



¿Machos o Metro?

Una investigación comparativa hacia la representación de la masculinidad en los sitios web del *Men's Health* neerlandés y español

Laura Santing
Abril, 2015
Comunicación Intercultural

Universiteit Utrecht



Título: ¿Macho o Metro? Una investigación comparativa hacia la emancipación del hombre y la representación de la masculinidad en los sitios web del *Men's Health* neerlandés y español.

Autora: Laura Santing

Número de estudiante: 3866467

Lugar y fecha de publicación: Zwolle, abril 2015.

Programa de Máster: Comunicación Intercultural

Facultad: Humanidades

Institución Académica: Universidad de Utrecht

Primer Tutor: Dr. Konstantin Mierau

Segunda Tutora: Dr. E.P. Kester

Resumen:

La emancipación del hombre es un tema poco discutido; por lo que, muchas veces, los estudios están más enfocados a la emancipación de la mujer. En este, se intenta, por lo tanto, investigar cómo la emancipación del hombre se mueve en los dos países nombrados, Holanda y España, mediante una investigación hacia la representación de la masculinidad en los sitios web de la revista *Men's Health*. Resulta que existen algunas diferencias en la temática de ambos sitios. La primera que podemos ver es la importancia que da el sitio web español al hecho de sentirse bien físicamente, mientras que el sitio web holandés habla de sentirse bien psicológicamente. En segundo lugar, los temas españoles tratan más de símbolos de estatus, enfocando más el sitio web holandés al cuidado físico. La última diferencia llamativa es que el *Men's Health* holandés se dirige más a la satisfacción de la mujer que el de España. Se intentan tratar los términos utilizados, aclarar las diferencias y ponerlas en la perspectiva del tema de la emancipación del hombre en Holanda y España.

Prefacio

Siempre me han fascinados los estudios de género. En este estudio donde los Gender Studies dan importancia, muchas veces, a la desigualdad y su efecto en la mujer, ha hecho también que me interese por la concepción que tiene la sociedad en la vida de las mujeres. También he escrito mi tesina de bachelor sobre la influencia que tienen los hombres sobre la imagen de la mujer. Es decir, me sentía una feminista y llegué a estar muy entusiasmada por defender los derechos de la mujer.

Sin embargo, en un momento mi madre me decía que tal vez estaba demasiado entusiasmada, y cuando mi tutor me proponía escribir sobre la emancipación del hombre, esto me parecía un buen momento para ampliar mi visión del mundo con un estudio interesante hacia la emancipación del hombre en Holanda y en España. Ahora puedo decir que ya no solamente estoy luchando por los derechos de la mujer, sino por los derechos iguales para todos, sean hombres o mujeres. Creo que todos tienen que ser la persona que quieren ser, que se sientan parte del mundo, no dejando influenciarse por la sociedad.

Entonces, no había sido posible hacer este estudio sin mi madre, que siempre es sincera conmigo, aunque esto a veces no me guste. Además, siempre sabía ayudarme cuando ya no podía pensar claramente y no quería hacer el trabajo. Quiero también mencionar a mi padre ya que a veces me daba ideas geniales para incluir en el estudio que no se me habían ocurrido antes. Mi novio también ha sido importante, por no hablar mucho sobre mi trabajo (o solamente no le interesó tanto) y por lo tanto fue posible para mí poder relajarme y no pensar demasiado en mi tiempo libre. Por fin, quiero agradecer a mi profesor y tutor, quien me ha dado una tutoría increíble y quien me ha ayudado en mis crisis pequeñas. Y, lo más importante, me ha ayudado a dar ‘profundización’ a mi trabajo, que fue una tarea bastante ardua.

Laura Santing

Zwolle, April 2015

Índice

Prefacio	3
Índice	4
1. Introducción	5
2. El marco teórico	7
<i>El campo de 'Gender Studies'</i>	7
<i>Definiendo la masculinidad</i>	8
<i>La masculinidad tradicional</i>	9
<i>La masculinidad moderna</i>	10
<i>Desigualdad de género</i>	11
<i>Los conceptos y el estudio</i>	12
3. El objeto de investigación	13
<i>Men's Health</i>	13
<i>Masculinidad y la media</i>	15
4. El análisis y los resultados	16
4.1 El cuerpo versus la mente	16
<i>Sentirse bien físicamente</i>	16
<i>Sentirse bien psíquicamente</i>	18
<i>Comparación y explicación</i>	20
4.2 El estatus social versus cuidarse	21
<i>Símbolos de estatus</i>	21
<i>El cuidado físico</i>	23
<i>Comparación y explicación</i>	25
4.3 El enfoque del sexo	27
<i>El sexo y la masculinidad tradicional</i>	27
<i>La satisfacción de la mujer</i>	29
<i>Comparación y explicación</i>	31
4.4 Las semejanzas	32
5. Las conclusiones	33
6. La discusión	35
7. Bibliografía	36

Apéndice I: *El análisis de los temas, partiendo de la masculinidad tradicional y la masculinidad moderna*

Apéndice II: *La lista de características, utilizadas para el análisis*

1. Introducción

A fundamental idea embraced today in Sweden is that one must aim for change which emancipates men as well as women from the restrictive effects engendered by the traditional sex-roles –culturally conditioned expectations on an individual on account of sex (Palme, 237).

Es una idea controversial que, como la mujer, el hombre también tiene que emanciparse. Durante muchos años los partidarios del feminismo han pretendido informar al público aseverando que la mujer tiene que obtener los mismos derechos que el hombre. Como dice Connell: “it is women who are disadvantaged by the main patterns of gender inequality” (3). Es todavía un punto de vista común afirmar que solamente la mujer es víctima de los roles de género. Pero ¿el hombre no sufre de los roles de género contruidos por la sociedad?

En este estudio se intenta añadir información al debate sobre la emancipación del hombre mediante una investigación en representación a la masculinidad en *Men's Health* (MH). Existen diferencias en la temática de los sitios web español y holandés de la revista *Men's Health*, y en este trabajo se elabora sobre la manera en la que estas diferencias representan la imagen de la masculinidad en España y en Holanda. Se utilizará el componente intercultural para poder indicar diferencias en el concepto de ‘masculinidad’ tanto en España como Holanda. El fin es que en esta representación de la masculinidad, se encontrará también indicaciones que muestren en qué medida el hombre se encuentra emancipado en ambos países.

Es un estudio relevante investigar la imagen de la masculinidad, expresado por el MH holandés y español, y la medida de emancipación que trasluce en esta imagen, ya que normalmente se habla sobre la independencia de la mujer, como se ha dicho antes. Investigaciones acerca de este estudio tratan las diferencias entre la imagen de la mujer y del hombre, de la masculinidad en general o de esta en un solo país; pero no existe una investigación vinculado específicamente a la representación de la masculinidad en los dos países.

En este estudio, se alternarán diferentes cuestiones que tienen que ver con el tema investigado. Primero viene el marco teórico en el que se define los conceptos ‘gender studies’ y ‘masculinidad’. Se discutirá la significancia de los diferentes términos y se hablará de la masculinidad tradicional y la masculinidad moderna a la que recurriremos en el análisis. Además, se tocará la información que ya existe sobre las diferencias entre la masculinidad en Holanda y España, que explica globalmente que en Holanda hay menos desigualdad de

género que en España, que puede indicar que el hombre holandés es más emancipado que el hombre español. Después, en el capítulo *El objeto de investigación*, se hablará de la masculinidad expresada por la media, que puede diferir de lo que se entiende por masculinidad en un país. Se da también más información sobre los sitios web de *Men's Health* y se explica porqué es relevante investigar este *lifestyle magazine* en el contexto de representar masculinidad.

En el análisis se enfocará en el significado de masculinidad que se expresa en los sitios web de *Men's Health* en los dos países. Como material se utilizarán las diferentes secciones que aparecen en la parte superior de los sitios web. Estas secciones son: *Fitness, Sexo, Salud, Nutrición, Perder peso, Psique y Estilo*. De cada sección se tomarán los primeros veinte temas (del día 11-02-2015) para investigar las diferencias. Es probable que estos no den una representación sólida de la masculinidad, siendo los temas que un visitante lee primero cuando abre la sección. En ellos podemos apreciar algunas diferencias: a) dar más importancia al cuerpo o a la mente, b) al estatus o al cuidado físico, y c) prestar más interés a la satisfacción de la mujer o del hombre. También aparecen algunas semejanzas en la representación de la masculinidad, en las secciones *Nutrición, Salud y Fitness*.

Por fin, en la conclusión se hablará del debate público sobre la emancipación del hombre. Se tratará la manera en la que la investigación hacia la temática de los sitios web de *Men's Health* añade información a este debate. Se discutirá los casos específicos de MH en los que aparece la emancipación del hombre y se pondrá esto en el debate académico, indicando la relevancia de esta investigación.

2. El Marco teórico

En este capítulo se presentarán los conceptos clave del estudio. La investigación se basa en el conocimiento sobre la teoría de los dos géneros masculino y femenino; por lo tanto, se explicará el campo de estudio que existe alrededor de este concepto. Después, se ahondará en definir la masculinidad, que es uno de los términos centrales de la investigación y que por lo tanto es necesario entender. Además, se tratarán dos tipos de masculinidad: masculinidad tradicional y moderna para así poder analizar el material e indicar las diferencias entre los dos sitios web. Se dedicará un espacio para el estudio sobre la desigualdad de género e indicar las diferencias de este entre España y Holanda. Finalmente se explicará cómo los conceptos son útiles para esta investigación.

El campo de Gender Studies

La noción básica de este estudio es que el género está construido por características más psicológicas, culturales y sociales que biológicas. Como dice Simone de Beauvoir: “One is not born, but rather becomes a woman” (301). En esta cita se hace una distinción entre sexo y género. Se discutirá esta diferencia relacionándola con el campo de estudio que existe alrededor de estos términos.

En la segunda parte del siglo veinte apareció por primera vez el término ‘género’. Al lado del término ‘sexo’, que cubre las características biológicas del humano como anatomía, hormonas y fisiología, se utiliza género para investigar las diferencias entre los sexos. Hay diferentes fuentes que explican que ‘género’ está utilizado para investigar la organización social de la relación entre los sexos y la relación de poder que existe entre ellos¹. Simone de Beauvoir expresa también que es la sociedad y la cultura las que dan significado al ‘ser mujer’, y no las características que obtiene por su nacimiento. Judith Butler lo formula de la siguiente manera: “gender is neither something we have, nor is it something we are, rather, it is something that we, with variable degrees of volition, do” (Benwell, 8). Si las diferencias entre ambos géneros fueran construidas solamente por la biología, sería igual en todos los países, y no es el caso. La cultura y la historia de un país determinan las diferencias del concepto ‘género’. (Dunphy, 80).

¹ Scott, Joan W. “Gender: A useful category of historical analysis”, West, C. and H. Zimmerman. “Doing gender”, World Health Organization. “What do we mean by “sex” and “gender”? Dunphy, Richards. “Sexual politics: An introduction”. Ehrlich, S., Meyerhoff, M. and J. Holmes. *Language, Gender and Sexuality*.

El campo interdisciplinar que sale de este concepto, es el de *Gender Studies*, o sea, estudios de género. Esto incluye los estudios de la mujer y la femineidad, los estudios del hombre y la masculinidad y a los estudios ‘queer’, es decir, estudios de lesbianas, gais, bisexuales, transexuales e intersexuales. Al principio, se utilizó el nombre *Gender Studies* para no solamente enfocarse en la mujer, sino también en el aspecto relacional de definiciones normativas de femineidad (Scott, 1054). Es decir, es necesario definir al hombre y a la mujer mediante términos en sí mismos, como conjunto: no se pueden entender ambos géneros si se realizase un estudio por separado, como *Women’s Studies* o *Men’s Studies*. Esto tendría como resultado que, aunque el nombre cambió para indicar que no se puede investigar la mujer sin investigar su antónimo, los estudios siempre han ido más enfocados a la mujer que a los estudios del hombre (Dunphy, 84). Sin embargo, desde los años ’70 ha empezado a enfocarse más en la masculinidad (Koot, 23). Por lo tanto, este estudio hacia la representación de la masculinidad da información perteneciente al campo de *Gender Studies*.

Definiendo la masculinidad

Las investigaciones alrededor de la masculinidad y la femineidad tienen su origen en la teoría que trata de los papeles de género, se describe como “el comportamiento efectivo y observable denominado masculino o femenino según las normas sociales”² (Dolstra, 13). Antes se denominaba ‘papeles de sexo’ porque el término ‘género’ aún no era muy habitual. Sin embargo, no solo tiene que ver con el sexo biológico, sino también con los valores normativos que se atribuye a los papeles, denominados ahora “papeles de género” (Dolstra, 15).

La masculinidad cubre los papeles del hombre y las relaciones de género de la sociedad. En todas las culturas existe la noción de género, pero no todos contienen la de masculinidad. Como dice Connell: “‘Masculinity’ does not exist except in contrast with ‘femininity’. A culture which does not treat woman and men as bearers of polarized character types, at least in principle, does not have a concept of masculinity in the sense of modern European/American culture” (2005, 68). Esto quiere decir que según la cultura occidental, la femineidad y la masculinidad son antónimos. Se pone la masculinidad frente a la femineidad, manteniendo las diferencias que existen entre la mujer y el hombre en la sociedad.

