>373</sup>.

En segundo lugar, las acciones de estos esquemas evocan, como **marco**, un tipo de varón que, no sabiendo cómo afrontar las situaciones de crisis y conflictos personales

---

<sup>372</sup> El discurso de estas secciones de consulta está así íntimamente ligado a la aparición de las revistas de interés general para hombres, donde muchos varones van a encontrar modelos con que afrontar los desafíos a los patrones de la identidad masculina tradicional de las últimas décadas: la respuesta de los hombres a las críticas feministas, el impacto de la sociedad de consumo en los hombres, o el cambio en las formas de ocio, según afirma Nixon: “Imbricated in a series of commentaries – both academic and popular – about the ‘new man’, and in some wider transformations in the consumer and leisure industries, these magazines were the result of prolonged trade debates” (1993: 469).

<sup>373</sup> Thibault habla de un esquema semejante en las secciones de consulta de las revistas femeninas: “The pervasive Letter to Agony Aunt: Reply to Letter *schema* through which the patterns of interaction between female writers and Agony Aunts occur serve to create expectations of the appropriate moves and



surgidos en diversos ámbitos de su vida diaria (las relaciones de pareja, el trato con amigos y compañeros de trabajo, el cuidado de la estética personal, las actividades de recreo y tiempo libre, etc.) opta por ponerse en manos del asesor de la sección de consulta de revistas para hombres, esperando encontrar remedio en un vehículo especializado en el modo de vida masculino. Por último, los **guiones** de estos textos, nos remiten al resquebrajamiento de patrones de relaciones genéricas basados en la incuestionabilidad de modelos de identidad masculina sustentados en el canon patriarcal tradicional. Los temores, angustias y ansiedades personales ponen al descubierto estas fisuras: frente a la firmeza de los requerimientos de esposas y novias, ante la necesidad de atender a dimensiones hasta no ha mucho ajenas a muchos hombres como el cuidado de la estética personal, o por el riesgo a dejar de disfrutar de garantías tradicionales de masculinidad como la potencia sexual o la fuerza física. Un caso especial es el de los guiones que se activan en las muestras de *Sky Magazine* (2, 15 y 17), donde esta relación de inferioridad de los lectores se materializa incluso de cara a la asesora del consultorio, que no hace sino ridiculizar a los lectores más que brindarles su apoyo. Con todo, el hecho mismo de que los hombres tomen conciencia de estas tensiones e intenten enmendarlas mediante el asesoramiento de especialistas en temas de masculinidad evidencia esta reestructuración de los modelos de identidad masculina vigentes, tanto más si tenemos en cuenta que, hasta que comienzan a publicarse las revistas para hombres a mediados de la década de los ochenta, la inexistencia de secciones de consulta dedicadas sólo a los varones habría contribuido a mantener ocultas estas tensiones.

En lo que concierne al empleo de **actos de habla** en este género, hay que destacar el predominio absoluto de actos de habla representativos, tanto en la presentación de las consultas de los lectores (67,16 %) como en las correspondientes respuestas de los asesores (61,34 %), según recoge visualmente la figura 9. Con todo, no faltarán actos directivos cuando los lectores formulan sus preguntas, en concreto un 31,34 % del total (v.g. *How long does it take to become unfit?* [10]; *Please help* [16]), y, lo que resultaría más esperable, cuando los especialistas recomiendan o aconsejan determinadas conductas (v.g. *Take a front-row seat* [1]; *Scrutinise your workload in relation to exercise, hobbies and social activities, and aim for a balance* [6]; *Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten*

---

forms of interactional control which operate in this particular social activity-structure” (1988: 219 [cursiva nuestra]).

*seconds* [9]; etc.). Sin embargo, resulta significativo que las respuestas no abusen de los directivos –según deja ver el gráfico que más abajo adjuntamos–, con ánimo de no agobiar a los lectores con el tono excesivamente coercitivo de una acumulación de mandatos y exhortos, que no vendrían a contribuir sino a acrecentar la ansiedad originada por los problemas que plantean; antes bien, –y sin olvidar que un 28,57 % de los actos de habla de las respuestas son directivos– se ha optado por adoptar el tono descriptivo que imprimen los actos representativos al dar respuesta a las consultas de los lectores, de modo que éstos infieran la conducta a seguir (v.g. *And by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself* [5]; *Regular sex – even if it's on your own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on your face* [13]; *She needs support to recover from her trauma* [16]). Por otro lado, no faltan tampoco ocasiones en que los asesores adopten un tono de compromiso con los juicios emitidos en sus respuestas por medio de los actos de habla comisivos correspondientes (un 8,40 % del total), los cuales proyectan un cierto dramatismo sobre sus intervenciones (v.g. *If you don't you will end up being like two separate states at war and you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor* [4]). No resultan significativos los porcentajes de actos de habla expresivos en este género (sólo un 1,49 % en las preguntas y un 1,68 % en las respuestas).

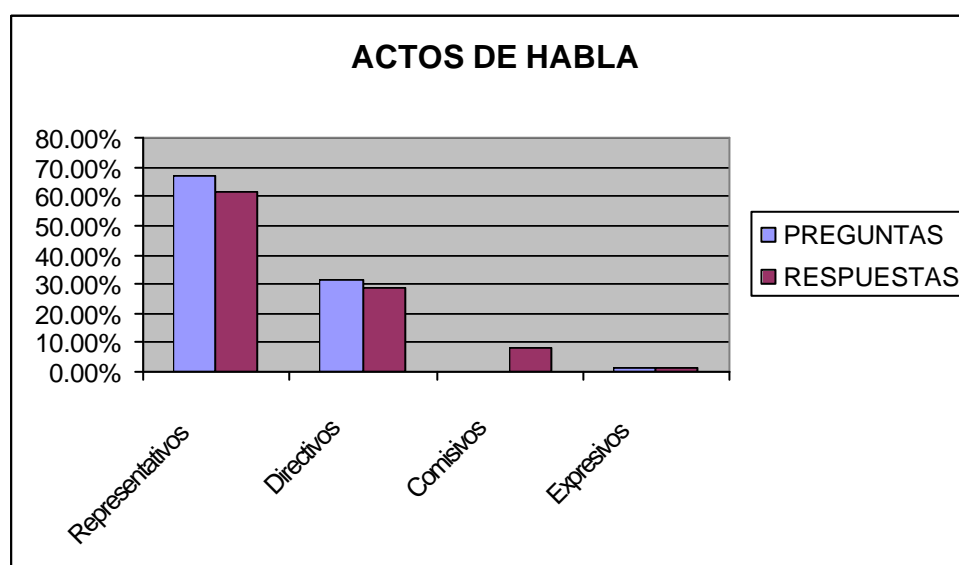


Figura 9

Hay que hacerse eco de las **notas de oralidad** que adquiere este tipo de discurso que, a pesar de construirse en un vehículo de la prensa escrita, trata de aportar un efecto dramático a las interacciones lector-asesor mediante la proyección, por parte de los editores de esta sección, de un tono conversacional con el que acercarse a los lectores, que vean en estas secciones un formato cercano y distendido similar al de la charla entre amigos. De acuerdo con este objetivo, desde estas revistas se ha optado por construir las interacciones entre lectores y asesores siguiendo un estilo muchas veces coloquial e informal. Ciertos rasgos léxico-gramaticales y de coherencia local vienen a aportar este tono, según queda recogido en el siguiente esquema:

<b>RASGOS DE ORALIDAD</b>		
<b>RASGO</b>	<b>EJEMPLOS</b>	<b>TEXTOS</b>
<b>Elipsis</b>	<i>[Have you] Got any excuses I can use?; [Are there] Any delay methods you can recommend...?</i>	1, 2, 9, 10, 18
<b>Marcadores discursivos conversacionales</b>	<i>Oh; you know; well; so; actually</i>	1, 2, 15, 16, 17
<b>Nombres genéricos y frases de significado poco preciso</b>	<i>business; the <u>going</u>; <u>get</u> (tough); <u>get</u> (a great job); <u>get</u> (a bit funny); Only 10 per cent <u>or something like that</u>...; emotional <u>stuff</u>; <u>everyone</u> sympathises; women's mag <u>people</u></i>	1, 2, 5, 9, 15, 16, 17
<b>Predominio de la voz activa sobre la pasiva</b>		Ejemplos significativos: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 18, 19
<b>Abundante coordinación</b>		Ejemplos significativos: 1, 2, 4, 5, 15
<b>Respuestas cortas</b>	<i>Yes and no</i>	9, 20
<b>Grupos nominales con función de oración completa</b>	<i>The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. <u>Nothing else</u> [12]</i>	2, 12, 17
<b>RASGOS DE ESTILO INFORMAL Y COLOQUIAL</b>		
<b>RASGO</b>	<b>EJEMPLOS</b>	<b>TEXTOS</b>
<b>Contracciones</b>	<i>I don't; it's going; she'll throw; that's;</i>	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9,

	<i>I've become; there's ...</i>	11, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20
<b>Léxico informal</b>	<i>all that fuss; fancy; risk your arse; get a raw deal; mates; booze; saggy; lads; a real turn off; it's a chore; get pissed; the bog; willy; keep hard...</i>	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 19, 20
<b>Phrasal verbs</b>	<i>Pop outs, hang around; catch up; sort out; boil down to; put off; start out...</i>	1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 18, 19
<b>Puntuación informal (raya)</b>	<i>Make sure you don't hang around at the business end – make yourself useful by mopping; I'm very conscious of my double-chin and jowls – Are there any exercises I could do to firm up my face?</i>	1, 2, 5, 12, 13, 15, 16, 20
<b>Interrogativas directas</b>	<i>Why not take her for a drink and then say you fancy her?</i>	1, 2, 3, 8, 11, 17, 20
<b>Formas léxicas abreviadas</b>	<i>TV; ex; mag</i>	4, 14, 16, 17
<b>Infinitivos rotos por formas adverbiales</b>	<i>I want to <b>just</b> sit and relax</i>	4
<b>Oraciones exclamativas</b>	<i>Help!; How dare you write in with a real problem!</i>	13, 17

Hay que llamar la atención, por último, sobre la **tonalidad cómica** que cobra este tipo de discurso en buena parte de las muestras analizadas. En esta línea se encuentran muchos comentarios irónicos de los asesores (v.g. *Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain* [1]; *But in the brave new dawn of generic engineering your fledgling femnist's daughter may well catch you up* [3]; *For some bizarre reason women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1970 out loud* [9]). El tono humorístico y cómico viene así a atenuar la seriedad de las propuestas de los asesores (v.g. *If you don't you will end up being like two separate states at war and you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor* [4]; *If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is – then he's...*[5]) o de algunas preguntas de los lectores de otro modo difícilmente digeribles (*My penis is bent. I'm so*

*embarrassed* [15]). Es esto algo característico de las revistas para hombres en general, donde, al ofrecer los editores de estas publicaciones modelos de masculinidad entre sus lectores, se sirven de lo humorístico para hacer más digeribles sus propuestas, según precisan Jackson, Stevenson y Brooks:

*Our research has uncovered a range of readings of the magazines that are indicative of some of the ambivalences and instabilities of contemporary masculinities. The magazines have succeeded commercially, we argue, through their symbolic resolution of these ambiguities, offering a form of 'constructed certitude', the constructedness of which is demonstrated by the magazines' characteristic use of ironic humour to distance readers from any serious commitment to personal or social change (2001: 157).*

Un caso excepcional lo constituye el tono chocarrero, procaz y sarcástico de la asesora de *Sky Magazine* (2, 15, 17), que, con la burla y mofa de los lectores que le escriben, pone en evidencia, de manera paródica, la falta de virilidad de los hombres que ponen al descubierto sus vulnerabilidades al servirse de estas secciones de consulta para hombres.

### ***II. 3. Diferencia y Cambio***

Las interpretaciones contextuales que llevan a cabo los lectores que escriben a estos consultorios y los consejeros encargados de asesorarles desde las revistas van a ser muchas veces opuestas, pues lo que aquéllos tienen como problemático va a ser enfocado desde un ángulo distinto por parte de éstos; estas diferentes interpretaciones se tornan en una útil herramienta para detectar el modelo de masculinidad que desde estas secciones se trata de difundir entre su público lector. Como muestra la tabla adjunta, ocurre frecuentemente que la interpretación de los asesores tiende a aproximarse y confirmar las de otros participantes en clara discrepancia con la visión del mundo de los hombres que escriben a esta sección; ello resulta más significativo ideológicamente en el caso de las relaciones entre sexos. No obstante, a veces resulta igualmente significativa la coincidencia en la interpretación contextual entre participantes. Así, por ejemplo, el acuerdo entre el lector y el asesor del texto 14 sobre las circunstancias que guían el llevar un tipo de calcetines u otros construye un modelo de lector masculino ideal al tanto de las convenciones de moda; también, el acuerdo entre ambos participantes en el texto 15, sobre el duro trauma que supone para los hombres el padecer una deformación del pene, proyecta entre los lectores de estas publicaciones esa obsesión por todo lo relativo al miembro viril.

<b>Texto</b>	<b><i>INTERPRETACIÓN CONTEXTUAL DE LOS LECTORES</i></b>	<b><i>INTERPRETACIÓN CONTEXTUAL DE LOS ASESORES →</i></b>	<b><i>APROXIMACIÓN A LA INTERPRETACIÓN CONTEXTUAL DE OTROS PARTICIPANTES</i></b>
1	El miedo a asistir al parto del primer hijo por temor a perder el deseo sexual	Desmitificación de dicho temor	Aproximación a esta exigencia de las esposas
2	Temor a pedir relaciones sexuales a una amiga por miedo a su reacción	Esta actitud manifiesta falta de virilidad	
3	Por influencia del feminismo, las mujeres afirman sufrir las consecuencias sociales de envejecer más rápido	Científicamente, está probado que las mujeres envejecen antes que los hombres	Acercamiento a la opinión de la novia del lector
4	Deseo de controlar lo que se ve en televisión	Fomento de una toma democrática de decisiones en pareja	Deseo de la novia del lector de que se la tenga en cuenta al tomar pequeñas decisiones durante la vida en común
6	Búsqueda de recursos para frenar el envejecimiento facial	Concienciación de los efectos sociales del culto al cuerpo en los varones jóvenes	
7	Miedo a ser padre	Desmitificación de este temor	Aproximación a los deseos de las mujeres de que sus compañeros den ese paso
8	No comprender las quejas de su novia sobre el excesivo tiempo que le dedica al cuidado de su aspecto personal	Se le muestra su actitud narcisista	Confirmación de las acusaciones a su novio de narcisismo
10	Se plantea la opción de seguir haciendo ejercicio a pesar de estar enfermo	Prioridad de la salud sobre el mantenimiento de la forma física a toda costa	
12	Creencia de que, bebiendo agua, se demorará la embriaguez	Lo importante es la cantidad de alcohol y el tiempo que uno tarda en ingerirlo	

13	Convencimiento de que su miembro viril está encogiendo	Recomendación de otro ángulo de enfoque e insistencia en los hábitos de vida saludables	
17	Se plantea la posibilidad de alterar la orientación sexual de un amigo por quien se siente atraído	Burla de la asesora de un lector que se plantea esta aberración	
20	Reticencia a aceptar la validez de poder llevar abierta al cuello una camisa sin botones	Reiteración de la validez de este tipo de estética con algunas camisas	Validación de la insistencia de la novia del lector de que hay camisas sin botones en el cuello que se pueden llevar desabotonadas

### **III. EXPLICACIÓN**

#### **III. 1. Condicionamientos Sociales**

La matriz social del tipo de discurso de los textos analizados se encuentra en las cambiantes **relaciones de poderes** entre géneros en la sociedad británica de finales del siglo XX y principios del XXI, donde ya no se acepta de manera incuestionable el rol hegemónico que tradicionalmente han ejercido los hombres y sus comportamientos patriarcales<sup>374</sup>. Doyle ha visto así, en nuestros días, un proceso de paulatina pérdida de poder de la masculinidad hegemónica tradicional iniciado ya hace tiempo: “Beginning with the industrial revolution and accelerating with the dawn of computers, men have been driven further and further away from the long-cherished belief that they controlled their lives and their world” (1995: 4). La mayor incorporación de la mujer al ámbito laboral y su acceso a posiciones de poder ha tenido como resultado el fortalecimiento social de la misma y el cuestionamiento de la superioridad históricamente incuestionable de los hombres en todas las esferas de la vida social. Esta crisis del papel preponderante de los hombres en la sociedad se hará especialmente ostensible gracias a las críticas feministas, que, a partir de los años sesenta y setenta, empezarán a poner en tela de juicio toda asunción hasta entonces innegable del dominio absoluto de los

<sup>374</sup> Horrocks describe esta relación de poderes patriarcal tradicional en función del dominio de los hombres heterosexuales sobre otros grupos oprimidos: “One of the important ways of looking at gender is a *power relationship*: men have oppressed women and children and other men for thousands of years by virtue of being men. To be a man has been a qualification in itself for many privileged positions” (1994: 25).

hombres en el contexto sociocultural anglosajón y los cimientos mismos de la estructuración patriarcal de la sociedad:

*The current situation for men is often cast as a reaction to feminism's critique of contemporary masculinity; namely, that men no longer feel that they have the inner strength and self-assurance necessary to assume the leadership roles in society they traditionally played* (May et al., 1996: xii).

Según han visto Jackson, Stevenson y Brooks, las revistas de interés general para hombres británicas, que se comienzan a publicar en el Reino Unido a partir de mediados de la década de los ochenta, van a dar respuesta a la ansiedad e incertidumbre de muchos varones ante la crisis de valores tradicionales de la masculinidad; esta suerte de discurso de referencia sobre lo masculino va a ser especialmente característica en la sección de consulta que en esta tesis hemos analizado, donde van a presentarse los conflictos y dificultades asociados al modo de vida masculino que desde estas publicaciones se entienden más característicos de su tipo de lectores

*Men's magazines have succeeded commercially through the commodification of men's gender anxieties [...] Like other consumer goods, magazines provide a kind of cultural comfort zone, giving men the discursive resources to handle their changing circumstances and experiences* (2001: 156).

