



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLAN**

A LA BUSQUEDA DE UN MODELO ALTERNATIVO,
ANALISIS COMUNICATIVO DE LOS MODELOS DE
GENERO EN EL PROGRAMA "SEX AND THE CITY".

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACION**

P R E S E N T A :

MARIA TERESA ALCALA TREJO

ASESOR: MARIO ALBERTO REVILLA BASALTE



ACATLAN, EDO. DE MEX.

M. 342757



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Abel Tejeda Urbán Teresa

FECHA: 07 - Abril - 2005

FIRMA: 

Agradecimientos

A Dios:

Por darme la oportunidad de disfrutar del maravilloso experimento llamado vivir y mandarme a este mundo siendo mujer, ya que se aprenden a valorar mucho más las cosas y se tiene una casta inigualable.

A mi madre:

Por haber sido el perfecto conducto para que yo esté aquí, por sus cuidados, por su paciencia, por ser mi mejor amiga, por ser mi confidente, por siempre tener tiempo para escuchar mis cosas no importándole que se trate de tonterías, por todo el amor que me ha dado, por brindarme su apoyo para poder estar a donde estoy académicamente y sobre todo por haberme enseñado a ser una gran mujer como ella.

A mi padre:

Por haberme enseñado a ser fuerte y capaz de lograr todo lo que me proponga y por haberme dado la enseñanza más grande que me ha dado la vida: "saber perdonar a tiempo".

Que después de luchar contra el cáncer durante cinco años y salir victorioso, fue arrebatado de mi lado por un infarto. Gracias papá por todo tu apoyo, tu cariño y tus grandes enseñanzas de vida que nunca olvidaré.

Algún día nos volveremos a encontrar y quiero que estés más orgulloso de mí que cuando naciste a tu nueva vida.

A Pedro:

Por todo tu apoyo, por tus consejos, por todo tu amor, por los momentos tan especiales que me has regalado, por marcar mi vida de una manera tan maravillosa con tu presencia, por compartir tus sueños conmigo, por hacerme parte de ti y en especial por haberme enseñado el verdadero significado de la palabra AMOR. ¡SENY SEVIYORUM MAQUETCH!

A mi hermano:

Por ser el mejor cómplice, amigo, compañero y defensor de mi infancia y por convertirme en tía de un hermoso angelito, gracias HERMANO SOL.

A mis amigos:

Por apoyarme en todo momento y no sólo me refiero a los de la Universidad, me refiero a todas aquellas personas que siempre han tenido una palabra de aliento para hacerme seguir adelante, a todas aquellas personas que en su paso por mi vida me han dejado marcada con enseñanzas que me han servido para ser una mejor persona.

Muy en especial a toda la FEFA por haber pasado a mi lado los momentos más dichosos de mi vida, así como también los más difíciles, gracias.

A los maestros de toda mi trayectoria académica:

Por haber contribuido a llegar a este momento tan importante en mi vida. En especial a Mario Alberto Revilla Basurto, asesor y cómplice del presente trabajo. Gracias Mario por soportar mis crisis existenciales y tener siempre las palabras adecuadas para hacerme ver que las cosas no son tan difíciles como a veces pienso.

TALLER DE COMUNICACION SOBRE LAS REPRESENTACIONES DE GENERO Y ESTILOS DE VIDA

A lo largo del último año hemos trabajado en un taller con una veintena de alumn@s de la carrera de Comunicación que confiaron en la propuesta que les hice y aceptaron con entusiasmo el compromiso. El presente trabajo es resultado de esta experiencia, tomé los elementos que en el taller pusimos a su disposición, los adapté a las necesidades específicas que exigía el relato analizado y a la vez, nos aportó datos y, sobre todo, reflexiones.

Pocas veces encontramos en Teoría de la Comunicación la oportunidad de trabajar sobre un objeto de estudio que reúna características tan especiales como el que ha dado pie al Taller de Comunicación sobre las Representaciones de Género y Estilos de Vida (TCRGEV). Trabajar sobre la mediación entre Representaciones y Prácticas sociales exige tener a la vista un caso en el que se puedan observar los cambios ocurridos en alguna de las instancias observadas para confrontarlas con la otra instancia, ésto es: deben poder apreciarse cambios en las prácticas o en las representaciones.

Por tal razón, las investigaciones en esta línea suelen dedicarse a temas de lo que algunos autores llaman de "ciclo corto" en la historia: cambios de régimen, crisis políticas, etc., donde se pueden distinguir cambios que podemos ubicar en la esfera de las prácticas. Sin embargo, los asuntos de índole cultural, los que tienen que ver más bien, con la transformación de las Representaciones Sociales, son mucho más difíciles de ubicar: su evolución se dilata en el tiempo, pueden abarcar varias generaciones o varias décadas, antes de que pueda apreciarse un cambio concreto en las Representaciones, independientemente de la velocidad y profundidad de las modificaciones en las prácticas ligadas a tales representaciones.

Si algún aspecto de la vida social manifiesta cambios, que se hacen evidentes en la última década, pero que vienen gestándose de mucho tiempo atrás, (merced al concurso de varios aspectos, como los cambios en la organización social -aspectos del empleo, por ejemplo-; la lucha de grupos para concientizar sobre las condiciones de desigualdad y discriminación que viven mujeres y grupos con preferencias sexuales diversas y por el reconocimiento de sus derechos; así como un impresionante universo de estudios con perspectiva de género, que mucho han influido en la comprensión de estos aspectos,) es el que se refiere a los roles y comportamientos de género y/o estilos de vida.

Por esta razón el TCRG, cuyo interés fundamental es evaluar la participación de la comunicación frente al cambio social, toma este tema: porque frente a las transformaciones que nuestra sociedad vive y que se pueden comparar ya con las prácticas asociadas a los roles de género de hace algunas décadas, se pueden confrontar, por otro lado, con los modelos representacionales a que alude y explota la comunicación a través de sus relatos. Las representaciones sobre los roles de género, como tema, cumple con la exigencia central para evaluar hasta dónde la comunicación está comprometida con el impulso o la contención de las transformaciones sociales. Y por tanto, hasta dónde y de qué manera contribuye en la dinámica cohesionadora de la propia sociedad: la acción comunicativa interviene a fortalecer la identidad, la cohesión y la organización sociales en tanto que da cuenta de la situación social y de sus modificaciones, porque los encuadra y dota de sentido. Por el contrario, cuando la comunicación no da cuenta de los cambios, provoca incertidumbre al dejar de aportar elementos para la comprensión de la dinámica social y contribuye, por decirlo así, al

desorden o a la pérdida de cohesión, pues produce un sín-sentido al provocar un distanciamiento entre la realidad vivida y la realidad comunicada.

Dentro de todas las posibilidades de abordar el estudio de las mediaciones entre la comunicación y las relaciones sociales, en el TCRG hemos escogido el análisis de las Mediaciones Cognitivas o Representaciones sobre género. Nos interesa examinar cómo se Representa o se media cognitivamente a los estilos de ser mujer, de ser hombre, de ser gay, de ser lesbiana, etc. en los relatos del sistema de comunicación. Analizar el ideario o conjunto de ideas, valores, acciones con los cuales se configuran los modelos de género y estilos de vida -que eventualmente afectarán o han sido promovidos por los comportamientos sociales-, en los relatos de la comunicación institucionalizada: cuáles posibilidades son excluidas, cuáles son incluidas y con qué características.

Es importante aclarar que el TCRG no hace estudios de género en sentido estricto; sin embargo, es muy probable que desde nuestro análisis de mediación cognitiva se pueda hacer alguna aportación a los estudios y reflexiones con perspectiva de género, específicamente en lo relativo a la dinámica de enculturización en que intervienen los relatos de los medios de comunicación o dicho de otro modo, sobre las innovaciones que introducen (o excluyen) los relatos de los medios respecto al imaginario social de género: qué tanto o cómo se reflejan (o se escamotean) en los relatos de la comunicación pública las transformaciones en la participación de la mujer, en la actitud de los hombres respecto a su relación con la mujer y con los infantes, en la asunción y exposición de los gays y lesbianas, por mencionar algunos aspectos.

El taller se ha desarrollado en 2 grupos, a lo largo de dos años. Con cada grupo trabajamos en la exposición de los conceptos teóricos que sustentan el proyecto: Teoría de la Mediación, específicamente los procesos de mediación cognitiva, por una parte. Y, por otra parte, se estableció el método de trabajo, a partir de los "Análisis lógicos de roles", con los ajustes requeridos, para que fuera capaz de dar cuenta del examen de cada relato analizado en el Taller, a la vez que nos arrojará datos semejantes o equiparables entre los estudios particulares.

Lejos estamos de haber cumplido nuestros objetivos en el Taller, excepto en que el esfuerzo de ell@s se traduzca en un trabajo de titulación. Y gracias al desarrollo de esos trabajos, es que se pudo someter a prueba los conceptos, método y técnica, así como ajustar las líneas generales para seguir con mayor precisión nuestra observación, desde luego, siempre con el valiosísimo e inevitable concurso de l@s alumn@s. Reconocemos a l@s profesor@s sinodales de estos trabajos sus comentarios, críticas y consentimientos.

Es importante declarar el agradecimiento profundo del TCRG a los apoyos otorgados por el Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva, la Mtra. Raquel Abrego, Jefa del Programa, la Mtra. Lucía Acosta, Jefa de la Sección de Teoría, la profa. Ariadna Uribe, responsable de la Secretaría Técnica y por el Programa de Posgrado, que nos ha acogido en sus instalaciones, al Dr. Guillermo Rivera, coordinador y la Lic. Evelia Almanza, en la Secretaría Técnica.

*Diciembre del 2004,
Mtro. Mario A. Revilla Basurto*

INDICE

Índice.....	1
Introducción.....	4
1 Orden para aprender y reproducir la realidad.....	6
1.1 Realidad: Hacer o parecer.....	6
1.2 Representar el orden de la realidad.....	7
1.3 Representaciones sociales: Significantes de una realidad en común.....	8
1.4 Mediación: Orden entre ambos planos de la realidad.....	11
1.5 Medios Mediando.....	15
1.6 Producción y reproducción: vigencia o caducidad de las Representaciones sociales.....	17
2 Haceres y pareceres de los géneros.....	21
2.1 Sexo: Base para construir el género.....	22
2.2 Aprendemos a ser mujeres y a ser hombres.....	23
2.3 Cómo se debe ser mujer.....	26
2.4 Cómo se debe ser hombre.....	31
2.5 ¿Cómo se debe ser homosexual?.....	36
3 Reconstrucción de modelos de género.....	40
3.1 Relato para análisis: "Sex and the city".....	40
3.2 Pasa de un libro a la pantalla chica.....	40
3.3 Temas tocados en Sex and the city.....	42
3.4 Pasarela en Sex and the city.....	43
3.5 Sinopsis del relato.....	43
3.6 Estrategia de investigación.....	45
3.6.1 Recopilación de la muestra para el análisis.....	45
3.6.2 Técnica de análisis.....	46
3.6.3 Instrumento para análisis de mediación cognitiva.....	47
3.6.4 Registro de datos.....	48
3.6.4.1 Registro de personajes.....	49
3.6.4.2 Registro de acciones.....	50
3.6.4.3 Registro de expresiones.....	50
3.6.4.4 Registro de relaciones.....	51
3.6.4.5 Registro de actitudes.....	52
3.6.5 Separar los personajes.....	53
3.6.6 Establecer categorías.....	54
3.6.7 Sacar frecuencias por personaje.....	54
3.6.8 Sacar frecuencias por género.....	56
3.6.9 Sacar porcentaje por género.....	58
3.6.10 Comparar porcentajes.....	61
3.6.11 Poner nombre y número a los instrumentos.....	62
3.6.12 Lectura del instrumento.....	62

4	Instrumento.....	64
4.1	Acciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos.....	64
4.1.1	Acciones de comunicar de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	67
4.1.2	Acciones de ingesta de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	68
4.1.3	Acciones emotivas de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	69
4.1.4	Acciones recreativas de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	70
4.1.5	Acciones afectivas de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	71
4.1.6	Acciones de transporte de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	72
4.1.7	Acciones de trabajo de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	73
4.1.8	Acciones de coquetear de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	74
4.1.9	Acciones deportivas de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	75
4.2	Actitudes de mujeres, hombres y homosexuales masculinos.....	76
4.2.1	Actitudes de felicidad de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	78
4.2.2	Actitudes de seducción de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	79
4.2.3	Actitudes de enojo de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	80
4.2.4	Actitudes de tranquilidad de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	81
4.3	Expresiones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos.....	82
4.3.1	Expresiones de género femenino de mujeres, hombres y Homosexuales masculinos.....	85
4.3.2	Expresiones de género masculino de mujeres, hombres y Homosexuales masculinos.....	86
4.3.3	Expresiones de sexualidad de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	87
4.3.4	Expresiones de relaciones de pareja de mujeres, hombres y Homosexuales masculinos.....	88
4.3.5	Expresiones civiles de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	89
4.3.6	Expresiones de relaciones de amistad de mujeres, hombres y Homosexuales masculinos.....	90
4.3.7	Expresiones recreativas de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	91

4.3.8	Expresiones de trabajo de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	92
4.3.9	Expresiones de estética de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	93
4.3.10	Expresiones de homosexuales masculinos de mujeres, hombres y Homosexuales masculinos.....	94
4.4	Relaciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos.....	95
4.4.1	Relaciones con mujeres de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	98
4.4.2	Relaciones con hombres de mujeres, hombres y homosexuales Masculinos.....	100
4.4.3	Relaciones con homosexuales masculinos de mujeres, hombres y Homosexuales masculinos.....	102
5	Para entender el sexo en la ciudad.....	104
5.1	Mujeres que mueven al mundo.....	104
5.1.1	Actuamos diferente, para terminar sintiendo lo mismo.....	105
5.1.2	Sentimientos o independencia.....	109
5.1.3	Decirlo con la boca y sostenerlo con el corazón.....	111
5.1.4	Entre nosotras podemos despedazarnos, pero jamás nos haremos daño.....	115
5.2	Estandarte de poder.....	117
5.2.1	Precio por el poder.....	118
5.2.2	Fascinantemente seductor.....	119
5.2.3	Equilibrio entre masculinidad y sensibilidad.....	120
5.2.4	Lucha por poder.....	121
5.3	¡No soy raro!... Soy homosexual!.....	122
5.3.1	Sexo contra género.....	123
5.3.2	Identidad extraviada.....	124
5.3.3	Lucha por la aceptación e igualdad social.....	125
5.3.4	¿Homofobia entre homosexuales?.....	126
	Conclusiones.....	128
	Fuentes.....	133

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo identificar si la comunicación que se presenta en el relato *Sex and the city* es de carácter innovador o conservador con base en los modelos de género que presenta.