En esta investigación se indaga en la imagen que da la media de la masculinidad, qué debería ser el hombre según esta media. Este estudio considera que “masculinity is what men

² En el texto original: “het daadwerkelijke, observeerbare gedrag dat volgens maatschappelijke normen mannelijk of vrouwelijk wordt genoemd”

ought to be” (Connell 2005, 70). El problema es que de esa manera, se investigará la imagen dada por la media y no la masculinidad real expresada por los habitantes del país. Otra definición sería: “masculinity is, in effect, defined as not femininity” (Connell 2005, 70). Es interesante utilizar esta definición porque en la investigación se buscará y analizará los elementos masculinos y femeninos en la temática de *Men’s Health*, donde se define la masculinidad expresada en estos sitios web. Entonces, pueden existir elementos femeninos en un tipo de masculinidad representada por MH, mezclando la femineidad y la masculinidad hasta una masculinidad nueva, moderna. En esta investigación se analizará la temática partiendo de esta nueva concepción de masculinidad, la masculinidad moderna, pero también de la masculinidad tradicional.

Sin embargo, existen algunas otras definiciones de masculinidad, por ejemplo: Freud vinculó la masculinidad y actividad junto con la femineidad y pasividad (Connell, 68). No se utiliza dicha definición en este estudio ya que esta está demasiado simplificada. También existe la definición de masculinidad como un todo en el hombre, lo que este es. Sin embargo, aquí también existen dificultades ya que, siguiendo esa definición, no se podría decir que una mujer tiene características masculinas. Connell explica que esto no es exactamente así: “The terms ‘masculine’ and ‘feminine’ point beyond categorical sex difference to the ways men differ among themselves, and woman among themselves, in terms of gender” (2005, 69). Entonces, la definición de Freud no se utilizará porque no funciona bien en el marco de este estudio.

La masculinidad tradicional

En este estudio, se analiza la temática del *Men’s Health* a sus características masculinas. Por lo tanto, para este estudio es importante saber cuáles son las condiciones de las características masculinas. Se distingue dos formas de masculinidad: tradicional y moderna. Las características que tienen elementos de la masculinidad que se considera de antaño, serán categorizado bajo la sección ‘masculinidad tradicional’. Las características que contienen también elementos que antes se consideraba femenino, serán categorizado bajo ‘masculinidad moderna’. Enseguida se elaborará sobre los dos conceptos.

Según Milestone y Meyer “The discourse of traditional masculinity refers to those values and behaviours which have traditionally been seen as typically male, as defining men” (114). Este proceso se ha naturalizado parcialmente, es decir, que estas características se han identificado como inherentes al hombre (114). Esto tiene como consecuencia que la masculinidad tradicional pone al hombre frente a la mujer, y la masculinidad frente a la

femineidad. Milestone y Meyer formulan las características de ambos géneros de la siguiente manera: “Men are presented as strong, active, powerful, authoritative, hard, aggressive violent, competitive and rational, and lacking sensitivity and emotions, while women are conceptualized as soft, weak, passive, submissive, powerless, peaceful, sensitive, emotional and caring” (Milestone & Meyer, 114).

La masculinidad tradicional es la noción de una forma de masculinidad más antigua de todas, y muchas veces se aprecia con la noción del ‘Hombre Viejo’ que vive en Gran-Bretaña. Este hombre viene de los años ’40 y ’50 del siglo veinte, cuando los papeles de ambos géneros aún estaban separados y las formas divergentes de masculinidad se veía como antinatural (Milestone & Meyer, 114). Esta forma tradicional de masculinidad es más fuerte que todas las otras formas y la femineidad se considera una posición inferior (Milestone y Meyer, 20). Tanto es así que en la cultura popular, esta forma de masculinidad aún es la más apreciada (Heysteck, 18). Connell y Messerschmidt han descrito este estilo como la manera más respetable de masculinidad, todos los hombres necesitan posicionarse en relación esta noción de hombre. Esta forma de masculinidad legitima la subordinación ideológica mundial de las mujeres a los hombres (832). Sinónimos de esta forma de masculinidad son ‘masculinidad hegemónica’, ‘hipermasculinidad’ y, como se discutirá enseguida, el ‘machismo’.

Cuando se habla de los papeles de género tradicionalmente masculinos en las culturas hispánicas, a menudo se utiliza el término ‘machismo’. Este término apareció por primera vez entre feministas latinas para criticar la estructura patriarcal de los papeles de género en Latinoamérica. Esta forma de masculinidad está definida por “violence, recklessness, and misogyny” (Meza Opazo, 24). Desde entonces, el movimiento feminista occidental ha utilizado el término ‘macho’ para nombrar el estereotipo del hombre tradicional que es inflexible, insensitivo y hostil (Dolstra, 13). Peña-Talamantes también dice que “Machismo refers to the conceptualization of men as dominant, aggressive, unemotional, and, by assumption, heterosexual; a male who embodies these characteristics is called a *macho*” (166). Esta forma de masculinidad concuerda con las características de la masculinidad tradicional, que en el mundo Latino se llama ‘machismo’ y en el mundo occidental ‘hipermasculinidad’.

La masculinidad moderna

La investigación que se hace en este trabajo está vinculado, como dicho antes, al debate de la emancipación del hombre. Se habla de emanciparse cuando las personas de un

grupo están igualadas a las personas de otro grupo. De esta manera, no se otorga ciertos papeles sociales a una persona de un grupo, sino los papeles de los grupos y personas diferentes se superponen. Por lo tanto, en esta investigación se habla de una masculinidad de papeles superponentes. Esto significa que dicha forma de masculinidad se encuentra tanto elementos de la masculinidad tradicional como de la femineidad tradicional. Esta forma de masculinidad se llamará ‘masculinidad moderna’ para así diferenciarla de la masculinidad tradicional.

La noción de esta forma de masculinidad apareció en los años ochenta del siglo pasado y está conectado con la noción del ‘Hombre Nuevo’ del que hablan Milestone y Meyer (116). Ellos distinguen entre dos tipos de este hombre: el narcisista y el cuidador (116). Contrariamente al Hombre Viejo, el cuidador puede posicionarse como emocional y está en conexión con su lado femenino. El narcisista es consciente de su apariencia y de la moda, preocupándose también por su salud. Las diferencias con la masculinidad tradicional son grandes, el enfoque está más en “an increase in the importance of consumption, culture, appearance, sexuality and emotions for men” (Milestone & Meyer, 117). Otra observación que hacen Milestone y Meyer es que “these were traditionally the realms of woman, the emergence of the new man seems to have ‘feminized’ masculinity” (117). Este planteamiento ya se ha discutido antes; la masculinidad moderna contiene elementos femeninas, así que es difícil definir la masculinidad como todo lo que la femineidad no es. Milestone y Meyer dicen de este problema que: “Masculinity and femininity are still binary opposites, but there is much more common ground” (117). Esto quiere decir que no se necesita etiquetar a cada campo como masculino o femenino, sino que se puede nombrar como uno conjunto. En este estudio se trabajará también con el fondo mutuo, pero se intentará establecer de qué lado vienen los elementos de dicho fondo y cómo han cambiado de un papel de género tradicional hasta un papel que puede desempeñar cada persona, sea hombre o mujer.

En los años noventa apareció la noción del hombre ‘metrosexual’, que se parece mucho al Hombre Nuevo. El término metrosexual fue utilizado por primera vez por Mark Simpson en su libro *Male impersonators: Men performing masculinity*. Sin embargo, ganó su popularidad en un artículo que escribió Simpson sobre David Beckham (Tuncay, 312). Él tiene las características de un metrosexual; invierte tiempo en su apariencia, está interesado en la moda, es heterosexual y, como formulan Milestone y Meyer, “comfortable enough with his sexuality to play with the rules of traditional masculinity” (117). Se percibe a Beckham como la personificación del hombre metrosexual.

Desigualdad de género

El instrumento que se utiliza en esta investigación para poder medir el tipo de masculinidad en España y Holanda, será el Gender Inequality Index (GII) del United Nations Development Programme³. En su sitio web explican qué hace exactamente:

The GII measures gender inequalities in three important aspects of human development—reproductive health measured by maternal mortality ratio and adolescent birth rates; empowerment, measured by proportion of parliamentary seats occupied by females and proportion of adult females and males aged 25 years and older with at least some secondary education; and economic status expressed as labour market participation and measured by labour force participation rate of female and male populations aged 15 years and older (UNDP).

En esta investigación se asume que cuando hay un GII grande, existen papeles claros y distinguidos tanto para el hombre como para la mujer, indicando una masculinidad tradicional según los términos utilizados en esta investigación. Cuando hay un GII pequeño, los papeles de género tanto de la mujer como del hombre se superponen, indicando una masculinidad moderna como se ha definido en esta investigación. El valor GII de Holanda es 0,057, que indica una desigualdad de género muy baja; el de España es 0,100, que también es muy baja, aunque existe más desigualdad de género que en Holanda. Los dos países son, respectivamente, el número siete y el número 16 en la clasificación de los 187 países incluidos en la investigación del UNDP.

Aunque la descripción de la GII se enfoca más bien en la mujer que en el hombre, también los papeles del hombre se puede leer en este index. Es decir, la igualdad de género solo se consigue cuando se superponen los papeles de género; si no, existen ciertos papeles para un determinado género, existiendo así la desigualdad. Esto también quiere decir que cuando el GII de un país es grande, no solamente las mujeres sufren de las casillas en las que tienen que moverse, sino también existen casillas para los hombres que pretenden definir su papel en la sociedad.

Los conceptos y el estudio

Es necesario conocer y entender las nociones de todos estos conceptos para realizar y comprender este estudio. Es importante entender lo que es el género y lo que significa para la gente de una sociedad, para así poder saber que existen diferencias entre las nociones de

³ <<http://hdr.undp.org/en/content/table-4-gender-inequality-index>>. 12-03-2015.

género y las de masculinidad en diferentes culturas. Además, hay que saber qué definición de masculinidad se utiliza en este estudio, porque existen diferentes opiniones en cuanto a este concepto y sin una definición matizada, la investigación no tendría sentido. Se utilizarán las características de la masculinidad tradicional y la masculinidad moderna, como se aprecia en este estudio, para categorizar los temas, como se puede ver en el apéndice I y II, y para explicar los fenómenos que aparecen en la temática. Con la información sobre la desigualdad de género se pueden explicar algunos de los fenómenos, otorgando una idea al lector sobre en qué campo se puede encontrar diferencias.

3. El objeto de investigación

El material que se buscará en esta investigación será la temática de los sitios web de *Men's Health* en Holanda y en España, es decir, www.menshealth.nl y www.menshealth.es. En este capítulo se dará más información sobre el objeto de investigación, explicando por qué este objeto es relevante para así poder hacer una indagación relevante que pueda añadir información al debate alrededor de la emancipación del hombre.

Men's Health

Men's Health es una revista que apareció por primera vez en el año 1987 en los Estados Unidos. Es una revista elaborada por Rodale Inc. en Emmaus, Pennsylvania, que también ha producido otras revistas de éxito como *Prevention*, *bicycling* y *Runner's world*. Sin embargo, se dice que MH es la revista para hombres con más éxito de venta en el mundo, con cuarentaisiete ediciones en sesentaún países, y más de treinta millones de lectores. El sitio web de *Men's Health* es un espacio al que se puede acceder diariamente. Las revistas y los sitios web son publicados en diferentes países, como por ejemplo: en EE.UU., Australia, China, América Latina y Sudáfrica. En 2012 podían añadir Bulgaria y Hungría a la lista, y después de septiembre de este año existe también el *Men's Health del Oriente Medio*⁴.

MH es lo más popular en los Estados Unidos, donde su sitio web llega a 11 millones de visitas al mes⁵. El sitio web de Holanda llegó a 625.000 visitas en el último cuarto de 2014, que iguala 150.000 visitantes únicos⁶. A modo de comparación, www.esquire.nl es un sitio web que también existe para el hombre holandés, llegó a 225.000 visitas en este período y 75.000 visitantes únicos. El sitio web de España está estimado en 737.000 visitas por mes que iguala 200.000 visitantes únicos⁷. Como se puede ver, el MH de España recibe más visitantes por mes que el MH de Holanda por trimestre, pero también tiene más habitantes que Holanda. Por lo tanto, parece ser un buen recurso analizar y comparar los sitios web de MH de los dos países, porque tanto en Holanda como en España *Men's Health* es un productor importante en el área de *Lifestyle*.

El grupo meta de MH son los hombres en general. Se explicará por qué enseguidamente. Después de empezar en 1987, fue una revista más enfocada a la salud y la nutrición del hombre. Sin embargo, en los años 2000 se ha incluido nuevos temas para poder

⁴ <<http://www.rodaleinc.com/brand/mens-health>>. 18-03-2015.

⁵ <<http://www.rodaleinc.com/brand/mens-health>>. 18-03-2015.