La mutación en el sistema de poderes que los hombres mantienen en el **ámbito social** del Reino Unido en nuestros días se hace notar especialmente en su relación con las mujeres en tanto que grupo tradicionalmente oprimido. De este modo, tanto en el **nivel institucional** de las relaciones de convivencia en pareja como en el de las relaciones sexuales entre hombres y mujeres, se puede constatar un cierto sentimiento de desasosiego e inseguridad entre algunos varones por la creciente firmeza y confianza de las reivindicaciones femeninas y la contestación de las mujeres ante la tradicional subordinación a que han estado sometidas. De ello dan fe **situaciones concretas** como las que se reproducen en las consultas relativas a las exigencias hacia los maridos de que les brinden su apoyo en el momento del nacimiento de sus hijos (1) o las ansiedades de los varones en la negociación con sus parejas de su rol como padres (7, 11); el no aceptar que siempre sean los hombres los que decidan lo que se ve en televisión (4); la defensa a ultranza de la creencia de recibir peor trato social al envejecer antes por ser mujer (3); o el rechazo de las proposiciones sexuales de un buen amigo (2). En este contexto se entiende la obsesión de los varones por aferrarse a valores tradicionalmente claves en la definición de las nociones más hegemónicas de lo masculino, tales como la potencia sexual (9, 13, 15), la cultura de la embriaguez (12) o la homofobia (17). Sin



embargo, en otros niveles institucionales, como la relación entre amigos, se desprende igualmente el carácter obsoleto de actitudes masculinas clásicas que evitaban el acercamiento entre los hombres a su dimensión afectiva; y a ello responden situaciones particulares como la incapacidad de vencer la envidia que despierta el apetecible empleo conseguido por el mejor amigo de uno (5), el tratar de comprender el trauma de la novia de uno mismo violada en el pasado (16) o el querer abrirle los ojos a una compañera de trabajo que no sabe ver las malas intenciones de su jefe (19).

Ahora bien, la determinación social del discurso de estas publicaciones incorpora también el fuerte influjo del consumismo sobre los varones durante las últimas décadas, que se va a traducir en una atención inaudita a cuestiones de moda, culto al cuerpo y estética personal a lo largo y ancho de las diferentes secciones de estas revistas. En palabras de Wright en su trabajo de investigación sociológica sobre estas revistas: “The subsequent growth of the masculine consumer subject has played upon these uncertainties through the proliferation of images of masculinity on offer through consumption, particularly that concerned with the stylization of the body” (1999: 6). Ello explicaría el tipo de discurso de textos donde se plantean consultas sobre este tipo de cuestiones (3, 6, 8, 14), inscritas a veces en la renegociación de los modelos de relaciones entre géneros (3, 8, 20). En este sentido, la obsesión masculina de los últimos tiempos por el ejercicio y el culto al cuerpo del que dan cuenta algunas consultas (10, 18) va a ocultar, según ha apuntado Buschbinder (1998: 50), un sutil mecanismo mediante el que muchos hombres van a tratar de proyectar su superioridad social a través de su mayor fuerza física.

### ***III. 2. Ideologías***

El discurso de la selección de textos analizados exhibe con frecuencia dos paradigmas ideológicos antagónicos. Por un lado, las consultas formuladas por los lectores obedecen en gran medida a las dificultades que éstos experimentan en el ejercicio de los valores patriarcales característicos de la masculinidad tradicional: obsesionándose por el goce sexual hasta el punto de caer a veces en una objetivización de la mujer, dejando de lado otras dimensiones de la vida en pareja (1, 2, 8, 13, 15); tildando peyorativamente como feminismo trasnochado las opiniones de sus parejas relativas al más rápido envejecimiento de las mujeres que el de los hombres y el consiguiente duro trato social recibido, no dando crédito al punto de vista de novias y esposas sobre el modo en que los hombres abordan el cuidado de su estética (3, 8, 20); o

empecinándose en controlar situaciones tan comunes de la relación en pareja como lo que se ve en televisión, y evitando tener en cuenta su punto de vista a la hora de decidir cuándo es el momento adecuado de ser padres (4, 7, 11). Dentro de esta recreación de actitudes tradicionalmente asociadas a lo masculino, se ubicarían sistemas de valores como el beber desmesuradamente (12) o el mostrar descaradamente la superioridad física mediante el culturismo y otras formas de ejercicio (10, 18).

No obstante, según hemos tenido ocasión de comprobar reiteradamente a lo largo de este estudio, a través de las respuestas de los asesores se va a fomentar, por contra, un mayor respeto y consideración de las necesidades y opiniones femeninas en parcelas de la convivencia en pareja como la paternidad, el cuidado de la estética personal o el reparto de poder (1, 3, 4, 7, 8, 11, 16, 20). Se va a fomentar así un constructo ideológico sobre lo masculino –una *posición de sujeto* dentro del discurso sobre la masculinidad conformado en estas publicaciones– basado en la imagen del *New Man* en tanto que creación mediática de la cultura popular británica durante las décadas de los ochenta y los noventa, tras la fuerte impronta feminista:

*New man represents the ideal partner for the modern, liberated, heterosexual woman. He is a softer, more sensitive and caring individual, who also avoids sexist language, changes nappies and loves to shop all day his own clothes* (Edley y Wetherell, 1997: 204).

De hecho, el talante de *New Man* alcanza asimismo a lectores que han incorporado a su identidad masculina aspectos que hace un tiempo se hubieran estimado característicos de la feminidad, como la trascendencia que alcanza el lado más puramente emocional en la relación entre amigos, en el trabajo y en la vida en pareja (5, 16); o la renovada preocupación por la moda y la estética (3, 14, 20).

Con todo, no siempre se tiende a promulgar desde estas revistas comportamientos orientados ideológicamente según la tónica del *New Man*. Llevando al extremo los intentos apuntados de algunas consultas de aferrarse a modelos tradicionales y hegemónicos de entender lo masculino, el discurso de *Sky Magazine*, que frecuentemente hemos caracterizado como excepcional respecto a numerosos rasgos que a lo largo de la aplicación del modelo de ACD al corpus analizado resultan recurrentes en los fragmentos de las otras revistas, insistirá, por contra, en valores más tradicionalmente “viriles”, centrados más en los propios deseos que en los femeninos, y tendentes a preservar la imagen del macho clásico que lleva las riendas en las relaciones con las mujeres (2); o en el despliegue de actitudes a todas luces homófobas y

discriminatorias contra los homosexuales (15, 17). Esta recreación sobre aspectos eminentemente sexistas de la identidad masculina tradicional es propia, como ya hemos indicado, del modelo de masculinidad que ha reaccionado ante las exigencias de superación del lastre de actitudes hegemónicas y patriarcales del pasado en la dirección del todo contraria al talante tolerante y aperturista del *New Man*, siempre atenta a encajar constructivamente las críticas feministas. Llámese *Retributive Man* o *New Lad*, vamos a encontrar también la difusión de una ideología tendente a recrear descarada y orgullosamente los aspectos más destructivos de la masculinidad tradicional: “`new lad` culture allows young men to return to the traditional pursuits of alcohol, sex and football [...] the same old beer-stained, sexist macho posturing by men who should know better” (Seidler, 1997: 10).

La tensión entre estos constructos ideológicos será una constante en estas revistas de interés general para hombres, que se orientarán, en mayor o menor medida, hacia estos dos extremos, según apuntan Jackson, Brooks y Stevenson, que postulan a propósito de estas publicaciones: “The magazines signify the possibility of significant change in men’s identities and gender relations while simultaneously reinscribing traditional forms of masculinity” (1999: 367).

### ***III. 3. Efectos***

La existencia de **luchas de poder** entre la masculinidad hegemónica y los grupos sobre los que tradicionalmente ésta ha ejercido su dominio (mujeres, hombres homosexuales y/o de color, etc.) supone una premisa básica para entender la configuración del discurso que estamos estudiando. Frente al dominio incuestionable de las formas más hegemónicas de lo masculino en el ámbito anglosajón –encarnado por un hombre blanco, heterosexual, de clase media/alta– va a ir surgiendo desde los años sesenta y setenta, especialmente en Inglaterra y E.E.U.U., la reacción de otros grupos subordinados. En este sentido, además de la respuesta e intento de liberación de formas de masculinidad históricamente subyugadas como los gays, resultó especialmente visible la lucha feminista por el reconocimiento y abolición de la opresión a que venían estando sometidas las mujeres. El efecto de estos desafíos feministas sobre gran parte de los hombres, que a lo largo de la historia detentaron hegemónicamente un papel dominante en sociedades patriarcales, ha sido una crisis de identidad, al no ser capaces de afrontar dichos retos, y un intento de tratar de prolongar esos valores patriarcales:

*Since traditional Western notions of masculinity have been tied up with feelings of superiority in relation to women, it is hardly surprising that heterosexual men feel uneasy and confused about what it means to be a man after the challenges of feminism. It might be easier to deny the validity of these challenges to reassert a return to traditional forms of male power (Seidler, 1997: 27).*

Como ya se ha visto, a esta disposición masculina corresponden, en el nivel institucional de las relaciones de pareja entre los hombres y las mujeres conviviendo como novios o casados, ejemplos concretos a nivel situacional como el rechazo a brindar su apoyo a la esposa en el momento del alumbramiento o a satisfacer el instinto maternal de las mujeres (1, 7); el hecho de desconfiar y calificar –en tono despectivo– como feministas a las creencias de la novia sobre el trato social desfavorable que reciben las mujeres por su rápido envejecimiento y a cuestionar sus ideas sobre moda masculina (3, 20); o el excesivo control de los hombres sobre las mujeres en sus relaciones de pareja (4). Las recomendaciones de mostrar actitudes “viriles” como el coraje, el arrojo o la ambición en el marco institucional de las relaciones entre los hombres y las mujeres con vistas a mantener contactos sexuales, en vez de acobardarse ante las posibles negativas femeninas (2), forman parte de esta misma tendencia.

Sin embargo, la posición del discurso de la mayor parte de las muestras de la sección de consulta de estas revistas en estas luchas de poder entre ambos sexos es, mediante el consejo que se da a los lectores, la de promover la igualdad entre los hombres y las mujeres, el respeto y la tolerancia en sus relaciones (11, 16). Se va a intentar así erradicar la agresividad, el ejercicio autoritario del poder o la obsesión por la sexualidad en ámbitos tan variados como las relaciones sociales, en las relaciones de pareja, en las prácticas deportivas, etc. (12, 13, 18). Incluso el discurso de algunos textos que nada tienen que ver en principio con las relaciones entre ambos sexos se posiciona a favor de la adopción entre los hombres de valores de los que las formas hegemónicas de masculinidad se han sentido alejadas por considerarlos como exclusivos de lo femenino; el acercamiento a la faceta más puramente emocional de la propia identidad en las relaciones entre amigos o en el trabajo (5, 19) es prueba de ello. A principio de los noventa, Segal comenta ya estas tentativas de cambio entre los hombres:

*A small but significant number of men have publicly declared their commitment to breaking out of the traditional rules of masculinity –sharing feelings, declaring themselves to expressing a kinder, more caring, less competitive and aggressive masculinity (1990: 26).*

Algo parecido ocurre con el fomento, en distintos grados, entre los varones del cuidado de la imagen y la estética, valores largo tiempo asociados a la feminidad (6, 8, 10, 14, 20). En cualquier caso, a pesar de que sería necesario un estudio sociológico que arrojase luz sobre el alcance de la eventual incorporación, entre lectores reales, de los comportamientos y actitudes fomentados desde estos consultorios –cosa que escapa a los objetivos de este estudio–, resulta indudable el alcance de la forma de acción social que suponen los discursos sobre lo masculino de estas secciones. Más importante aun, el hecho de que, a mediados de los noventa, diez años después de su aparición, estas publicaciones –incluida la sección de consulta recurrente en ellas– se hubieran convertido en el sector de más rápido crecimiento, dentro del mercado de revistas en el Reino Unido (Smith, 1996: 1-2), nos da idea de la **respuesta a este tipo de acción social** entre los hombres británicos.

Así pues, bajo una forma de **discurso normativo**, como es el de los consultorios en revistas sobre el modo de vida de los hombres jóvenes heterosexuales británicos, subyace una **lucha encubierta** de la masculinidad que durante largo tiempo se ha erigido como hegemónica en el Reino Unido –en concreto, el tipo de hombre heterosexual, joven, con buena posición económica, a quien se dirigen estas revistas– por mantener sus prerrogativas frente a las exigencias de cambio impuestas por grupos históricamente sometidos. De hecho, para Dench, esta lucha de poder entre los géneros escapa a veces al terreno de las relaciones entre géneros para cobrar forma en las tensiones de muchos hombres por adoptar modelos de identidad masculina con frecuencia difíciles de asumir: “At another level, less publicly visible, it has been a struggle between different groups of women or, more accurately perhaps, between alternative strategies for transforming men into more caring partners and useful members of society” (1998: xi). El discurso de la sección de consulta de revistas británicas para hombres como *Later*, *ZM*, *Maxim*, *FHM*, *Men’s Health* y *GQ* puede afirmarse que contribuye a erradicar los rasgos patriarcales que en el pasado han caracterizado las relaciones genéricas en el Reino Unido, tendiendo a ser respetuoso con el principio de igualdad entre sexos que constituye uno de los pilares de convivencia de una sociedad democrática como la británica. La excepción más significativa a este patrón lo constituye el caso de las muestras de *Sky Magazine* (2, 15, 17), donde se construye una forma de discurso creativo que parte del género de los consultorios, de gran tradición en las revistas femeninas y más recientemente en las masculinas, no tanto para prestar asesoramiento a los lectores cuanto para entretenernos mediante la burla y

parodia del tipo de individuos que se sirven de estas secciones. Ello explica los valores sexistas, machistas y homófobos de estos ejemplos.

## VII. 2. Conclusiones generales

En el apartado de conclusiones de aplicación del modelo de análisis que hemos seguido en este trabajo han quedado ya expuestas, de algún modo, las líneas maestras que delimitan el proceso de construcción de la identidad masculina en el discurso de la sección de consulta de las revistas de interés general para hombres en el Reino Unido. En efecto, tal y como postulan Caldas-Coulthard y Martín Rojo a propósito de las revistas femeninas –cosa que se puede aplicar igualmente a la nueva generación de revistas para hombres–, el amplio público de lectores de estas publicaciones convierte a las revistas de estilo de vida masculino o femenino en:

*uno de los más influyentes medios de producción de un discurso institucional sobre los géneros [...] Se producen así textos periodísticos que por su difusión y presencia en la vida cotidiana pasan a formar parte de la “cultura popular”, pero que, al ser producidos y promovidos por una instancia de globalización, ponen en circulación, legitiman y homogeneizan representaciones de las sociedades y de los géneros y favorecen una estructura de valores sociales y económicos (Caldas-Coulthard y Martín Rojo, 1999: 5).*

En concreto, las revistas de interés general para hombres que, desde mediados de los ochenta, vienen publicándose en el Reino Unido van a desempeñar una función esencial en la construcción de modelos de identidad masculina entre su público de lectores, según ponen de manifiesto los trabajos de Wright (1999), Jackson, Brooks y Stevenson (1999) o Jackson, Stevenson y Brooks (2001). Esta función resulta especialmente ostensible en el discurso de una sección como la de consulta, especializada específicamente en abordar los problemas y dificultades que los varones experimentan en tanto que tales en el curso de su vida diaria.

La aplicación pormenorizada del método de análisis ha dado cuenta de la construcción de este discurso sobre lo masculino en diversos niveles. En efecto, para Fairclough, todo discurso va a constar de una dimensión simultáneamente tripartita: “Every discursive instance has three dimensions: it is a spoken or written language text; it is an interaction between people, involving processes of producing and interpreting the text; and it is a piece of social action” (1992d: 10). En general, puede decirse que el discurso de esta sección creará entre sus lectores modelos de identidad masculina o

posiciones de sujeto que van a oscilar entre dos polos antagónicos pero complementarios: son el *New Man* y el *New Lad*, que aparecen recurrentemente en diversas formas de cultura popular en el Reino Unido durante las últimas dos décadas. El primero se esforzará por dejar atrás el lastre patriarcal asociado a los modelos tradicionales de masculinidad; atento a los deseos y necesidades de las mujeres, presto a colaborar en las tareas domésticas, cercano a su dimensión más puramente emocional y afectiva, preocupado por su estética, comprometido con su faceta como padre, etc. El segundo, por el contrario, vendrá a recrear los aspectos más machistas y patriarcales históricamente asociados a lo masculino: el trato a la mujer como objeto de consumo sexual, la homofobia, el ejercicio del dominio y el poder en las relaciones entre géneros, el valor concedido a la cultura de la embriaguez, la ostentación de la fuerza física como valor supremo de lo masculino, la agresividad, etc. Nos hallaríamos aquí ante una reacción de autodefensa ante la crítica feminista de décadas pasadas contra la estructuración patriarcal de la sociedad, en la que se han sustentado históricamente los sistemas de valores asociados a la identidad masculina. En el caso del *New Man*, hay que insistir igualmente sobre el fuerte influjo consumista de los últimos decenios, al que los hombres no han podido escapar; las consultas de estética, moda o envejecimiento de esta sección se encuentran así íntimamente ligadas a la publicidad de otras secciones de las revistas para hombres sobre moda, accesorios, perfumería y cosmética para caballero<sup>375</sup>, y dan cuenta de la incorporación a la identidad masculina de la preocupación por el aspecto físico, factor que tradicionalmente se tendía a considerar como índice de feminidad, tal y como afirma Garrett:

*While it is often maintained that women's participation in fitness activities is motivated by vanity and men's by health concerns, there is much evidence to suggest that British men are becoming increasingly preoccupied with appearance and body shape. This can be understood as part of a more general shift in perceptions of British male identity (1997: 156).*

A pesar de esta oscilación y tensión entre estas dos posiciones o modelos de identidad, no cabría hablar de un modelo bipolar de identidad masculina en el discurso de esta sección, sino, tal y como ha puesto de manifiesto el apartado sobre ideologías en

---

<sup>375</sup> Nixon destaca la importancia que la publicidad adquirió desde el momento mismo de lanzar las primeras revistas de interés general para hombres en el Reino Unido en un intento de explotar el inusitado consumismo de las últimas décadas del siglo XX, hasta entonces no atento a las posibilidades que ofrecía el público masculino: "the concern to target men through new magazines was also dependent upon the production of new products and services by advertisers and their focusing of the marketing of existing products in relation to the new male market" (1996: 143).

las conclusiones sobre la aplicación del modelo, de múltiples y variados posicionamientos intermedios. Algunos lectores se afanan por preservar a toda costa su goce sexual aun a costa de otras necesidades afectivas de sus parejas, obstinándose en dar la talla como hombres en el curso de sus relaciones sexuales. Este apego a los valores más tradicionales de la masculinidad se manifiesta también en las consultas de otros lectores obsesionados con el ejercicio de la fuerza y la forma física, o el culto a prácticas tenidas como viriles, como pueda ser el embriagarse al salir con los amigos. Sin embargo, no faltarán lectores que traten de comprender, a través de sus consultas, los planteamientos de sus parejas en cuestiones como la moda o la paternidad; y no escasearán tampoco aquellos otros que llevan hasta sus últimos extremos aspectos de una nueva masculinidad cuidadosa de su estética, o que manifiesten un deseo destacable de reorientar su vida emocional y afectiva en las relaciones con sus compañeras sentimentales, entre amigos o en el trabajo. Algo parecido sucede en la caracterización ideológica del asesoramiento de los especialistas, que con frecuencia instarán a los lectores a que dejen de lado los gestos en exceso dominantes en la convivencia en pareja, y tengan más en cuenta las opiniones y necesidades de esposas y novias a propósito de cuestiones como la paternidad, la moda y la estética personal. No obstante, no faltarán respuestas que fomenten la objetivización sexual de las mujeres, las actitudes homófobas y las machistas, lejos de la reevaluación y desmitificación de la obsesión de muchos hombres por la sexualidad que se opera en otras réplicas.