Para ésto se empleará el Análisis de Mediación Cognitiva, el cual servirá para desglosar el comportamiento de los personajes en aspectos que se puedan analizar para poder dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿La comunicación que se difunde a través de la serie *Sex and the city* es de carácter innovador o conservador

La investigación lleva como nombre: "A la búsqueda de un modelo alternativo. Análisis comunicativo de los modelos de género en el programa "Sex and the city". Se eligió ese nombre porque el objetivo es determinar si la comunicación es innovadora o conservadora, se tomó el título del relato a analizar, el cual incluye la palabra "sex" (sexo en español) que es la base para formar modelos de género y así establecer el comportamiento de hombres y mujeres; y "Análisis comunicativo de modelos de género" porque es lo que se va a realizar para llegar al objetivo.

Para llegar a la finalidad de este estudio será necesario desarrollar en el primer capítulo varios conceptos teóricos clave, que sirvan al lector como guía para poder entender mejor cómo se lleva a cabo la investigación; tales conceptos son: los dos planos que forman la realidad, representaciones, representaciones sociales, modelos mediadores como ordenadores de la realidad, medios masivos de comunicación como instituciones enculturizadoras, comunicación pública, producción y reproducción; conceptos que darán pauta para explicar la comunicación innovadora y conservadora.

En el segundo capítulo se hará notar la diferencia que existe entre sexo y género, que aunque sean palabras que comúnmente se emplean de la misma forma significan cosas diferentes. También se darán a conocer los modelos de género conservadores para el género femenino y masculino, para posteriormente compararlos con los que se presentan en el relato de *Sex and the city*.

El tercer capítulo explicará la técnica utilizada para el análisis, la cual está basada en el Modelo Canónico para el Análisis de Mediación Cognitiva propuesto por Manuel Martín Serrano, el cual da la pauta para averiguar la construcción y reconstrucción de roles sociales, que se traducirán en modelos de género, desglosando las características de comportamiento dadas socialmente a cada género.

De igual manera se dará a conocer cuál es el instrumento para el análisis, los parámetros para formarlo y la manera en la que es utilizado, ya que en él se incluirán las características de los géneros que presenta la serie televisiva Sex and the city.

En el cuarto capítulo se mostrará detalladamente el instrumento que se utiliza para el Análisis de Mediación Cognitiva del relato Sex and the city. El instrumento incluye las principales características de los perfiles de género, las cuales son: acciones, actitudes, expresiones y relaciones de los géneros que aparecen dentro del relato de comunicación pública.

En el último capítulo se compararán los modelos de género conservadores (dados en el capítulo 2) con los que aparecen en la serie (dados en el capítulo 4 mediante el instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva) para determinar si la comunicación que transmite es de tipo innovador o conservador.

Lo anterior dependerá de los modelos de género que muestre el relato, ya que si la serie muestra modelos de género conservadores o tradicionales, se tratará de un tipo de comunicación conservadora y si la serie presenta nuevas formas de ver la realidad, es decir, modelos de tipo innovador se estará hablando de comunicación innovadora.

1. ORDEN PARA APRENDER Y REPRODUCIR LA REALIDAD

En el presente capítulo se abordarán los conceptos más importantes en la presente investigación. Primero se explicará La Teoría de la Mediación que propone Manuel Martín Serrano, cómo funcionan los modelos mediadores, definición de representaciones y función de representaciones sociales, así mismo los conceptos de producción y reproducción, las cuales nos ayudarán a especificar si los modelos de género que integran el producto comunicativo de Sex and the City, el cuál se difunde a través de televisión abierta, son productores o reproductores, para con ello determinar y llegar a la finalidad de la presente investigación: saber si la comunicación que se difunde a través de la serie es de carácter innovador o conservador.

Posteriormente nos centraremos en un tipo de representaciones específicas: las representaciones sociales de género, ya que se estudiarán a través de un análisis de mediación cognitiva. Se dará la definición de género y se expondrán los modelos de género existentes para determinar si los modelos que presenta la serie Sex and the city son modelos de género conservadores o innovadores para finalizar determinando qué tipo de comunicación difunde la serie.

1.1 Realidad: Hacer o parecer

Las Ciencias Sociales han considerado que la realidad está formada por dos planos: el plano material o de los haceres y el de la conciencia o de los pareceres; para ser más claros el plano de los pareceres es aquél en donde entran todas las ideas que tenemos del mundo y el plano de los haceres es aquél en donde empleamos las ideas antes mencionadas para actuar e interactuar dentro de una sociedad, es decir, es el comportamiento.

El plano de los haceres abarca los sucesos en el plano de la realidad material, es decir, todo aquello que los seres sociales experimentan, viven y realizan (comportamiento). Mientras que el plano de los pareceres son las ideas de una persona en común con una comunidad como lo son: los símbolos, los valores y los códigos que sirven para dar sentido a lo que es la realidad y a lo que acontece en ella (ideas).

Existen tres grandes líneas que definen la relación entre el mundo de los haceres y el mundo de los pareceres *"o los pareceres determinan a los haceres, posición que conocemos como determinismo idealista. O los haceres determinan a los pareceres, posición determinista materialista. O ambos planos tienen una relativa autonomía y son capaces de afectarse mutuamente sin que ninguno de los dos planos ostente un papel determinante: posición indeterminista"*. (1)

1 REVILLA Basurto; Mario Alberto. *Comunicación y reproducción. Una reflexión desde el caso Telmex*, Tesis de maestría, CADEC, México, 2001. pp. 8

Tomando en cuenta que el plano material y el de la conciencia son los formadores de la realidad resulta absurdo pensar que alguno de éstos pueda determinar o ser más importante que el otro; así que desde mi punto de vista la línea que va más pegada a integrar y explicar la realidad es la posición indeterminista.

Ya que los pareceres nos llevan a actuar y así caemos en el mundo de los haceres, al igual que en las acciones si no cumplen con nuestras expectativas cambiamos nuestros pareceres para afectar el plano de los haceres, así que los dos son capaces de afectarse mutuamente y de modificar cualquiera de los dos planos que determinan la realidad. Pero la realidad está ordenada a través de representaciones, las cuales son las encargadas de dar un orden entre los dos planos: el de los haceres y el de los pareceres.

1.2 Representar el orden de la realidad

Un concepto clave en esta investigación es el de "representaciones", ya que éstas son creadas y reguladas por el plano de los pareceres o ideas, que como hemos visto anteriormente interviene y modifica el plano de lo haceres (y viceversa) y en su conjunto al concepto de realidad que cada uno nos forjamos mediante representaciones.

Desde que nacemos aprendemos ideas acerca del mundo, las cuales nos son inculcadas desde la familia; estas ideas no son otra cosa que representaciones, éstas son ideas informadas acerca de la realidad –tomo la definición de información como: *"el principio de orden que rige la organización de cualquier sistema"*–.(2) Las representaciones son los modelos que dan orden y nos permiten interpretar las ideas del mundo para darle sentido a la realidad que rige a todos los sujetos comunicantes.

Pero las representaciones nacen a través de la experiencia individual de cada sujeto comunicante y las va ajustando y reinterpretando dependiendo de las condiciones que cada sujeto comunicante vive. Con el fin de adoptar las que le sean más funcionales en su experiencia.

Poniéndolo de una manera sencilla, todos nosotros tenemos ideas acerca del entorno que nos rodea y del mundo en general, las cuales nos dan las pautas necesarias para actuar e interactuar con los demás y con nuestro entorno; todas esas ideas se denominan representaciones, que son las que nos dan el orden para actuar de una manera específica de acuerdo al rol social que desempeñemos. (...) *"el concepto de representación alude a un conjunto de estructuras que permiten organizar las interacciones"*. (3)

2REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Introducción a la teoría de la comunicación*. S y G editores, México, 1997. pp. 19
3idem. pp. 47

1.3 Representaciones sociales: Significantes de una realidad en común

Como se planteó en párrafos anteriores las representaciones son ideas que tenemos acerca del mundo y que nos dan la pauta para interactuar con los demás, pero para que las representaciones tengan un papel ordenador dentro de la sociedad es necesario que éstas sean compartidas por la mayoría de los seres sociales que las adoptan. Por lo tanto *"las representaciones pasan a ser ideas sobre el mundo que ordenan a la sociedad"*. (4)

Para que las representaciones tengan validez social y puedan establecer un orden en la realidad social es necesario que esas ideas del mundo (representaciones) sean compartidas y aceptadas por la mayor parte de la sociedad, ya que de lo contrario no podrían cumplir su principal función que es la de ordenar a la sociedad y dentro de ese orden, las interacciones entre los sujetos sociales.

Las representaciones nos ayudan a comprender como se relacionan los sujetos comunicantes, así mismo como interpretan y valoran a la organización social y todo lo que ocurre en ella y éstas *"surgen de las experiencias colectivas consolidadas del cúmulo de prácticas, conocimientos, valores y fantasías de toda una comunidad"*. (5) Es necesario que los sujetos comulguen con las representaciones que se gestan dentro de una comunidad, ya que gracias a ellas pueden ellos mismos darse un sentido de pertenencia a tal o cual comunidad, dependiendo de las representaciones que lleve consigo.

Pero las representaciones o modelos representacionales *"anteceden a la experiencia: el modelo se ante-pone a la vivencia y pro-pone como la vivencia debe ser o es vivida. Porque los modelos representacionales son adquiridos e interiorizados por los sujetos sociales en un proceso de enculturización, o sea, desde la cuna; por eso cuando llega a las situaciones que irán marcando su experiencia, la representación ya está ahí modelando su percepción y su acción. Las representaciones encuadran y guían la experiencia y las intenciones de los sujetos"*. (6)

Lo cual significa que forzosamente los sujetos comunicantes guiarán sus acciones y su interacción con los demás por medio de representaciones sociales, ya que éstas existen antes que el sujeto, forman parte de su entorno y de su cultura explicando la realidad social en la que se encuentran y de la cual forman parte.

4REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Comunicación y reproducción. Una reflexión desde el caso Telmex*. Tesis de maestría, CADEC, México, 2001, pp. 7

5Ídem, pp. 10

6Ídem, pp. 11

Si entendemos que las representaciones son ideas formadas acerca del mundo y que para lograr el calificativo de sociales deben de ser aceptadas por la mayoría de los sujetos comunicantes de una comunidad, debemos de tomar en cuenta que otro factor que influye en que sean representaciones sociales es que *"deben ser ideas que estructuran simbólicamente aspectos de la realidad social"* (7) existente.

Josefko Berian en su obra *"Representaciones colectivas y proyecto de modernidad"* nos explica que el concepto de representaciones colectivas aparece por primera vez en el año de 1898 y que la primera representación colectiva fue la religión, ya que ésta era la encargada de dar respuestas a todas las preguntas formuladas por la comunidad acerca de la realidad, ya que *"...la religión es la primera forma de comprensión del mundo"*. (8)

Las representaciones colectivas *"conforman el sistema cultural de una sociedad o su estructura simbólica en torno a la cual una sociedad organiza su producción del sentido, su identidad, su nosotros y su nomos"*. (9) Así, las representaciones colectivas son las encargadas de dar orden y funcionalidad a la sociedad, ya que gracias a ellas los sujetos comunicantes significan la realidad de manera simbólica y se identifican con ésta para poder establecerse como sociedad.