⁶ <http://www2.hearstmagazines.nl/bestanden/downloads/online/Bereikcijfers_online.pdf>. 18-03-2015.

⁷ <<http://urlm.es/www.menshealth.es>>. 18-03-2015.

atraer nuevos lectores. Hoy en día, MH es una revista de *lifestyle*, esto quiere decir que se puede categorizarlo bajo un “general-interest-magazines-for-men label” (Del Mar Rúbio-Hernández, 60). Es decir, ya no solo se enfoca en la salud y la nutrición del hombre sano, que sí hizo al principio, sino que también contiene otros temas que pueden interesar al hombre como: sexo, fitness, relaciones, viajar, finanzas y relaciones (61). Como dice David Zinczenko en una entrevista:

This is just a lifestyle approach, this is very important for this magazine. It's to show a lifestyle. Here is a guy celebrating life, who is living all life, who's in control... ” [...] What we try to do is really look at all the things in a man's life that he might wanna have fixed or addressed in order to be a complete man. If it matters to a man, then it is gonna be in our pages (Del Mar Rúbio-Hernández, 61).

Según esta fuente, MH tiene como grupo meta los hombres en general, ya que dicen que para cada hombre la revista contiene temas que les pueden interesar. Esto es también como MH formula el objetivo y el grupo meta:

It's the brand for active, successful, professional men who want greater control over their physical, mental, and emotional lives. Men's Health gives men the tools they need to make their lives better, through in-depth reporting covering everything from fashion and grooming to health and nutrition as well as cutting-edge gear, the latest entertainment, timely features, and more⁸.

De estas Fuentes queda claro que si se quiere hacer una investigación comparativa a una revista o sitio web de *Lifestyle*, *Men's Health* es una fuente buena para consultar. Es un concepto extendido mundialmente; por lo tanto, será muy positivo comparar su percepción en diferentes países. Junto a esto, es una de las revistas para hombres más leídas del mundo, teniendo muchos lectores en todos lados. En el próximo párrafo se explicará por qué estos datos pueden reflejar la masculinidad en un país.

Masculinidad y la media

Tim Edwards explica la influencia de la revista *Lifestyle* para hombres: “Men's style magazines are cultural texts and, as such, any analysis of their significance in terms of masculinity is essentially an analysis of representation” (Del Mar Rubio-Hernández, 58). Por

⁸ <<http://images.rodale.com/acc/rodaleinc/Intl-MH-2014-Media-Kit.pdf>>. 19-03-2015

lo tanto, se ha elegido MH para investigar la representación de la masculinidad por la media y para poder hablar sobre las diferencias de la masculinidad representada en los dos países.

Las revistas desempeñan un papel importante a la hora de definir la masculinidad en una cultura (Benwell, 7). Katz indica que:

While it's people who produce the images that bombard us daily on tv, on billboards, in videogames and in film, it is equally true to say that this virtual landscape of images, in some sense, produces us. This means that we're not just consumers of these images; we don't simply make our way through the thousands of images we see daily and pick and choose what we like and don't like. These images have a profound impact on who we are, and on our tastes, attitudes, and the kinds of choices we make (16).

Katz explica aquí la influencia de las imágenes que se recibe diariamente. Como se puede leer en la cita, existe interacción entre la media y los consumidores. Es importante saber cuál es la noticia que decide la media porque es esta noticia la que influye en la imagen de la masculinidad, que en su momento influyó el enfoque de la media. Como dice Benwell:

“Men's magazines may be conceived of as both ‘cultural text’ and ‘cultural phenomenon’; in other words, magazines produce representations of masculinity but are also a site within and around which meanings of masculinity circulate and are negotiated or contested” (8).

Entonces, el MH es un recurso bueno para investigar la representación de la masculinidad de un país. Sin embargo, se toman los temas de un período específico; por lo tanto, solo se puede investigar la representación de la masculinidad en este tiempo específico. Como dice Rubio-Hernández: “The study of magazines can be a window to understand the notion of masculinity in a specific moment since it reports the concerns of the society where it is born (69).

4. El análisis y los resultados

En este capítulo se discutirán los resultados del análisis. Han aparecido diferencias después al analizar el material: a) en la percepción del cuerpo y de la mente, donde el MH español da más importancia a sentirse bien físicamente mientras que el MH holandés se la da al sentirse bien psíquicamente, b) en la sección *estilo*, donde el MH español se enfoca más en los símbolos de estatus en el espacio que el MH holandés, que lo utiliza para dar más importancia al cuidado físico, y c) en la sección *sexo*, donde el MH holandés está más enfocado a la satisfacción de la mujer que el MH español. Por fin, se discutirá las secciones donde no aparecían diferencias significantes.

1.1 El cuerpo vs la mente

La primera diferencia llamativa en los sitios web de MH y que se puede ver directamente escaneándolos, es la sección *Perder peso* en el sitio web español y *Psyche* en el sitio web holandés. Entonces, aunque el MH español se dirige más a perder peso, el MH holandés utiliza este espacio para informar al lector sobre la *psique*. Se tratarán las dos secciones enseguida.

Sentirse bien físicamente

La sección *Perder peso* en el sitio web español está enfocada a bajar de peso para poder ser y sentirse un hombre sano y para mejorar la apariencia. Bajo esta sección se encuentran temas que tienen que ver con técnicas para poder perder peso, como por ejemplo *Quema 1000 calorías*, *100 trucos para perder peso* y *Quema más grasa*. Dan información al lector sobre cómo puede conseguir perder el máximo peso y grasa posible, por ejemplo: “En un reciente estudio publicado en el Journal of Translational Medicine, un grupo de levantadores de pesas quemaban un 18% más de calorías –y un mayor porcentaje de grasa– 22 horas después del programa con pausa-descanso”.⁹ También hablan mucho de cómo conseguir un six-pack: “Para trabajar el core desde todos los ángulos, prueba a hacer crunches laterales, ejercicios de rotación tipo el movimiento del leñador y ejercicios isométricos como el puente. Todo ello te ayudará a conseguir un six-pack”.¹⁰ Entonces, la temática de esta

⁹ <<http://menshealth.es/perder-peso/articulo/quema-mas-grasa/2>>. 26-03-2015.

¹⁰ <<http://menshealth.es/perder-peso/articulo/8%20trucos%20para%20definir%20tu%20six-pack/2>>. 26-03-2015.

sección se enfoca en gran parte a la apariencia del cuerpo de manera que MH la percibe masculina.

El cuerpo resulta ser un recurso importante en la representación de la masculinidad. Un planteamiento que hace R.W. Connell en su libro *Masculinities*, que trata de la relación entre el cuerpo y la virilidad: “True masculinity is almost always thought to proceed from men’s bodies –to be inherent in a male body or to express something about a male body” (45). Quiere decir que el cuerpo produce diferencias de género mediante “genetic programming, hormonal difference, or the different role of the sexes in reproduction”(45). Por ejemplo, los hombres son, la mayoría de las veces y a causa de la biología, más fuertes y más musculoso que las mujeres. Por lo tanto, en la historia han sido ellos quienes tenían que proteger a la mujer y a los hijos. En este caso, la geneológica del hombre define su papel de género. Los partidarios de la masculinidad tradicional argumentan que es este sistema biológico el que crea los papeles de género. Sin embargo, hay partidarios de la emancipación que creen que son los papeles de género que definen las diferencias entre los sexos. Su argumento para poder conseguir igualdad de género es: “the body is a more or less neutral surface or landscape on which a social symbolism is imprinted” (46). Con lo cual, según esta afirmación, la biología no tiene nada que ver con los papeles de género, está todo construido por la sociedad. El compromiso que sale de estos dos argumentos es que es tanto la biología como la influencia social son las que producen las diferencias en los papeles de género. La pregunta que sale de esta discusión sobre la influencia del cuerpo dentro de la masculinidad, es: ¿cómo el MH español ha utilizado el enfoque en el cuerpo para expresar su percepción de masculinidad? Antes de dar una respuesta a esta pregunta, se analizara la temática de la sección y la manera en el que aparece la masculinidad en ella.

Como se puede ver en el suplemento (I), casi todos los temas se han categorizado como masculinidad moderna. Si es el cuerpo el que está acentuado aquí, ¿cómo puede ser que se encuentren papeles superponientes? La respuesta se encuentra en la importancia que se da a la apariencia. Como dicen Milestone y Meyer: “The new man knows the value of appearance; he is well groomed and looks sexy. He possesses a fit and muscular body, achieved through regular exercise and diet regimes” (116). MH también se pronuncia en este ‘exercise’ (“Utiliza la cinta andadora: La máquina de correr es el mejor aparato del gimnasio para quemar el máximo de calorías en el menor tiempo posible”¹¹) y ‘diet regimes’ (“Prueba el

¹¹ <<http://menshealth.es/perder-peso/articulo/Los-100-mejores-trucos-para-perder-peso/2>>. 02-04-2015.

aguacate: Te proporcionará el ácido oleico que te ayudará a perder peso y a mantener el hambre a raya”¹²).

Se puede concluir que la temática bajo esta sección habla de métodos para perder peso y para poder obtener un cuerpo que sigue la norma de un hombre sano y que se enfoca en mejorar la apariencia, es una masculinidad moderna que se divisa aquí. La manera moderna de expresar la masculinidad no es por medio de la protección que se da a la familia, sino por medio de la apariencia muscular. El hombre del MH español expresa su masculinidad mediante su cuerpo sano, ocupando un papel de género diferente que en la historia, pero aún definiendo su masculinidad mediante un cuerpo viril, fuerte. Entonces, la característica de preocuparse por la apariencia del cuerpo muestra los papeles de género superponentes que existen en esta sección del MH español.

Sentirse bien psíquicamente

En lugar de enfocarse en el cuerpo, el MH holandés utiliza este espacio en su sitio web para tratar la psique. La primera explicación de la palabra ‘psique’ que dan Henry George Lidell y Ridley Scott, es que viene del griego y significa ‘vida’. Sin embargo, dan otra definición que enlaza mejor con la temática que aparece bajo la sección: “IV. the *conscious self or personality* as centre of emotions, desires, and affections”¹³. El MH de Holanda menciona la psique mediante temas como por ejemplo *Delete negatieve gevoelens, 14x anti-stress tips* y *Voorkom die winterdip*¹⁴. Hablan de métodos para que el lector se puede sentir mejor:

Een onderzoek van de University of East Anglia wijst uit dat reizen met het openbaar vervoer je blijer maakt omdat het je min of meer dwingt om contact te maken met medereizigers. Het vermindert het gevoel van eenzaamheid en vrolijkt je op. Echt.¹⁵

También dan información al lector sobre cómo entender mejor sus propias emociones y sentimientos:

¹² <<http://menshealth.es/perder-peso/articulo/Los-100-mejores-trucos-para-perder-peso>>. 02-04-2015.

¹³ <<http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.04.0057%3Aentry%3Dyuxh%2F>>. 02-04-2015.

¹⁴ Traducción: “*Borra los sentimientos negativos, 14x consejos anti-stress, previene el depre de invierno*”.

¹⁵ Traducción: “Una investigación de la Universidad del este de Anglia muestra que viajar con el transporte público te hace sentir más feliz porque te fuerza más o menos para contactar compañeros de viaje. Reduce el sentimiento de soledad y te alegra. De verdad”. <<http://www.menshealth.nl/Psyche/Voorkom-die-winterdip>>. 02-04-2015.

Kritiek. Of we staan meteen klaar om een tegenaanval in te zetten, of we leggen de kritiek naast ons neer en gaan over tot de orde van de dag. Maar normaal reageren op kiritiek doen we zelden. Daarom een korte cursus omgaan met kritiek.¹⁶

Según el MH holandés, la psique hace referencia a las emociones de, en este caso, la personalidad del hombre holandés y de cómo entender y controlarlos.

Una idea común es que la psique, o sea, las emociones y deseos de una persona, muchas veces está conectada con lo femenino, especialmente cuando tiene que ver con mejorar la psique y controlar las emociones. Catherine Lutz explica en su artículo:

Social science discipline women and their psyches. It constructs emotion as an individual and intrapsychic phenomenon and evidences the same concern as lay discourse with the emotionality of women –its frequency, its intensity, its virtues as an emblem of female gender identity, but most of all, its danger and implicitly the need for its control (162).

Como consecuencia del planteamiento hecho aquí, sale la noción que se tiene de ella en la que la preocupación por la psique está determinada por la biología. Entonces, el cuerpo puede desempeñar un papel en la adjudicación de la psique como elemento del papel de género femenino. Es decir, los genes femeninos determinan que es más sensitivo que el hombre¹⁷. Sin embargo, los hombres también tienen emociones, pero es un signo de debilidad mostrarlas; esto es una concepción más bien construida por la sociedad. Como también indica Koot, el hombre tradicional nunca mostrará sus emociones (25). Entonces, se puede encontrar tanto elementos físicos como sociales en la construcción de género en cuanto a la psique.