El modelo de identidad masculina que se construye en el discurso de estas secciones de consulta es, así pues, múltiple y proteico, y, con frecuencia, adquiere un carácter marcadamente relacional: lo masculino se define en función de las relaciones, más o menos hegemónicas, de los hombres con las mujeres y con otros hombres. De ahí, por ejemplo, la obsesión de la asesora de *Sky Magazine* por desterrar entre sus lectores todo comportamiento que pudiera hacer pensar en una posible orientación homosexual de los mismos; o el interés constante de los lectores por demostrar su virilidad a través de prácticas garantes de su masculinidad: dando la talla en las relaciones sexuales, manteniendo la fuerza física a través de prácticas deportivas, y hasta entrando en clara competitividad con otros hombres en el trabajo. Esto explica el desasosiego de muchos varones cuando novias y esposas ponen en tela de juicio la incuestionabilidad tradicional de los posicionamientos y comportamientos dominantes de los hombres.



Su amplia distribución –recordemos que a mediados de los noventa las masculinas eran ya el sector de revistas de más rápido crecimiento en el Reino Unido– va a otorgar una dimensión sumamente significativa al consumo de este tipo de discurso entre sus destinatarios: un hombre joven, heterosexual, de entorno urbano, elevados ingresos y perfil consumista; grupo especialmente relevante en la sociedad británica actual. Se presupone un lector ideal con conflictos semejantes a los presentados en estas consultas y una tensión ideológica parecida entre el ejercicio de roles de género basados en modelos patriarcales poco tolerantes y aperturistas, o un cambio de actitudes y valores fruto de las cambiantes circunstancias sociales, políticas y económicas aludidas. En el acto de lectura, los consumidores individuales negociarán así su identidad individual con los modelos ofrecidos desde este discurso; y, aunque, al producir este discurso, los editores de estos consultorios han proyectado sobre sus lectores ideales sistemas de valores asociados al *New Man* o al *New Lad* que conforman las posiciones de sujeto que se activan en el discurso de esta sección, sería necesario emprender un trabajo de tipo sociológico o etnográfico, que superaría los objetivos de nuestro estudio, para determinar en qué modo está alterando este tipo de discurso la identidad individual de los lectores concretos de estas revistas. Nuestra meta ha sido, más bien, analizar el tipo de identidad que se construye y proyecta en el discurso en sí. En cualquier caso, resultaría a todas luces innegable el obviar los efectos sociales que, de manera acumulativa, pueden llegar a tener estos discursos, junto a otros discursos similares centrados en lo masculino en el Reino Unido, sobre el significado que adquiere la categoría “hombre” en la sociedad británica contemporánea. Así lo ha visto Nixon en un estudio semiótico sobre la conformación de las imágenes visuales del *New Man* en las páginas de moda de estas revistas para hombres:

*Although we would need more evidence to see how these images are transforming gender and sexual identities amongst groups of men and women, the value of attending to the `new man` images is that they direct us towards the possibility of a shift in these identities and relations (1997: 329).*

La producción, distribución y consumo recurrente de estos discursos se va a convertir – podríamos decir– en una forma de performatividad con resultados incontestables en la demarcación del significado de la identidad de género masculina de un grupo social tan importante como los lectores de las revistas donde se enmarcan estos consultorios en la Gran Bretaña de nuestros días. En tanto que inserta en un vehículo de la comunicación de masas, la representación de la masculinidad en estas secciones de consulta va a tener

un enorme alcance respecto al modo en que la sociedad británica contemporánea entiende el significado de lo masculino.

Resulta significativa, en este sentido, la aparición del género de las secciones de consulta para hombres en el contexto del nuevo mercado de revistas de estilo de vida masculino en el Reino Unido a mediados de los ochenta, tras largas décadas de formatos semejantes para mujeres. No en vano, los géneros vienen a dar respuesta a las situaciones comunicativas que se producen en una cultura: “A genre is a staged, goal-oriented, purposeful activity in which speakers engage as members of our culture” (Martin, 1984: 25). De este modo, la utilización de un género tradicionalmente asociado a la cultura femenina por los hombres nos da una pista del establecimiento de unas relaciones de poder más equitativas entre hombres y mujeres. La visibilidad y reconocimiento de los problemas y tribulaciones de los lectores en ámbitos como las relaciones de pareja, el trabajo o las actividades de recreo da cuenta de la pérdida de vigencia de postulados tradicionalmente característicos de construcciones hegemónicas de lo masculino propios de sistemas patriarcales: la aparente invulnerabilidad, el desprecio por lo femenino y la homofobia, el dominio y control incontestables (David y Brannon, 1976). Sin embargo, la utilización paródica de este género en revistas como *Sky Magazine* nos da idea de las tensiones y dificultades de muchos hombres para interiorizar estos cambios. La divulgación en masa que alcanzan las consultas individuales construidas con formato cuasi epistolar, merced a la imbricación del discurso del asesoramiento en un vehículo de la comunicación periodística, refleja la necesidad de amplias capas de la sociedad británica contemporánea de encontrar nuevos patrones de identidad masculina en momentos de crisis; el éxito editorial durante los tres últimos lustros de las revistas para hombres donde se insertan estas consultas es prueba de ello.

La configuración del registro de la muestra de textos analizada resulta reveladora asimismo del modo en que el discurso refleja y da respuesta a la crisis de valores que impregna la construcción de lo masculino que se opera en este género; el tono próximo a lo informal, lo conversacional, y en ocasiones hasta lo humorístico e irónico, contribuyen a hacer más digerible entre los lectores de estas secciones de consulta los modelos de identidad y las propuestas de cambio muchas veces alejadas de las concepciones tradicionales de la masculinidad.

El método de análisis ha servido para desvelar los sistemas de valores de los que están siendo imbuidos los lectores de estas secciones de consulta, quizás sin ser

conscientes de ello, y la influencia del lenguaje en este proceso. Así, en general se promueve un ejercicio de la masculinidad que huya de todo comportamiento hegemónico y patriarcal, donde se destierren valores como el dominio y superioridad incuestionables de los hombres, su cerrazón a lo emocional y afectivo, la subyugación y trato discriminatorio hacia las mujeres, el ejercicio poco comprometido de la paternidad, el culto a la fuerza física o la embriaguez como valores definitorios de la cultura masculina; y todo ello en diversos ámbitos de la vida de los hombres: en el hogar y las relaciones de pareja, entre amigos, en el trabajo, etc. El fomento de este talante aperturista, tolerante, humanizado y democrático sorprende, sin duda, en un ámbito institucionalizado de la masculinidad como son estas revistas sobre el modo de vida masculino, donde cabría esperar el refuerzo y recreación de los valores hegemónicos tradicionalmente definitorios de la identidad de los hombres y su superioridad como grupo dominante. En este sentido, gran parte de las consultas de revistas como *Maxim*, *Men's Health*, *Later*, *GQ* o *FHM* se construyen en función de la corrección y erradicación por parte de los asesores del intento de los lectores de aferrarse a este tipo de comportamientos. Así lo anticipaba ya, hace un lustro, el estudio cultural de Edwards, para quien: "even at their worst these titles do not misinform or actively promote violence and discrimination" (1997: 81).

No obstante, no faltarán excepciones que confirmen esta regla general, especialmente en la revista *Sky Magazine*, donde priman otros valores y actitudes poco democráticos y tolerantes, basados en el sexismo, el machismo o la homofobia. De hecho, autores como Chapman señalaban a finales de los ochenta el sexismo y la misoginia de otras revistas para hombres como *Arena*, en una línea similar a la que aquí se ha podido constatar en el caso concreto de *Sky Magazine*:

*In its [Arena's] presentation of women, crude titillation by its absence is conspicuous; yet the advertisements and fashion pages still resort to women as props often in blatantly sexist ways, and a visual short-hand for heterosexuality. This ambivalence is extended in the text, which performs a delicate balancing act running articles on sexual politics alongside old-style misogyny* (1988: 232).

Por consiguiente, aunque afirmar que estas revistas para hombres son, por todo lo dicho, un foro que favorece la abolición de actitudes machistas entre su público lector requeriría un estudio más en profundidad de otras secciones de estas publicaciones que aquí no se han contemplado, sí se puede afirmar que, con alguna notable excepción, al menos los consultorios contribuyen a la erradicación de comportamientos sexistas y a la

instauración de un sistema de valores entre su público lector basado en la tolerancia, el respeto y la igualdad hacia los demás y especialmente las mujeres.

Tal y como se ha expuesto detalladamente en el apartado de las conclusiones de la aplicación del método de análisis –especialmente en la fase de descripción textual–, el ACD ha puesto de manifiesto el papel del lenguaje en la construcción del discurso de esta sección de las revistas para hombres y en la conformación de las identidades masculinas que en él emergen de acuerdo con los sistemas de valores aludidos. Por citar sólo algunos rasgos lingüísticos que construyen este discurso, podemos apuntar: la estructuración del léxico en torno a dimensiones como la paternidad, la sexualidad, las emociones, la estética personal, la forma física o las relaciones interpersonales; el predominio de procesos relacionales en la presentación de los conflictos personales de los lectores y de materiales cuando los asesores les indican las pautas de actuación para resolverlos; la no ocultación de la agencialidad, haciendo así visibles los modos de actuar de los hombres; no abusar de la modalidad relacional ni del modo imperativo ni de los actos de habla directivos a la hora de ofrecer a los lectores patrones de identidad determinados; el empleo de marcadores discursivos conversacionales o de abundantes nexos conjuntivos de oposición que marcan los obstáculos de los varones en el desempeño de su condición de género; el recurso a la macroestructura explicativa para exponer conflictos y posibles soluciones; la activación de presuposiciones –muchas veces en el seno de estructuras negativas– que dan cuenta de la tensión entre modelos de ejercer la identidad de género según presupuestos más o menos hegemónicos y patriarcales; etc.

Llegados a este punto, no nos queda sino reafirmar el cumplimiento del **objetivo fundamental de este trabajo** de investigación. La sección de consulta de las revistas de estilo de vida masculino británicas genera un discurso sobre la masculinidad con una idiosincrasia y unos rasgos definitorios propios: en el nivel de lo puramente textual, en el de la práctica discursiva, y en el de la práctica o acción social. Como hemos visto, este discurso refleja y crea modelos de identidad masculina muy característicos entre su público de hombres lectores que dan cuenta de *una tensión entre, por un lado, las nociones más hegemónicas y patriarcales de entender lo masculino, basadas en actitudes sexistas, machistas, homófobas y hasta violentas y agresivas; y, por otro, la apertura a otras dimensiones de las que históricamente se habían sentido alejados los hombres*: la vida emocional y afectiva, las preocupaciones estéticas, la mayor

consideración de los posicionamientos y requerimientos de sus compañeras sentimentales, la equidad en las relaciones entre hombres y mujeres, etc.

El cumplimiento de este objetivo principal de nuestra tesis se encuentra íntimamente ligado a la consecución del tercero de los objetivos secundarios de este trabajo, según el cual tratábamos de demostrar la validez del ACD como instrumento de trabajo para investigar la construcción de la identidad masculina en el género de los consultorios de las revistas para hombres. En efecto, una de las asunciones teóricas en que se sustenta el ACD radica en la determinación y efectos constructivos que tienen los discursos sobre la realidad, las identidades y las relaciones sociales; y, de hecho, no son pocos los trabajos que han precedido al nuestro donde se analiza la construcción de diversas dimensiones de la identidad del individuo en diferentes géneros. El modelo de ACD empleado ha sacado a la luz los casos en que el discurso de esta sección viene a promover un abuso de poder de los hombres y una desigualdad en las relaciones entre géneros; sin embargo, ha servido también para poner de relieve la función y el esfuerzo que, desde un ámbito institucionalizado de producción de discursos sobre lo masculino como estas revistas para hombres, se está llevando a cabo para erradicar ese desequilibrio en el ejercicio del poder que tradicionalmente han ejercido los hombres a favor suyo, y para desterrar así las construcciones de modelos de identidad basados en el abuso del dominio masculino. Es ésta, dicho sea de paso, la tónica predominante en el discurso de esta sección.

Por otra parte, este trabajo espera haber ampliado el horizonte de atención tanto hacia las secciones de consulta de la prensa escrita como a las revistas de interés general para hombres, sobre las que hasta la fecha apenas se había interesado la comunidad investigadora, especialmente desde un punto de vista filológico. La realización de un análisis sistemático sobre el género de los consultorios de estas revistas y sobre la configuración del registro de los mismos –tareas no abordadas hasta la presente– vienen a consumir el cuarto de los objetivos secundarios de esta tesis doctoral.

También estaba pendiente, hasta la fecha, la revisión sistemática y la puesta al día del conocimiento ya existente acerca de la relación que la categoría de lo masculino guarda con el lenguaje. Ello dejará más claro el lugar que ocupa un trabajo como el nuestro entre las investigaciones precedentes. En un momento en que los estudios sobre lenguaje y masculinidad tratan de adquirir entidad propia en el mundo académico, resulta imprescindible contar con información sistemática del saber que investigaciones anteriores han venido acumulando sobre este binomio, aun cuando ello se haya

conseguido implícitamente buscando alcanzar otros propósitos. El detallado panorama trazado en el capítulo II a propósito de esta cuestión responde a esta necesidad, y ha servido para cumplir el segundo de los objetivos secundarios de este trabajo de investigación.

La realización de un estudio lingüístico de análisis del discurso en torno a la identidad masculina contribuye a hacer una aportación tanto a la amplia línea de investigación sobre Lengua y Género como a los Estudios sobre la Masculinidad, y, sobre todo, a ayudar a suplir la escasa observación hacia la relación entre lenguaje y masculinidad que recientemente ha comenzado a reivindicarse por diversos autores que se han hecho eco del exiguo tratamiento de lo masculino *per se* después de más de un cuarto de siglo de investigaciones sobre la relación entre el lenguaje y el género. Resultaba imperativo el poner de manifiesto desde el principio el valor interdisciplinar de un trabajo como éste, que viene a erigirse, simultáneamente, como contribución a los estudios de Lengua y Género, a las investigaciones sobre la condición masculina, y, habida cuenta de la metodología empleada, al campo del Análisis del Discurso en general y del Análisis Crítico del Discurso en particular. Precisamente por lo obvio de este propósito lo hemos convertido en el primero de los objetivos secundarios de esta tesis, de modo que quedase clara la riqueza y aportación múltiple que un estudio como éste llevaba aparejada.

Diremos, para finalizar, que la primera de las **hipótesis** de que partía nuestra investigación ha quedado verificada totalmente, pues, tal y como prueban las conclusiones derivadas de la aplicación del modelo de análisis sobre el género estudiado, la ideología que envuelve el significado de lo masculino en esta sección se refleja en rasgos lingüísticos concretos que, a su vez, se encuentran al servicio de la construcción de esos sistemas de valores asociados a la masculinidad. Por el contrario, la segunda de las hipótesis sólo ha quedado verificada parcialmente. En efecto, el discurso de los consultorios de las revistas para hombres británicas bascula entre la activación de los sistemas de valores más hegemónicos y patriarcales característicos de las nociones de masculinidad tradicionales, y la apertura a dimensiones tradicionalmente ausentes de la identidad masculina. Sin embargo, no siempre se vendrán a fomentar valores aperturistas y tolerantes desde las respuestas de los consultorios, como ha demostrado el análisis de las muestras de *Sky Magazine*. Por otro lado, algunas de las preguntas de los lectores manifiestan ya una asunción de universos

ideológicos bastante alejados de los patrones de identidad masculina tradicionales, de lo que dan prueba las numerosas consultas de los lectores sobre moda y estética, paternidad o emociones.

Para concluir, hay que decir que una posible continuación del trabajo aquí llevado a cabo podría centrarse en verificar si las conclusiones a las que se ha llegado respecto a la construcción de la identidad masculina en la sección de consultorio de las revistas para hombres del Reino Unido varían o no en otras secciones de este tipo de publicaciones como las de cartas, noticias breves o consejos varios, que con frecuencia se repiten en el formato de estas revistas. Por otra parte, la comparación entre los consultorios de estas revistas para hombres y los correspondientes en versiones femeninas como *Best*, *Cosmopolitan*, *Elle*, *Marie Claire*, *Woman*, *Woman's Own* o *Woman's Weekly*, permitiría la realización de estudios contrastivos en torno a la construcción de la identidad masculina y femenina en revistas para hombres y mujeres respectivamente, viendo qué tipo de valores se fomentan en unas y otras, y comparando los discursos sobre la masculinidad y la feminidad que se ponen de relieve. Además, dado que las muestras analizadas corresponden a revistas dirigidas a un público masculino heterosexual, se podría también tratar de dilucidar si los valores que priman en la configuración de la identidad masculina tal y como se conforma en estas revistas son muy distintos de los que aparecen en otras revistas británicas dirigidas al público gay como *Attitude*. La dimensión contrastiva podría extenderse en el futuro a la comparación de las revistas para hombres en el Reino Unido y en E.E.U.U., siendo incluso posible comparar la edición española que posee alguna de estas revistas, como *GQ*, *Maxim* o *Men's Health*, con las correspondientes en inglés.