Esto debido a que *"ninguna sociedad existe sin definir unos límites simbólicos que configuran la experiencia y comprensión del mundo..., tampoco existe sociedad que no defina los límites normativos entre el bien y el mal, ni existe sociedad que no disponga de respuestas reales-rationales o imaginarias-ideológicas a la pregunta sobre la muerte, el amor o la tragedia; ni tampoco existe sociedad que no despliegue una serie de categorías cognitivas... que hagan posible el representar decir sociales"*. (10)

Las representaciones colectivas deben de poseer ciertas características, que son: "normatividad legítima" que se divide en "el deber" y "el bien", la segunda es "la externalidad" y por último "la intersubjetividad".

La normatividad legítima regula y restringe mediante el deber y el bien; el deber es la moral, es la que nos dice lo que debemos hacer bajo un enfoque moral. Y el bien es lo que está moralmente bien visto, es lo que debemos hacer. Cabe mencionar que esto dependerá de la cultura que tenga cada sociedad, ya que la cultura de un grupo humano es como su huella dactilar: no hay dos grupos humanos con la misma cultura.

7REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Comunicación y reproducción. Una reflexión desde el caso Telmex*. Tesis de maestría. CADEC, México, 2001, pp. 7

8BERIAN Josefko. *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*, Anthropos, Barcelona España, 1990, pp. 34

9idem, pp. 27

10idem

La externalidad se refiere a que las representaciones son externas a los individuos y éstas existen y son independientes de las manifestaciones individuales.

La intersubjetividad se refiere a que las representaciones colectivas conforman los conocimientos de una sociedad formando así la memoria colectiva en la que se encuentran las definiciones de la normatividad social.

La moralidad es el primer elemento regulador de la sociedad, ya que ésta determina lo que está bien o mal o en palabras de Berian lo sagrado y lo profano, lo que se puede o no hacer y ser bien o mal visto por la sociedad; la moralidad es una especie de *"pagamento normativo, con el cual la comunidad es mantenida integrada"*. (11)

Así, las representaciones colectivas sirven a la sociedad para establecer límites entre lo que es bueno o malo para la sociedad, como bueno se toma todo aquello que le sirva a la sociedad para funcionar adecuadamente y le traiga beneficios; creándose así una serie de valores aceptados; y se toma como malo todo aquello que traiga disfuncionalidad a la sociedad y no aporte beneficios a la misma. Entonces las representaciones colectivas regulan el orden social imponiendo patrones para percibir la realidad.

Las representaciones colectivas son necesarias para que los individuos formen parte de una sociedad, puesto que si no integran las representaciones colectivas y las adoptan como suyas no será posible la cohesión social, ya que *"los individuos se autoperceben como miembros de su sociedad porque participan en el conjunto de sus significaciones sociales imaginarias y comparten el deseo de re-hacer periódicamente dicha sociedad como institución social"*. (12)

Los individuos de una sociedad deben participar de las representaciones colectivas, ya que si no comulgan con ellas no están compartiendo la idea del mundo de la sociedad y por lo tanto no pueden permanecer a ésta; *"los individuos no pertenecen a la sociedad porque no participan en sus representaciones colectivas o universos simbólicos que traducen significaciones sociales"*. (13)

Para que la sociedad sea capaz de adquirir conciencia de sí, y mantener el sentimiento que tiene de sí misma, es preciso que se reúna y se concentre, es decir, es necesario que las representaciones para que sean sociales y den imágenes de la realidad sean compartidas por la mayoría de la comunidad, ya que si la mayoría no comulga con las representaciones éstas no serán colectivas y por lo tanto no serán válidas.

11BERIAN Josetxo. *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*. Anthropos, Barcelona España, 1990, pp. 29

12idem, pp. 32

13idem, pp. 30

Pero las representaciones necesitan ser transmitidas y conservadas, es por eso que deben ser institucionalizadas, para que las instituciones enculturadoras que las manejan las transmitan. Las instituciones enculturadoras por excelencia son: la religión, la familia, la escuela y los medios de comunicación masiva.

El proceso de enculturación consiste en que las instituciones transmitan a los miembros de la sociedad la visión del mundo que resulte más conveniente para la cohesión social. Éste comienza desde la familia que es la primera institución enculturadora con la que tenemos contacto, ya que desde que nacen los sujetos comunicantes interiorizan modelos de representación aprendidos de las conductas de padres y hermanos, para después complementarlas con las demás instituciones sociales y saber cómo deben de interactuar con otros sujetos y con su entorno.

La interacción con otros sujetos e instituciones sociales hacen que las representaciones adquiridas tengan un sentido individual, ya que dependiendo de las experiencias individuales el sujeto adoptará cierta interpretación de la realidad y ciertas formas de interactuar con los demás.

Pero la sociedad no es un sistema cerrado y por lo tanto está abierto y propenso a diversos cambios, de este modo las representaciones no pueden ser siempre las mismas y deben de ir cambiando conforme vaya cambiando la sociedad; porque si no cambian existirá una confusión entre el modelo de realidad y la realidad misma.

Si las representaciones pierden validez ante la sociedad por los cambios que ocurren dentro de ella se generan desórdenes sociales y desorganización, ya que las representaciones son modelos de orden y si éste se pierde puede desintegrarse el conjunto social.

Para que lo anterior no suceda la sociedad debe mantener el equilibrio entre las ideas y las acciones, es decir, entre los haceres y los pareceres; para ello crean mediadores entre las representaciones existentes y los sujetos sociales.

1.4 Mediación: Orden entre ambos planos de la realidad

La sociedad para mantener un equilibrio entre la realidad material (haceres) y la realidad simbólica (pareceres) desarrollan y emplean *"sistemas de regulación institucionalizados para reducir la disonancia"*.⁽¹⁴⁾ —tomo disonancia de la definición de Festinger *"un estado de incomodidad o tensión producido por la concurrencia de dos elementos cognoscitivos, igualmente aceptados por el sujeto, que lleva a los sujetos afectados a realizar algún esfuerzo por establecer la consonancia"*.—⁽¹⁵⁾ A estos sistemas de regulación e integración se les denomina mediadores.

¹⁴MARTÍN Serrano, Manuel. La mediación social. Akal, Madrid, 1978, pp. 49

¹⁵idem

La realidad está compuesta por diversos factores, los cuales carecerían de sentido si no tuvieran forma y orden, así los mediadores surgen de y para la sociedad y sirven para dar forma y orden a los componentes de la realidad para que los sujetos que componen la sociedad le den sentido, la entiendan y sepan como actuar ante ella.

Manuel Martín Serrano define a la mediación de la siguiente manera: *"la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden"*. (16)

Los mediadores al igual que las representaciones son modelos de orden, sólo que las representaciones ordenan las ideas provenientes de la realidad y los mediadores ordenan a las representaciones para que la sociedad dé sentido, entienda y comparta esa realidad representada. *"En la medida que el modelo de orden sea compartido puede ser considerado como la traducción formal del control real que caracteriza a una sociedad"*. (17)

La mediación da orden a las cosas para proporcionar a la sociedad una visión estable del mundo y el mediador establece en la sociedad el significado para interpretar el mundo y la realidad. Así entendemos que mediar es introducir en una sociedad un modelo de relaciones entre los haceres y los pareceres, el cual impone a la sociedad una forma de ser y de actuar.

Martín Serrano compara a los modelos mediadores con los códigos, ya que ambos uniforman la diversidad del acontecer desde un punto de vista socio-cultural y ofrecen los criterios para actuar de una manera determinada dentro de la sociedad.

La mediación relaciona ciertos objetos del medio humano (comportamiento) con ciertos objetivos (idea-les) *"a través de un proceso de interpretación de la realidad que dirige los comportamientos y las acciones, mediando siempre un proceso cognitivo"*. (18)

Existen dos tipos de mediaciones la cognitiva y la estructural; la primera se emplea cuando: *"El conflicto entre el cambio del acontecer y la reproducción de las normas sociales reclama una mediación cognitiva. La mediación cognitiva está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias. Para proporcionarte dicho lugar a lo que en el entorno es nuevo o distinto, en ocasiones será preciso que la mediación cognitiva llegue a transformar esa concepción del mundo"*. (19)

16MARTÍN Serrano, Manuel, *La mediación social*. Akal, Madrid, 1978. pp. 54

17idem. pp. 50

18idem. pp. 80

19MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*. Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 135

Y la segunda se emplea cuando: *"El conflicto entre la apertura del medio al acontecer imprevisto y su cerramiento en una forma comunicativa pide una mediación estructural. La mediación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas que cada medio adopta"*. (20)

La mediación cognitiva se encarga de la interacción acontecer-creer; mientras que la mediación estructural se encarga de equilibrar la interacción y conflictos entre acontecer-prever. Por lo tanto la mediación cognitiva produce mitos al repetir en su código los datos de lo que ocurre en la realidad; y la mediación estructural produce rituales al repetir las formas existentes en su código.

"La mediación cognitiva opera sobre los relatos de los medios de comunicación ofreciendo a las audiencias modelos de representación del mundo. La mediación estructural opera sobre los soportes de los medios ofreciendo a las audiencias modelos de producción de comunicación". (21)

La mediación al igual que las representaciones sociales debe ser aceptada por la sociedad, ya que ésta la ordenará ofreciendo determinadas formas de ver el mundo, las cuales deben ser válidas ante la sociedad, así mismo procurarán mantener vigentes las representaciones que resulten benéficas para la cohesión social. *"Los mediadores hacen circular datos elaborados por algún actor y destinados a un tercero, en este proceso de circulación pueden afectar en diversos grados la imagen de la realidad que re-construyen esos datos, según el orden que les dan enfatizando o diluyendo algún aspecto"*. (22)

Además de ser aceptada por la sociedad, la mediación necesita ser institucionalizada por instituciones políticas, culturales, científicas y profesionales, las cuales a su vez funcionarán como instituciones mediadoras de los procesos sociales, ya que transmitirán el orden de las representaciones y establecerán determinadas formas de ver el mundo. *"Los mediadores realizan tareas específicas y con distintos grados de especialización, para que la comunicación se pueda realizar siempre y cuando la relación entre el productor y el consumidor sea institucionalmente mediada, es decir, cuando la comunicación es una acción social u organizacional"*. (23)

"La Teoría Social de la comunicación tienen su paradigma en la Teoría de la Mediación, su propio objeto en el estudio de la comunicación pública y su material de análisis en los productos comunicativos". (24)

20 MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 135

21idem

22REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Introducción a la teoría de la comunicación*. S y G editores, México, 1997, pp. 32

23idem

24MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 35

Con lo anterior podemos afirmar que un concepto fundamental dentro de la mediación es el de producto comunicativo, el cual Martín Serrano lo define como: *"un objeto fabricado que tiene un valor de uso concreto: poner la información que han elaborado unos sujetos sociales a disposición de otros"*. (25) Ya que éste es el resultado de lo que fabrican los mediadores para compartir ideas de lo que acontece con el resto de la sociedad.

Los productos comunicativos ofrecen a la sociedad datos en los que se encuentran claramente definidos puntos de vista con relación a la realidad social.

El producto comunicativo es de lo que se valen los mediadores para ofrecer una manera determinada de ver el mundo a la sociedad, de ahí que sea tan importante explicar su función dentro de la mediación.

Los productos comunicativos tienen dos dimensiones una objetal y una cognitiva. La dimensión objetal es la que se refiere al proceso por el cual es creado, es decir, las herramientas e instrumentos que se requieren para fabricarlo y mostrarlo, así como también las personas que intervienen en el manejo de esas herramientas e instrumentos para difundirlos. Y la dimensión cognitiva es la que está relacionada con la finalidad para la que se crean los productos comunicativos, en esta dimensión intervienen las representaciones, para que a partir de ellas se seleccione una determinada forma de presentar el acontecer social.

Con lo anterior se puede entender que la mediación cognitiva es la encargada de mediar la dimensión cognitiva del producto comunicativo, mientras que la mediación estructural es la que mediará la dimensión objetal del producto.

Como ya se mencionó existen dos tipos de mediación la cognitiva y la estructural, pero en este caso la mediación que nos interesa en la presente investigación es la cognitiva, ya que ésta *"equivale al sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden"*. (26) Y es la encargada de mediar el relato del acontecer ofreciendo una representación del mundo, es decir, es la que regula la manera de actuar de los sujetos, ya que reproduce las representaciones que para la sociedad son válidas.

La finalidad de la mediación es mantener un equilibrio entre las representaciones sociales y los cambios sociales, para no alterar la visión de la realidad de la sociedad. La mediación cognitiva *"ofrece seguridad por el recurso a la reiteración de datos de referencia familiares en el relato de lo que ocurre"*. (27)

25 MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 48

26 MARTÍN Serrano, Manuel. *La mediación social*. Akal, Madrid, 1978, pp. 49

27 MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 136

De los tipos de mediación existente, la que le ocupa a la presente investigación es la mediación cognitiva, ya que es la encargada de presentar determinados puntos de vista a través de los medios masivos de comunicación, produciendo y reproduciendo las representaciones que la sociedad considera válidas para entender la realidad.

Manuel Martín Serrano propone un diseño de investigación para identificar las representaciones sociales presentes en un relato masivo; a continuación se explica el modelo de Mediación Cognitiva propuesto por Martín Serrano, para analizar un relato mediante la mediación cognitiva.