Con lo cual, será interesante ver cómo se está utilizando la psique para construir la imagen del hombre y de la masculinidad en MH; por lo que, en la masculinidad tradicional se percibe la psique como algo típicamente femenino. Además, existe la posibilidad de que el mostrar y hablar de emociones es algo inherente de la mujer, determinada por la biología. Si esto es verdadero, ¿cómo se puede utilizar el tema de la psique en el MH holandés para expresar masculinidad?

¹⁶ Traducción: “La crítica. O estamos inmediatamente listo para hacer un contraataque, o no atendemos la crítica y volvemos al orden del día. Pero responder normalmente a la crítica lo hacemos muy poco. Por lo tanto, un curso pequeño de cómo tratar con la crítica”. <<http://www.menshealth.nl/Psyche/Hier-ben-jij-bang-voor>>. 02-04-2015.

¹⁷<<http://www.healthguidance.org/entry/13971/1/Emotions--Differences-Between-Men-and-Women.html>>., <<http://www.fitbrains.com/blog/women-men-brains/>>., <<http://drjamesdobson.org/Solid-Answers/Answers?a=65bf3af7-62d8-4a9e-8cd9-075fcc1da8b6>>. 02-04-2015.

Como se puede ver en el suplemento (I), la mayoría de los temas se ha categorizado como masculinidad moderna, es decir, que existen papeles de género superponientes en la expresión de los temas en el sitio web de MH holandés. Esto se ha basado en la información mencionada antes; el expresar y hablar de emociones es una característica femenina. Está utilizada en un contexto que expresa masculinidad, por lo tanto se puede volver a encontrar papeles de género superponientes. El MH holandés utiliza la femineidad para expresar una forma de masculinidad: la masculinidad moderna. Dicen por ejemplo que “Mannen zijn nergens bang voor... toch? Forget it! Misschien kruipen we niet direct bibberend weg bij een spinnetje of een vreemd geluid, maar angsten hebben we wel degelijk. Dit zijn de meest voorkomenden”.¹⁸ Como dicen Milestone y Meyer, el Hombre Nuevo es “caring, sensitive, emotionally skilled” (116). Ellos ya indican que un hombre puede expresar sus emociones, por lo que sí es posible que se exprese la masculinidad utilizando un elemento que la cultura popular percibe como femenino. Esto es también lo que hace el MH holandés; reconoce las emociones del hombre y empieza un diálogo para informar que el hombre holandés tiene sus emociones y puede dar recomendaciones para manejarlas, expresarlas y entenderlas. Entonces, la temática del MH holandés en esta sección está representando un hombre nuevo y papeles de género superponientes en cuanto al estado mental de los lectores. Implican que un elemento importante del hombre sano es que se siente bien psíquicamente. Se vuelve a ver que es la combinación de los papeles que se percibió femenino o masculino en tiempos pasados, aquí desempeñan un papel importante en la representación de la masculinidad.

Comparación y explicación

Los resultados de la investigación muestran que el MH español tiene un enfoque diferente que el MH holandés. Junto con la discusión del cuerpo en diferentes secciones, como *Fitness, salud y nutrición*, añaden aún otra sección para hablar de la apariencia y el cuerpo que es *Perder peso*. El MH holandés no utiliza este espacio para añadir más información sobre cómo tratar el cuerpo, pero incluye una sección para hablar de las emociones y los sentimientos del hombre, es decir, la psique. Significa que junto al sentirse bien físicamente, el MH holandés también quiere tratar el bienestar psíquico, que el MH español no trata. Una conclusión que se puede sacar de esta información, es que tanto el hombre holandés como el hombre español se interesan para sentirse bien físicamente; esto,

¹⁸ Traducción: “Los hombres no tienen miedo... ¿no? ¡Olvídalo! Tal vez no nos escondimos temblando para una arañita o un sonido raro, sino los miedos sí los tenemos. Estos son los más frecuentes”. <<http://www.menshealth.nl/Psyche/Hier-ben-jij-bang-voor>>. 02-04-2015.

como se ha discutido antes, indica papeles de género superponientes. Sin embargo, el hombre holandés también está interesado en sentirse bien psíquicamente. Heysteck utiliza esta información para explicar que este hecho, de que al hombre holandés le importa más su psique que su apariencia, al mismo tiempo puede ser la razón por la que no existe una sección sobre perder peso (35).

Los dos sitios web expresan una forma de masculinidad moderna. Sin embargo, se puede decir que el MH holandés se adelanta más que el MH español representando así una masculinidad aún más moderna. Esto coincide con la información del UNDP, que también tiene como resultado la baja desigualdad de género de ambos países, indicando papeles de género superponientes. Además, la GII también nos muestra que, aunque los dos se parecen, en Holanda se tiene aún menos desigualdad de género que en España. Los resultados de este estudio implicarían que en la cultura holandesa es más común que el hombre exprese y hable de sus emociones, mientras que en España es aún bastante tabú. Esto también puede significar que cuando las dos culturas llegan en contacto, pueden aparecer errores en la comunicación. Sin embargo, para poder hacer una declaración sobre este sujeto, se necesitaría más información por medio de una investigación cross-cultural en cuanto al diálogo sobre la emocionalidad en España y Holanda.

1.2 El estatus social versus cuidarse

La segunda diferencia que llama la atención en los dos sitios web, se encuentra tras analizar las secciones de estilo. Se puede apreciar que el sitio web de España trata más bien de símbolos de estatus, mientras que el sitio web de Holanda se enfoca más en el cuidado del cuerpo. Se discute esta diferencia enseguida.

Símbolos de estatus

En el sitio web de MH español se encuentra diferentes temas que tienen que ver, entre otros, con ropa y zapatos de buena marca. Así se puede encontrar temas como *Calvin Klein Jeans inaugura tienda en Madrid*, y *Nike lanza las nuevas Air Max 1 Ultra Moire* y *¡Replay y MH te llevan al fútbol!*. Se discuten y promocionan diferentes marcas en el sitio web, como por ejemplo en el artículo de Nike Air Max: “Un diseño que ha cambiado el diseño del

calzado, trascendiendo los límites del deporte y generando cultura en torno a la zapatilla”.¹⁹ Además, es llamativo que en esta sección haya muchos temas que tienen que ver con relojes, como *Un reloj listo para el éxito* y *Los relojes de la temporada*. Utilizan textos como “¿Cansado de relojes que te acaban robando el protagonismo?”²⁰ y “Hace tiempo que el deporte y la moda caminan de la mano. Y, como muestra, este reloj, perfecto para hacer deporte sin renunciar a un ápice de estilo”²¹ para promocionar los relojes al lector. Por lo tanto, se puede decir que la mayoría de los temas investigados se refieren a los símbolos de estatus que el hombre español necesita para tener un estilo impecable.

Cuando se habla de estatus en este artículo, se refiere a la noción de estatus social. Se puede definir el estatus social de la manera siguiente: “En la sociología definen el estatus como la posición social que un individuo ocupa dentro de una sociedad, o el prestigio social que conceden a un determinado grupo o persona otros miembros de su sociedad (Trujillo, s.f.)” (Alejandro Carmona, 4). Es decir, gran parte del estatus social que tiene una persona, es definido por otras personas de esta sociedad. Como dice Trujillo:

...no depende de lo que uno es o cree ser o de lo que hace sino de lo que los demás piensan que uno es; en suma podemos decir que el estatus individual depende siempre de cómo los otros lo perciben y lo evalúan (2).

Según Davis existen dos formas de estatus: subjetivo y objetivo. El primero se refiere al concepto que una persona tiene de su posición en el orden social y el segundo contiene lo que creen otras personas acerca de la posición de alguien (Davis, 154). Para poder convencer a la gente del estatus que la persona en cuestión tiene, pueden aprovechar de símbolos de estatus. El diccionario de Cambridge define este concepto de la siguiente manera: “A thing that people want to have because they think other people will admire them if they have it”²². Es decir, se utiliza un objeto para influir en el estatus objetivo, y este objeto se llama *símbolo de estatus*.

La conexión con la representación de la masculinidad se encuentra en la noción de posición en el orden social. Junto a diferentes significados que puede tener esto, que una persona sea rica, feliz o de buen origen, también se puede hablar sobre la masculinidad de una persona. Un hombre quiere posicionarse de cierta manera, muchas veces influido por la

¹⁹ <<http://menshealth.es/estilo/articulo/nike-air-maz-1-ultra-moire>>. 03-04-2015.

²⁰ <<http://menshealth.es/estilo/articulo/los-relojes-de-la-temporada/4>>. 03-04-2015.

²¹ <<http://menshealth.es/estilo/articulo/un-deportivo-con-mucho-estilo>>. 03-04-2015.

²² <<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/status-symbol>>. 04-04-2015.

cultura popular y por lo tanto, por la masculinidad tradicional. Quiere decir que por medio de ciertos símbolos de estatus, quiere mostrar su masculinidad. La manera en la que funciona está en parte explicado por Milestone y Meyer, que nombran algunas características de la masculinidad tradicional: "...social power is institutionalized through men's financial income and independence..." (114). Así pues, un hombre podría utilizar símbolos de estatus como relojes caros y ropa cara para mostrar su independencia financiera. Esto está confirmado por Linda Tuncay, quién ha descubierto que el dinero y el éxito forman gran parte del sentido de masculinidad en los hombres. Uno de sus sujetos de experimentación piensa lo siguiente: "I think a guy needs to feel his job is important" (319). Esto va junto con "material items that exemplified financial success, such as cars, clothes, gadgets..." (319). Todo esto indica masculinidad tradicional, pero también se puede encontrar papeles superpuestos entre estos símbolos de estatus. Junto con el hecho de mostrar al mundo la independencia financiera del portador de los símbolos de estatus, también está la influencia que ejerce su apariencia. Quiere decir que es posible que no se lleve un reloj caro solamente para mostrar cuánto dinero tiene, sino también porque le guste el reloj y porque se preocupe por su apariencia. Como dice Rebecca Ross Russell en su libro:

Western [society] developed a peculiar set of social and moral taboos against the idea of men wearing jewelry. Of course, as with all things human, there were exceptions, and most had to do with men who for one reason or another needed or wanted to display their wealth in tangible ways – that is, with diamonds or other precious stones. Exceptions aside, the prevailing rule for most men during recent centuries has been that they should not wear jewelry – that is was just not the masculine thing to do (50).

En este caso se está hablando de llevar joyas, entre ello también se encuentran relojes, que puede tener significados diferentes. Se podría decir, entonces, que ropa y los zapatos de marca y los relojes que se encuentra en el sitio web de España, influyen en la imagen de la masculinidad que MH está representando. Dependiendo de si la persona quiere mostrar su riqueza o de si se está preocupando de su apariencia, se podría decir que se encuentra en una masculinidad tradicional o en una masculinidad moderna bajo esta sección.

El cuidado físico

En el sitio web del MH holandés no se encuentran tantos temas que tienen que ver con símbolos de estatus. Hay algunos que hablan de ropa o zapatos, como *Dit zijn dé voetbalschoenen voor het volgend seizoen* y *De beste jeans ooit?*, pero no realmente son

símbolos de estatus ya que no tratan de mostrar riqueza sino confort y perdurabilidad. Hablan por ejemplo de:

Een jeans die altijd goed zit, ook na 10 keer wassen, en 100 keer dragen, kan dat? Het Italiaanse Replay heeft het geflikt, met de Hyperflex. Of je nu voetbalt, danst of achter je bureau zit; deze jeans beperkt jou nooit in je dagelijkse bewegingen.²³

Entonces sí hablan de la marca, pero también son unos tejanos confortables. Sin embargo, la mayoría de los temas trata del cuidado corporal del hombre, como por ejemplo *Tips voor witte tanden*, *Werk je kater weg*, *Tips tegen droge lippen*, *Verzorg jezelf beter* y *Voorkom zweetvlekken*. El cuidado físico parece ser más importante en el MH holandés que en el español. Dicen por ejemplo que:

Indruk maken op een vrouw? Met alleen een gespierd lijf, mooie woordjes en een goed stel hersens kom je er niet. Let op de kleine details van je lichaamsverzorging. Ze ziet het rouwrandje onder je pinknagel meteen als je een hand op haar bovenbeen legt.²⁴

Indican claramente que, junto con entrenar y seducir, cuidarse también es muy importante para el hombre. Se puede concluir que el enfoque del MH holandés está en el cuidado físico.

Uno de las influencias más significantes en la masculinidad de las últimas tres décadas se encuentra en una participación aumentada del consumo (Tuncay, 315). Como dice Frank Mort:

Young men are being sold images which rupture traditional icons of masculinity. They are stimulated to look at themselves and other men as objects of consumer desire. They are getting pleasures previously branded taboo or feminine. A new bricolage of masculinity is the noise coming from the fashion house, the marketplace and the street (315-316).

El hombre del que se está hablando aquí, es el hombre metrosexual. Tuncay hace una investigación hacia este tipo de hombre y ha encontrado algunos resultados interesantes. Un planteamiento que hace es:

²³ Traducción: “Unos tejanos que siempre se sientan bien, después de lavarlos diez veces y de llevarlos cien veces, ¿es posible? Replay lo ha conseguido con el ‘hyperflex’. Que si estás jugando al fútbol, bailando o si estás sentado detrás del escritorio; estos vaqueros no te limitan en tus movimientos de diario”. <<http://www.menshealth.nl/Stijl/De-beste-jeans-ooit>>. 04-04-2015.