## APÉNDICE DE TEXTOS ANALIZADOS

### TEXTO 1: *Men's Health*, julio/agosto 1999, p. 97.

*Q. My wife is pregnant with our first child and I don't want to be in the delivery room when it pops out – the thought makes me feel sick, and I'm sure it would murder my sex drive. Got any good excuses I can use?*

*BH. Portsmouth*

*A. This is a common fear among men, but not always a rational one. "Your sexuality is not that delicate," says Frank Pittman, a marriage and family therapist who thinks it's going to take more than a slippery placenta to destroy your sex drive. His advice: take a front-row seat. "The more involved you are at the beginning of the process, the sooner and stronger the connection will be between father and child," says Pittman, a trifle optimistically. But if you think you may be particularly squeamish, make sure you don't hang around at the business end – make yourself useful by mopping your wife's brow or, better still, holding her hand and letting her crush yours when the going gets tough. Oh, and ignore all the abuse she'll throw at you for causing all the pain.*



**TEXTO 2: Sky Magazine, septiembre 1999, p. 162.**

*Dear Karen*

*I'm desperate to shag this 22-year-old. I know her very well and we are good friends, though I've fancied her since day one. She has huge tits. But I'm worried if I make a pass and she doesn't like it, she'll hit me.*

*Adam, Manchester*

*Your problem is that you want a fuck but don't have the balls to ask. Christ, I've never seen such a wimp. Pussy does not spill out of those little gumball machines at the mall, you know. (If it did, I'd own a few.) You have to risk your arse to get some – that's the law. So, yellow-belly, why not take her for a drink and then say you fancy her? You know, in a few years you'll look back on this and think, "All that fuss over a pair of tits that aren't even attached to an offshore bank account and a bag of drugs."*

**TEXTO 3: GQ (Gentlemen's Quarterly), septiembre 1999, p. 252.**

*Q. Despite being only 23, my girlfriend still maintains many of the prejudices of the proto-feminists. One such bias is that in our "lookist" society, women get a raw deal because they age quicker than men. Is this true?*

*Simon Cook, London*

*A. Yes and no. This theory, like many half-truths of folklore, does have a basis in medical fact. The male has more of the sex hormone, androgen, running around his system than the female and this makes his skin more resistant to ageing. This is coupled with the fact that a man's skin is usually oilier than a woman's, therefore more moist and less prone to falling apart. The result is that men do have a better deal than women in this area – but in the brave new dawn of genetic engineering, your fledgling feminist's daughter may well catch you up. JM*

**TEXTO 4: Later, septiembre 1999, p. 27.**

*Q: I live with my girlfriend and over the last few months we've been having huge arguments, usually started by her complaining that I always control what we watch on TV. I work hard and want to just sit and relax. Can we do anything to sort this out?*

**THE EXPERT**

*You can do something to sort this out. If you are sharing your life and living space with your partner there is bound to be conflict about who controls what and who feels they are making most of the sacrifices. You both need to realise that living together and making compromises means listening too and accepting the other person's point of view. If you don't you will end up being like two separate states at war and you might need to bring in the UN in the form of a relationship counsellor.*

**TEXTO 5: ZM, agosto/septiembre 1999, p. 80.**

*Q. My best mate has recently got a great job and I'm really jealous. What can I say to him?*

*J S, Oxford*

*A. Tell him that you want to feel pleased for him, but that you also feel very envious. If you can communicate that envy in terms of what you wish you had – rather than what a jammy git he is – then he's also less likely to feel quite so threatened or undermined. And by focusing on exactly what you envy about your mate's job, you can begin to look at ways to achieve the same for yourself.*

**TEXTO 6: FHM (For Him Magazine), septiembre 1999, p. 304.**

*Q. Ever since I hit 25 last year I've become aware of how knackered I look. My mates are the same age but could easily pass for younger, whereas my face has become saggy and tired-looking. My boss keeps teasing me and people quite often think I'm well into my thirties. I'm very conscious of my double-chin and jowls – are there any exercises I could do to firm up my face?*

*TV, Northampton*

*A. Your appearance has a lot to do with general well-being. A stressful lifestyle, poor sleeping and eating habits, too much booze and a lack of exercise have a hugely negative effect on how you look. Scrutinise your workload in relation to exercise, hobbies and social activities, and aim for a balance. Facial exercises will help in addition to cardiovascular workouts. Ensure you sleep at least six hours per night and eat a wholesome and varied diet. (AL)*

**TEXTO 7: Later, septiembre 1999, p. 26.**

*Q: My girlfriend keeps dropping very unsubtle hints about her friends having babies, and keeps stopping to look in Mothercare when we go out shopping together. Part of me knows that this is the next step in our relationship, but I'm terrified.*

**THE EXPERT**

*Fathering a child can be seen as one of the most definitive acts which signals a man's maturity. A lot of men panic, thinking "I'm not ready yet", in a vain attempt to stop growing up. A surprisingly large number of men walk out of relationships within the first few months of the birth of their baby. There are many other aspects to the scenario – fear of failing as a father, fear of ageing, loss of other possible sexual partners, etc – but it all boils down to whether you have the courage to overcome this uncertainty, as there will never be a `right` time to have a baby. To be able to overcome these fears is part of the growing process which changes us from lads to men.*

**TEXTO 8: Later, septiembre 1999, p. 26.**

*Q: My girlfriend told me that I spend more time in front of the mirror and worrying about how I look than she does. She says it's a real turn off that I'm so vain. But I know she also likes the fact that I look good, so what's the problem?*

**THE EXPERT**

*Your problem can be broken down into two parts. First, maybe your girlfriend likes you looking good, but not if you make too much of a fuss about it. This leads onto the second part of the problem. Are you making yourself look good for her or for yourself? The sad part of the story of Narcissus was that by falling in love with his reflection he was condemned to isolation. Many women give up on narcissistic men as they feel that they can never love them as much as they love themselves. So be warned.*

**TEXTO 9: Maxim, noviembre 1999, p. 224.**

*Q: I've met the girl of my dreams but I keep putting off suggesting sex as I'm worried about coming too quickly. Any delay methods you can recommend that don't take months of pelvic exercises?*

*Name & address withheld*

*A: Sex therapists recommend masturbation (yes, we know it's a chore, but there it is). The better you know when you're going to come, the easier it is to stop it. Thinking unsexy thoughts can work but keep it to yourself. For some bizarre reason, women get a bit funny if you start listing all the winners of the FA Cup since 1970 out loud. In the heat of the moment the best delay is the squeeze technique. Grip the top of the penis and squeeze the underside of the ridge at the cleft of the helmet for ten seconds – the urge to ejaculate should subside without killing your erection.*



**TEXTO 10: FHM, julio 1999, p. 10.**

*Q. How long does it take to become unfit? I have a couple of friends who continue to exercise regularly if they feel ill, but I know others who stop until they feel better. Both parties say they are doing the correct thing – so which is the best route to follow in order to stay fit?*

*RA, West Sussex*

*A. It is essential to be healthy when exercising, so avoid training when you have a cold, are injured or feel unwell. To decrease the regression (“losing fitness”) rate, particularly when you are unwell for a long period, “active recovery” will help maintain your pre-injury fitness. This means being active, but in a pain-free way (see “The Comeback Trail”, right). And finally, the rule of thumb for regression is that it takes a third of the time it took you to build your fitness up as it does to lose it. (AL)*

**TEXTO 11: ZM, junio/julio 1999, p. 82.**

*Q. I know I can't have children but I've never told my partner. Now she's definitely getting broody. How can I break the news?*

*DA, Newcastle*

*A. Do it at home, possibly over a drink (one). Don't be tempted to break the news over dinner at a restaurant, however soothing the ambience might seem; she won't want to get upset in public. Alternatively, you could try saying that you have doubts about your ability to father a child and suggest you take a test. When the results come through you can face the future together instead of coping with recriminations over your secrecy.*

**TEXTO 12: Maxim, octubre 1999, p. 202.**

*Q: If I drink water between pints on a booze binge, will I get pissed slower or quicker?*

*Charlie Squires, Essex*

*A: The water makes little difference either way, according to Mark Bennett of Alcohol Concern. 'The amount of alcohol and the period of time determine how drunk you get. Nothing else.' Drinking water may reduce your speed and capacity but not the amount of alcohol in your body. You'll be in the bog more often too, which cuts boozing time. Bennett's advice is, 'Know how much you can drink before you start out – and stick to it. Use soft drinks to keep within your limits.'*

**TEXTO 13: Men's Health, julio/agosto 1999, p. 51.**

*Q. Help! I'm 32 years old and convinced that my penis is actually getting smaller.*

*What's going on?*

*Dave from Cumbria*

*Men always check their tackle size from the wrong angle. Instead of looking down on it, check it side-on in a mirror – you may be pleasantly surprised by what you see. One maxim oft quoted by urologists is 'use it or lose it'. Regular sex – even if it's on your own – will help keep a penis healthy, not to mention a smile on your face. Alcohol abuse, cigarettes and conditions like diabetes have the opposite effect. If you are having problems with erections or feel your testicles are getting smaller, ask your GP for a check-up.*

**TEXTO 14: GO, agosto 1999, p. 168.**

*Q. I am a bit confused about the correct time to wear short or long socks. I understood that long socks were for formal wear and short socks reserved for sports wear only.*

*Which is correct?*

*Andrew Pennington, London E1*

*A. Short socks are a worry. Generally disdained, short socks should only be worn for real sporting activities: otherwise, the archaically named “full hose” (ie, just below the knee) are for general use. This way, men can avoid the unattractive NHG (Nasty Hairy Gap) associated with badly trained TV personalities.*

**TEXTO 15: Sky Magazine, agosto 1999, p. 154.**

*Dear Karen*

*My penis is bent. I'm so embarrassed, I don't know what to do. Help.*

*DW, Cardiff*

*Well, it's been some time since I've seen a bent willy question (or a bent willy for that matter). The reason is very few men wear corduroy anymore – you can see how the sickle-dick bends the lines, honest. You have either Chordee or Peyronie's Disease. Or possibly you are just a drama queen and it's all very normal. Only 10 percent (or something like that, maybe even 50 percent) of men have straight penises. The rest of them are gay. What to do? Use it till some one says, "Ewww!"*

**TEXTO 16: FHM, junio 1999, p. 263.**

*Q. My girlfriend of 18 months was raped by her ex on three different occasions before she chucked him. She told me this recently when she woke up from a nightmare, screaming. She's never been to the police and there's no talking her into it; and she didn't see a doctor after the last time it happened, although she was bleeding badly. I can't handle it. When we have sex I can't keep hard, and I'm paranoid that every grimace on her face means I'm hurting her or that she's reliving what happened. She's always been nervous about sex, but at the beginning I thought nothing of it. I love her and want to help, but I've never been good at emotional stuff. Please help!*

*KT, London*

*A. Everyone naturally sympathises with women who have been raped, but what many people don't realise is that their partners suffer too. So thanks for your letter, which allows me to highlight this issue. As you so graphically describe, you now feel so worried about your girlfriend that it's starting to affect your sex life. The answer is to put your efforts into helping your girlfriend get some counselling – she needs support to recover from her trauma. To some extent she's getting it from you; despite your concerns about not being “good at emotional stuff”, you are clearly helping, otherwise she wouldn't have told you anything. But she also needs professional support to help her put the experience behind her and start having a good sex life. So get your girlfriend to ring the local Rape Crisis Centre (the number will be in the phone book) or the National Rape Crisis Centre on 0171-837 1600 (weekday evenings 6pm to 10pm; weekends 10am to 10pm).*

**TEXTO 17: Sky Magazine, marzo 1999, p. 146.**

*Dear Karen,*

*Since I was six my grandfather has been sexually abusing me, and now I'm 18, I'm starting to enjoy it. I'm trying to get into a relationship with my best friend at school. He's not gay but how can I convert him?*

*BS, Newquay*

*Can you spell "therapy"? You need professional help. No shit, Sherlock. Trying to convert someone to being gay is as smart as trying to convert someone to being straight. Honey, get on the phone to the Samaritans and get yourself sorted. As for that grandfather, gimme a gun. Actually, how dare you write in with a real problem! Write to someone cuddly next time. One of those fat, ugly women's mag people.*



**TEXTO 18: Maxim, agosto 1999, p. 164.**

*Q: When weight training, should I start with light weights and build up, or vice versa?*

*James Davis, Leeds*

*A: Starting off with light weights will go a long way to preventing injury, according to Bill Pearl who knows a thing or two about weights, as he's a four-time Mr Universe and author of Getting Stronger (Shelter Publications, £12,99). He says, 'This prepares the muscles, tendons and ligaments for action. It gets the blood circulating, raises body temperature and enhances the flexibility of joints.'*

*After warming up you should lift the weights progressively. 'Start with a light weight,' says Pearl, 'and progressively add resistance [extra weight] with each set. Never start with your heaviest set first, as the muscles and tendons are not fully prepared for such exertion.'*

**TEXTO 19: ZM, junio/julio 1999, p. 82.**

*Q. My boss flirts with a secretary much younger than him. He thinks it's a laugh, she takes it seriously. Should I say anything?*

*MC, Manchester*

*A. Steer well clear of it. People in this kind of relationship often know more about what is going on than outsiders think. In any case they are adults and it's up to them to sort it out. Both of them may resent any attempt you make to intervene and you could be putting your own job at risk.*

**TEXTO 20: GQ, agosto 1999, p. 168.**

*Q. The sight of Hugh Grant wearing his formal, spread-collar shirts, tie-less and open to the sternum really ruined my enjoyment of Notting Hill. My girlfriend, on the other hand, wants me to adopt the same “louche” look. I always thought only buttoned-down shirts could be worn open at the neck. Am I right?*

*Bruce A King, not quite Notting Hill*

*A. No, you’re wrong. Although it is true to say that ties should never be worn with button-down shirts, there are several open-collar shirt looks that are acceptable. The most usual is the casual weekend shirt with button cuffs, perhaps made in an Oxford cotton. However, thanks to the recent wave of Sixties and Seventies nostalgia – and the reappearance of the male cleavage into polite society – the louche look you describe is back in a big way. This style was largely hatched in languorous Gucci advertising campaigns, but has now been adopted across the market. Obviously, the wearer needs to be sleek, slim and sexy for the effect to work and I think you should be grateful that your girlfriend thinks you fulfil these criteria.*

## BIBLIOGRAFÍA

- Abelson**, R. P. (1976) "Script processing in attitude formation and decision-making", en J. S. Carroll y J. W. Payne (eds.), *Cognition and Social Behaviour*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Adam**, J. M. (1997) *Les Textes: Types et Prototypes. Récit, Description, Argumentation, Explication et Dialogue*. París: Nathan.
- Adams**, P. J. et al. (1995) "Dominance and entitlement: The rhetoric men use to discuss their violence towards women". *Discourse & Society* 6(3), 387-406.
- Adler**, M. K. (1978) *Sex Differences in Human Speech*. Hamburgo: Helmut Buske Verlag.
- Ajzen**, I. y M. **Fishbein** (1977) "Attitude-behavior relations: A theoretical and empirical research". *Psychological Bulletin* 84(5), 888-918.
- Alarcos Llorach**, E. (1999) *Gramática de la lengua castellana*. Madrid: Real Academia Española / Espasa.
- Albentosa**, J. I. (1998a) "Géneros periodísticos anglosajones. Características de género y registro en las secciones de internacional y de cultura de *The Guardian Weekly*", en A. Downing, A. J. Moya y J. I. Albentosa (eds.), *Patterns in discourse and text. Ensayos de análisis del discurso en lengua inglesa*. Cuenca: Ediciones de la UCLM.
- \_\_\_\_\_ (1998b) *La sustantivación: análisis comparativo de su frecuencia y funciones en los artículos de cultura y artes y en las noticias internacionales de The Guardian Weekly*. Cuenca: Servicio de Publicaciones de la UCLM.
- Albertos**, J. L. (1974) "Periodismo. Géneros", en *Gran Enciclopedia Rialp*, Tomo XVIII. Madrid: Rialp.
- Alcaraz**, E. (1990) *Tres paradigmas de la investigación lingüística*. Alcoy: Marfil.
- \_\_\_\_\_ (2000) *El inglés profesional y académico*. Madrid: Alianza.
- Alcaraz**, E. y M. A. **Martínez** (1997) *Diccionario de lingüística moderna*. Barcelona: Ariel.
- Althusser**, L. (1971) "Ideology and ideological state apparatuses", en L. Althusser (ed.), *Lenin and Philosophy and Other Essays*. Londres: New Left Books.
- Álvarez**, M. (1995) *Tipos de escrito III: epistolar, administrativo y jurídico*. Madrid: Arco/Libros.
- Ariel**, M. y R. **Giora** (1998) "A self-versus-other point of view in language: Redefining femininity and masculinity". *International Journal of the Sociology of Language* 129, 59-86.
- Aries**, E. (1987) "Gender and communication", en P. Shaver y C. Hendrick (eds.), *Sex and Gender*. Newbury Park: Sage Publications.
- Aries**, E. y F. L. **Johnson** (1983) "Close friendship in adulthood: conversational content between same-sex friends". *Sex Roles* 9(12), 183-196.
- Arluke**, A. et al. (1987) "Are times changing? An analysis of gender differences in sexual graffiti". *Sex Roles* 16(1/2), 1-7.
- Austin**, J. L. (1962) *How to do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press.
- Bach**, K. y M. **Harnish** (1979) *Linguistic Communication and Speech Acts*. Cambridge, Mass./Londres: M.I.T. Press.
- Bagnall**, N. (1993) *Newspaper Language*. Oxford: Focal Press.
- Bailey**, L. A. y L. A. **Timm** (1976) "More on women's – and men's – expletives". *Anthropological Linguistics* 18(9), 438-49.