Dentro de los relatos se incluye a algún sujeto o sujetos que cumplen la función de *personajes*, los cuales son dotados de diversos *atributos* (morales, físicos, sociales, económicos, etc): Cada uno de los personajes desempeñan *roles* sociales y de acuerdo a éstos realizan *actos* basándose en *instrumentos*. Se encuentran en continua *interacción* con otros personajes dentro del relato en función a sus *objetivos*, los cuales pueden ser logrados o no, concluyendo en *logro* o *fracaso*. Su desempeño dentro del relato será juzgado por otros personajes o por él mismo basándose en *normas* generales que van implícitas dentro del relato mismo. (28)

Los términos: personajes, atributos, roles, actos, instrumentos, interacción, objetivos, logro, fracaso y normas son elementos que se deberán identificar en el relato para analizarlos y determinar si se trata de comunicación innovadora o conservadora. Lo anterior se realizará y se detallará en el tercer capítulo.

Para esta investigación también es importante saber cuál es el papel que juegan los medios masivos de comunicación en la mediación social y en la forma en que los individuos reciben e interiorizan representaciones sociales; ya que el análisis de mediación cognitiva que se realiza es de las representaciones sociales de género que aparecen en la serie de Sex and the city y cuya finalidad será darnos a conocer si la comunicación que se difunde a través de ésta es innovadora o conservadora a partir de los modelos de género que presenta.

1.5 Medios mediando

Como hemos visto anteriormente las representaciones son ideas acerca del mundo que establecen un orden, tienen que ser interiorizadas por cada individuo para que sean compartidas con toda la sociedad y se conviertan en representaciones sociales; éstas necesitan un medio por el cual sean transmitidas y difundidas para seguir dando orden a la sociedad. En este sentido los medios de comunicación (instituciones enculturizadoras) sirven para difundir las representaciones sociales y mantener el orden social.

28 MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición. Alianza, México, 1993, pp. 147

La comunicación pública es una actividad enculturizadora que interviene en el proceso de interacción entre los sujetos y su entorno. Los medios masivos de comunicación forman parte de la comunicación pública, la cual tiene como función proveer *"a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) y de lo que en él acontece. Tales narraciones ponen en relación los sucesos que ocurren con los fines y con las creencias en cuya preservación están interesados determinados grupos sociales. Por eso sugieren representaciones del mundo o se vinculan a ellas"*. (29)

Así, la comunicación pública es el conjunto de representaciones sociales que ofrece datos acerca de la realidad y la interpretación que la sociedad requiere para funcionar y evitar la disonancia. Ya que las representaciones sociales, al ofrecer una visión de la realidad a la sociedad tienen la capacidad de afectarla.

La comunicación pública provee de relatos basados en representaciones colectivas a la sociedad, en los que se propone una interpretación de la realidad y ofrece pautas de comportamiento dependiendo del rol social que desempeñe cada individuo.

Con base en las representaciones que contienen los relatos de los medios masivos de comunicación los sujetos van a actuar de determinada manera, ya que toman como base para actuar las representaciones que interiorizaron e hicieron válidas.

Los medios como instituciones enculturizadoras tienen la función de difundir a toda la sociedad las representaciones sociales con las cuales la sociedad establece criterios para regular las interacciones de los sujetos con otros sujetos y con su entorno. Así, los sujetos perciben los relatos que difunden los medios de comunicación y los adoptan para permanecer en la misma frecuencia de la sociedad y con la misma visión de realidad.

Pero la realidad está en constante cambio y de esta manera afecta los relatos difundidos por los medios, ya que éstos mantienen una cierta clasificación de representaciones sociales válidas con las cuales realizan sus productos comunicativos, pero al ya no tener la validez necesaria para mantener la cohesión social es necesario que los medios cambien de representaciones para ofrecer a la sociedad mediante un nuevo relato una idea de la realidad colectiva y válida.

Para mantener un equilibrio entre la realidad social existente y la representada es necesario que vayan cambiando las representaciones sociales que rigen a una sociedad, ya que si llegan a haber confusiones entre la realidad y su representación existirán conflictos sociales que en su extremo puede terminar en una desintegración social.

29 MARTÍN Serrano. Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 36

El melodrama de la serie de *Sex and the city* como relato de comunicación pública difunde representaciones sociales sobre los modelos de roles de género, que pueden ser interiorizados por los individuos de una sociedad a partir de su interpretación y pueden dar una visión de lo que debe ser un hombre y de lo que debe ser una mujer. Esta visión repercutirá, directa o indirectamente, en su comportamiento como sujetos sociales.

Ya que una sociedad debe estar regulada por criterios que permitan interactuar de cierta manera a los sujetos sociales prohibiendo y permitiendo ciertos actos dependiendo de la función social que desempeñen y del género al que pertenezcan.

Las acciones que permiten mantener el equilibrio entre la realidad social y su representación a través de la comunicación pública son: la producción y la reproducción.

1.6 Producción y reproducción vigencia o caducidad de representaciones sociales

“La comunicación pública es una de las actividades colectivas, destinadas a proveer de la información necesaria para la permanencia de la comunidad”. (30) Y se pueden distinguir dos tipos de comunicación: La productiva o innovadora o la reproductiva o conservadora.

“La producción es el conjunto de acciones que los sistemas sociales realizan para subsistir y garantizar la existencia y que implican necesariamente la producción de bienes y la incorporación de innovaciones. La reproducción implica todas las acciones del sistema tendientes a inculcar e interiorizar las formas y los significados de la producción”. (31)

Con lo anterior entendemos que producir es transformar y reproducir es conservar, estas definiciones las equipararemos con las de conservador o innovador, ya que conservar es mantener las representaciones sociales existentes e innovar es introducir nuevas representaciones que reflejan la realidad social de acuerdo a los cambios que va sufriendo.

Las representaciones “son fundamentales para lograr el entendimiento y la comprensión, pues a partir de éstas se interpreta la realidad, es decir, preexisten a los datos que aporta una expresión y actualiza esos mismos datos. Por supuesto que los datos pueden ir generando cambios o ajustes en las representaciones”. (32)

30 MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 36

31 REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Comunicación y reproducción*. Una reflexión desde el caso Telmex, Tesis de maestría, CADEC, México, 2001, pp. 15-16

32 REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Introducción a la teoría de la comunicación*. S y G editores, México, 1997, pp. 47

"Los procesos de producción y reproducción social se entrelazan con la vigencia o caducidad de los modelos representacionales". (33) Ya que si los modelos representacionales de la realidad social se consideran válidos no habrá necesidad de modificarlos, pero si ya no son válidos por la sociedad se tendrán que introducir nuevas representaciones que reflejen la realidad social y sean aceptadas. "Las posiciones en la organización social con sus aspiraciones, intereses y expectativas inciden decisivamente en la evaluación de la vigencia y perentoriedad de los modelos representacionales, es decir, en la evaluación de hasta donde esos modelos representa o no adecuadamente a la organización social". (34)

La sociedad necesita verse reflejada en las representaciones que crea y que la representan por ello recurre a la producción y reproducción para establecer de una manera fidedigna en que representaciones cree y considera válidas y cuáles ya no están ajustando a su realidad social.

La reproducción sirve a la sociedad para constituir una cultura, una manera de identificación social que les brinda una cohesión social eficiente, ya que todos cuentan con las mismas bases para entender el mundo y la realidad. La producción entrará como modelo de cohesión social cuando las bases para conocer y entender el mundo y la realidad ya no son las mismas para la sociedad lo cual trae como consecuencia que los individuos ya no se sientan identificados dentro de su sociedad. Así, la producción incluirá dentro de las representaciones las adecuadas para seguir manteniendo la cohesión social.

"La necesidad de ajustar representaciones viene porque si bien hay representaciones compartidas, sea su origen social –que se puede designar como cultura- sea producido por instituciones mediadoras –que se pueden identificar como ideologías-, tienen un carácter histórico, por un lado, y por el otro hay un nivel personal, que distingue a cada individuo y lo hace único sin dejar de pertenecer a un grupo o cultura". (35)

Por lo anterior podemos entender que los individuos observan, prueban y validan las representaciones que perciben, si éstas no son válidas en el momento de pasar al plano de los haceres se necesitaran reajustar las representaciones para lograr una coherencia y equilibrio entre el plano de los haceres y el de los pareceres.

33 REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Introducción a la teoría de la comunicación*. S y G editores, México, 1997, pp. 47

34REVILLA Basurto; Mario Alberto. *Comunicación y reproducción*. Una reflexión desde el caso Telmex, Tesis de maestría, CADEC, México, 2001, pp. 15

35REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Introducción a la teoría de la comunicación*. S y G editores, México, 1997, pp. 47

"Los procesos de producción y reproducción social se entrelazan con la vigencia o caducidad de los modelos representacionales". (36) La producción apuesta por la innovación, mientras que la reproducción se aferra a las representaciones existentes.

Con base en los conceptos de producción y reproducción diferenciaremos dos tipos de comunicación existentes: Comunicación conservadora y comunicación innovadora; la primera hará referencia a la reproducción y la segunda a la producción.

La comunicación conservadora es la que ofrece en sus relatos las mismas representaciones aunque la realidad haya cambiado, es decir, no se ajusta a los cambios constantes de la realidad. Los grupos hegemónicos conservadores rechazan los cambios en las representaciones, ya que perderían su poder y sus privilegios, pero los grupos subordinados también se rehusan a los cambios ya que tienen rutinas establecidas en las que encuentran seguridad y estabilidad emocional e intelectual.

Así, la comunicación conservadora mantiene vigentes las representaciones sociales en sus relatos, aunque éstas ya no correspondan a los cambios generados dentro de la realidad social, es decir reproduce modelos o representaciones tendientes a lo conservador.

La comunicación innovadora apostará como la producción a la innovación, es la encargada de mostrar nuevas visiones del mundo, ya que se ajusta a los cambios que van ocurriendo en la realidad.

La comunicación innovadora favorece y reconoce las transformaciones que se han dado dentro de la sociedad, ofreciendo nuevas representaciones sociales para que los sujetos sociales sepan como actuar ante los cambios ocurridos. Este tipo de comunicación ofrece en sus relatos nuevas representaciones sociales que contribuyan a la modificación del comportamiento de la sociedad, adaptándose así a los cambios que ocurren dentro de ella.

Los cambios en la sociedad con frecuencia son muy rápidos y es casi imposible representarlos al mismo ritmo en los que aparecen, por eso en ocasiones se tiene que seguir recurriendo a antiguas representaciones aunque ya no sean las más adecuadas, con el fin de mantener el orden social.

Cuando la realidad es sometida a los modelos de orden tenemos una comunicación reproductiva o conservadora. Cuando el modelo de orden es puesto a disposición de la realidad y la comunicación trata de dar cuenta de cambios en ésta, tenemos una comunicación productiva o innovadora.

36REVILLA Basurto; Mario Alberto. *Comunicación y reproducción*. Una reflexión desde el caso Telmex. Tesis de maestría, CADEC, México, 2001, pp. 16

La comunicación pública puede tardar en modificar sus contenidos hasta el grado de ofrecer una nueva visión del mundo, porque los cambios en la representación de la realidad requiere un lento proceso de toma de conciencia.

Conociendo los tipos de comunicación existentes, suena lógico que los relatos se apegarán más a los cambios sociales, pero el cambio no se puede dar tan fácilmente, ya que las representaciones que aparecen en los relatos y son difundidos por los medios masivos de comunicación deben apegarse a los modelos que son bien aceptado por la sociedad.

Es de todos sabido que la sociedad cambia constantemente, así mismo su realidad, pero los cambios son muy rápidos e impredecibles, por lo tanto la comunicación social trata de adecuarse a los cambios, ya que ésta es la que ayuda a los individuos a operar en la realidad social.

2. HACERES Y PARECERES DE LOS GÉNEROS

Como ya expliqué anteriormente las representaciones son ideas que se forman acerca del mundo y de la realidad que dan sentido a la interacción entre los sujetos con su sociedad y su entorno, pero en este momento lo que nos interesa son las representaciones de género, las cuales son las encargadas de regular el comportamiento y la interacción de los sujetos dependiendo del género al que pertenezcan.

A partir de las representaciones se crean modelos de género, es decir, estereotipos de género (entendiendo por estereotipo de género: ideas simplificadas, pero fuertemente asumidas, sobre el comportamiento de cada género) que tipifican el "deber ser" de hombres y de mujeres; la manera en la que tienen que actuar y como deben interactuar con el género opuesto y con el propio.

A la presente investigación lo que le interesa es analizar los modelos de género que se difunden en el relato *Sex and the city*, ya que serán identificados mediante un análisis de mediación cognitiva como modelos de género conservadores o innovadores, para así determinar si la comunicación que ofrece es innovadora o conservadora dependiendo de los modelos de género que se exhiben.

La sociedad establece marcos institucionales para que los sujetos desarrollen ciertas actividades *"la división según el sexo es uno de los criterios de la organización social en todas las comunidades. Según cuales sean esas funciones que se esperen de los hombres y de las mujeres así serán los ámbitos en los que unos y otras pueden desenvolverse como seres sociales. Existen, por lo tanto, algunos condicionantes objetivos, más o menos prescritos, que determinan actividades específicas para cada actor"*. (1) dependiendo del sexo que posean.