²⁴ Traducción: “¿Impresionar una mujer? Con solamente un cuerpo musculoso, zalamerías y inteligencia no lo vas a conseguir. Pon atención a los detalles pequeñas de tu cuidado físico. Ella notará tus uñas de luto inmediatamente cuando pones tu mano en su muslo”. <<http://www.menshealth.nl/Stijl/Verzorg-jezelf-beter>>. 04-04-2015.

Men are increasingly becoming avid consumers of once taboo goods and services such as grooming products, salon services and fashion goods. This consumer, labeled by the popular press as the metrosexual, is purported to signal a departure from traditional notions of masculinity (312).

Indica que el hombre metrosexual se aleja de la masculinidad tradicional y se está acercando a percepciones que la cultura popular categoriza como femeninas. Llega a ser un consumidor entusiasta de productos que en algún momento fueron tabúes, como productos del cuidado personal y de belleza (312). Diferentes empresas se han anticipado al metrosexual, como Estée Lauder, Clinique, Nivea, Neutrogena, Old spice y L'Oreal, quienes han introducido y extendido su surtido para hombres (312). Los hombres metrosexuales de la investigación de Tuncay han indicado ““being in good shape,” having “style,” and being “well groomed” as all-important characteristics of masculinity” (318). Entonces, el hombre metrosexual se preocupa mucho por su apariencia, indicando papeles de género superpuestos en este tipo de masculinidad.

Lo que es interesante, es que las razones por las que se preocupan tanto por su cuidado físico parecen pertenecer en menor medida a masculinidad tradicional. Las motivaciones más importantes que surgen en la investigación de Tuncay son: la importancia para atraer al sexo opuesto y promover el éxito en sus sitios laborales (318). Sin embargo, existe el hecho de que las preocupaciones por la apariencia indican un lado femenino en los hombres y que la forma en la que aparece el cuidado físico en el sitio web de MH tiene influencia en el tipo de masculinidad que se representa. En este caso, se puede concluir que el MH holandés representa una masculinidad moderna en la sección ‘estilo’, utilizando el cuidado físico para representar al hombre de los Países Bajos.

Comparación y explicación

Los resultados del análisis de MH demuestran que la sección *Estilo* en el sitio web holandés, se enfoca más en temas que informan sobre las mejores maneras de cuidarse; mientras, el sitio web español, se dirige a informar el lector sobre ropa y relojes de marcas buenas. Se podría decir que la masculinidad representada por el MH español se enfoca en símbolos de estatus que hace observar una masculinidad más bien tradicional, y la del MH holandés en el cuidado físico que indica una masculinidad moderna.

Esto coincide con una investigación del Euromonitor de 2013, donde nos muestra que en España, la venta de productos cosméticos ha disminuido por 1%. Dicen que “The Spanish men’s grooming category suffers from Spanish male consumers’ lack of interest in the

category”.²⁵ Esto puede indicar que el hombre español no se interesa tanto para los productos que circulan en esta categoría. Con ello, la venta en Holanda ha ido creciendo:

Men’s grooming showed a minimal growth in 2013 as the economic worries and the low consumer confidence suppressed growth seen in earlier years. Still, Dutch men are increasingly buying more grooming products, although for the most part they prefer more basic products.²⁶

Con vistas a esta fuente, se puede concluir que el hombre holandés se preocupa más por su cuidado físico que el hombre español. Sin embargo, en una investigación de 2013, se puede ver que las cifras han cambiado. Además, otras fuentes indican que, entre 2005 y 2010, el mercado español ha tenido el crecimiento más grande en cuanto a cosmética para hombres:

...the Spanish market for male skincare grew from EUR 29 million to EUR 51 million between 2005 and 2010, with a growth of 76% in five years. No other sectors within the grooming market have registered the same outstanding performance.²⁷

Entonces, no se puede decir realmente que existe una tendencia en este tema; por lo tanto, resulta difícil aclarar y formular las diferencias que se ha encontrado en este estudio en cuanto al cuidado físico. Por ello, sería interesante hacer una investigación cross-cultural al interés y la venta de cosmética para hombres en los diferentes países, para investigar las diferencias en la percepción de masculinidad.

En un intento para clarificar el interés de los españoles en cuanto a los símbolos de estatus, se vuelve a la reforma católica; como dice Fiero en su capítulo:

During the sixteenth century, as Protestant sects began to lure increasing numbers of Christians away from Roman Catholicism, the Church undertook a program of internal reform and reorganization known as the Catholic Reformation, or Counter Reformation. Further, by the 1540s, the Church launched an evangelical campaign to win back to Catholicism those who had strayed to Protestantism (505).

Uno de los sitios en los que empezó la contrarreforma fue en España. Fiero sigue: “a vigorous new style—the baroque—became the vehicle for this new, more dynamic, outpouring of religious fervor” (505). El estilo barroco se asocia con “ornateness, spatial grandeur, and theatrical flamboyance” (514). Es decir, los católicos utilizaban la riqueza, belleza y arte —o sea, símbolos de estatus- para atraer a los protestantes. Todavía, la mayoría

²⁵ <<http://www.euromonitor.com/mens-grooming-in-spain/report>>. 05-04-2015.

²⁶ <<http://www.euromonitor.com/mens-grooming-in-the-netherlands/report>>. 05-04-2015.

²⁷ <<http://www.premiumbeautynews.com/en/skincare-to-fuel-growth-of-men-s,3809>>. 05-04-2015.

de los españoles se define como católico.²⁸ Puede ser que la influencia de esta religión influya su preferencia para símbolos de estatus, y aclararía por qué existe esta diferencia con Holanda; y es porque en este el catolicismo vive mucho menos.²⁹ Entonces, es una posibilidad que el catolicismo haya influido en la imagen del hombre en España.

4.3 El enfoque del sexo

La última diferencia que llama la atención en los dos sitios web, se encuentra tras analizar las secciones de sexo. Se puede apreciar que el sitio web de Holanda trata más de la satisfacción de la mujer que el sitio web de España. Se discute la diferencia enseguida.

El sexo y la tradicionalidad

En el sitio web español de MH existe, como en el sitio web holandés, una sección llamada 'sexo'. Bajo esta sección se encuentran diferentes temas que tienen que ver con, por ejemplo, el sexo en sí (*Sexo al aire libre*) o curiosidades que tienen que ver con el sexo (*5 mitos sobre el pene que no deberías creer*). Sin embargo, la mayoría de los temas tratan de la satisfacción del hombre (*El mejor orgasmo*), de la mujer (*Los movimientos que la volverán loca*) o del ir de ligue en ligue para conquistar mujeres (*Sedúcelas a todas*). Se ve que el MH discute diferentes temas en la sección 'sexo'. Inicialmente se investigarán las ideas tradicionales sobre los papeles de género en cuanto al sexo, y de qué manera se tratan esas ideas en la temática del MH.

Para poder hablar sobre las ideas tradicionales que existen en cuanto al sexo, se investigará el 'marianismo'. Este concepto existe desde un punto de vista católico y dice que, la mujer perfecta tiene que parecerse a la virgen María. En cuanto al sexo, se señala que la mujer es pura, ignorante y pasiva; y que, cuando va a casarse, tiene que ser virgen (Dolstra, 14). La mujer tradicional no va de ligue, no es promiscua y no da el primer paso. En la historia ha sido el hombre el que podía ser promiscuo y quien tenía que conquistar a las mujeres. Era una señal de buen estatus social, de independencia económica, de poder y de masculinidad tradicional que un hombre podía ligarse a diferentes mujeres para mantener más relaciones sexuales (Nyanzi, 73). Además, como dice Dolstra en su tesina, el hombre macho tiene actitudes sexuales, pero insensuales hacia las mujeres (Dolstra, 14). Quiere decir que

²⁸ <http://datos.cis.es/pdf/Es3041mar_A.pdf>. 05-04-2015.

²⁹ <<http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/20EC6E0B-B87A-4CFE-818B-579FB779009F/0/20140209b15art.pdf>>. 05-04-2015.

según la cultura popular, el hombre puede tener una vida sexual viva, con muchas compañeras sexuales, mientras que la mujer tiene la mejor reputación cuando es virgen y cuando es pasiva e ignorante en cuanto al sexo (Wouters, 187). Un elemento de estos papeles tradicionales que vuelve en el MH, es la caza para las mujeres. La insinuación de que son los hombres los que ligan a las mujeres, viene de la idea de que las mujeres son ignorantes y son los hombres quienes tienen que ser dominantes. Ellos tienen que conquistar a más mujeres para mantener su estatus masculino, mientras ellas tienen que ser pasivas para mantener su estatus.

Junto a la conquista de mujeres como papel de género masculino, la satisfacción del hombre fue también un elemento de interés en las ideas tradicionales sobre el sexo. Es decir, “La sexualidad femenina estaba subordinada a la sexualidad masculina” (Wouters, 187). Como dicen Szreter y Fisher en su libro: “Men were, in general, thought to have stronger sexual desires than most women, though variation between individuals was also regularly commented upon. Many women, ..., thus saw the provision of sex as important in satisfying their husbands’ basic needs” (324). Entonces, muchas mujeres solamente hacen sexo para satisfacer a su marido, aunque a ellas no les gustaba tanto. Es decir, las mujeres lo veían como “...a marital duty. Many women accepted that the provision of sex was both a husband’s right and a wifely responsibility...” (326). Había mujeres que estaban felices cuando no tenían que hacer el acto demasiadas veces (324). Sin embargo, se empezaban a preocupar cuando no podían hacerlo frecuentemente, porque podía significar que el hombre ya no les amaba o que habían encontrado otro sitio para satisfacerse. Con lo cual, antes de la revolución sexual de los años sesenta, la satisfacción que se puede conseguir en el sexo, era algo que existía sobre todo en los hombres. Para las mujeres era más como una tarea matrimonial. Sin embargo, esto es lo que indican las mujeres mismas en este período, en la investigación de Szreter y Fisher. Puede ser que hubiera mujeres a quienes les gustaba sexo, pero que no querían decirlo. Para la mayoría, no sólo de las mujeres sino también de los hombres, hablar del sexo femenino era un tabú. Wouters nos muestra una cita interesante:

Up to the Sexual Revolution, a woman's sexuality and her reputation remained interconnected within social codes in such a strong way that, in retrospect, it gives the impression that 'as far as her reputation was concerned, a girl who admitted to having sexual needs might as well take a seat behind a window in the red light district' (van Dantzig, 1994: 1276).

Es interesante porque muestra que la mujer no podía hablar de sus deseos en el área de sexo porque inmediatamente se pensaba que era promiscua, que dañaba su estatus social.

Entonces, cuando se está hablando de la satisfacción del hombre en la temática de MH, puede ser un signo de masculinidad tradicional. Por ejemplo, “Conviértete en todo un seductor usando a tu favor las técnicas de programación neurolingüística más avanzadas”. Aquí el objetivo es conquistar a cualquiera mujer. Esto está realmente enfocado a la satisfacción del hombre, quien puede elegir y ligarse a una mujer de su elección. No dan ninguna información sobre la mujer en esta cuestión, ya que se podría sentir engañada cuando supiera que el hombre no la ve como única, sino como una conquista más. Después de la revolución sexual de los años sesenta, la situación cambió. Se empezó a enfocar más en la satisfacción de la mujer. Se explicará esto en el próximo párrafo.

La satisfacción de la mujer

En el MH holandés también aparecen los papeles tradicionales, como se ha explicado en la sección pasada, como la conquista de la mujer (*Zo krijg jij haar zéker in bed*³⁰) y la importancia en el hombre (*Workout standjes*³¹). Sin embargo, parece que se discuten más temas que tratan de la satisfacción de la mujer que en el MH español, como *Leer haar sexregels* y *Dit zijn haar hotspots*.³² Dicen por ejemplo:

Zo, dus je bent goed op weg om haar tenenkrommend tussen een zee van lakens alle hoeken van de kamer te laten zien. Er is alleen één probleem: je bent bang dat je te snel klaarkomt. Hoe ga je haar nog heel, heel lang van genot voorzien?³³

Ya no trata solo del hombre, sino también sobre los sentimientos y deseos de la mujer. Otro ejemplo: “Zo maak je haar héél erg blij en breng je haar ook nog eens in de juiste stemming. Kneed haar knopen met een sexy rugmassage, en zie waar het toe leidt”.³⁴ Entonces, hoy en día, la satisfacción de la mujer ha empezado a desempeñar un papel importante en el sexo. ¿Qué significa esto para la masculinidad?

Como se puede leer en la sección pasada, una idea tradicional del sexo era que: había más sexo para la satisfacción del hombre que para la de la mujer. Las ideas se cambiaban por la revolución sexual. “The Sexual Revolution (the 1960s-1980s), also known as the time of

³⁰ Traducción: “Así logras ciertamente que ella llega en tu cama”.