- Bakhtin**, M. (1986) *Speech Genres and Other Late Essays*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Ballaster**, R. *et al.* (1991) *Women's Worlds. Ideology, Femininity and the Woman's Magazine*. Londres: Macmillan.
- Balswick**, J. (1988) *The Inexpressive Male*. Lexington, Massachusetts/Toronto: Lexington Books.
- Barrett**, M. (1985) "Ideology and the cultural production of gender", en J. Newton y D. Rosenfelt (eds.), *Feminist Criticism and Social Change*. Nueva York: Methuen.
- Beauvoir**, S. de (1979) *The Second Sex*. Harmondsworth: Penguin.
- Beaugrande**, R. de (1995) "Textlinguistics", en J. Verschueren, J.-O. Östman y J. Blommaert (eds.), *Handbook of Pragmatics*. Amsterdam / Filadelfia: John Benjamins.
- Beaugrande**, R. de y W. U. Dressler (1981) *Introduction to Textlinguistics*. Londres: Longman.
- Beck**, K. (1978) "Sex differentiated speech codes". *International Journal of Women's Studies* 1(6), 566-72.
- Bell**, A. (1991) *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Bengoechea**, M. (1993) "La interrupción entre jefas y subordinadas/os", en *Actas de las Jornadas Internacionales de Lingüística Aplicada / Proceedings of the International Conference of Applied Linguistics*, vol. 2. Granada: Publicaciones de la Universidad de Granada.
- Benveniste**, E. (2000) "Subjectivity in language", en P. du Gay *et al.* (eds.), *Identity: A Reader*. Londres: Sage / The Open University. Anteriormente publicado en E. Benveniste (1971) *Problems in General Linguistics*. Florida: University of Miami, 223-227.
- Berger**, P. L. y T. Luckmann (1966) *The Social Construction of Reality*. Gardencity, NY: Doubleday.
- Bernárdez**, E. (1982) *Introducción a la lingüística del texto*. Madrid: Espasa Calpe.
- Berry**, M. (1975) *Introduction to Systemic Linguistics. I Structures and Systems*. Londres: B.T. Batsford Ltd.
- Bezooijen**, R. van (1996) "Pitch and gender related personality traits", en N. Warner *et al.* (eds.), *Gender and Belief Systems. Proceedings of the 4<sup>th</sup> Berkeley Women and Language Conference*. Berkeley, Cal.: Berkeley Women and Language Group.
- Bhatia**, V. K. (1993) *Analysing Genre. Language Use in Professional Settings*. Harlow: Longman.
- Biber**, D. (1994) "An analytical framework for register studies", en D. Biber y E. Finegan (eds.), *Sociolinguistic Perspectives on Register*. Nueva York: Oxford University Press.
- Biber**, D. y S. Conrad (2001) "Register variation: A corpus approach", en D. Schiffrin, D. Tannen y H. E. Hamilton (eds.), *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell.
- Biemans**, M. y R. van Bezooijen (1996) "The effect of masculinity and femininity on pitch", en N. Warner *et al.* (eds.), *Gender and Belief Systems. Proceedings of the 4<sup>th</sup> Berkeley Women and Language Conference*. Berkeley, Cal.: Berkeley Women and Language Group.
- Bischoping**, K. (1993) "Gender differences in conversation topics, 1922-1990". *Sex Roles* 28(1/2), 1-18.
- Bloch**, H. *et al.* (1996) *Gran diccionario de psicología*. Madrid: Ediciones del Prado.

- Bloor, T. y M. Bloor** (1995) *The Functional Analysis of English. A Hallidayan Approach*. Londres: Arnold.
- Bly, R.** (1990) *Iron John: A Book about Men*. Londres: Allen & Unwin.
- Bodine, A.** (1975) "Sex differentiation in language", en B. Thorne y N. Henley (eds.), *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass.: Newbury House Publishers.
- Boxer, D.** (1993) "Complaining and commiserating: Exploring gender issues". *Text* 13(3), 371-395.
- Brandis, W. y D. Henderson** (1970) *Social Class, Language and Communication*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Branston, G. y R. Stafford** (1996) *The Media Student's Book*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Brendt, R. M.** (1975) "Male-female intonation patterns in American English", en B. Thorne y N. Henley (eds.), *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass.: Newbury House.
- Brennan, A. A.** (1994) "Identity", en R. E. Asher (ed.), *The Encyclopedia of Language and Linguistics*, Vol. 3. Oxford: Pergamon Press.
- Brod, H.** (1987) "The case for Men's Studies", en H. Brod (ed.), *The Making of Masculinities. The New Men's Studies*. Londres: Allen & Unwin.
- Brody, M.** (1993) *Manly Writing: Gendered Virtue in Rhetoric & the Rise of Composition*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Brouwer, D. et al.** (1979) "Speech differences between women and men: on the wrong track?". *Language in Society* 8, 33-50.
- Brown, G. y G. Yule** (1983a) *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, G. y G. Yule** (1983b) *Teaching the Spoken Language. An Approach on the Analysis of Conversation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, H.** (1996) "Themes in experimental research on groups from the 1930s to the 1990s", en M. Wetherell (ed.), *Identities, Groups and Social Issues*. Londres: Sage Publications/The Open University.
- Brown, P.** (1980) "How and why are women more polite. Some evidence from a Mayan community", en S. McConnell-Ginet et al. (eds.), *Women and Language in Literature and Society*. Nueva York: Praeger.
- Brown, P. y S. Levinson** (1978) *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brownwell, W. y A. R. Smith** (1973) "Communication patterns, sex, and length of verbalisation of speech of four-year-old children". *Speech Monograph* 40, 310-316.
- Bruner, E. M. y J. P. Kelso** (1980) "Gender differences in graffiti: A semiotic perspective". *Women's Studies International Quarterly* 3(2/3) [número especial titulado *The Voices and Words of Women and Men*, Ch. Kramarae (ed.). Oxford: Pergamon Press], 239-252.
- Bucholtz, M.** (1999) "Language and Masculinity reviewed". *Language in Society* 28 (2), 308-312.
- Bucholtz, M. et al.** (eds.) (1999) *Reinventing Identities. The Gendered Self in Discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- Bunzl, M.** (2000) "Inverted appellation and discursive gender in subordination: An Austrian case study in gay male conversation". *Discourse & Society* 11(2), 207-236.

- Buschbinder**, D. (1998) *Performing Anxieties. Re-producing Masculinity*. St. Leonards, Australia: Alen & Unwin.
- Butler**, J. (1990) *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. Londres / Neva York: Routledge.
- Bybee**, J. *et al.* (1994) *The Evolution of Grammar: Tense, Aspect and Modality in the Languages of the World*. Chicago, Il.: University of Chicago Press.
- Caldas-Coulthard**, C. R. (1996). "Women who pay for sex. An enjoy it'. Transgression versus morality in women's magazines", en C. R. Caldas-Coulthard y M. Coulthard (eds.), *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. Londres / Nueva York: Routledge.
- Caldas-Coulthard**, C. R. y L. **Martín Rojo** (1999). "Editorial. Las revistas femeninas y la construcción de la feminidad". *Discurso y Sociedad* 1(3), 3-9.
- Calsamiglia**, H. y A. **Tusón** (1999) *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Cameron**, D. (1985) *Feminism and Linguistic Theory*. Londres: Macmillan.
- \_\_\_\_\_ (1988) "Language and sex in the quantitative paradigm. Introduction", en J. Coates y D. Cameron (eds.), *Women in their Speech Communities*. Londres/Nueva York: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1990) *The Feminist Critique of Language: A Reader*. Londres: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1996) "The language-gender interface: Challenging co-option", en V. L. Bergvall *et al.* (eds.), *Rethinking Language and Gender Research: Theory and Practice*. Londres: Longman.
- Candlin**, C. N. (1987) "Beyond description to explanation in cross-cultural discourse", en L. E. Smith (ed.), *Discourse Across Cultures. Strategies in World Englishes*. Oxford: Pergamon Press.
- \_\_\_\_\_ (1997) "General editor's preface", en B.L. Gunnarsson *et al.* (eds.), *The Construction of Professional Discourse*. Londres: Longman.
- Candlin**, C. y J. **Lucas** (1986) "Interpretation and explanation in discourse: modes of 'advising' in family planning", en T. Ensink (ed.), *Discourse Analysis and Public Life*. Dordrecht: Foris Publications.
- Cannon**, K. (1994) *Henry James and Masculinity: The Man at the Margins*. Nueva York: St Martin's Press.
- Carrigan**, T. (1985) "Toward a new sociology of masculinity". *Theory and Society* 14, 551-604.
- Carstairs**, G. M. (1979) "Challenge to counselling from a society in change". *International Journal for the Advancement of Counselling* 2(1), 3-12.
- Chapman**, R. (1988) "The great pretender: variations on the New Man theme", en R. Chapman y J. Rutherford (eds.), *Male Order: Unwrapping Masculinity*. Londres: Lawrence & Wishart.
- Charniak**, E. (1975) "Organization and inference in a frame-like system of common sense knowledge", en R. Shank y B. L. Nash-Weber (eds.), *Theoretical Issues in Natural Language Processing: an Interdisciplinary Workshop in Computational Linguistics, Psychology, Linguistics, and Artificial Intelligence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cheshire**, J. (1984) "Language and sex in English", en P. Trudgill (ed.), *Applied Sociolinguistics*. Londres: Academic Press.
- Cicourel**, A. V. (1974) *Cognitive Sociology. Language and Meaning in Social Interaction*. Nueva York: The Free Press.

- Clatterbaugh, K.** (1996) "Are men oppressed?", en L. May *et al.* (eds.), *Rethinking Masculinity. Philosophical Explanations in Light of Feminism*. Nueva York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- \_\_\_\_\_ (1997) *Contemporary Perspectives on Masculinity. Men, Women and Politics in Modern Society*. Boulder/San Francisco: Westview Press.
- Coates, J.** (1983) *The Semantics of Modal Auxiliaries*. Londres: Helm.
- \_\_\_\_\_ (1986) *Women, Men and Language*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1987) "Epistemic modality and spoken discourse". *Transactions of the Philological Society*, 110-31.
- \_\_\_\_\_ (1988) "Language and sex in connected speech", en J. Coates y D. Cameron (eds.), *Women in their Speech Communities*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1993) *Women, Men and Language*, 2<sup>a</sup> ed. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1996) *Women Talk. Conversations between Women Friends*. Oxford: Blackwell.
- \_\_\_\_\_ (1997) "One-at-a-time: the organization of men's talk", en S. Johnson y U. H. Meinhof (eds.), *Language and Masculinity*. Oxford: Blackwell.
- Coates, J. y D. Cameron** (eds.) (1989) *Women in their Speech Communities*. Londres: Longman.
- Connell, R. W.** (1993) "The big picture: Masculinities in recent world history". *Theory and Society* 22, 597-623.
- \_\_\_\_\_ (1995) *Masculinities*. Oxford: Polity Press.
- \_\_\_\_\_ (2000) *The Men and the Boys*. Cambridge: Polity.
- Cornbleet, S. y R. Carter** (2001) *The Language of Speech and Writing*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Cornwall, A. y N. Lindisfarne** (eds.) (1994a) *Dislocating Masculinity: Comparative Ethnographies*. Londres/Nueva York: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1994b) "Dislocating masculinity. Gender, power and anthropology", en A. Cornwall y N. Lindisfarne (eds.), *Dislocating Masculinity. Comparative Ethnographies*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Cotter, C.** (2001) "Discourse and media" En D. Schiffrin, D. Tannen y H. E. Hamilton (eds.), *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell.
- Cozby, P. C.** (1973) "Self-disclosure: a literature review". *Psychological Bulletin* 79, 73-91.
- Craig, S.** (1992) "Considering men and the media", en S. Craig (ed.), *Men, Masculinity and the Media*. Londres: Sage Publications.
- Crawford, M.** (1995) *Talking Difference. On Gender and Language*. Londres: Sage.
- Crystal, D.** (1997 [1980]) *Dictionary of Linguistics and Phonetics*, 4<sup>a</sup> ed. Oxford: Blackwell.
- David, D. S. y R. Brannon** (1976) "The male sex role: Our culture's blueprint of manhood and what it's done for us lately", en D. David y R. Brannon (eds.), *The Forty-Nine Percent Majority. The Male Sex Role*. Nueva York: Random House.
- Davies, B. y R. Harré** (1990) "Positioning: the discursive production of selves". *Journal for the Theory of Social Behaviour* 20(1), 43-63.
- Davis, A.** (1988) *Magazine Journalism Today*. Oxford: Butterworth – Heineman, Ltd.
- DeFrancisco, V. L.** (1991) "The sounds of silence: how men silence women in marital relations". *Discourse and Society* 2(4), 413-24.
- Dench, G.** (1998) *Transforming Men. Changing Patterns of Dependency and Dominance in Gender Relations*. New Brunswick / Londres: Transaction Publishers.
- Desinano de Ossuna, N. B.** (1987) *El discurso periodístico*. Buenos Aires: Plus Ultra.



- Deuchar**, M. (1989) "A pragmatic account of women's use of standard speech", en J. Coates y D. Cameron (eds.), *Women in their Speech Communities*. Londres: Longman.
- Díez Prados**, M. (1998) *Estudio de los mecanismos de cohesión y coherencia y su aplicación a un corpus de textos escritos en inglés como lengua extranjera por alumnos universitarios españoles*. Tesis doctoral inédita. Universidad Complutense de Madrid.
- Dik**, S. C. (1968) *Coordination. Its Implications for the Theory of General Linguistics*. Amsterdam: North-Holland Publishing Company.
- Dittmar**, N. (1995) "Register", en J. Verschueren, J.-O. Östman y J. Blommaert (eds.), *Handbook of Pragmatics*. Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Doherty**, E. G. (1974) "Therapeutic community meetings: a study of communication, patterns, sex, status, and staff attendance". *Small Group Behaviour* 5, 244-56.
- Downing**, A. (1990) "Sobre el tema tópico en inglés". *Revista Española de Lingüística Aplicada*, 119-128.
- \_\_\_\_\_ (1991) "An alternative approach to theme: a systemic-functional perspective". *Word* 42(2), 119-143.
- \_\_\_\_\_ (1997) "Encapsulating discourse topics". *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense* 5, 147-168.
- \_\_\_\_\_ (1998) "Organizational frameworks of coherence in discourse and text", en A. Downing, A. J. Moya y J. I. Albentosa (eds.), *Patterns in discourse and text. Ensayos de análisis del discurso en lengua inglesa*. Cuenca: Ediciones de la UCLM.
- Downing**, A. y **Locke**, P. (1992) *A University Course in English Grammar*. Nueva York/Londres: Prentice Hall.
- Doyle**, J. (1995) *The Male Experience*, 2ª ed. Boston: McGrawHill.
- Drew**, P. y **J. Heritage** (1992) *Talk at Work*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Duan**, C. y C. E. **Hill** (1996). "The current state of empathy research". *Journal of Counselling Psychology* 43(3), 261-274.
- Dubois**, B. L. y I. **Crouch** (1975) "The question of tag questions in women's speech: they don't really use more of them, do they?". *Language in Society* 4, 289-94.
- Dunning**, E. et al. (1991) "Anthropological versus sociological approaches to the study of hooliganism: Some critical notes". *Sociological Review* 39(3), 459-486.
- Eakins**, B. W. y R. G. **Eakins** (1976) "Verbal turn-taking and exchanges in faculty dialogue", en B. L. Dubois y I. Crouch (eds.), *The Sociology of Languages of American Women*. San Antonio, Texas: Trinity University.
- \_\_\_\_\_ (1978) *Sex Differences in Human Communication*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Easthope**, A. (1990 [1986]) *What a Man's Gotta Do: The Masculine Myth in Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Edelsky**, C. (1981) "Who's got the floor?". *Language in Society* 10(3), 383-421.
- Edley**, N. y M. **Wetherell** (1995) *Men in Perspective. Practice, Power and Identity*. Londres/Nueva York: Prentice Hall. Harvester Wheatsheaf.
- \_\_\_\_\_ (1997) "Jocking for position: The construction of masculine identities". *Discourse & Society* 8(2), 203-217.
- Edwards**, T. (1997) *Men in the Mirror. Men's Fashion, Masculinity and Consumer Society*. Londres: Cassell.
- Eggins**, S. (1994) *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. Londres: Pinter Publishers.

- Eggins**, S. y J. R. **Martin** (1997) "Genres and registers of discourse", en T. van Dijk (ed.), *Discourse as Structure and Process*. Londres: Sage.
- Ehrenreich**, B. (1995) "The decline of patriarchy", en M. Berger *et al.* (eds.), *Constructing Masculinity*. Nueva York: Routledge.
- Engle**, M. (1980) "Language and play: A comparative analysis of parental initiatives", en H. Giles *et al.* (eds.), *Language: Social Psychological Perspectives*. Oxford: Pergamon Press.
- Entwisle**, D. R. y C. **Garvey** (1972) "Verbal productivity and adjective usage". *Language and Speech* 15, 288-298.
- Fairclough**, N. (1989) *Language and Power*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1992a) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- \_\_\_\_\_ (ed.) (1992b) *Critical Language Awareness*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1992c) "The appropriacy of appropriateness", en N. Fairclough (ed.), *Critical Language Awareness*. Harlow: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1992d) "Introduction", en N. Fairclough (ed.), *Critical Language Awareness*. Harlow: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1995a) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1995b) *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold.
- Fairclough**, N. y R. **Wodak** (1997) "Critical discourse analysis", en T. van Dijk (ed.), *Discourse as Social Interaction*. Londres: Sage.
- Farrell**, W. (1974) *The Liberated Man*. Nueva York: Random House.
- Fasold**, R. (1990) *Sociolinguistics of Language*. Oxford: Blackwell.
- Fejes**, F. (1989) "Images of men in media research". *Critical Studies in Mass Communication* 6(2), 215-221.
- Feliu Arquiola**, E. *et al.* (1999) "Decálogos comunicativos de la nueva mujer: el papel de las revistas femeninas en la construcción de la feminidad". *Discurso y Sociedad* 1(3), 31-72.
- Ferguson**, M. (1983) *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heineman.
- Ferrater**, J. (1994) *Diccionario de filosofía*, Tomo II. Barcelona: Ariel.
- Fisher**, J. L. (1964) "Social influences on the choice of a linguistic variant", en D. Hymes (ed.), *Language in Culture and Society*. Nueva York: Harper & Row.
- Fishman**, P. (1980) "Conversational insecurity", en H. Giles *et al.* (eds.), *Language: Social Psychological Perspectives*. Oxford: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_ (1990) "Conversational insecurity", en D. Cameron (ed.), *The Feminist Critique of Language: A Reader*. Londres: Routledge.
- Flexner**, S. (1960) *Dictionary of American Slang*. Nueva York: Thomas Y. Crowell.
- Foyster**, E. A. (1999) *Manhood in Early Modern England*. Londres/Nueva York: Longman.
- Foucault**, M. (1971) *L'Ordre du Discours*. París: Gallimard.
- \_\_\_\_\_ (1972) *The Archaeology of Knowledge*. Londres: Tavistock.
- \_\_\_\_\_ (1979 [1976]) *The History of Sexuality, Volume I: An Introduction*. Harmondsworth: Penguin Books.
- \_\_\_\_\_ (1982) "The subject and power", en H. Dreyfus y P. Rabinow (eds.), *Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Brighton: Harvester.
- Fowler**, R. (1996) "On critical linguistics", en C. R. Caldas-Coulthard y M. Coulthard (eds.), *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. Londres/Nueva York: Routledge.