Los modelos representacionales de género al igual que las demás representaciones deben de ir cambiando y adaptarse a los cambios que ocurren en la realidad, pero también hay representaciones de género que han permanecido, ya que siguen teniendo vigencia y siguen dando orden a algunas sociedades.

En el presente apartado se abordarán las representaciones que dan sentido a los modelos de género existentes en la unión conyugal, los cuales son femenino y masculino (conservadores o tradicionales); pero también se incluirá el género homosexual masculino (innovador), ya que es un género que aparece en el objeto de estudio.

1 MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993, pp. 37

La sociedad con base en un modelo familiar tradicional sólo ha creado representaciones para los géneros más conocidos, que son masculino y femenino; y deja afuera a los sujetos que no encajen en dichas representaciones.

Es cierto que la sociedad les ha dado un nombre, pero en ningún momento se les ha dado validez a sus representaciones, me refiero a los homosexuales masculinos: hombres por sexo, más no por género. Los cuales a diferencia del género masculino y femenino no tienen un modelo de género establecido que les dé claras pautas de comportamiento.

El que no exista un modelo de género para los homosexuales obedece a que el proceso de reproducción sólo maneja modelos para hombres y mujeres prevaleciendo la idea de que lo correcto es el matrimonio, la unión por todas las leyes de una pareja (hombre-mujer) para formar una familia. Bajo esta idea quedan exentos todas las demás diversidades sexuales.

2.1 Sexo: Base para construir el género

Antes de mencionar los modelos que rigen el comportamiento de los géneros es necesario establecer la diferencia existente entre sexo y género. Son dos conceptos diferentes que tendemos a emplearlos de la misma manera, pero aunque sean diferentes uno depende del otro.

Como género se entiende la forma en que se comportan los sujetos que pertenecen a uno, es decir no sólo depende de su sexo, sino de la forma en que deben comportarse respecto a su sexo; es el comportamiento que debe de tener cada individuo dependiendo el sexo que posea. Es decir, el género es una construcción social histórica y cultural de los seres humanos en función de su sexo.

Como sexo entenderemos las características físicas y anatómicas que hacen la diferencia entre hombres y mujeres, es decir, principalmente se refiere a la anatomía de los sujetos, las mujeres poseerán un aparato reproductor femenino, y los hombres un aparato reproductor masculino.

El sexo se refiere a la diferenciación biológica y anatómica entre hombres y mujeres. Y el rol de género, en el sentido del aprendizaje y las prácticas sociales aceptadas que van asociadas a un determinado género, varían de cultura en cultura. En otras palabras, lo que una cultura puede considerar un comportamiento masculino, otra cultura lo puede considerar femenino.

Y se habla de género cuando a las características sexuales y biológicas se le añade lo aprendido. Por lo tanto ser mujer o ser hombre es una característica de género. Aprendemos a vivir como mujeres y como hombres; el género es un modo de vida que se aprende y se enseña.

En el seno de la iglesia cristiana aparece la idea de que el sexo fuera de matrimonio era pecado y muy grave, era mayor que el del asesinato. Tenían que encontrar a un culpable que desencadenara esos actos pecaminosos, pero no fue "él" culpable, se trató de "la" culpable; así la mujer se convirtió en el emblema de la lujuria y del pecado. " ...la mujer. Es en ella en quien los Padres de la iglesia encarnan todas las tentaciones del mundo terrenal, del sexo y del demonio". (4)

"Loable cosa es en el hombre no tocar mujer. Más por evitar la fornicación viva cada uno con su mujer y cada una con su marido. A la verdad, me alegrara que fueseis todos tales como yo mismo, esto es, célibes. Más si no tienen don de continencia, cásense. Pues más vale casarse, que abrasarse". (5)

Con lo anterior se entiende que la única manera de justificar las relaciones sexuales era mediante el matrimonio, ya que si se tenían bajo este concepto sí eran permitidas, ya que traerían como resultado un nuevo miembro social, es decir, las mujeres buenas llegan vírgenes al matrimonio y tienen relaciones sexuales sólo con la finalidad reproductiva. Las mujeres malas no son vírgenes y tienen relaciones sexuales sin casarse lo cual obliga a catalogarlas como pecadoras.

Lo anterior trae como consecuencia una doble moral que se ve reafirmada en la época victoriana, ya que se prohíbe por completo el goce sexual, pero en contraposición se eleva el número de prostitutas, ya que los hombres sí podían experimentar el goce sexual, mientras que las mujeres debían de guardarse para el momento de contraer matrimonio.

"Bueno sería que el hombre no se casara; pero, a causa de la inmoralidad sexual, cada uno debe tener su propia esposa, y cada mujer su propio esposo". (6)

Por lo anterior al matrimonio se le dio gran importancia, ya que era la manera de poder experimentar la sexualidad sin ser pecadores, pero manteniendo como objetivo principal la reproducción. La religión ha servido para promover a la mujer como un ser inferior, ya que por sí misma significa maldad, debe mantenerse virgen hasta el matrimonio para cumplir con su función, que es ser madre y mantenerse sumisa, obediente y fiel. Por otro lado el hombre se manifiesta como figura superior, proveedor del hogar y protector de su familia.

A continuación se presentarán las principales características que dan forma a los modelos de género clásicos de mujeres y de hombres, ya que la sociedad los ha colocado como identidades complementarias, pero opuestas. También se mostrará un modelo que no ha sido incluido dentro de la sociedad, me refiero al homosexual masculino, ya que aparece en el relato que se está analizando y por lo tanto es parte importante de la presente investigación.

4 BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp.33

5 ídem, pp. 44

6 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Corintios, pp. 243

En la familia también aprendemos los roles que tenemos dentro de la misma al identificarnos con las personas que son de nuestro mismo sexo, por ejemplo, si eres mujer imitarás las acciones de la madre y si eres hombre imitarás las del padre. El esquema tradicional de familia establece roles para su buen funcionamiento; el hombre es el que sale de la casa a trabajar y provee a su familia de dinero y protección, ya que al ser el sexo fuerte debe proteger todo lo que sea suyo, y en el caso de la mujer ésta será la encargada de las labores domésticas, de tener y cuidar a sus hijos, atender y ayudar a su marido, de ahí que sea el sexo débil.

Como resultado de las diferenciaciones para hombres y mujeres tenemos que: *"El trabajo productivo y la familia se afianzaron en esferas separadas para hombres y mujeres: el hombre asumiendo el papel de proveedor exclusivo y la mujer encargándose de la reproducción de la unidad doméstica en su papel de madre/esposa/ama de casa. El ideal de ama de casa contribuyó al relativo confinamiento de las mujeres al espacio de la familia, a la exclusión de funciones pública/comunitarias, así como a la limitación de sus trayectorias educativas".* (2)

En la familia vamos aprendiendo e interiorizando modelos de género, los cuales iremos reafirmando posteriormente con diversas instituciones enculturadoras, como son: la escuela, el trabajo, la religión, etc. Los modelos de género los vamos reafirmando al interactuar con otros sujetos y al consumir los relatos de productos comunicativos difundidos por los medios masivos de comunicación.

"Cuando Dios al principio creó sus obras, les dio la existencia y les fijó normas, les señaló para siempre una orden en sus funciones y estableció sus jerarquías por todos los tiempos". (3)

Pero no sólo la familia es la única encargada de formar los modelos de género, como hemos visto anteriormente la religión fue la primera forma de comprensión del mundo y es ésta la que proporciona las primeras representaciones sociales y por lo tanto los primeros modelos de género, en los que la mujer es reconocida por su obediencia y sumisión; y el hombre por su fortaleza y su superioridad ante la mujer.

El primero de éstos es que Dios creó al hombre antes que a la mujer, dejando ver que el hombre es superior y la mujer inferior o ser humano de segunda.

De estos modelos aparecen las ideas de que la mujer debe obedecer al hombre porque éste es superior a ella, ya que el hombre fue creado a imagen y semejanza de Dios; esto fue suficiente para que las mujeres vieran a los hombres como sus dioses terrenos y vivieran sometidas a su voluntad.

2 DE LA PAZ López, María. *Nexos*, febrero 2002, pp.49

3 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Eclesiástico, pp. 143

En el seno de la iglesia cristiana aparece la idea de que el sexo fuera de matrimonio era pecado y muy grave, era mayor que el del asesinato. Tenían que encontrar a un culpable que desencadenara esos actos pecaminosos, pero no fue "él" culpable, se trató de "la" culpable; así la mujer se convirtió en el emblema de la lujuria y del pecado. " ...*la mujer. Es en ella en quien los Padres de la iglesia encarnan todas las tentaciones del mundo terrenal, del sexo y del demonio*". (4)

"Loable cosa es en el hombre no tocar mujer. Más por evitar la fornicación viva cada uno con su mujer y cada una con su marido. A la verdad, me alegrara que fueseis todos tales como yo mismo, esto es, célibes. Más si no tienen don de continencia, cásense. Pues más vale casarse, que abrasarse". (5)

Con lo anterior se entiende que la única manera de justificar las relaciones sexuales era mediante el matrimonio, ya que si se tenían bajo este concepto sí eran permitidas, ya que traerían como resultado un nuevo miembro social, es decir, las mujeres buenas llegan vírgenes al matrimonio y tienen relaciones sexuales sólo con la finalidad reproductiva. Las mujeres malas no son vírgenes y tienen relaciones sexuales sin casarse lo cual obliga a catalogarlas como pecadoras.

Lo anterior trae como consecuencia una doble moral que se ve reafirmada en la época victoriana, ya que se prohíbe por completo el goce sexual, pero en contraposición se eleva el número de prostitutas, ya que los hombres si podían experimentar el goce sexual, mientras que las mujeres debían de guardarse para el momento de contraer matrimonio.

"Bueno sería que el hombre no se casara; pero, a causa de la inmoralidad sexual, cada uno debe tener su propia esposa, y cada mujer su propio esposo". (6)

Por lo anterior al matrimonio se le dio gran importancia, ya que era la manera de poder experimentar la sexualidad sin ser pecadores, pero manteniendo como objetivo principal la reproducción. La religión ha servido para promover a la mujer como un ser inferior, ya que por sí misma significa maldad, debe mantenerse virgen hasta el matrimonio para cumplir con su función, que es ser madre y mantenerse sumisa, obediente y fiel. Por otro lado el hombre se manifiesta como figura superior, proveedor del hogar y protector de su familia.

A continuación se presentarán las principales características que dan forma a los modelos de género clásicos de mujeres y de hombres, ya que la sociedad los ha colocado como identidades complementarias, pero opuestas. También se mostrará un modelo que no ha sido incluido dentro de la sociedad, me refiero al homosexual masculino, ya que aparece en el relato que se está analizando y por lo tanto es parte importante de la presente investigación.

4 BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998. pp.33

5 ídem, pp. 44

6 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular. segunda edición. México. 1979. Corintios, pp. 243

2.3 Cómo se debe ser mujer

Muchas ciencias se han dedicado a tratar de explicar cómo son, cómo piensan, cómo sienten y qué quieren las mujeres; tratan de dar un panorama más amplio acerca del género, ya que la mujer durante mucho tiempo ha permanecido dentro de la sociedad (patriarcal) como un ser humano de segunda categoría, sin muchas oportunidades de expresarse y de dar a conocer por sí misma las respuestas a las anteriores interrogantes.

Desde la familia la mujer aprende a ser mujer, ya que no sólo por el hecho de poseer un determinado sexo puede interactuar socialmente como ella quiera, su comportamiento debe estar regulado por la sociedad para ser bien aceptada dentro de la misma, por medio de un modelo de género específico.

Éste es el principio de la formación de una mujer para ser mujer, desde que nace se le atribuyen automáticamente ciertas características de género para que pueda ser un ser social y se le inculca la manera de cómo debe actuar y cómo debe de comportarse en sociedad, con su mismo género y con el opuesto y complementario.

...pues el hombre no fue sacado de la mujer, sino la mujer del hombre. Y el hombre no fue creado por causa de la mujer, sino la mujer por causa del hombre. (7) Desde la formación del mundo y bajo una visión puramente religiosa (judeo cristiana) la mujer fue presentada como inferior al hombre y su comportamiento deben ser por él y para él, sin importar lo que la mujer deseaba en realidad; por lo tanto la mujer fungía su rol dependiendo siempre del hombre, ya que la religión también se encargó de poner al hombre como principal personaje de la religión y como ejemplo tenemos: Dios, Jesucristo, espíritu santo y apóstoles pertenecen al género masculino.

Estos principios colocaron a la mujer en función del hombre y por lo tanto debe depender de él, ya que es un ser inferior. Al género femenino se le atribuyen las características de sumisa, débil, pasiva, dependiente, emotiva, frágil, bella, tierna, dulce y abnegada, para poder cumplir su destino final: entregarse por completo a sus hijos y a su marido.