³¹ Traducción: “Posturas deportivas”

³² Traducción: “Aprende sus reglas de sexo” y “Estos son sus hotspots”.

³³ Traducción: “Entonces, estás bien de camino para mostrarla todas las partes del dormitorio. Sin embargo, hay un problema: tienes miedo de que te corras demasiado temprano. ¿Cómo la vas a atender aún mucho, mucho tiempo de placer?” <<http://www.menshealth.nl/Sex/Nooit-meer-te-vroeg-klaarkomen>>. 06-04-2015.

³⁴ Traducción: “Así la haces muy feliz y también animas el ambiente. Amasa sus botones con un masaje sexy de la espalda, y mira a lo que lleva”. <<http://www.menshealth.nl/Sex/Zo-maak-je-haar-heel-erg-blij>>. 06-04-2015.

sexual liberation, marked a time that involved the rejection of typical gender roles. It was a social movement that challenged what individuals had previously seen as sexual norms”³⁵. Según Pastor, Mageland y Finley, la revolución sexual ha tenido influencia en los papeles de género existentes. Unas consecuencias de esta revolución eran que: se aceptaba más el sexo fuera de matrimonios heterosexuales y monógamos, y la idea de sexo sin reproducción llegó a ser más aceptada³⁶. La llegada de la píldora hizo que eso del sexo sin reproducción fuera posible y que las mujeres tenían más control sobre sus cuerpos (Knowles, 9). La anticoncepción también tenía influencia en la igualdad de género, como decía la feminista Gloria Feldt en una entrevista: “if you can separate sex from procreation, you have given women the ability to participate in society on an equal basis with men” (Zorea, 96). Con esta frase quería indicar la importancia de los anticonceptivos en la lucha de igualdad de género. Es decir que “With contraception, a woman can enjoy the same sexual freedom, economic independence, and political autonomy as a man” (Zorea, 97). Con lo cual, la imagen del sexo moderno ha sido influido por el feminismo, luchando por unos derechos iguales para todos.

Con la influencia del feminismo en la revolución sexual, también el diálogo sobre el sexo femenino se abrió. Wouters explica en su artículo:

Especially from the 1960s on, the sexual longings of all women, including the 'respectable' and the unmarried, could openly be acknowledged and discussed. Then, for the first time, women themselves actively took part in public discussions about their carnal desires and a more satisfactory relationship between the longing for sexual gratification and the longing for enduring intimacy (love, friendship) - a more satisfying lust balance (188).

Así, después de la liberación sexual, las mujeres podían hablar de sus deseos en cuanto al sexo, mejorando sus experiencias con el acto. Se puede decir, pues, que cuando se está hablando de cómo satisfacer a la mujer, esto es producto de la revolución e indirectamente del feminismo. Como el MH habla de este tema, es obvio que tiene influencias del feminismo y que no realmente se aferra a los papeles de género tradicionales. Por medio de Milestone y Meyer, se puede vincular la satisfacción de la mujer a la masculinidad moderna, porque dicen que el Hombre Nuevo es “non-sexist, believes in gender equality and relates to women as human being rather than sex objects. He is [...] interested in female sexual pleasure as well as his own” (116). Entonces, se pueden encontrar elementos femeninos en la temática del MH,

³⁵ Pastor, Mageland & Finley. <<http://historyofsexuality.umwblogs.org/mid-to-late-20th-century/the-sexual-revolution/>>. 26-03-2015.

³⁶ Pastor, Mageland & Finley. <<http://historyofsexuality.umwblogs.org/mid-to-late-20th-century/the-sexual-revolution/>>. 26-03-2015.

indicando papeles de género superpuestos y así hablar de una forma de masculinidad moderna.

Comparación y explicación

Se puede ver que los dos MH, de España y de Holanda, tienen papeles de género similares en su temática. Los dos hablan tanto de temas de la masculinidad tradicional, como la conquista de mujeres y la satisfacción de la mujer, también de temas de la masculinidad moderna como la satisfacción del hombre. Sin embargo, el MH holandés parece enfocarse aún más a la satisfacción de la mujer que el MH español que, aunque es una diferencia pequeña, puede significar que está más orientado en la masculinidad moderna que el MH español.

Claramente, esto coincide no solo con lo que se puede sacar del GII, sino también podemos encontrar una explicación en la investigación de David M. Buss quién investiga las diferencias del sexo en las preferencias de compañeros en treinta y siete culturas. En la sección *Chastity: no previous experience in sexual intercourse* se puede encontrar si las personas de la investigación tienen una preferencia hacia alguien que no ha tenido relaciones sexuales antes. Se puede ver que los hombres holandeses les importan menos (0.29) que los hombres españoles (0.66) (Buss, 11). Aunque estos resultados no directamente tienen que ver con la satisfacción de la mujer, pueden implicar una mirada más tradicional en cuanto al sexo de los españoles. Esto también se puede ver en la aceptación del matrimonio homosexual. En Holanda, dos hombres o dos mujeres se pueden casar desde abril 2001.³⁷ En España, se puso esa ley cuatro años después, en abril 2005.³⁸ Aquí se puede encontrar la idea tradicional que tienen de que un hombre y una mujer se casen, y ninguna otra posible combinación. En muchos países todavía es un asunto tabú y el matrimonio entre dos personas del mismo sexo no existe. Entonces, aunque España lo haya aceptado más tarde que Holanda, se puede concluir que los dos países son bastante modernos en cuanto al sexo. Esto también se puede sacar de la investigación; ya que, en comparación con, por ejemplo, Iran (2.67), tanto en Holanda como en España tienen una mirada moderna sobre el sexo (Buss, 11). Holanda coincide un poco más que España con los resultados de esta investigación; la investigación del GII y con la información del matrimonio homosexual.

Sin embargo, la investigación de Buss se ha realizado en 1989 y puede ser que ya hayan cambiado las sociedades investigadas. También lo del matrimonio ya no es muy

³⁷ <<http://web.archive.org/web/20111001081753/http://www.10jaarhomohuwelijk.nl/geschiedenis.html>>. 14-04-2015.

³⁸ <<http://nos.nl/artikel/437843-homohuwelijk-in-spanje-blijft.html>>. 14-04-2015.

reciente y no se puede saber en qué medida, la sociedad acepta la homosexualidad. Sería interesante hacer una investigación sobre la mirada del sexo que tienen las sociedades españolas y holandesas, y si existen diferencias en cuanto a las concepciones tradicionales y modernas que existen alrededor de este tema. Tal vez, se podría investigar en qué medida vive la aceptación de la homosexualidad y del matrimonio homosexual para profundizar en la información sobre la mirada que tienen sociedades diferentes hacia el sexo.

4.4 Las semejanzas

No es el caso que en todas las secciones del *Men's Health* holandés y Español existan diferencias. Es decir, en la mitad de las secciones existe gran imbricación. Por ejemplo en la sección *Fitness* los temas de los dos sitios web tratan de ejercicios, comida y técnicas para obtener un cuerpo sano. Se puede distinguir claramente entre entrenar para llegar a ser más fuerte, con elementos tradicionales ya que el hombre tradicional es fuerte, y entrenar para obtener un cuerpo más musculoso y así mejorar la apariencia, masculinidad moderna. Sin embargo, los dos sitios web de MH tocan estos temas, y ninguno de los dos países tiene una tendencia hacia ninguno.

Esto también lo vemos en las secciones *Salud y Nutrición*, donde tratan el tema de comer sano, recetas útiles y mantener la salud; pero no existen diferencias grandes entre las secciones de los dos países. Por lo tanto, esta investigación no tratará más esta temática ya que la respuesta está clara. El resultado es que, en las tres secciones mencionadas, no existen diferencias llamativas en la representación del hombre; ninguna dará más importancia que el otro a la masculinidad tradicional o moderna.

Las conclusiones

Después del análisis de los sitios web de *Men's Health*, que son una prolongación de la revista del mismo nombre, en España y en los países bajos, y de una interpretación de los resultados de las diversas discusiones sobre las teorías de los géneros masculinos y femeninos, se puede dar una conclusión central sobre todo lo investigado. Para poder hacerlo bien fundado, previamente se dedicará tiempo a tratar las subconclusiones.

La primera conclusión está enfocada al marco en el que se encuentra este estudio; el de 'Gender Studies', y en el definir los los distintos conceptos a los que se refiere, como la masculinidad en sí y los dos tipos que se utiliza: tradicional y moderna. Después de consultar diferentes tipos de estudios, se han explicado los distintos conceptos de los términos y el modo en el que se utilizan en este estudio. Un resultado que llama la atención en esta primera parte, es que ya queda bastante claro que los dos países tienen una desigualdad de género baja, Holanda un poco más que España. Quiere decir que ya en esta parte, se ve los resultados de la emancipación del hombre. Esto ha sido muy importante y relevante para el resto de la investigación, porque, como se explicará enseguida, los resultados de la investigación coinciden con este propósito.

La segunda parte se basa en el objeto de investigación, *Men's Health*, y su relevancia para poder investigar las diferencias que existen en cuanto a la masculinidad en Holanda y España. Resulta que, esta revista y su sitio web, tienen un público grande tanto en Holanda como en España, teniendo como resultado lo que es más representativo para una parte de la población: los lectores de MH. Al ser bastantes, puede que los resultados de la investigación den información sobre la masculinidad en un país. Además, según las revistas consultadas, una de lifestyle realmente tiene influencia y representa la masculinidad de un país. Por lo tanto, se puede concluir afirmando que este estudio tiene sentido, que es relevante y que realmente va a tener resultados útiles.

Después, la investigación se enfoca en el análisis y la interpretación de los resultados, es decir, establecer qué diferencias existen en la representación de la masculinidad en ambos países. La primera diferencia es que la representación del hombre español en MH da más importancia al cuerpo, mientras que el hombre holandés se lo da a la mente. Aquí se puede concluir que el MH holandés expresa más bien los papeles de género superponientes que el MH Español. Es decir, la sociedad holandesa acepta más bien un hombre que muestra características que antes se percibió femeninas que la sociedad española, que indica una forma más alta de emancipación. Lo mismo podemos concluir de la segunda diferencia, donde los

hombres holandeses se preocupan más por su cuidado físico mientras que los españoles tienden a símbolos de estatus. Las dos muestran una forma de masculinidad moderna, pero también aquí el MH holandés hace un paso más al frente. Está aceptado aún más que el hombre tiene características modernas, mientras que el MH español queda atrás. Otra vez, se puede concluir que la imagen del hombre holandés es más emancipado que la imagen del hombre español. La última diferencia está en la misma onda: el MH holandés se enfoca más a la satisfacción de la mujer que el MH español. Esto quiere decir que los dos han incluido y aceptado la satisfacción de la mujer como sujeto importante, pero que, otra vez, el MH holandés muestra más masculinidad moderna porque se enfoca más en la mujer que el MH español, es esta sección.

Se llega a ver una diferencia significativa entre los dos culturas; que el hombre holandés se ha emancipado más que el hombre español. Los resultados del análisis demuestran que: tanto el sitio web holandés como el sitio web español contienen elementos de masculinidad tradicional y de masculinidad moderna. Esto quiere decir que el hombre representado tiene características y elementos que originalmente vienen de la masculinidad tradicional, pero también de la femineidad tradicional: existen papeles de género superpuestos. Sin embargo, el MH holandés tiene aún más masculinidad moderna que el MH español.

Como se ha dicho antes, la noción de emancipación en este estudio quiere decir que no existen papeles tradicionales exclusivamente para el hombre o la mujer; sino que existe una combinación de papeles. Los resultados del estudio nos muestran que los hombres en Holanda y España, en comparación con otros países del mundo, se han emancipado bastante. Los papeles de género tradicionales aún existen, pero también hay muchos elementos de ambos géneros que ahora conviven juntos, que ya no son masculino o femenino pero que puede ser expresados por los dos partes. Sin embargo, el hombre español se emancipa es menos que el hombre holandés, es menos sensitivo, quiere mostrar su independencia financiera y se da más importancia así mismo en cuanto al sexo. El hombre holandés sí es sensitivo, presta tiempo a su cuidado físico y presta más atención a la mujer. Se puede concluir que, en este momento, la emancipación del hombre vive más en Holanda que en España.

La discusión

En las investigaciones del campo ‘Comunicación Intercultural’ y ‘Gender Studies’ es usual tomar responsabilidad para tener una determinada perspectiva. Es decir, ser consciente del sitio donde se encuentra el académico, dónde y cómo realiza sus planteamientos y cómo influye el entorno en sus opiniones y pensamientos. El académico necesita preguntarse “¿qué hace que lo que observo y lo que pretendo sea real?” (Heystek, 60). Me encuentro en la misma posición que Heystek en su investigación. Soy holandesa, que quiere decir que mi país tiene la desigualdad de género más pequeña de los dos países que he investigado. Puede ser que, durante mi investigación, intente inconscientemente confirmar este dato. Además, puede que sienta una cierta forma de superioridad investigando y aclarando los resultados que encontré en la masculinidad representada por el MH español. He intentado ser conciente de mi perspectiva y he intentado ser neutral, transparente y objetiva. Pero, según Heystek, la neutralidad es una ilusión.