- Fowler, R. y G. Kress** (1979) "Critical linguistics", en R. Fowler *et al.* (eds.), *Language and Control*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Fowler, R., B. Hodge, G. Kress y T. Trew** (eds.) (1979) *Language and Control*. Londres: Routledge and Kegan Paul.
- Fraser, B.** (1999) "What are discourse markers?" *Journal of Pragmatics* 31, 931-952.
- Fraser Bond, F.** (1965) *Introducción al periodismo*. México: Editorial Limusa.
- Freed, A. F. y A. Greenwood** (1996) "Women, men, and type of talk: What makes the difference?". *Language in Society* 25, 1-26.
- Garfinkel, H.** (1964) "Studies of the routine grounds of everyday activities". *Social Problems* 11, 225-250.
- Garfinkel, H.** (1967) *Studies in Ethnomethodology*. Reimpresión de 1990. Cambridge: Polity Press.
- \_\_\_\_\_ (1986) "Remarks on ethnomethodology", en J. Gumperz y D. Hymes (eds.), *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*. Oxford: Blackwell.
- Garret, P. y A. Bell** (1998) "Media and discourse: a critical overview", en A. Bell y P. Garrett (eds.), *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell.
- Garrett, R.** (1997) "Gender, sex and the family", en M. Storry y P. Childs, P. (eds.) *British Cultural Identities*. Londres: Routledge.
- Garrett, S.** (1987) *Gender*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Gerbner, G.** (1985) "Mass media discourse: message system analysis as a component of cultural indicators", en T. van Dijk (ed.), *Discourse and Communication. New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication*. Berlín: Walter de Gruyter.
- Gernbascher, M. A. y T. Givón** (1995) "Coherence as a mental entity", en M. A. Gernbascher y T. Givón (eds.), *Coherence in Spontaneous Text*. Amsterdam / Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- Gilmore, D. D.** (1990) *Manhood in the Making. Cultural Concepts of Masculinity*. New Haven/Londres: Yale University Press.
- Gleason, J. B. y E. B. Grief** (1983) "Men's speech to young children", en B. Thorne *et al.* (eds.), *Language, Gender and Society*. Rowley, Mass.: Newbury House Publishers.
- Goddard, A. y L. M. Patterson** (2000) *Language and Gender*. Londres / Nueva York: Routledge.
- Goldberg, S.** (1973) *Inevitability of Patriarchy*. Nueva York: William Morrow.
- Goldstein, L.** (1994) "Introduction", en L. Goldstein (ed.), *The Male Body. Features, Destinies, Exposures*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Goodwin, M. H.** (1980) "Directive-response speech sequences in girls' and boys' task activities", en S. McConnell-Ginet *et al.* (eds.), *Women and Language in Literature and Society*. Nueva York: Praeger.
- Gough, B. y G. Edwards** (1998) "The beer talking: four lads, a carry out and the reproduction of masculinities". *Sociological Review* 46(3), 409-435.
- Gough, V. y M. Talbot** (1993) "'Guilt over games boys play': coherence as a focus for examining the constitution of heterosexual subjectivity on a problem page". *Liverpool Studies in Language and Discourse* 1, 3-22.
- Graddol, D. y J. Swann** (1989) *Gender Voices*. Oxford: Blackwell.
- Gramsci, A.** (1971) *Selections from the Prison Notebooks*. Londres: Lawrence & Wishart.
- Greenstein, B.** (1993) *The Fragile Male*. Londres: Boxtree.

- Gregersen**, E. A. (1979) "Sexual linguistics", en J. Orasanu *et al.* (eds.), *Language, Sex and Gender. Does "La Différence" Make a Difference?* Nueva York: New York Academy of Sciences [*Annals of the New York Academy of Sciences* 327, 3-19].
- Gregory**, M. y S. **Carroll** (1978) *Language and Situation: Language Varieties and their Social Contexts*. Londres: Routledge and Kegan Paul.
- Grice**, H. P. (1975) "Logic and conversation", en P. Morgan y J. L. Cole (eds.), *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*. Nueva York: Academic Press.
- \_\_\_\_\_ (1989) *Studies in the Ways of Words*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Grossman**, A. L. y J. S. **Tucker** (1997) "Gender differences and sexism in the knowledge and use of slang". *Sex Roles* 37(1/2), 101-110.
- Gumperz**, J. J. y J. **Cook-Gumperz** (1982) "Language and the communication of social identity", en J. J. Gumperz (ed.), *Language and Social Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haas**, A. (1979) "Male and female spoken language differences: stereotypes and evidence". *Psychological Bulletin* 86(3), 616-626.
- Haas**, M. (1944) "Men's and women's speech in Koasati". *Language* 20,147-49.
- Habermas**, J. (1984) *Theory of Communicative Action, Vol 1: Reason and the Rationalization of Society*. Londres: Heineman.
- Hadley**, D. M. (ed.) (1999) *Masculinity in Medieval Europe*. Londres/Nueva York: Longman.
- Hall**, J. (1984) *Non Verbal Sex Differences: Communication Accuracy and Expressive Style*. Baltimore, MD.: John Hopkins University Press.
- Hall**, K. y M. **Bucholtz** (eds.) (1995) *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self*. Londres: Routledge.
- Hall**, S. (1997a) "Introduction", en S. Hall (ed.), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage/The Open University.
- \_\_\_\_\_ (1997b) "The work of representation", en S. Hall (ed.), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage/The Open University.
- \_\_\_\_\_ (2000) "Who needs 'identity'?", en P. du Gay *et al.* (eds.), *Identity: A Reader*. Londres: Sage / The Open University.
- Halliday**, M. A. K. (1967) "Notes on transitivity and theme in English. *Journal of Linguistics* 3, 199-244.
- \_\_\_\_\_ (1973) *Explorations in the Functions of Language*. Londres: Edward Arnold.
- \_\_\_\_\_ (1978) *Language as a Social Semiotic*. Londres: Edward Arnold.
- \_\_\_\_\_ (1985) *An Introduction to Functional Grammar*. Londres: Edward Arnold.
- \_\_\_\_\_ (1994) *An Introduction to Functional Grammar*, 2<sup>a</sup> ed. Londres: Edward Arnold.
- Halliday**, M. A. K. y R. **Hasan** (1976) *Cohesion in English*. Harlow: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1989) *Text and Context: Aspects of Language in a Social Semiotic Perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Halliday**, M. A. K., A. **McIntosh** y P. **Strevens** (1964) *The Linguistic Sciences of Language Teaching*. Londres: Longman.
- Hancher**, M. (1979) "The classification of cooperative illocutionary acts". *Language in Society* 8, 1-14.
- Hanke**, R. (1998) "Theorizing masculinity within/in the media". *Communication Theory* 8(2), 183-203.

- Harvey, K.** (1997) ““Everybody loves a lover”. Gaymen, straight men and a problem of lexical choice”, en K. Herring y C. Shalom (eds.), *Language and Desire*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Harris, Z.** (1952) “Discourse analysis”, *Language* 28, 1-30.
- Hearn, J. et al.** (eds.) (1998) *Men, Gender Divisions and Welfare*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Hearn, J. y D. H. J. Morgan** (eds.) (1990a) *Men, Masculinities and Social Theory*. Londres: Unwin Hyman
- \_\_\_\_\_ (1990b) “Men, masculinities and social theory”, en J. Hearn y D. H. J. Morgan (eds.), *Men, Masculinities and Social Theory*. Londres: Unwin Hyman.
- Henley, N. M.** (1975) “Power, sex, and non-verbal communication”, en B. Thorn *et al.* (eds.), *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass.: Newbury House.
- Hendly, W. C.** (1977) “Dear Abby, Miss Lonelyhearts, and the eighteenth century: The origins of the newspaper advice column”. *Journal of Popular Culture* 11(2), 345-352.
- Hennessee, J. y J. Nicholson** (1972) “NOW says: TV commercials insult women”. *New York Times Magazine*, 28 mayo, 48-51.
- Henton, C.** (1992) “The abnormality of male speech”, en G. Wolf (ed.), *New Departures in Linguistics*. Nueva York/Londres: Garland Publishing.
- Herbert, R. K.** (1990) “Sex-based differences in compliment behavior”. *Language in Society* 19, 201-224.
- Hermes, J.** (1995) *Reading Women’s Magazines. An Analysis of Everyday Media Use*. Cambridge, Ma.: Blackwell.
- Herring, S. et al.** (1995) ““This discussion is going too far!” Male resistance to female participation on the internet”, en K. Hall y M. Bucholtz (eds.), *Gender Articulated. Language and the Socially Constructed Self*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Hildick, E. W.** (1966) *A Close Look at Magazines and Comics*. Londres: Russel Square.
- Hirschman, L.** (1994) “Female-male differences in conversational interaction”. *Language in Society* 23, 427-42.
- Hogben, S. y J. Coupland** (2000) “Egg seeks sperm. End of story...? Articulating gay parenting in small ads for reproductive partners”. *Discourse & Society* 11(4), 459-485.
- Hodge, R. y G. Kress** (1988) *Social Semiotics*. Cambridge: Polity Press.
- \_\_\_\_\_ (1993 [1979]) *Language as Ideology*, 2<sup>nd</sup> ed. Londres / Nueva York: Routledge.
- Hodgeson, P. W.** (1993 [1984]) *Modern Newspaper Practice. A Primer on the Press*. Oxford: Focal Press.
- Hoey, M.** (1990) *Patterns in Lexis*. Oxford: Oxford University Press.
- Holmes, J.** (1984) “Hedging your bets and sitting on the fence: some evidence for hedges as support structures”. *Te Reo* 27, 47-62.
- \_\_\_\_\_ (1986) “Functions of you know in women’s and men’s speech”. *Language in Society* 15 (1), 1-22.
- \_\_\_\_\_ (1987) “Hedging, fencing and other conversational gambits: an analysis of gender differences in New Zealand speech”, en A. Pauwels (ed.), *Women and Language in Australian and New Zealand Society*. Sydney: Australian Professional Publications.

- \_\_\_\_\_ (1988) "Paying compliments: a sex-preferential politeness strategy". *Journal of Pragmatics* 12, 445-465.
- \_\_\_\_\_ (1995) *Women, Men and Politeness*. Londres/Nueva York: Longman.
- Horrocks**, R. (1994) *Masculinity in Crisis*. Londres: The Macmillan Press, Ltd.
- Huddleston**, R. (1991) "Further remarks on Halliday's functional grammar: a reply to Matthiessen and Martin". *Occasional Papers in Systemic Linguistics* 5, 75-131.
- Hughes**, R. (1996) *English in Speech and Writing. Investigating Language and Literature*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Hurford**, J. R. y B. **Heasley** (1983) *Semantics: A Coursebook*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutt**, C. (1972) *Males & Females*. Harmondsworth, Middlesex: Penguin Books.
- Hymes**, D. (1962) "The ethnography of speaking", en T. Gladwin y W.C. Sturtevant (eds.), *Anthropology and Human Behaviour*. Washington: Anthropological Society of Washington.
- \_\_\_\_\_ (1972) "Models of the interaction of language and social life", en J. J. Gumperz y D. Hymes (eds.), *Directions in Sociolinguistics*. Londres/Nueva York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Ickers**, W. y R. D. **Barnes** (1977) "The role of sex and self-monitoring in unstructured dyadic interactions". *Journal of Personality* 35, 315-30.
- Ingham**, M. (1984) *Men*. Londres: Century Publishing.
- Jackson**, D. (1990) *Unmasking Masculinity. A Critical Autobiography*. Londres: Unwin Hyman.
- Jackson**, P. y N. **Stevenson** (1999) *Consumption, Lifestyle and Identity: Reading the New Men's Lifestyle Magazines. End of Award Report* [manuscrito inédito de la British Library]. Swindon: Economic and Social Research Council.
- Jackson**, P., K. **Brooks** y N. **Stevenson** (1999) "Making sense of men's magazines". *Environment and Planning D: Society and Space* 17, 353-368.
- Jackson**, P., N. **Stevenson** y K. **Brooks** (2001) *Making Sense of Men's Magazine*. Cambridge: Polity.
- Jackson**, S. et al. (1993) "Introduction", en S. Jackson et al. (eds.), *Women's Studies. A Reader*. Nueva York: Harvester Wheatsheaf.
- Jäger**, S. y M. **Jäger** (1993) *Aus der Mitte der Gesellschaft*. Duisburg: Diss.
- Jahr**, E. H. (1992) "Middle-age male syntax". *International Journal of the Sociology of Language* 94, 123-34.
- Jameson**, F. (1989) *The Political Unconscious*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Jaworski**, A. y N. **Coupland** (1999a) "Perspectives on discourse analysis", en A. Jaworski y N. Coupland (eds.), *The Discourse Reader*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Jaworski**, A. y N. **Coupland** (1999b) "Power, ideology and control", En A. Jaworski y N. Coupland (eds.), *The Discourse Reader*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Jespersen**, O. (1920) *Language: Its Nature, Origin and Development*. Londres: George Allen & Unwin.
- Johnson**, S. (1997) "Theorizing language and masculinity: a feminist perspective", en S. Johnson y U. H. Meinhof (eds.), *Language and Masculinity*. Oxford: Blackwell.
- Johnson**, P. B. y J. B. **Goodchilds** (1976) "How women get their way". *Psychology Today*, octubre, 69-70.
- Johnson**, S. y U. H. **Meinhof** (eds.) (1997) *Language and Masculinity*. Oxford: Blackwell.

- Johnson, D. M. y D. Roen** (1992) "Compliment and involvement in peer reviews: gender variation. *Language in Society* 21, 27-57.
- Johnston, B.** (1993) "Community and context: Midwestern men and women creating their words in conversational storytelling", en D. Tannen (ed.), *Gender in Conversational Interaction*. Oxford: Oxford University Press.
- Jones, A.** (1993) "Defending the border: Men's bodies and vulnerability". *Cultural Studies from Birmingham* 2, 77-123.
- Jones, D. y J. Drakich** (1993) "Understanding gender differences in amount of talk: a critical review", en D. Tannen (ed.), *Gender and Conversational Interaction*. Oxford: Oxford University Press.
- Joos, M.** (1968) "The isolation of styles", en J. A. Fishman (ed.), *Readings in the Sociology of Language*. La Haya/Nueva York: Mouton.
- Jucker, A. H.** (1992) *Social Stylistics: Syntactic Variation in British Newspapers*. Berlín/Nueva York: Mouton de Gruyter.
- \_\_\_\_\_ (1995) "Mass media", en J. Verschueren, J.-O. Östman y J. Blommaert (eds.), *Handbook of Pragmatics*. Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Jukes, A.** (1993) *Why Men Hate Women*. Londres: Free Association Books.
- Kent, R.** (1979) *Aunt Agony Advises. Problem Pages through the Ages*. Londres: W. H. Allen.
- Key, M. R.** (1972) "Linguistic behaviour of male and female". *Linguistics* 88, 15-31.
- \_\_\_\_\_ (1975) *Male/Female Language*. Metuchen, N. J.: Scarecrow Press.
- Kiesling, S. F.** (1996) "Cultural models and alignment roles in fraternity men's discourse", en N. Warner *et al.* (eds.), *Gender and Belief Systems*. Berkeley, California: Berkeley Women and Language Group.
- Kimmel, M. S.** (1987a) "The contemporary "crisis" of masculinity in historical perspective", en H. Brod (ed.), *The Making of Masculinities. The New Men's Studies*. Londres: Allen & Unwin.
- \_\_\_\_\_ (1987b) "Teaching a course on men. Masculinist reaction or "gentlemen's auxiliary"?", en M. S. Kimmel (ed.), *Changing Men. New Directions in Research on Men and Masculinity*. Newbury Park: Sage.
- \_\_\_\_\_ (1987c) "Rethinking "masculinity": new directions in research", en M. S. Kimmel (ed.), *Changing Men. New Directions in Research on Men and Masculinity*. Newbury Park: Sage.
- Kipers, P. S.** (1987) "Gender and topic". *Language in Society* 16(4), 543-57.
- Klein, J.** (1971) "The family in "traditional" working-class England", en M. Anderson (ed.), *Sociology of the Family*. Baltimore, Md.: Penguin Books.
- Klerk, V. de** (1997) "The role of expletives in the construction of masculinity", en S. Johnson y U. H. Meinhof (eds.), *Language and Masculinity*. Oxford: Blackwell.
- Komarovsky, M.** (1967) *Blue-collar Marriage*. Nueva York: Random House.
- Kramarae, C.** (1981) *Women and Men Speaking. Frameworks for Analysis*. Rowley, Mass.: Newbury House.
- Kramer, C.** (1974) "Folklinguistics". *Psychology Today* 8(1), 82-85.
- \_\_\_\_\_ (1975) "Stereotypes of women's speech: the world from cartoons". *Journal of Popular Culture* 8(3), 624-30.
- Kress, G.** (1983) "Linguistic processes and the mediation of 'reality': the politics of newspaper language". *International Journal of the Sociology of Language* 40, 43-57.
- \_\_\_\_\_ (1986) "Language in the media: the construction of the domains of public and private". *Media, Culture and Society* 8, 395-419.