Para Rousseau *"El orden de la naturaleza quiere que la mujer obedezca al hombre, por lo que su único destino será el de ser esposa y madre. Su imperio es: un imperio de dulzura, de habilidad y de condescendencia; sus órdenes son los halagos y sus amenazas los llantos. Debe reinar en casa como un ministro en la nación, procurando que le manden lo que quiere hacer (...). Pero cuando desconoce la voz de su dueño cuando quiere usurpar sus derechos y mandar ella, sólo miseria, escándalo e indignidad resultan de este desorden"*. (8)

7 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Corintios, pp. 248
8 BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*. 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp. 50

Con lo anterior entendemos que esas pautas de comportamiento dadas al género femenino eran para mantener la consonancia, ya que la mujer no podía, ni debía de cuestionar el modelo de género que se le daba, tenía que someterse ante el hombre ya que la identificaban como un ser inferior a él.

Y para reafirmar el modelo clásico femenino tenemos las características físicas y anatómicas de la mujer, las cuales hacen de ésta el canal perfecto para concebir y se le atribuyen, gracias a ese modelo, capacidades amorosas, de ternura y protección para poder hacerse cargo de sus hijos y permanecer constantemente en el modelo de ama de casa, esposa y madre. Modelo que hasta la fecha en muchos lugares sigue siendo el modelo de género ideal para la mujer.

Hablamos de modelo de género de ama de casa debido a que ha sido un modelo que ha prevalecido por mucho tiempo *"Como el sol que brilla en lo alto del cielo, así es la mujer hermosa en un hogar bien cuidado"*. (9)

Como esposa por que para poder tener relaciones sexuales y procrear hijos necesitaba contraer el sacramento del matrimonio y como madre *"Se nos organiza la vida para que la actividad central de nuestra vida sea ser madre. La atención a los niños, la atención al esposo la atención a la familia, todo esto es aprendido. Nadie nace sabiendo ser madre. Aprendemos a encargarnos del cuidado vital de otras personas"*. (10)

La mujer siempre vive siendo la mujer de "todos", primero es la hija de... (nombre del padre), después es la esposa de... (nombre del esposo) y por último es la madre de... (nombre de los hijos), así la mujer vive siempre en función de otros, que regularmente son del género masculino.

A la mujer se le atribuye el calificativo de amorosa, así el amor es una parte fundamental de la identidad femenina, ya que cuando encuentra el amor de un hombre, se siente protegida y encuentra una identidad y un sentido de pertenencia, mientras que para el hombre el amor es sólo un aspecto más en su vida cotidiana, si bien no es superfluo, tampoco es el eje que mueva su vida como en el caso de la mujer.

La mujer parece asumir el concepto de la palabra amor de la siguiente manera: *"...amor es saber soportar; es ser bondadoso; es no tener envidia, ni es presumido, ni orgulloso, ni grosero, ni egoísta; es no enojarse ni guardar rencor; es no alejarse de las injusticias, sino de la verdad. Tener amor es sufrirlo todo, creerlo todo, esperarlo todo, soportarlo todo"*. (11)

9 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Eclesiástico, pp. 156

10 LAGARDE, Marcela. *Introducción al enfoque de género*. En memoria del taller a técnicos del INTA y polos de desarrollo. *Genero en el desarrollo*. 31 de mayo y 1 de junio. Nicaragua, 1994, pp. 42

11 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Corintios, pp. 251

Con lo anterior podemos ver que el amor es un concepto que los géneros asumen y viven de una manera diferente, mientras que para el hombre la mujer que ama es una persona más con la cual interactuar y cubrir sus necesidades afectivas, para la mujer el hombre que ama se convierte en su razón de ser y de existir.

Así se presenta el amor como otra forma más de dependencia de la mujer hacia el hombre, ya que la mujer al tener un hombre al cual amar y dispuesto a dejarse amar encuentra protección y cuidado, ganando así seguridad. *"... una persona se enamora cuando ve en otra aspectos de sí que ha negado y que no reconoce como suyos. Al encontrarlos en otro, los valora y despierta en ella el amor"*. (12)

Pero aprender a ser mujer va más allá de las visiones religiosas y divinas, más bien es una cuestión de cultura (entendiendo cultura como el conjunto de valores, creencias, actitudes y objetos materiales que constituyen el modo de vida de una sociedad y enmarca los comportamientos sociales adecuados), que si bien es cierto que intervienen las visiones anteriormente mencionadas, las mujeres desde que son niñas y creciendo en una sociedad patriarcal se les enseña a depender siempre de los hombres aún siendo ya personas adultas, considerándolas siempre como infantes y lógicamente inferiores ante el hombre. *"El hombre posee la fortaleza, el coraje, la energía y la creatividad, contra la mujer que es pasiva, doméstica, más emotiva, menos inteligente y desde luego, más infantil"*. (13)

Un claro ejemplo es que durante la revolución industrial la mujer dependía económicamente de su marido, ya que ésta se dedicaba exclusivamente a sus actividades de esposa, ama de casa y madre educadora, así la mujer se convierte en *"...dueña soberana y ángel protector del hogar y la familia"*. (14) La mujer aparece como encantadora, bondadosa, delicada, tierna, débil, compasiva, tímida y coqueta.

Como esos han sido los mensajes difundidos por los relatos, hacen que las mujeres al percibir dichos modelos de género los interiorizaran y aprendieran a que así debían de actuar porque esa es su función en la sociedad. Por otra parte los hombres al interiorizar también dichos modelos de género, les sirvió para someter a la mujer a su voluntad.

La visión de inferioridad hacia la mujer y sus modelos de género de esposa, ama de casa y madre son las causantes de que el género femenino sea siempre rezagado del progreso social, ya que al tratarse de un ser inferior, no se le brindan las mismas oportunidades para poder realizar otros papeles que los hombres no consideren válidos para el modelo de género femenino.

12 LEREL, María Luisa. *La ceremonia del encuentro*. 1ª ed, Paidós, México, 1993, pp. 35

13 BORNAY, Erika. *Las hijas de Liliuh*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp. 72

14 ídem, pp. 68

Con lo anterior podemos entender porque a la mujer durante años no se les permitió el acceso al sistema educativo, no lo consideraban necesario para poder cumplir con sus modelos de género existentes, ya que las mujeres sólo debían aprender a ser buenas madres y todo lo relacionado con los quehaceres domésticos, para lo cual no necesitaban preparación académica; por lo cual "En 1803 se presentará un proyecto de ley con el que se intentaba prohibir el enseñar a leer a las mujeres". (15)

En el aspecto laboral las mujeres tampoco han corrido con mucha suerte, ya que durante mucho tiempo el que las mujeres salieran de sus casas a trabajar era poco menos que imposible, con el tiempo empezaron a incorporarse al campo laboral, pero desempeñando labores características de su género "Existen carreras de servicios que se consideran femeninas. Los cuidados de la salud, la atención médica es femenina, la atención psicológica es femenina, la educación es femenina, todos los servicios en el mundo son femeninos. Las mujeres cuidamos no sólo en casa, sino también de los espacios públicos". (16)

Hasta la fecha las mujeres siguen ocupando lugares laborales dentro de la rama del cuidado, pero también poco a poco han ido incursionando en otros tipos de empleo, pero no por laborar fuera de los cuidados sociales, se desentiende de los cuidados dentro del hogar; así la mujer además de salir a laborar mantiene su modelo femenino de ama de casa y debe de laborar horas extras dentro de la misma en el cuidado de los hijos y del marido. "...algunas culturas aceptan que el varón adulto pase muchas horas alejado de su hogar y de sus niños, y la mujer tenga que cumplir doble jornada de trabajo fuera de su casa y en ella". (17)

Ante la ley las mujeres también adquieren el calificativo de niñas "...la mujer es tierna y bondadosa, pero débil, vulnerable y sumamente delicada. En realidad es como un niño". (18), ya que en la mayoría de los países, las mujeres no eran legalmente válidas para tomar decisiones importantes dentro de la sociedad, por ser comparadas con niños. Como ejemplo tenemos, que las mujeres mexicanas apenas tienen 50 años de poder ejercer el voto y ser tomadas en cuenta bajo un marco legal.

Los modelos de género femenino cambian un poco a partir de que la mujer es capaz de ingresar al ámbito académico al igual que el hombre, esto ocurre en 1980 en Europa; así la mujer empieza a competir con el hombre en un terreno que había sido exclusivo de los hombres. El género masculino "revela su miedo y su inseguridad ante las transformaciones que provoca el cambio de esas estructuras sociofamiliares que parecían inamovibles y en las que la distribución de papeles según el sexo no era cuestionable". (19)

15BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp. 51

16LAGARDE, Marcela. *Introducción al enfoque de género*. En memoria del taller a técnicos del INTA y polos de desarrollo. *Género en el desarrollo*. 31 de mayo y 1 de junio. Nicaragua, 1994, pp. 43

17LEREL, María Luisa. *La ceremonia del encuentro*. 1ª ed, Paidós, México, 1993. pp. 26

18BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp. 59

19idem. pp. 85

Actualmente es común saber que las mujeres ocupan lugares laborales de puestos que se pensaban que sólo eran del dominio del género masculino, y ya existe una igualdad en el nivel educativo para hombres y para mujeres. Ya que niños y niñas tienen las mismas oportunidades de asistir a la escuela y cada vez son más las mujeres que se gradúan de carreras universitarias.

Las mujeres basándose en méritos propios han ido incursionando en terrenos que eran por excelencia para los hombres como el salir a trabajar u ocupar lugares laborales fuera de los que trajeran implícita la palabra cuidado. Estos cambios han traído como consecuencia que las nuevas generaciones observen que la prioridad para las mujeres ya no es solo ser esposas, madres y amas de casa; ahora las mujeres tienen otros objetivos y anteponen la preparación académica para después ingresar al campo laboral a los modelos clásicos femeninos.

Con lo anterior entendemos que con los cambios sociales realizados por las mujeres se tienen que ver reflejados en las representaciones sociales, y si bien es cierto que todavía son válidos los modelos de género clásicos, las mujeres han comenzado a transformar los patrones culturales para que ya no sólo se conciba la identidad femenina como esposas, madres y amas de casa.

Como lo he mencionado anteriormente la sociedad al ser un sistema abierto va cambiando constantemente y sus representaciones de la realidad deben de ir cambiando para ofrecer a la sociedad nuevos patrones de comportamiento que les permita actuar conforme a los cambios surgidos y así mantener el orden social o consonancia.

De tal manera y como lo vimos en el capítulo anterior, la comunicación pública debe de ir mediando y modificando los mensajes en sus relatos con el fin de mantener un equilibrio entre las representaciones sociales y los cambios ocurridos para no alterar la visión de la realidad que tiene la sociedad.

Siguiendo con los modelos de género, ya se han dado a conocer los modelos de género femeninos, pero no todas las mujeres son iguales y dependiendo de como interiorizan y reproducen los modelos de género son diferenciadas. Existen dos grandes categorías en donde se encasillan a las mujeres, por una parte tenemos la categoría de Virgen y por otro lado la categoría de Eva.

"La mujer con sus múltiples facetas, es un misterio para el hombre: la mujer es al mismo tiempo una santa, una bruja y un infeliz ser abandonado". (20) Con esta frase se enfatizan las categorías en las que cae la mujer, bien puede tratarse de la mujer buena, abnegada, sumisa, dedicada al hogar y a cuidar a sus hijos y a su marido (virgen); o puede tratarse de la mujer mala que incita al hombre al pecado y se revela ante el dominio del género masculino (Eva).

Nuevamente con bases religiosas judeo cristianas, la mujer además de ser presentada como un ser inferior al hombre y dependiente de éste; también se han creado categorías para englobar a las mujeres buenas y a las mujeres malas, como modelos utilizaron las eternas antagonistas de la religión: Virgen VS Eva. Eva *"mujer mala en oposición a la buena que se asocia con la maternidad y la pureza, y que culminará con la figura de la Virgen"*. (21)

Iniciaré explicando la categoría de Virgen, de todos es conocido que la virgen es la figura principal de la iglesia católica, sus características de obediencia, sumisión, debilidad, amor, ternura, dulzura y mantenerse virgen; es decir, una mujer pura y libre de pecado, hicieron que Dios se fijara en ella para que concibiera a su hijo, salvador de la humanidad.

Así la Virgen se convierte en la antagonista de Eva *"...causa de pecado y de perdición de Adán"*. (22) y de toda la humanidad al tomar un fruto del árbol prohibido. Así, Eva aparece como una mujer mala, desobediente, rebelde y al conocer la diferencia entre el bien y el mal queda destinada a tener hijos, por consiguiente pierde su virginidad. Por lo tanto *"cuanto mayor sea la glorificación a María por su pureza, mayor ha de ser el menosprecio por Eva, mujer que desconoce la virginidad"*. (23)

Lo anterior deja ver que las mujeres buenas serán las que obedezcan, se desenvuelvan sólo como esposas, amas de casa y madres; deben ser dulces, obedientes y condescendientes. Y las mujeres malas serán las que quieran ser más que amas de casa, esposas y madres, las que quieran tener los mismos derechos que el hombre, incluyendo los relacionados con la sexualidad, palabra clave para la creación de las dos grandes categorías del género femenino.

Hasta ahora hemos visto los modelos de género femeninos conservadores, para posteriormente compararlos con los modelos que presenta el género femenino dentro del relato *Sex and the city* y saber si la serie muestra y difunde nuevas representaciones de género, o sigue manteniendo vigentes los modelos conservadores; con el fin de determinar si la comunicación que se difunde mediante esta serie es de tipo conservador o innovador.