Además, el objeto de investigación ha sido el sitio web de Men’s Health, que en proporción no tiene la misma popularidad en los dos países. Aunque es una revista de lifestyle para hombres bastante popular en los dos países, puede ser que no de una imagen representativa de los hombres de un país. Es cierto que, también, es la media que ha creado la sociedad; con lo cual, el MH sí da una imagen buena de la masculinidad. Sin embargo, en el peor de los casos, los sitios web de MH solo representan una subcultura de las culturas investigadas, con lo cual, no se puede hacer declaraciones sobre la emancipación del hombre en un país.

Otro punto de discusión en esta investigación ha sido que no se ha tenido en cuenta las diferencias en lenguaje y su uso. Esto quiere decir, no se ha investigado los sentimientos que pueden imponer una frase o una palabra en una persona. Puede que existan diferencias en la percepción de ciertas palabras o expresiones entre el lenguaje español y holandés. No se ha investigado, por ejemplo, si los holandeses son más directos y en qué manera esto influye su manera de dar forma a la temática de un sitio web. Sin embargo, sería interesante hacer una investigación en el porvenir de las diferencias en el uso de lengua de los dos países y de qué manera esto influye en la temática de las revistas de lifestyle.

La bibliografía

- Adams, R., and D. Safran. *The Masculinities Studies Reader*. Massachusetts: Wiley-Blackwell, 2002. Print.
- Alejandro Carmona, C. “El Poder y la Agresividad”. Artículo de Revista. 2008. Web. 14-02-2015. <http://www.apsique.cl/blog/poder_y_al_agresividad>.
- Beauvoir, S. *The Second Sex*. New York: Vintage Books, 1973. Print.
- Benwell, B. *Masculinities and Men's Life Style Magazines*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003. Print.
- Bradley, M. “Emotions – Differences between Men and Women”. Health Guidance. Web. 12-03-2015. <<http://www.healthguidance.org/entry/13971/1/Emotions--Differences-Between-Men-and-Women.html>>.
- Brannon, L. “Gender Stereotypes: Masculinity and Femininity”. *Gender: Psychological Perspectives*. Chapter 7, 159-185. 2004. Web. 28-03-2015. <http://www.feminish.com/wpcontent/uploads/2012/08/Brannon_ch07.pdf>.
- Buss, D.M. “Sex differences in human mate preferences: Evolutionary Hypotheses tested in 37 Cultures”. *Behavioral and Brain sciences*. Vol. 12. USA: 1989. 1-49. Print.
- Butler, J. “Sex and Gender in Simone de Beauvoir's Second Sex”. *Simone de Beauvoir: Witness to a Century*. No. 72. Yale University press, 1986. 35-49. Print.
- Boys to Men Conference Report. Media Messages about Masculinity*. Children Now. 1999. Trailer. Web. 13-01-2015. <http://www.childrennow.org/uploads/documents/boys_to_men_1999.pdf>.
- Connell, R.W. *Masculinities*. Second Edition. Los Angeles: University of California Press, 2005. Print.
- Connell, R.W. “The Role of Men and Boys in achieving Gender Equality”. Brasil: 2003. Web. 14-01-2015. <<http://www.un.org/womenwatch/daw/egm/men-boys2003/Connell-bp.pdf>>.
- Connell, R.W., and J.W. Messerschmidt. “Hegemonic Masculinity: rethinking the Concept”. *Gender Society*. Vol. 19. 2005. 829-859. Print.
- Davis, J. A. “Status Symbols and the Measurement of Status Perception”. *Sociometry*. Vol. 19, No. 3. 1956. 154-165. Print.
- Dolstra, N. “De Relatie tussen Genderrollen, Sociale Cognities en Onveilig Seksueel Gedrag”. Masterthesis Psychologie. Universiteit Twente: 2006. Print.
- Ehrlich, S., M. Meyerhoff and J. Holmes. *The Handbook of Language, Gender and Sexuality*. 2nd Edition. West-Sussex: Wiley, 2014. Print.

- Fiero, G.K. "The Catholic Reformation and the Baroque Style". *The Humanistic Tradition*. 6th edition. Chapter 20. 2011. 505-526. Print.
- Heystek, C.H.M.. "I like You So much Better when You're Naked". Masterthesis Interculturele Communicatie. Universiteit Utrecht: 2014. Print.
- Hofstede, G., en G.J. Hofstede. *Allemaal Andersdenkenden; Omgaan met Cultuurverschillen*. Amsterdam: Uitgeverij Contact, 2005. Print.
- Hofstede, G. *Masculinity and Femininity. The Taboo Dimension of National Cultures*. USA: Sage publications, 1998. Print.
- Kareithi, P. J. "Hegemonic masculinity in media contents". Web. 13-01-2015. <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/gamag_research_agenda_kareithi.pdf>.
- Katz, J. "Men, Masculinities and Media: some Introductory Notes". Research report, Wellesley Centers for Women. Vol. 2, No. 2. 1999. Print.
- Knowles, J. "A History of Birth Control Methods". *Planned Parenthood Federation of America*. New York: Katherine Dexter McCormick Library, 2012. Print.
- Koot, R. "Postfeministische Mannelijkheid". Masterthesis Media en Journalistiek. Erasmus Universiteit Amsterdam: 2013. Print.
- Men's Health Nederland*. <www.menshealth.nl>. Web. 15-01-2015
- Men's Health España*. <www.menshealth.es>. Web. 15-01-2015.
- Lutz, C. A.. "Engendered Emotion: Gender, Power, and the Rhetoric of Emotional Control in American Discourse". *The emotions. Social, Cultural and Biological dimensions*. Eds. Rom Harré and W. Gerrod Parrott. Great Britain: Sage publications, 1996. 151-170. Print.
- Meza Opazo, R. "Latino Youth and Machismo: working towards a more complex Understanding of Marginalized Masculinities". *Theses and dissertations*. Ryerson University, 2008. Paper 108. Print.
- Milestone, K., and A. Meyer. *Gender and Copular Culture*. UK: Polity Press, 2012. Print.
- Nyanzi, S. "Male Promiscuity: The Negotiation of Masculinities by Motorbike Taxi-riders in Masaka, Uganda". *Men and Masculinities*. Vol. 12, No. 73. 2009. Print.
- Palme, O. "The Emancipation of Man". *Journal of Social Issues*. Stockholm: 1972. Vol. 28, No. 2. Web. 28-01-2015. <http://www.readcube.com/articles/10.1111%2Fj.15404560.1972.tb00027.x?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1%3E.%2013-01-2015>.
- Pastor, G., C. Mageland and S. Findley. "History of Human Sexuality in Western Culture". Web. 26-03-2015. <<http://historyofsexuality.umwblogs.org/>>.

- Peña-Talamantes, A. E. "Defining Machismo, no es siempre lo mismo: Latino Sexual Minorities, Machoflexible identities in higher education". *Culture, societies & Masculinities*. The men's studies press, 2013. Vol. 5, No. 2. 166-178. Print.
- Pérez-Samaniego, V., y C. Santamaría-García. "Educación, Curriculum y Masculinidad en España". Universidad de Alcalá, España. Web. 18-03-2015. <http://www.berdingune.euskadi.eus/contenidos/informacion/material/es_gizonduz/adjuntos/Educaci%C3%B3n,%20curr%C3%ADculum%20y%20masculinidad%20en%20Espa%C3%B1a.pdf>.
- Rodale Inc. "About the Brand". Web. 15-01-2015. <<http://www.rodaleinc.com/brand/mens-health>>.
- Ross Russell, R. "Gender and Jewelry: A Feminist Analysis". Honors thesis for the Department of Women's Studies. Tufts University, 2010. Print.
- Scott, J. W. "Gender: A Useful Category of Historical Analysis". *The American Historical Review*. Vol. 91, No. 5. 1986. 1053-1075. Print.
- Silvana de Rosa, A., y A. Holman. "Social Representations of Female Beauty and Aesthetic Surgery: a Cross-cultural Analysis". *Temas em Psicologia*. Vol. 19, No. 1. 2011. 75-98. Print.
- Simpson, M. "Meet the metrosexual". 2002. Web. 13-01-2015. <<http://www.salon.com/2002/07/22/metrosexual/>>.
- Stets, J.E., and P.J. Burke. "Femininity/Masculinity". Department of Sociology. Washington State University. *Encyclopedia of Sociology, Revised Edition*. Eds. Edgar F. Borgatta and Rhonda J. V. Montgomery. New York: Macmillan. 997-1005. Print.
- Szreter, S., and K. Fisher. *Sex before the Sexual Revolution*. New York: Cambridge University Press, 2010. Print.
- Trujillo Ruiz, R. "El Nivel de Relación Grupal: El Estatus y los Roles. Conceptos". Web. 21-03-2015. <<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/rrhh/nivrelgrup.htm>>.
- Tuncay, L. "Conceptualizations of Masculinity among a 'New' Breed of Male Consumers". Chicago, Loyola University. Web. 13-01-2015. <http://w.acrwebsite.org/volumes/gmcb_v08/CP%20paper%2026%20Linda%20Tuncay.pdf>.
- Vázquez, C. "¿En qué se diferencian hombres y mujeres? Roles y estereotipos sexuales". Capítulo 25. Web. 13-01-2015. <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/psisalud/carmelo/PUBLICACIONES_pdf/1994-Hombres%20y%20mujeres-Estereotipos.pdf>.
- West, C., and D.H. Zimmerman. "Doing Gender". *Gender and society*. Vol. 1, No. 2. 1987. 125-151. Print.

Wouters, C. "Balancing Sex and Love since the 1960s Sexual Revolution". *Theory, Culture & Society* 15. 1998. 187-214. Print.

Zorea, A. *Birth Control. Health and Medical Issues Today*. U.S.A.: ABC-CLIO, 2012. Print.

Apéndice I: El análisis de los temas, partiendo de la masculinidad tradicional y la masculinidad moderna

Temas Fitness Holanda	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Pull-up of chin-up?</i>	✓		
<i>Geen gym, wel trainen</i>	✓		
<i>Voorkom hardloopleblessures</i>		✓	
<i>Heb jij een coverlichaam? Doe de test</i>		✓	
<i>Workout voor een V-vorm</i>		✓	
<i>Ben jij fit? Doe de zelftest</i>	✓		
<i>15 minuten vet verbranden</i>		✓	
<i>Staan spieren gelijk aan kracht?</i>	✓		
<i>4 spiermythen ontmaskerd</i>	✓		
<i>Minder tijd, meer vet kwijt</i>		✓	
<i>Ken jij dit fitnesspeeltje al?</i>	✓		
<i>Krachttraining op lichaamsgewicht</i>	✓		
<i>Maak van de stad je sportschool</i>	✓		
<i>5 basisregels voor extra kilo's spieren</i>	✓		
<i>Push-up als een navy seal</i>	✓		
<i>5 oefeningen voor een V-vorm</i>		✓	
<i>100 push-ups in 6 weken</i>	✓		
<i>Zijn jouw schoenen aan vervanging toe?</i>		✓	
<i>Bouw spieren in 15 minuten</i>	✓		
<i>650 spieren, één dumbbell</i>	✓		

Temas Fitness España	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Las mejores pistas para disfrutar de la nieve</i>	✓		
<i>¿Quieres unos glúteos de piedra? ¡Haz este entrenamiento!</i>		✓	
<i>¡Así es el mejor saltador de trampolín de España!</i>	✓		
<i>Esto es lo que necesitas para montarte tu propio gimnasio</i>	✓		
<i>El secreto mejor guardado de la NFL</i>			✓
<i>Aplicaciones vs entrenadores: ¿Qué es más necesario?</i>	✓		
<i>El equipo Imparables, ganador en la snow Epic 2015</i>	✓		
<i>Este video es lo más increíble que vas a ver hoy</i>			✓
<i>¡Ponte fuerte sin pisar el gym!</i>	✓		

<i>La mejor hora del día para entrenar</i>	✓		
<i>Gana tiempo en el gimnasio</i>	✓		
<i>Mejora tu curl de bíceps</i>		✓	
<i>8 deportes 'quemagrasas'</i>		✓	
<i>¡Gana músculo como nunca!</i>	✓		
<i>Un sixpack a toda máquina</i>		✓	
<i>El día sixpack</i>		✓	
<i>Descubre el TRX</i>	✓		
<i>Los errores que te alejan del sixpack</i>		✓	
<i>8 alimentos para ganar músculo</i>	✓		
<i>Exprime al máximo tu pulsómetro</i>			✓