- \_\_\_\_\_ (1989) *Linguistic Processes in Sociocultural Practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Kress, G. y R. Hodge** (1979) *Language as Ideology*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Kress, G. y T. van Leeuwen** (1990) *Reading Images*. Greelong, Vic.: Deakin University Press.
- Kreuz, R. J. y A. C. Graesser** (1993) "The assumptions behind questions in letters to advice columnists". *Text* 13(1), 65-89.
- Kristeva, J.** (1986) "Word, dialogue and novel", en T. Moi (ed.), *The Kristeva Reader*. Oxford: Basil Blackwell.
- Kuiper, K.** (1991) "Sporting formulae in New Zealand English: two models of male solidarity", en J. Cheshire (ed.), *English around the World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Labov, W.** (1966) *The Social Stratification of English in New York*. Washington, D.C.: Centre for Applied Linguistics.
- \_\_\_\_\_ (1972) *Sociolinguistic Patterns*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- LaFollette, H.** (1996) "Real men", en L. May et al. (eds.), *Rethinking Masculinity. Philosophical Explanations in Light of Feminism*. Nueva York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Lakoff, G. y M. Johnson** (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago/Londres: The University of Chicago Press.
- Lakoff, R.** (1973) "Language and woman's place". *Language in Society* 2, 45-80.
- \_\_\_\_\_ (1975) *Language and Woman's Place*. Nueva York: Harper & Row.
- \_\_\_\_\_ (1982) "Some of my favorite writers are literate: The mingling of oral and literate strategies in written communication", en D. Tannen (ed.), *Spoken and Written Language. Explorations in Orality and Literacy*. Norwood, N.J.: Ablex.
- Landis, C.** (1927) "National differences in conversations". *Journal of Abnormal and Social Psychology* 21, 354-57.
- Landis, M. H. y H. E. Burt** (1924) "A study of conversations". *Journal of Comparative Psychiatry* 21, 81-89.
- Lauretis, T. de** (1987) *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*. Bloomington / Indiana: Indiana University Press.
- Leap, W. L.** (1996) *Words Out: Gay Men's English*. Mineápolis/Londres: University of Minnesota Press.
- Lee, D.** (1992) *Competing Discourses. Perspective and Ideology in Language*. Londres/Nueva York: Longman.
- Lee, P. A.** (1993) "Form and function in illocutionary acts". *Journal of English Linguistics* 22 (2), 216-237.
- Leech, G.** (1974) *Semantics*. Londres: Penguin Books.
- \_\_\_\_\_ (1983) *Principles of Pragmatics*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1987) *Meaning and the English Verb*, 2<sup>a</sup> ed. Harlow: Longman.
- Leitner, G.** (1987) "The sociolinguistics of communicating media", en F. Coulmas (ed.), *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell.
- Levant, R. F. y W. S. Pollack** (eds.) (1995) *A New Psychology of Men*. Nueva York: Basic Books.
- Levine, L y H. J. Crockett** (1966) "Speech variation in a Piedmont community: post-vocalic r", en S. Lieberson (ed.), *Explorations in Sociolinguistics*. La Haya: Mouton.
- Levinson, S.** (1979) "Activity types and language". *Linguistics* 17, 365-399.
- \_\_\_\_\_ (1983) *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.



- Lewis, R. A. (1978) "Emotional intimacy among men". *Journal of Social Issues* 34, 108-21.
- López, A. y R. Morant (1991) *Gramática femenina*. Madrid: Cátedra.
- López de Zuazo Algar, A. (1990) *Diccionario de periodismo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Lyons, L. (1977) *Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lloyd, G. (1993) *The Man of Reason*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Maas, U. (1984) *Als der Geist der Gemeinschaft seine Sprache fand*. Opladen: Westdeucher Verlag.
- Mac An Ghail, M. (1994) *The Making of Men. Masculinities, Sexualities and Schooling*. Buckingham: The Open University Press.
- Macaulay, R. K. S. (1977) *Language, Social Class and Education*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- \_\_\_\_\_ (1978) "Variation and consistency in Glaswegian English", en P. Trudgill (ed.), *Sociolinguistic Patterns in British English*. Londres: Edward Arnold.
- Macdonnel, D. (1986) *Theories of Discourse*. Oxford: Blackwell.
- MacInnes, J. (1998) *The End of Masculinity. The Confusion of Sexual Genesis and Sexual Differences in Modern Society*. Buckingham: Open University Press.
- Malinowski, B. (1929) *The Sexual Life of Savages in Northwestern Melanesia*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- \_\_\_\_\_ (1946 [1923]) "The problem of meaning in primitive cultures". Suplemento I, en C. K. Ogden y I. A. Richards (eds.), *The Meaning of Meaning*. Nueva York: Harcourt Brace & World, 296-336.
- Maltz, D. N. y R. A. Borker (1982) "A cultural approach to male-female miscommunication", en J. Gumperz (ed.), *Language and Social Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Marlatt, G. A. (1970) "A comparison of vicarious and direct reinforcement control of verbal behaviour in an interview setting". *Journal of Personality and Social Psychiatry* 16, 695-703.
- Martín Vivaldi, G. (1998 [1973]) *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo.
- Martin, J. R. (1984) "Language, register and genre", en F. Christie (ed.), *Children Writing: Reader*. Greelong, Victoria: Deakin University Press.
- \_\_\_\_\_ (1992) *English Text. System and Structure*. Amsterdam: John Benjamins.
- Martínez Albertos, J. L. (1983) *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.
- Martínez Albertos, J. L. (1993) *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
- Martínez Sousa, J. (1981) *Diccionario general de periodismo*. Madrid : Paraninfo.
- Martín Rojo, L. (1997a) "El orden social de los discursos". *Discurso. Teoría y Análisis* 21-22, 1-37.
- \_\_\_\_\_ (1997b) "Strategies of resistance to normative discourse: The emergence of a new female identity", en M. Bengoechea y R. Solá (eds.), *Intertextuality/Intertextualidad*. Madrid: Universidad de Alcalá de Henares.
- \_\_\_\_\_ (1998) "The politics of gender: agency and self-reference in women's discourse", en J. Blommaert (ed.), *Political Linguistics*. Amsterdam: Benjamins.
- Martín Rojo, L., M. L. Pardo y R. Whittaker (1998) "El análisis crítico del discurso: una mirada indisciplinada", en L. Martín Rojo y R. Whittaker (eds.), *Poder-Decir o el poder de los discursos*. Madrid: Arrecife/The British Council/U.A.M.

- Mathesius**, V. (1942) "Rec a solh, Ctení o jazyce a poezii, 13-102.
- May**, L. *et al.* (1996) "Introduction", en L. May *et al.* (eds.), *Rethinking Masculinity. Philosophical Explanations in Light of Feminism*. Nueva York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- McConnell-Ginet**, S. (1980) "Linguistics and the feminist challenge", en S. McConnell-Ginet *et al.* (eds.), *Women and Language in Literature and Society*. Nueva York: Praeger.
- \_\_\_\_\_ (1983) "Intonation in a man's world", en B. Thorn *et al.* (eds.), *Language, Gender and Society*. Rowly, Mass.: Newbury House.
- McCracken**, E. (1993) *Decoding Women's Magazines. From Mademoiselle to Ms.* Nueva York: St. Martin's Press.
- McHoul**, A. (1994) "Discourse", en R. E. Asher (ed.), *The Encyclopedia of Language and Linguistics*, Vol. 2. Oxford: Pergamon Press.
- McIlvenny**, P. (1998) "Book review: Sally Johnson and Ulrike Hanna Meinhof (eds.) *Language and Masculinity*". *Discourse & Society* 9(1), 107-109.
- McLaren**, A. (1997) *The Trials of Masculinity. Policing Sexual Boundaries 1870-1930*. Chicago: The University of Chicago Press.
- McLoughlin**, L. (2000) *The Language of Magazines*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Mehan**, H. (1983) "Le constructivisme social en psychologie et en sociologie". *Sociologie et Sociétés* XIV(2), 77-96.
- Messner**, M. A. (1993) "'Changing men' and feminist politics in the United States". *Theory and Society* 22, 723-737.
- Mey**, J. (ed.) (1998) *Concise Enciclopedia of Pragmatics*. Amsterdam: Elsevier.
- Meyers**, M. (1994) "Defining homosexuality: news coverage of the 'repeal the ban' controversy". *Discourse & Society* 5(3), 321-344.
- Miles**, R. (1991) *The Rites of Man. Love, Sex and Death in the Making of the Male*. Londres: Paladin.
- Mills**, S. (1997) *Discourse*. Londres / Nueva York: Routledge.
- Mishkind**, M. E. *et al.* (1987) "The embodiment of masculinity", en M. S. Kimmel (ed.), *Changing Men. New Directions in Research on Men and Masculinity*. Londres: Sage Publications.
- Molina**, S. (1994) "Próximas bodas de plata en las investigaciones sobre lengua y discriminación genérica", en L. Mora (ed.), *Investigaciones filológicas anglo-norteamericanas: Actas del I congreso de lengua y literaturas anglo-norteamericanas*. Cuenca: Servicio de Publicaciones de la UCLM.
- \_\_\_\_\_ (1997) *Lengua y discriminación genérica en los libros de ELT*. Cuenca: Servicio de Publicaciones de la UCLM.
- Montagu**, A. (1971) *Touching: The Human Significance of the Skin*. Nueva York: Columbia University Press.
- Moore**, H. T. (1922) "Further data concerning sex differences". *Journal of Abnormal and Social Psychiatry* 4, 81-89.
- Moran**, J. J. (1989) "Newspaper psychology: advice and therapy". *Journal of Popular Culture* 22(4), 119-127.
- Mort**, F. (1988) "Boy's own. Masculinity, style and popular culture", en R. Chapman, y J. Rutherford (eds.), *Male Order: Unwrapping Masculinity*. Londres: Lawrence & Wishart.
- \_\_\_\_\_ (1996) *Cultures of Consumption. Masculinities and Social Space in Late Twentieth-century Britain*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Mosse**, G. L. (1996) *The Image of Man. The Creation of Modern Masculinity*. Oxford: Oxford University Press.

- Mott**, F. L. (1957) *A History of American Magazines*, Vol. I. Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press.
- Moya**, A. J. (1998) "Tematización del discurso: ¿de qué estamos hablando?", en A. Downing, A. J. Moya y J. I. Albentosa (eds.), *Patterns in discourse and text. Ensayos de análisis del discurso en lengua inglesa*. Cuenca: Ediciones de la UCLM.
- \_\_\_\_\_ (1999) *La introducción y el mantenimiento del tópico en las noticias de sucesos y en los folletos turísticos. Un estudio comparativo*. Cuenca: Ediciones de la UCLM.
- Moya**, A. J. y J. I. **Albentosa** (2001) "Points of departure in news items and tourist brochures: Choices of theme and topic". *Text* 21(3), 347-371.
- Mueller**, E. (1972) "The maintenance of verbal exchanges between young children". *Child Development* 43, 930-38.
- Muñoz**, J. J. (2000) *Diccionario del periodismo*. Salamanca: Librería Cervantes.
- Nash**, W. (1986) *English Usage: A Guide for First Principles*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Neff van Aertselaer**, J. (1996) "Fear, desire and masculinity", en C. Cornut-Gentile y J. A. García Landa (eds.), *Gender Ideology: Essays on Fiction, Film and Theory*. Amsterdam: Rodopi.
- \_\_\_\_\_ (1997) "'Aceptarlo con hombría': representations of masculinity in Spanish political discourse", en S. Johnson y U. H. Meinhof (eds.), *Language and Masculinity*. Oxford: Blackwell.
- Negrin**, L. (1999) "The self as image. A critical appraisal of postmodern theories of fashion" *Theory, Culture and Society* 16(3), 99-118.
- Nelson**, E. A. y E. **Rosenbaum** (1972) "Language patterns within the youth subculture: development of slang vocabularies". *Merrill-Palmer Quarterly* 18, 175-85.
- Nichols**, L. (1975) *Men's Liberation*. Nueva York: Penguin.
- Nicholson**, L. (1997) "Introduction", en L. Nicholson (ed.), *The Second Wave. A Reader in Feminist Theory*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Nixon**, S. (1993) "Looking for the holy grail: Publishing and advertising strategies and contemporary men's magazines". *Cultural Studies* 7(3), 466-492.
- \_\_\_\_\_ (1996) *Hard Looks. Masculinity, Spectatorship & Contemporary Consumption*. Londres: University College Press.
- \_\_\_\_\_ (1997) "Exhibiting masculinity", en S. Hall (ed.), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage/The Open University.
- Nuyts**, J. (2001) "Subjectivity as an evidential dimension in epistemic modal expressions". *Journal of Pragmatics* 33, 383-400.
- O'Barr**, W. y B. K. **Atkins** (1980) "'Women's language' or 'powerless language'", en S. McConnell-Ginet *et al.* (eds.) *Women and Language in Literature and Society*. Nueva York: Praeger.
- Oakley**, A. (1972) *Sex, Gender and Society*. Melbourne: Temple Smith.
- Östman**, J.-O. y T. **Virtanen** (1995) "Discourse analysis", en J. Verschueren, J.-O. Östman y J. Blommaert (eds.), *Handbook of Pragmatics*. Amsterdam / Filadelfia: John Benjamins.
- Oxford University Press** (1978 [1933]) *The Oxford English Dictionary*, Vol, 5. Oxford.
- Palmer**, F. R. (1986) *Mood and Modality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- \_\_\_\_\_ (1990) *Modality and the English Modals*, 2ª ed. Harlow: Longman.
- Paltridge**, B. (1997) *Genre, Frames and Writing in Discourse*. Amsterdam: John Benjamins Publishers.

- Pêcheux**, M. (1982 [1975]) *Language, Semantics and Ideology: Stating the Obvious*. Londres: Macmillan.
- Petersen**, A. (1998) *Unmasking the Masculine. Men and Identity in a Sceptical Age*. Londres: Sage.
- Peterson**, T. (1972) *Magazines in the Twentieth Century*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.
- Pittenger**, R. E. y H. L. **Smith** (1957) "A basis for some contributions of Linguistics to Psychiatry". *Psychiatry* 20, 61-78.
- Pleck**, J. H. (1981) *The Myth of Masculinity*. Cambridge, Mass.: M. I. T. Press.
- \_\_\_\_\_ (1995) "The gender role strain paradigm: an update", en R. F. Levant y W. S. Pollack (eds.), *A New Psychology of Men*. Nueva York: Harper Collins Publishers, Basic Books.
- Pleck**, J. H. y J. **Sawyer** (1974) "Growing up male", en J. H. Pleck y J. Sawyer (eds.), *Men and Masculinity*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, Inc.
- Potter**, J. (1996) *Representing Reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction*. Londres: Sage.
- Potter**, J. y M. **Wetherell** (1987) *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. Londres: Sage.
- Poyatos**, F. (1993) *Paralanguage*. Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins Publishing Company.
- \_\_\_\_\_ (1994) *La comunicación no verbal, Vol. II: Paralenguaje, kinésica e interacción*. Madrid: Istmo.
- Poynton**, C. (1989) *Language and Gender: Making the Difference*. Oxford: Oxford University Press.
- Pujolar**, J. (1997) *De què vas, tío?*. Barcelona: Empúries.
- Quirk**, R. et al. (1972) *A Grammar of Contemporary English*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1985) *A Comprehensive Grammar of the English Language*. Harlow: Longman.
- Rapf**, J. E. (1991) "Poetic performance: Byron and the concept of a male muse", en F. Shilstone (ed.), *Approaches to Teaching Byron's Poetry*. Nueva York: Modern Language Association of America.
- Reah**, D. (1998) *The Language of Newspapers*. Londres/Nueva York: Blackwell.
- Redman**, P. "The subject of language, ideology and discourse. Introduction", en P. du Gay et al. (eds.), *Identity: A Reader*. Londres: Sage / The Open University.
- Reid**, J. (1995) "A study of gender differences in minimal responses". *Journal of Pragmatics* 24, 489-512.
- Reid**, H. M. y G. A. **Fine** (1992) "Self-disclosure in men's friendship. Variations associated with intimate relations", en P. M. Nordi (ed.), *Men's Friendships*. Londres: Sage.
- Reid**, T.B.W. (1956) "Linguistics, structuralism, philology". *Archivum Linguisticum* 8.
- Reik**, T. (1954) "Men and women speak different languages". *Psychoanalysis* 2, 3-15.
- Reynaud**, E. (1981) *Holy Virility. The Social Construction of Masculinity*, T. Schwartz (trad.). Londres: Pluto Press.
- Rich**, E. (1977) "Sex differences in colour vocabulary". *Language and Speech* 20(4), 404-9.
- Richards**, J. et al. (1985) *Longman Dictionary of Applied Linguistics*. Harlow: Longman.
- Robertson**, J. M. y L. F. **Fitzgerald** (1992) "Overcoming the masculine mystique: Preferences for alternative forms of assistance among men who avoid counseling". *Journal of Counseling Psychology* 39(2), 240-246.