2.4 Cómo se debe ser hombre

Pero no sólo el género femenino tiene modelos de género conservadores, a continuación se presentarán los modelos conservadores del género masculino.

"Los hombres son el centro de su mundo y al mismo tiempo son su mundo. Son enseñados para percibir que personifican su mundo". (24)

21 BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp.26

22 BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp.19

23 idem, pp.43

24 LAGARDE, Marcela. *Introducción al enfoque de género*. En memoria del taller a técnicos del INTA y polos de desarrollo. *Género en el desarrollo*. 31 de mayo y 1 de junio. Nicaragua, 1994, pp 44

En el sistema social en el que vivimos "los hombres consciente o inconscientemente, gustosamente o no, han perpetuado las estructuras de poder masculino". (25) Es por lo anterior que el hombre se autorepresenta como superior de la mujer para poder mantener un control sobre ella. La sociedad es dominada por los hombres, por lo tanto todas las estructuras sociales sirven de base para perpetuar la dominación masculina en la sociedad.

Recurriendo nuevamente a un enfoque religioso judeo cristiano "Cuando Dios creó al hombre... ten muchos, muchos hijos; llena el mundo y gobiémalo; domina a los peces y a las aves, y a todos los animales que se arrastran". (26) Lo anterior pone de manifiesto la superioridad que tiene el hombre en el mundo entero. Así mismo el hombre dentro de la sociedad ha jugado un papel de poder y dominación, ya que él aparece con una posición privilegiada en comparación con la mujer.

Desde que los hombres nacen se les enseña de una manera diferente que a las mujeres, ya que ser hombre es la oposición a ser mujer y por lo tanto no pueden, ni deben poseer las mismas características. Por lo que a los hombres se les enseña que ellos tienen el poder y la capacidad de control sobre los otros.

Esto se debe a que vivimos en una sociedad patriarcal, la cual "... constituye parte del cimiento de las sociedades basadas en la dominación de algunos seres humanos sobre otros... formas de opresión basadas en diferencias físicas, nacionales, religiosas y sexuales". (27)

Los hombres dominan todas las esferas de poder sociales, como lo son la política, la economía, los medios de comunicación, la ciencia, la técnica y por si fuera poco la familia. El género masculino ha creado la imagen del sexo débil, ya que la fuerza es una característica para mantener el dominio y ésta es una característica solamente de los hombres.

Al dominar las esferas sociales, el hombre es el que ha movido los hilos de la sociedad dentro de la vida pública y privada y ha creado los papeles que debe cumplir cada género dentro de la sociedad. Ya que en una sociedad dominada por hombres es natural pensar que éstos tienen ciertos privilegios en comparación con las mujeres.

Los papeles que juegan los géneros dentro de la sociedad han sido muy bien definidos por los hombres; nos educan a pensar de manera jerárquica y a pensar "... que por sólo el hecho de ser hombres son superiores y por sólo el hecho de ser mujeres somos inferiores, para los hechos que se valoran en la sociedad y en el mundo". (28)

25KAUFMAN, Michael. *Hombres placer, poder y cambio*. CIPAF, Santo Domingo, 1989, pp.11

26DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Génesis, pp. 3

27KAUFMAN, Michael. *Hombres placer, poder y cambio*. CIPAF, Santo Domingo, 1989, pp.14

28LAGARDE, Marcela. *Introducción al enfoque de género*. En memoria del taller a técnicos del INTA y polos de desarrollo. *Genero en el desarrollo*. 31 de mayo y 1 de junio. Nicaragua, 1994, pp 44

Los hombres intercambian el valor del poder por el de las emociones, ya que al ser un ser superior, reprimen su capacidad de mostrar sus emociones y sentimientos ante los demás, ya que lo haría parecer débil y pasivo y éstas son características del género femenino. Lo cual no quiere decir que los hombres no sientan, simplemente no lo muestran.

Desde que son niños se les enseña que los hombres no lloran, así crecen guardando sus sentimientos y emociones, ya que si se muestran vulnerables ante sus emociones parecerán débiles y los compararán con las mujeres. Comparación que no les agrada, ya que el ser hombre es no ser mujer y las mujeres son seres inferiores.

Como para las mujeres es bien visto que muestren sus sentimientos, los hombres los tienen que reprimir o no mostrarlos tan evidentemente como las mujeres, ya que si lo hacen sentirán que están perdiendo parte de su masculinidad. *"...la tensión entre la hombría y la masculinidad es intensa debido a que la masculinidad requiere la represión de una amplia gama de necesidades, sentimientos y formas de expresión humanas". (29)*

Los hombres aprenden a serlo a través de la masculinidad y la forma en la que la adquieren es la siguiente: *"durante su desarrollo psicológico, adopta e interioriza un conjunto de relaciones sociales basada en el género; la persona formada mediante este proceso de maduración se convierte en la personificación de estas relaciones". (30)*

Al ser el género masculino la oposición al femenino, las concepciones para cada uno de los géneros es diferente, el género masculino se alimentará de todo lo que no sea asociado con el género femenino y viceversa. *"... los hombres, que personifican toda la grandeza y el poder de la humanidad y las mujeres, que según Simone de Beauvoir son definidas como el "otro..." (31)*

Los hombres han aparecido a lo largo de la historia como el sexo fuerte, ya que la fuerza es una característica del género masculino, así los hombres siempre deben de mostrarse fuertes y no vulnerables o débiles, por lo tanto el hombre crea sobre sí mismo una especie de coraza que le permite mantener su masculinidad.

En el rol familiar el hombre no es concebido dentro de su casa, al contrario, el hombre es el encargado de salir a trabajar para mantener a su familia, su papel está fuera de la casa, no dentro de ésta. *"Como le hiciste caso a tu mujer y comiste del fruto del árbol del que te dije que no comieras... con duro trabajo, te ganarás el pan con el sudor de tu frente". (32)*

29KAUFMAN, Michael. *Hombres placer, poder y cambio*, CIPAF, Santo Domingo, 1989, pp.40-41

30idem, pp.32

31idem, pp. 35

32DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979, Génesis, pp. 4

Los hombres son enseñados a ocuparse exclusivamente de los asuntos públicos, no lo que tenga que ver con el ámbito doméstico, y sí se le enseña lo que tenga que ver con dominar la sociedad. Aunque los hombres tengan la capacidad para ocuparse de otros asuntos, no se le prepara para desenvolverse en el mundo doméstico, familiar y no se les educa para el cuidado de otras personas. *"A los hombres se les educa para entregarse a sí mismos, lo más importante para ellos es su propia vida, no cuidar de los demás"*. (33)

Las características que distinguen al género masculino son: activos, fuertes, trabajadores, valientes, protectores, poderosos, exitosos, sexuales, fuertes, independientes e inteligentes. Son características que no posee el género femenino, de ahí que sean géneros antagónicos y complementarios.

La educación para los hombres siempre ha estado garantizada, ya que al ser el género que tiene que salir a trabajar, necesita una preparación académica para superarse y tener un mejor empleo. Ya que trabajar se convierte en una característica principal del género masculino.

Los hombres apuestan por el dominio y dejan de lado el plano emotivo, se sienten incapacitado para expresar sus emociones y sus sentimientos debido a que entre los mismos hombres se someten, gracias a la masculinidad *"Sométanse los unos a los otros..."* (34), los hombres no pueden ver a un hombre con alguna actitud del género femenino, porque automáticamente dudan de su masculinidad.

El no mostrar su plano afectivo y ser reprimido por los demás hombres, la manera de relacionarse es muy diferente a la manera de relacionarse de las mujeres; los hombres en sus relaciones con otros hombres difícilmente alcanzan altos niveles de confianza e intimidad, ya que ésa es una manera de relación de mujeres con mujeres.

Al hombre se le enseña que su papel está fuera de casa y que debe de cumplir con las características propias de su género, nunca debe mostrar características propias del género opuesto porque equivaldría a perder poder al ser equiparado con una mujer.

En cambio las relaciones que se dan entre hombre y mujeres, el hombre se encarga de hacer notar que es superior a la mujer en todos los aspectos. Así los hombres se encuentran en constante conflicto con ellos mismos, porque por una parte con los hombres no se pueden desenvolver libremente por el temor de ser comparados con las mujeres y por la eterna competencia por el poder entre hombres; mientras que con las mujeres tampoco puede desenvolverse libremente por temor a comportarse de la misma forma que el género femenino. Sin duda alguna se parte de la masculinidad es tener que pagar un precio muy caro por el poder y el dominio.

33LAGARDE, Marcela. *Introducción al enfoque de género*. En memoria del taller a técnicos del INTA y polos de desarrollo. *Genero en el desarrollo*. 31 de mayo y 1 de junio. Nicaragua. 1994. pp 44
34DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México. 1979. Efesios. pp. 281

Mucho se habla de la liberación femenina y del feminismo, pero a dónde quedan los hombres, ellos también han ido haciendo cambios en sus comportamientos. En la actualidad se ha dado más permisividad a los hombres de mostrar sus sentimientos y emociones, dándoles así la oportunidad de ir rompiendo poco a poco la coraza de la masculinidad que han llevado consigo durante años. Lo cual nos lleva a pensar que su forma de relacionarse con su mismo género y con el femenino definitivamente tendrá que cambiar.

Con lo anterior podemos ver que también el género masculino ha generado cambios sociales y que esos cambios necesitan verse reflejados en nuevas representaciones sociales para darle al género una nueva forma de comportamiento sin perder la consonancia.

Hombres y mujeres al ser seres humanos y sociales piensan, sienten, ríen, lloran, juegan, se visten, se relacionan, experimentan, viven, comunican, expresan y actúan; lo que los hace diferentes es tener un sexo diferente y gracias a éste se desarrollan modelos de género que regulan el comportamiento de cada uno de los géneros para establecer un orden social. Por ello hombres y mujeres tienen diferentes perspectivas de la realidad, ya que existen diferentes modelos para entenderla para cada uno de los géneros.

El tema del amor también es cuestión del género masculino, ya que es un sentimiento y como se ha explicado anteriormente el hombre vive reprimiendo su capacidad efectiva. *"Los afectos y los sentimientos también son educados. A las mujeres se les enseña a amar de cierta manera, y a los hombres de otra. Estamos educados para amar de maneras distintas, existe una preparación amorosa que nos enseña de manera diferenciada qué es el amor. Hombres y mujeres entramos en conflicto por las distintas maneras de amar que tenemos. Y existe la falsa creencia de que el amor es universal"*. (35)

No se trata de creer que los hombres no aman, lo hacen, simplemente el hombre ama de una manera diferente de lo que lo hace la mujer. Los hombres apuestan por el amor pasión, en el cuál no se ven involucrados los sentimientos, mientras que la mujer apoya el amor romántico, donde lo más importante son los sentimientos. Esto debido a la diferencia afectiva que hay para cada género.

Los hombres basan sus relaciones afectivas con las mujeres a través del sexo, debido a las barreras que ellos mismo se crean de no mostrar sus sentimientos. Al saber que la mujer es fuertemente juzgada en el ámbito sexual y el hombre es el encargado de enseñar a su mujer lo necesario sobre el sexo, esto determina una forma de poder más del hombre sobre la mujer. Ya que para los hombres el tener muchas parejas sexuales es normal, equiparando el concepto de sexo con el de poder.

35. LAGARDE, Marcela. *Introducción al enfoque de género*. En memoria del taller a técnicos del INTA y polos de desarrollo. *Género en el desarrollo*. 31 de mayo y 1 de junio. Nicaragua, 1994, pp 43

Como se ha venido explicando el género masculino disfruta de privilegios por tener el dominio de las esferas sociales de poder. A los hombres no se les ha dificultado el acceso a la formación educativa, tampoco han luchado por conseguir igualdad en los puestos de trabajo y por si fuera poco no tiene que cargar con la pesada responsabilidad de una casa, si bien lo hacen en lo económico, no tienen que cuidar a sus hijos, ni hacer labores domésticas, porque son aspectos privados, característicos del género opuesto.

Pero el pago por ser dominante es muy caro, sacrificar el mostrarse como un ser afectivo. Sin duda alguna la masculinidad estaría completa si hubiera un equilibrio entre el dominio y el plano afectivo, así el hombre se sentiría capaz de mostrarse tal cual es sin necesidad de estar en constante conflicto con sí mismo.

Sin duda alguna la invención de la equidad de género le ha hecho un favor muy grande a los géneros, ya que les da la oportunidad de poder tener características del masculino y del femenino sin ser mal visto o mínimo no tan mal visto como antaño, ahora las mujeres pueden ir a trabajar y los hombres pueden ayudar a las labores domésticas evitando la creencia de que eso es sólo para mujeres.

De igual manera que con el género femenino, posteriormente se compararan los modelos de género conservadores masculinos con los que difunde la serie de Sex and the city, para ver si la comunicación que ofrece es conservadora (en caso de que siga transmitiendo modelos de género conservadores) o innovadora (en caso de que muestre modelos de género innovadores).

2.5 ¿Cómo se debe ser homosexual?

A lo largo de la descripción de modelos de género conservadores nos hemos podido dar cuenta que los géneros femenino y masculino aunque antagónicos son complementarios. Así la sociedad no le da cabida a otro género que no sean los moralmente establecidos.