Temas Sexo Holanda	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>5 sexuele missies</i>	✓		
<i>Workout standjes</i>	✓		
<i>Dit zijn haar hotspots</i>		✓	
<i>Leer haar sexregels</i>		✓	
<i>Wat jij tegen haar zou moeten zeggen</i>		✓	
<i>Nooit meer te vroeg klaarkomen</i>		✓	
<i>Laat je mannelijkheid groeien</i>	✓		
<i>Zo krijg jij haar zéker in bed</i>	✓		
<i>10 sexposities die je moet kennen</i>	✓		
<i>Je mist je ex? Zo win je haar terug</i>		✓	
<i>Wist jij dit over haar G-spot?</i>		✓	
<i>Waarom jij een billenman bent</i>	✓		
<i>De reden dat ze wéér geen zin heeft</i>		✓	
<i>Zo maak je haar héél erg blij</i>		✓	
<i>Tarzan is je beste vriend</i>		✓	
<i>Pas op voor dietende vrouwen</i>		✓	
<i>10 tips voor meer sex</i>	✓		
<i>Donkere kant van porno</i>		✓	
<i>Balans in bed</i>		✓	
<i>Gezonde redenen voor nog meer sex</i>		✓	

Temas sexo España	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Los movimientos que la volverán loca</i>		✓	
<i>Mejora la calidad de tu semen</i>	✓		
<i>Tu lado más seductor</i>	✓		
<i>Ej juego que pervierte su imaginación</i>		✓	
<i>5 mitos sobre el pene que no deberías</i>	✓		

<i>creer</i>			
<i>El mejor orgasmo</i>	✓		
<i>Despierta su lado salvaje</i>		✓	
<i>Porno: verdades y mentiras</i>		✓	
<i>Sedúcela... Sin decir nada</i>	✓		
<i>Sexo al aire libre</i>	✓		
<i>Esto es por lo que deberías masturbarte a diario</i>	✓		
<i>3 técnicas para durar más en la cama</i>		✓	
<i>10 canciones para llevártela a la cama</i>	✓		
<i>Cinco juguetes sexuales para ella... y para ti</i>		✓	
<i>Salva tu relación de pareja</i>		✓	
<i>Palabras prohibidas</i>			✓
<i>Seducelas a todas</i>	✓		
<i>La dieta que mejorará tu vida sexual</i>		✓	
<i>Después del gym</i>	✓		
<i>Corta por lo sano</i>			✓

Temas Salud Holanda	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	
<i>Houd je cup onder controle</i>		✓	
<i>Herstel na het weekend</i>		✓	
<i>Zes stappen naar een sixpack</i>		✓	
<i>Voedingtips voor een ijzersterk skelet</i>	✓		
<i>Zo ontloop je een verkoudheid</i>		✓	
<i>De waarheid over: fatburners</i>		✓	
<i>5 kilo in vier weken</i>		✓	
<i>Rugklachten? Kom in actie</i>		✓	
<i>De waarheid over energie</i>	✓		
<i>Hoe stress je dik maakt</i>		✓	
<i>Nadelig effect van multivitaminenpillen</i>		✓	
<i>Wat stress met je lichaam doet</i>		✓	
<i>Weeg 0,5 kilo minder deze week</i>		✓	
<i>Weinig kracht is gevaarlijk</i>	✓		
<i>4 foute gewoonten waardoor je niet afvalt</i>		✓	
<i>Waarom zitten het nieuwe roken is</i>		✓	
<i>Waarom yoga goed is voor je hart</i>		✓	
<i>29 manieren om je hart te redden</i>		✓	
<i>Hierom is stoppen met roken zo moeilijk</i>			✓
<i>Geen zin in ontbijt? Nou, vooruit!</i>			✓

Temas salud España	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>El poder de un sonrisa</i>			✓
<i>Despídete de la resaca</i>		✓	
<i>5 hábitos saludables para reforzar tu corazón</i>		✓	
<i>Medicina casera</i>			✓
<i>4 conductas que amenazan tu salud</i>		✓	
<i>Tu salud en manos del doctor Google</i>			✓
<i>¿Está todo en orden ahí abajo?</i>		✓	
<i>Paterning, un nuevo deporte muy familiar</i>		✓	
<i>4 alternativas saludables al azúcar</i>		✓	
<i>Mentiras al descubierto</i>			✓
<i>Respira tranquilo</i>		✓	
<i>Entrenamiento para oficinistas</i>	✓		
<i>¿Debería operarme la vista?</i>			✓
<i>Tu compañero ideal</i>		✓	
<i>Aprender... jugando</i>	✓		
<i>¿Llegarás a los 100?</i>		✓	
<i>7 estrategias para combatir la calvicie</i>		✓	
<i>Acaba con el síndrome posvacacional</i>		✓	
<i>Guía para unos pies más saludables</i>		✓	
<i>Pon a prueba tu salud</i>		✓	

Temas nutrición Holanda	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Train je brein met vis</i>	✓		
<i>Jouw favoriete eten, maar dan als krachtvoer</i>	✓		
<i>Recept: tartaar van tonijn met avocado en sesamzaad</i>		✓	
<i>Stiekeme caloriebommen</i>		✓	
<i>Eet je buik strak</i>		✓	
<i>Recept: Kiplasagne van gegrilde kipfilet, courgette en filodeeg</i>		✓	
<i>De 8 snelste recepten met eiwitpoeder</i>		✓	
<i>Je dagelijkse portie eiwitten</i>			✓
<i>Slanker binnen 24 uur</i>		✓	
<i>Eiwitbommen voor kaaskoppen</i>			✓
<i>Stiekeme dikmakers in je koelkast</i>		✓	
<i>Waarom haring zo gezond is</i>			✓
<i>5 voedingtips voor sterke botten</i>	✓		
<i>Hoeveel noten zijn genoeg?</i>			✓
<i>Glutenvrije granen</i>		✓	
<i>10x weerstandboosters</i>		✓	
<i>Eiwitrijk dagmenu</i>		✓	
<i>Fruit voor extra weerstand</i>		✓	
<i>Meer voedingsstoffen, minder geld</i>		✓	
<i>Eet vet, verbrand vet</i>		✓	

Temas nutrición España	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Depura tu organismo</i>		✓	
<i>Sushi a tu medida</i>		✓	
<i>Alimenta tus biceps</i>	✓		
<i>10 alimentos para definir</i>			✓
<i>4 falsos mitos sobre la soja</i>		✓	
<i>Las mayores amenazas para tu dieta</i>		✓	
<i>¿Tienes comilona? Apuesta por lo sano</i>		✓	
<i>Ahorra en navidad</i>		✓	
<i>La bebida más saludable</i>			✓
<i>Navidades equilibradas</i>		✓	
<i>4 ensaladas de invierno</i>		✓	
<i>El almuerzo perfecto</i>			✓
<i>Recetas con un par</i>		✓	
<i>Suplementos: todo lo que necesitas saber</i>			✓
<i>Energía a la taza</i>	✓		
<i>Snacks saludables</i>		✓	
<i>Cocina sano... en el microondas</i>		✓	
<i>¡Al rico zumo!</i>			✓
<i>¿Cuánto pollo es suficiente?</i>		✓	
<i>¿Tienes agallas?</i>		✓	

Temas 'Psyche' Holanda	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Hier ben jij bang voor</i>		✓	
<i>Delete negatieve gevoelens</i>		✓	
<i>Verslaafd aan snelheid</i>	✓		
<i>Extreem trainen voor een sixpack</i>		✓	
<i>Boost je wilskracht</i>		✓	
<i>Wat doet muziek met je?</i>		✓	
<i>Zo wordt je miljonair</i>	✓		
<i>Ontcijfer je schoonmoeder</i>		✓	
<i>15x meer balans tussen werk en privé</i>		✓	
<i>Drie dromen die iets betekenen</i>		✓	
<i>Het belang van zwijgen</i>	✓		
<i>Jouw zwangerschapstest</i>		✓	
<i>Geheim tot succes</i>	✓		
<i>5 tekenen dat jij teveel werkt</i>		✓	
<i>Onvruchtbare verhalen</i>			✓
<i>Dump vet met eerlijk zijn</i>		✓	
<i>14x anti-stress tips</i>		✓	
<i>Geef een stevige handdruk</i>	✓		
<i>Liefde maakt groen</i>		✓	
<i>Voorkom die winterdip</i>		✓	

Temas perder peso España	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Quema 1000 calorías</i>		✓	
<i>Un plan para el core</i>		✓	
<i>Fuego en tus abdominales</i>	✓		
<i>¡Dale forma a tu sixpack!</i>		✓	
<i>Estabiliza tu core</i>		✓	
<i>El efecto 'quemagrasas' del miedo</i>		✓	
<i>Derrite la grasa</i>		✓	
<i>Caprichos bajo control</i>			✓
<i>Combate el hambre</i>		✓	
<i>100 trucos para perder peso</i>		✓	
<i>Pierde peso en tiempo récord</i>		✓	
<i>Manda las calorías a paseo</i>		✓	
<i>¿Sabes lo que bebes?</i>			✓
<i>Quema más grasa</i>		✓	
<i>A quemar calorías</i>		✓	
<i>¿Estoy gordo?</i>		✓	
<i>Nutrientes para una barriga plana</i>		✓	
<i>La hora de perder peso</i>		✓	
<i>Combate la grasa</i>		✓	
<i>Quema calorías por un tubo</i>			✓

Temas estilo Holanda	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Dit zijn dé voetbalschoenen voor het volgend seizoen</i>		✓	
<i>Geen dure crèmes, wel extra knap</i>		✓	
<i>Tips voor witte tanden</i>		✓	
<i>Werk je kater weg</i>		✓	
<i>Dump nú je last minute cadeaustress</i>		✓	
<i>Kale waarheid</i>		✓	
<i>Tips tegen droge lippen</i>		✓	
<i>3x een gladde schaamstreek</i>		✓	
<i>Verzorg jezelf beter</i>		✓	
<i>Kaal worden is geen ramp</i>		✓	
<i>De beste jeans ooit?</i>		✓	
<i>Movember: kies je snor!</i>			✓
<i>Voorkom zweetvlekken</i>		✓	
<i>Wat draag je op je eerste date?</i>		✓	
<i>Buit je uiterlijk uit</i>		✓	
<i>Hoe kies je jouw geur</i>		✓	
<i>Ontdekt: de poort naar de sneakerhemel</i>		✓	
<i>Kijktip: de billen van Alessandra Ambrosio</i>	✓		
<i>Mobiele lichttherapie</i>		✓	
<i>Zien! Designing 007: 50 years of Bond style</i>		✓	

Temas estilo España	Masculinidad tradicional	Masculinidad moderna	Demás
<i>Especial regalos san valentin</i>		✓	
<i>El lugar con más modelos por metro cuadrado</i>	✓		
<i>9 ideas para combatir la ola de frío siberiano con mucho estilo</i>		✓	
<i>El gallo más deportivo se pone azul</i>		✓	
<i>¿Te gusta el denim? Estos looks te volverán loco</i>		✓	
<i>La nueva cara de Calvin Klein jeans</i>		✓	
<i>Estas fiestas... ¡Derrocha estilo!</i>		✓	
<i>Nike lanza las nuevas Air Max 1 Ultra Moire</i>		✓	
<i>Un deportivo con mucho estilo</i>		✓	
<i>¡Replay y MH te llevan al fútbol!</i>		✓	
<i>Calvin Klein Jeans inaugura tienda en Madrid</i>		✓	
<i>Guías de regalos</i>			✓
<i>Estilo al volante</i>		✓	
<i>Los mejores abrigos para este invierno</i>		✓	
<i>Urban Outfitters desembarca en España</i>		✓	
<i>Los relojes de la temporada</i>		✓	
<i>Una muñeca muy nórdica</i>		✓	
<i>Corre más rápido que un felino</i>	✓		
<i>Un reloj listo para el éxito</i>		✓	
<i>La moda más práctica para este otoño</i>		✓	

Apéndice II: La lista de características utilizados para el análisis

Fuentes	Características de los papeles de género tradicionales del hombre	Características de los papeles de género tradicionales de la mujer	Fuentes
K. Milestone y A. Meyer, 2012.	Heterosexualidad	Papel sacrificante para la familia	N. Dolstra, 2006.
	Fuerza, cuerpo fuerte	Ignorante y pasivo en cuanto al sexo	
	Poder	No promiscuo	
	Independencia financiera	Crear en igualdad de género	K. Milestone y A. Meyer, 2012.
	No muestra emociones	Sensitivo, emocional	
	La mujer es subordinada	Apariencia	
	El hombre divergente es subordinado	Interés en la moda	
	Racionalidad	Comportamiento de consumición	
	Inteligencia	Interés en teatro y arte	
	Agresivo	Sumiso	
	Competitivo	Tranquilo	
N. Dolstra, 2006.	Eficaz	No tiene cuerpo fuerte	L. Brannon, 2004.
	Seguro de si mismo	Debilidad	
	Honor	Dependiente	
	Respeto	Tímido	
	Coraje	Domestico	J.E. Stats y P.J. Burke, 2000.
	Dignidad	Cooperativo	
	Responsable para la familia	Expresivo	
	Dominante	Pasivo	
L. Brannon, 2004.	Actitudes sexuales insensibles hacia mujeres		
	Violente		
	Éxito y estatus		
	El peligro es excitante		
L. Tuncay, 2006	Vigor		
	Aventura y viajar		
R. Koot, 2013.	Deporte y Outdoors		
	Fuerza mental		
	Directivo		
	Autónomo		
	Saber tecnológico		
	Solidaridad en grupo		
	No influido por el feminismo		