- Roca Pons**, J. (1970) *Introducción a la gramática*. Barcelona: Teide.
- Rochefort**, C. de (1665) *Histoire Naturelle et Morale des Iles Antilles*, 2<sup>a</sup> ed. Rotterdam: Arnout Leers.
- Romaine**, S. (1978) "Postvocalic /r/ in southern English: sound change in progress?", en P. Trudgill (ed.), *Sociolinguistic Patterns in British English*. Londres: Edward Arnold.
- Romaine**, S. y E. **Reid** (1976) "Glottal sloppiness? A sociolinguistic view of urban speech in Scotland". *Teaching English* 9(3), 12-16.
- Room**, A. (1990) *An A to Z of British Life*. Oxford: Oxford University Press.
- Rosenthal**, R. et al. (1979) *Sensitivity to Nonverbal Communication: The PONS Test*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Rotundo**, E. A. (1993) *American Manhood. Transformations in Masculinity from the Revolution to the Modern Era*. Nueva York: Basic Books, Harpercollins Publishers.
- Rowman**, J. (1997) *Healing the Male Psyche. Therapy as Initiation*. Londres / Nueva York: Routledge.
- Rutherford**, J. (1988) "Who's that man?", en R. Chapman y J. Rutherford (eds.), *Male Order: Unwrapping Masculinity*. Londres: Lawrence & Wishart.
- Sacks**, H., E. **Schegloff** y G. **Jefferson** (1974) "A simplest systematics for the interpretation of turn-taking in conversation". *Language* 50, 696-735.
- Salkie**, R. (1995) *Text and Discourse Analysis*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Sánchez Bedito**, F. (1991) *Gramática Inglesa*, 6<sup>a</sup> ed. Madrid: Alhambra Longman.
- Sandig**, B. y M. **Selting** (1997) "Discourse styles", en T. van Dijk (ed.), *Discourse as Structure and Process*. Londres: Sage.
- Sapir**, E. (1929) "Male and female forms of speech in Yana", en S. T. W. J. Teenwen (ed.), *Donum Natalicium Schrijnen*. Reimpreso en D. C. Mandelbaum (ed.) (1949) *Selected Writings of Edward Sapir: In Language, Culture and Personality*. Berkeley: University of California Press, 206-212.
- Sattel**, J. W. (1983) "Men, inexpressiveness and power", en B. Thorne et al. (eds.), *Language, Gender and Society*. Rowley, Mass.: Newbury House Publishers.
- Saville-Troike**, M. (1989 [1982]) *The Ethnography of Communication. An Introduction*, 2<sup>a</sup> ed. Oxford: Basil Blackwell.
- Savran**, D. (1992) *Communists, Cowboys and Queers: The Politics of Masculinity in the Work of Arthur Miller and Tennessee William*. Mineápolis: University of Minnesota Press.
- Schiffrin**, D. (1987) *Discourse Markers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schiffrin**, D., D. **Tannen** y H. E. **Hamilton** (eds.) (2001) *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell.
- Schmidt-Radefeldt**, J. (1977) "On the so-called 'rhetorical' questions". *Journal of Pragmatics* 1(4), 375-392.
- Schoene-Harwood**, B. (2000) *Writing Men. Literary Masculinities from Frankenstein to the New Man*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Searle**, J. R. (1969) *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- \_\_\_\_\_ (1976) "A classification of illocutionary acts". *Language in Society* 5, 1-23.
- \_\_\_\_\_ (1979) *Expression and Meaning. Sketches in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Segal**, L. (1990) *Slow Motion. Changing Masculinities. Changing Men*. Londres: Virago.

- Segal, L.** (1993) "Changing men: Masculinities in context". *Theory and Society* 22, 625-641.
- Seidler, V.** (1989) *Rediscovering Masculinity. Reason, Language and Sexuality*. Londres/Nueva York: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1991) *The Achilles Heel Reader. Men, Sexual Politics and Socialism*. Londres /Nueva York: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1992) "Men, sex and relationships", en V. Seidler (ed.), *Men, Sex and Relationships. Writings from Achilles Heel*. Londres: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1994) *Unreasonable Men*. Londres/Nueva York: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1997) *Man Enough. Embodying Masculinities*. Londres: Sage Publications.
- Shank, R.** y **R. Abelson** (1977) *Scripts, Plans, Goals and Understanding*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Sherrod, D.** (1987) "The bounds of men: problems and possibilities in close male relationships", en H. Brod (ed.), *The Making of Masculinities*. Londres: Allen & Unwin.
- Siewierska, A.** (1991) *Functional Grammar*. Londres: Routledge.
- Silverman, K.** (1986) "Fragments of a fashionable discourse", en T. Modleski (ed.), *Studies in Entertainment*. Bloomington / Indianapolis: Indiana University Press.
- Sinclair, J.** (ed.) (1990) *Collins Cobuild English Grammar*. Londres: Collins.
- Sinclair, J.** y **M. Coulthard** (1975) *Towards an Analysis of Discourse. The English Used by Teachers and Pupils*. Londres: Oxford University Press.
- Smith, C.** (1988) *Collins diccionario español/inglés, inglés/español. Spanish/English, English/Spanish Dictionary*, 2ª ed. Barcelona/Londres: Grijalbo/Collins.
- Smith, P. S.** (1985) *Language, the Sexes and Society*. Oxford: Basil Blackwell.
- Smith, P.** (ed.) (1996) *Men's Magazines. Market Report*. Hampton: Key Note.
- Snodgrass, J.** (1977) *A Book of Readings for Men against Sexism*. Nueva York: Times Change Press.
- Soskin, N. F.** y **V. P. John** (1963) "The study of spontaneous talk", en R. Barker (ed.), *The Stream of Behaviour*. Nueva York: Appleton-Century-Cliffs.
- Speer, S. A.** (2001) "Book review: A. Goddard and L. M. Patterson (2000) *Language and Gender*; A. Pauwels (1998) *Women Changing Language*; M. Bucholtz et al. (1999) *Reinventing Identities: The Gendered Self in Discourse*". *Discourse & Society* 12(3), 393-397.
- Spender, D.** (1980) *Man Made Language*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Spierenburg, P.** (ed.) (1998) *Men and Violence. Gender, Honour, and Rituals in Modern Europe and America*: Columbus: Ohio State University Press.
- Spillner, B.** (1987) "Style and register", en U. Ammon, N. Dittmar y K. Mattheier (eds.), *Sociolinguistics. And Introductory Handbook of Science of Language and Society*. Berlín/Nueva York: Walter de Gruyter.
- Spolsky, B.** (1998) *Sociolinguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Staley, C.** (1978) "Male-female use of expletives: a heck of a difference in expectations". *Anthropological Linguistics* 20(8), 367-80.
- Staples, R.** (1982) *Black Masculinity: The Black Male's Role in American Society*. San Francisco: Black Scholar Press.
- Stearns, P. N.** (1990) *Be a Man! Males in Modern Society*, 2ª ed. Nueva York/Londres: Holmes & Meier.
- Stecker, N. A.** y **W. E. Cooper** (1980) "Sex differences in colour naming in unisex apparel". *Anthropological Linguistics* 22(9), 373-89.
- Stillwell Peccei, J.** (1999) *Pragmatics*. Londres /Nueva York: Routledge.
- Stoddard, S.** (1991) *Text and Texture: Patterns of Cohesion*. Norwood, N.J.: Ablex.

- Stokoe**, E. H. y **J. Smithson** (2001) "Making gender relevant: Conversation analysis and gender categories in interaction". *Discourse & Society* 12(2), 217-244.
- Stoll**, P. (1994) *El discurso de la prensa femenina*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Storry**, M. y **P. Childs** (eds.) (1997) *British Cultural Identities*. Londres: Routledge.
- Strikverda**, R. A. y **L. May** (1996) "Male friendship and intimacy", en L. May *et al.* (eds.), *Rethinking Masculinity. Philosophical Explanations in Light of Feminism*. Nueva York: Rowman and Littlefield Publications, Inc.
- Strodtbeck**, F. L. (1975) "Husband-wife interaction over revealed differences". *American Sociological Review* 16, 468-73.
- Strodtbeck**, F. L. *et al.* (1956) "Social status in jury deliberations". *American Sociological Review*, 22, 713-719.
- Stubbs**, M. (1983) *Discourse Analysis. The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. Oxford: Basil Blackwell.
- Swacker**, M. (1975) "The sex of the speaker as a sociolinguistic variable", en B. Thorne y N. Henley (eds.), *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass.: Newbury House.
- Swales**, J. M. (1990) *Genre Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swan**, M. (1980) *Practical English Usage*. Oxford: Oxford University Press.
- Talbot**, M. M. (1992) "The construction of gender in a teenage magazine", en N. Fairclough (ed.), *Critical Language Awareness*. Harlow: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1997) "'Ready fish boss branded a stinker': coherence and the construction of masculinities in a British tabloid newspaper", en S. Johnson y U. H. Meinhof (eds.), *Language and Masculinity*. Oxford: Blackwell.
- Tannen**, D. (1979) "What's in a frame? Surface evidence for underlying expectations", en R. O. Freedle (ed.), *New Directions in Discourse Processing*. Norwood, N.J.: Ablex Publishing Corporation.
- \_\_\_\_\_ (1984) *Conversational Style: Analyzing Talk among Friends*. Norwood, N.J.: Ablex.
- \_\_\_\_\_ (1991) *You Just Don't Understand. Women and Men in Conversation*. Londres: Virago.
- \_\_\_\_\_ (1994) *Gender and Discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- Tetlow**, H. (1991) *The Reinvented Man : Constructions of Masculinity in One Issue of Arena*. Tesis de máster inédita. Universidad de Lancaster.
- Thibault**, P. J. (1988) "Knowing what you're told by Agony Aunts: language function, gender difference and the structure of knowledge in the personal columns", en D. Birch y M. O'Tool (eds.), *Functions of Style*. Londres: Pinter Publishers.
- Thompson**, J. B. (1984) *Studies in the Theory of Ideology*. Cambridge: Polity Press.
- Thornborrow**, J. (1999) "Language and identity", en L. Thomas y S. Wareing (eds.), *Language, Society and Power*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Thornborrow**, J. y **S. Wareing** (1998) *Patterns in Language. An Introduction to Language and Literary Style*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Thorne**, B. *et al.* (eds.) (1983) *Language, Gender and Society*. Rowley, Mass.: Newbury House Publishers.
- Thorne**, B. y **N. Henley** (eds.) (1975) *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass.: Newbury House.
- Thrane**, T. (1980) *Referential-Semantic Analysis. Aspects of a Theory of Linguistic Reference*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Titscher**, S. *et al.* (2000) *Methods of Text and Discourse Analysis*. Londres: Sage.

- Tokar**, D. M. (2000) "Masculine gender roles and counseling-related variables: Links with and mediation by personality". *Journal of Counseling Psychology* 47(3), 380-393.
- Tolson**, A. (1977) *The Limits of Masculinity*. Londres: Tavistock Publications.
- Trudgill**, P. (1972) "Sex, covert prestige and linguistic change in the urban British English of Norwich". *Language in Society* 1(1), 179-95.
- Tufte**, V. (1971) *Grammar and Style*. Nueva York: Holt Rinehart and Winston.
- Tusón**, A. (1991) "Catalan-Spanish code-switching in interpersonal communication". *Network on Code-switching and Language Contact. Papers from the Workshop on Impact and Consequences*. Estrasburgo: European Science Foundation.
- Ushida**, A. (1992) "When "difference" is dominance: A critique of the "anti-power-based" cultural approach to sex differences". *Language in Society* 21, 547-568.
- van der Auwera**, J. (1980) "On the meaning of basic speech acts". *Journal of Pragmatics* 4, 253-264.
- van der Auwera**, J. y V. **Plungian** (1998) "Modality's semantics map". *Linguistic Typology* 2, 79-124.
- van Dijk**, T. A. (1977) *Text and Context: Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*. Londres: Longman.
- \_\_\_\_\_ (1979) "Pragmatic connectives". *Journal of Pragmatics* 3, 447-456.
- \_\_\_\_\_ (1980) *Macrostructures: An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction and Cognition*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- \_\_\_\_\_ (1981a) "Sentence topic and discourse topic", en T. A. van Dijk (ed.), *Studies in the Pragmatics of Discourse*. La Haya: Mouton Publishers.
- \_\_\_\_\_ (1981b) "Towards a pragmatics of discourse", en T. A. van Dijk (ed.), *Studies in the Pragmatics of Discourse*. La Haya: Mouton Publishers.
- \_\_\_\_\_ (ed.) (1985a) *Handbook of Discourse Analysis* (4 volúmenes). Londres: Academic Press.
- \_\_\_\_\_ (1985b) "Introduction: Discourse analysis as a new cross-discipline", en T. van Dijk (ed.), *Handbook of Discourse Analysis, vol. 1, Disciplines of Discourse*. Londres: Academic Press.
- \_\_\_\_\_ (1985c) *Prejudice in Discourse*. Amsterdam: Benjamins.
- \_\_\_\_\_ (1987) *Communicating Racism*. Londres: Sage.
- \_\_\_\_\_ (1991) *Racism and the Press*. Londres: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (1993) "Principles of critical discourse analysis". *Language and Society* 4 (2), 249-83.
- \_\_\_\_\_ (ed.) (1997a) *Discourse as Structure and Process. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, Volume 1*. Londres: Sage.
- \_\_\_\_\_ (ed.) (1997b) *Discourse as Social Interaction. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, Volume 2*. Londres: Sage.
- \_\_\_\_\_ (1997c) "The study of discourse", en T. van Dijk (ed.), *Discourse as Structure and Process*. Londres: Sage.
- \_\_\_\_\_ (2001) "Critical Discourse Analysis", en D. Schiffrin, D. Tannen y H. E. Hamilton (eds.), *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell.
- van Dijk**, T. y W. **Kintsch** (1983) *Strategies of Discourse Comprehension*. Nueva York: Academic Press.
- van Oosten**, J. (1985) *The Nature of Subjects, Topics and Agents: A Cognitive Explanation*. Bloomington: Indiana University Linguistics Club.
- van Zoonen**, L. (1992) "Feminist theory and information technology". *Media, Culture and Society* 14, 9-29.
- Vaughan**, T. D. (1976) *Concepts of Counselling*. Londres: Bedford Square Press.



- Verschueren, J.** (1995) "The pragmatic perspective" en J. Verschueren, J.-O. Östman y J. Blommaert (eds.), *Handbook of Pragmatics*. Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- Volosinov, V. N.** (1973 [1928]) *Marxism and the Philosophy of Language*. Nueva York: Seminar Press.
- Vrugt, A. y A. Kerkstra** (1984) "Sex differences in nonverbal communication". *Semiotica* 50 (1/2), 1-41.
- Walby, S.** (1989) "Theorising patriarchy". *Sociology* 23(2), 213-234.
- Walczac, Y.** (1988) *He and She. Men in the Eighties*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Warde, A.** (1994) "Consumption, identity-formation and uncertainty". *Sociology* 28(4), 877-898.
- Wardhaugh, R.** (1992) *An Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell.
- Werlich, E.** (1982) *A Text Grammar of English*. Heidelberg: Quelle & Meyer Heidelberg.
- Wernick, A.** (1987). "From voyeur to narcissist: Imaging men in contemporary advertising", en M. Kaufman (ed.), *Beyond Patriarchy: Essays by Men on Pleasure, Power and Children*. Toronto/Nueva York: O.U.P.
- West, C.** (1979) "Against our will: male interruptions of females in cross-sex conversations", en J. Orsanu *et al.* (eds.), *Language, Sex and Gender*. Nueva York: New York Academy of Sciences [*Annals of the New York Academy of Sciences*, 327, 81-97].
- \_\_\_\_\_ (1990) "Not just doctors' orders: directive-response sequences in patients' visits to women and men physicians". *Discourse and Society* 1(1), 85-112.
- West, C. y D. Zimmerman** (1983) "Small insults: a study of interruptions in cross-sex conversations between unacquainted persons", en B. Thorne *et al.* (eds.), *Language, Gender and Society*. Rowley, Mass.: Newbury House Publishers.
- Wetherell, M.** (1996a) "Group conflict and the social psychology of racism", en M. Wetherell (ed.), *Identities, Groups and Social Issues*. Londres: Sage Publications/The Open University.
- \_\_\_\_\_ (1996b) "Life histories/social histories", en M. Wetherell (ed.), *Identities, Groups and Social Issues*. Londres: Sage Publications/The Open University.
- Wetherell, M. y J. Potter** (1992) *Mapping the Language of Racism: Discourse and the Legitimation of Exploitation*. Londres: Harvester Wheatsheaf.
- White, C.** (1970) *Women's Magazines 1693-1968*. Londres: Michael Joseph.
- Whitson, D.** (1990) "Sport in the social construction of masculinity", en M. A. Messner y D. F. Sabo (eds.), *Sport, Men and the Gender Order*. Champaign, Illinois: Human Kinetics Books.
- Wiegiers, Y.** (1998) "Male bodybuilding: The social construction of masculine identity". *Journal of Popular Culture* 32(2), 147-161.
- Wiegiersma, S.** (1978) "How do you counsel? Approaches and methods in the practical application of counselling". *International Journal for the Advancement of Counselling* 1(1), 63-80.
- Winship, J.** (1987) *Inside Women's Magazines*. Londres: Pandora Press.
- Winter, E. O.** (1977) "A clause relational approach to English texts: A study of some predicative lexical items in written discourse". *Instructional Science* 6, 1-92.
- Wodak, R.** (ed.) (1989) *Language, Power and Ideology*. Amsterdam: John Benjamins.
- \_\_\_\_\_ (1995) "Critical linguistics and Critical discourse analysis", en J. Verschueren, J.-O. Östman y J. Blommaert (eds.), *Handbook of Pragmatics*. Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins.

- Wodak, R. et al.** (1990) *“Wir sind alle unschuldige Täter”*: Diskurshistorische Studien zum Nachkriegsantisemitismus. Frankfurt: Suhrkamp.
- Wodak, R. y G. Benke** (1997) “Gender as a sociolinguistic variable: New perspectives on variation studies”, en F. Coulmas (ed.), *The Handbook of Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell.
- Wodak, R. y B. Matouschek** (1993) “We are dealing with people whose origins one can clearly tell just by looking´: critical discourse analysis and the study of neoracism in contemporary Austria”. *Discourse & Society* 2(4), 225-248.
- Wolfson, N.** (1983) “An empirically-based analysis of complimenting in American English”, en N. Wolfson y E. Judd (eds.), *Sociolinguistics and Language Acquisition*. Rowley, Mass.: Newbury House.
- Wolseley, R. E.** (1969) *Understanding Magazines*. Arnes, Iowa: The Iowa State University Press.
- Woods, N.** (1989) “Talking shop: sex and status as determinants of floor appointment in work setting”, en J. Coates y D. Cameron (eds.) *Women in their Speech Communities*. Londres: Longman.
- Wright, D.** (1999) *A Textual and Ethnographic Study of Men’s Magazines*. Tesis de máster inédita, Universidad de Nottingham.
- Yule, G.** (1996) *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- Zimmerman, D. y C. West** (1975) “Sex roles, interruption and silences in conversation”, en B. Thorne y N. Henley (eds.), *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley, Mass.: Newbury House.