Hasta el momento se han presentado modelos de género y características de mujeres y de hombres, pero los homosexuales masculinos también forman parte importante dentro de la investigación, ya que aparecen dentro del producto comunicativo que se está analizando.

"Si alguien se acuesta con un hombre como si se acostara con una mujer, se condenará a muerte a los dos y serán responsables de su propia muerte, pues cometieron un acto infame". (36)

El sexo sigue siendo un tema tabú dentro de algunas sociedades, éste se maximiza al intentar preferencias sexuales que no sean las previamente establecidas y con el único fin de la reproducción. Así la homosexualidad masculina no tiene propiamente un modelo de género específico, ya que se trata de un hombre con preferencias sexuales por otro ser de su mismo género.

Los homosexuales masculinos no son nada nuevo dentro de la sociedad, llevan mucho tiempo existiendo, en 1873 Simeon Salomon (pintor) *"fue sentenciado a dieciocho meses de cárcel por ser homosexual"* (37), pero la homosexualidad nunca ha sido bien vista ya que no encaja en ninguno de los modelos de género existentes y aceptados (conservadores).

Está claro que los homosexuales poseen sexo masculino, pero su comportamiento está ligado a aspectos del modelo de género femenino y al masculino, por lo tanto los homosexuales tendrán características de los dos géneros.

"En este mundo, lo único tan malo como ser una niña es ser una mariquita; es decir ser como una niña". (38) Así conciben los hombres a los homosexuales masculinos, de hecho el mayor temor de los hombres es ser homosexuales, ya que es lo mismo que renunciar al poder y a la fortaleza, porque los homosexuales masculinos aunque tengan la presencia del pene que es símbolo de poder y de fuerza, sus acciones son parecidas a las de las mujeres, entonces por consecuencia se mostrarán débiles y pasivos.

Una sociedad patriarcal no puede permitir que los hombres, que son los que dominan y los dueños del poder basen sus preferencias sexuales en un miembro de su mismo género. Por lo anterior la sociedad no ha podido establecer normas que rigan el comportamiento de los homosexuales masculinos que no tienen una función social específica.

Los hombres homosexuales no entran en modelo de masculinidad, ya que prefieren relacionarse emocional y físicamente con otro hombre, de igual forma nunca podrán encajar en el modelo social de familia, ya que la finalidad de una unión heterosexual es la reproducción. Y los homosexuales masculinos practicarán su sexualidad sin llegar a ese fin.

"La homosexualidad era vista como una patología, una forma de trastorno psicosexual, una sexualidad antinatural y moralmente condenable". (39) Por muchos años se creyó que la homosexualidad se trataba de algún tipo de enfermedad o desorden mental al confundir las preferencias sexuales.

37BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998, pp. 312

38KAUFMAN, Michael. *Hombres placer, poder y cambio*, CIPAF, Santo Domingo, 1989, pp. 51

39GIDDENS, Anthony. *La transformación de la intimidad Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Segunda edición, Cátedra, Madrid, 1998, pp. 23

Lo cual propició que se discriminara aún más a las personas que tenían preferencias sexuales diferentes. Lo que verdaderamente es cierto es que son falsas tales interpretaciones, la homosexualidad es simplemente una forma de diversidad sexual existente dentro de la realidad.

Freud afirma que *"... los rasgos sociales asociados con las perversiones, lejos de restringirse a pequeñas categorías de personas anormales, son rasgos comunes a la sexualidad de cada persona"* (40) y que la homosexualidad nace con la elección de un objeto de placer, que con bases en el narcisismo, se identifica como la elección de sí mismo como objeto erótico. El padre del psicoanálisis considera que es inapropiado utilizar la palabra perversión para referirse a los homosexuales masculinos, ya que era un término de reproche.

La proliferación de las identidades sexuales dieron la pauta para el surgimiento de la homosexualidad masculina, *"Ya no parece que haya un gran continente de normalidad, rodeado por pequeñas islas de desorden. En lugar de esto, podemos observar racimos de islas, grandes y pequeñas... Han emergido nuevas categorías y minorías eróticas. Las más antiguas han experimentado un proceso de subdivisión en los gustos más sofisticados; aptitudes y necesidades específicas vienen a ser la base de la proliferación de identidades sexuales"*. (41)

La homosexualidad masculina no se trata de ninguna perversión ni de ningún mal congénito, actualmente se ha descubierto que no hay factores que determinen genéticamente que un hombre vaya a ser homosexual. Así la homosexualidad masculina es una libre elección de preferencia sexual y de estilo de vida al no tener patrones de comportamiento como los géneros aceptados, abriendo así una nueva visión de la sexualidad y del género en la sociedad.

Los homosexuales en general preceden al resto de las parejas heterosexuales, en el desarrollo de relaciones afectivas, porque han seguido adelante sin el marco del matrimonio tradicionalmente establecido por la sociedad, basándose en la relativa igualdad entre compañeros.

Las características de los homosexuales masculinos son poseer pene como sexo, ser amanerados, comportamiento pasivo, coquetos y preferencia sexual por otros hombres. Así es como se han presentado a los homosexuales masculinos, pero todavía nadie sabe cómo sienten, qué quieren, qué piensan y legalmente no son tomados en cuenta en México, ya que han luchado por conseguir el derecho a contraer matrimonio como cualquier pareja heterosexual, sin todavía conseguir una respuesta.

40GIDDENS, Anthony. *La transformación de la intimidad Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*, Segunda edición, Cátedra, Madrid, 1998, pp. 40
41idem, pp. 40-41

Los homosexuales masculinos adquieren características de los dos géneros establecidos y aceptados, pero todavía no tienen un modelo específico de comportamiento para seguir. Así los homosexuales masculinos pueden actuar de una forma pasiva o de una forma activa.

Al no tener un modelo conservador para los homosexuales masculinos con el que se pueda comparar, el simple hecho de que aparezca este género dentro de la investigación se tomara como un carácter innovador dentro de la comunicación que difunde la serie de Sex and the city, ya que muestra un género que no había sido contemplado por los modelos de género conservadores.

3. RECONSTRUCCIÓN DE MODELOS DE GÉNERO

En este capítulo se explicara cuál es la técnica para el análisis de mediación cognitiva propuesto por Manuel Martín Serrano, empleada en la presente investigación. Recordando que el objetivo de la misma es analizar cognitivamente los modelos de género que se emplean en la serie de televisión Sex and the city para determinar si la comunicación que proporciona es innovadora o conservadora, dependiendo de los modelos de género que se exhiben. Para ello se analizan cuatro capítulos de la serie antes mencionada en su primera temporada.

También se incluirá información relevante acerca de el objeto real de estudio como lo son sus inicios, premios, temática y síntesis, así como el instrumento para el análisis y cómo se aplica éste en el análisis de mediación cognitiva que se esta realizando.

3.1 Relato para análisis: “Sex and the city”

El objeto de estudio de la presente investigación son cuatro capítulos de la primer temporada de la serie de televisión Sex and the city. La cual es una comedia ligera protagonizada por cuatro mujeres newyorkinas que describen cómo es la forma de vida para este género en pleno siglo XXI desde una óptica femenina. Cabe mencionar que al tratarse de un relato norteamericano las representaciones sociales serán diferentes a las mexicanas por es simple hecho de tratarse de una cultura diferente.

Sex and the city es protagonizada por una columnista de un diario y sus tres amigas, quienes intercambian secretos para sobrevivir en una gran ciudad y la convivencia con el sexo opuesto.

Las mujeres que aparecen en la serie son Sara Jessica Parker interpretando el personaje principal con el nombre de Carry, una periodista dedicada a observar y analizar las relaciones que existen entre sexos para publicarlos en el diario; Kim Cattrall interpreta a Samantha, una gerente de Relaciones Públicas que deja atrás los prejuicios para actuar libremente en todos los aspectos; Cynthia Nixon interpreta a Miranda, una abogada destacada y Kistín Davis como Charlotte, una mujer tímida que aún se ruboriza al escuchar la palabra sexo en las pláticas con sus amigas.

3.2 Pasa de un libro a la pantalla chica

La serie producida por HBO surgió en 1998 con base en el libro del mismo nombre escrito por la periodista Candace Bushnell, la cual durante años se dedicó a retratar mediante sus relatos la vida sexual de los habitantes de la ciudad de Nueva York, para después publicarlo en el diario New York Observer. Después

compiló sus escritos y sacó a la venta su libro *Sex and the city*, con el que la cadena televisiva HBO se inspiró para lanzar la serie de comedia. (1)

Sex and the city comenzó su primera temporada con 12 capítulos que indiscutiblemente fueron muy bien aceptados por el público estadounidense, la cadena televisiva al darse cuenta de esto dio inicio a las grabaciones de la segunda temporada, como no fue suficiente y faltaban muchos temas por abordar se siguieron grabando temporadas de la serie hasta llegar a la sexta y última temporada, la cual comenzó a transmitirse en Estados Unidos en enero del presente año.

Cuatro años más tarde de su aparición en los Estados Unidos, *Sex and the city* llegó al público mexicano el 25 de agosto del 2002, gracias a la concesión otorgada a CNI canal 40 para transmitirla (al principio eran todos los domingos, pero en la actualidad se transmite martes, jueves y domingo) con un horario nocturno (11:45 p.m.) al ser una serie de clasificación C debido a sus explícitas escenas sexuales y al lenguaje que se utiliza, ya que el doblaje está muy bien logrado y se les dice a las cosas por su nombre. (2)

La serie de HBO lleva cuatro años al aire en los Estados Unidos y sigue teniendo la misma aceptación que al principio, ya que intenta demostrar que no sólo hay una, sino muchas mujeres que pueden manejar sus relaciones con la misma sensibilidad o insensibilidad que la mayoría de los hombres.

La publicidad de *Sex and the city* ha jugado un papel muy importante en la aceptación de la serie, ya que han utilizado frases como: *"¿Pueden las mujeres tener sexo con la misma liviandad que los hombres? La respuesta la puedes encontrar en Sex and the city"*. (3)

La serie temporada tras temporada aumenta sus niveles de audiencia en Estados Unidos y ha sido muy bien recibida por los telespectadores de Latinoamérica, Europa y Asia. Con lo anterior se entiende que aunque el relato tenga representaciones sociales norteamericanas, algunas de éstas deben de ser válidas para las sociedades latinoamericanas, europeas y asiáticas aunque sus culturas sean muy diferentes.

Sex and the city dio la sorpresa al ser nominada para el EMMY en el 2001, siendo la primer serie transmitida por cable nominada a un premio, pero la sorpresa más grande fue cuando la serie se llevó el EMMY a la mejor serie de comedia y el EMMY a la mejor actriz para Sara Jessica Parker.

Al año siguiente volvió a ser nominada al EMMY la serie como mejor comedia y Sara Jessica Parker como mejor actriz.

1 www.hbolatino.com

2 www.cni.com.mx

3 www.hbolatino.com

Pero no solo la serie y la protagonista han ganado el EMMY; la serie y Jessica Parker ganaron el Globo de Oro en la cuarta temporada de la serie como mejor serie de comedia y mejor actriz de comedia respectivamente. (4)

3.3 Temas tocados en Sex and the city

Sin duda alguna las diferentes temáticas que aborda la serie han influido mucho en la aceptación que ha tenido. Así, son muchos los hombres y las mujeres que recrean, a través de esta serie sus fantasías o realidades sexuales y dejan sus prejuicios y miedos de lado, al menos durante la duración del capítulo mientras siguen las historias de cuatro mujeres profesionistas, bellas y desinhibidas que pueden levantarse de la cama de un extraño más veces que cualquier otra persona.

Parte del éxito que ha tenido la serie se debe a la franqueza con la que las cuatro protagonistas hablan de los secretos del sexo femenino y de su opinión sin censura acerca del sexo masculino, lo que les molesta, lo que les gusta y sobretodo lo que persiguen.

En tono de comedia se presenta en la televisión la serie Sex and the city equilibrando los momentos melodramáticos en los que las protagonistas exponen sus dudas y sus frustraciones, casi todas relacionadas con la inestabilidad emocional y afectiva.

Dentro de los capítulos de Sex and the city se pueden encontrar temas como: sexo oral, anal, gay, bisexual, penes demasiado grandes o muy pequeños, consoladores, masturbación, eyaculación precoz, frigidez, soltería, fidelidad, infidelidad, amor, desamor y toda clase de mitos que existen para que una mujer pueda tener una relación sexual con un hombre que acaba de conocer. *"regla número uno, no te acuestes con nadie en la primera cita"*. (5)

Sex and the city se convierte en el moderno cuento de hadas del siglo XXI, pero esta vez las hadas son sexuadas y deja claro capítulo tras capítulo que la seductora personalidad de cada una de las cuatro mujeres que aparecen, es el estandarte femenino para conquistar el mundo, en específico a los hombres.

Queda claro que aunque esta serie rompa con muchas reglas referentes al comportamiento de las mujeres, también deja ver cómo cuatro mujeres treintañeras intentan sostener relaciones igualitarias con los hombres, tratando al mismo tiempo de encontrar la pareja ideal.

Las cuatro protagonistas de Sex and the city dejan ver los conflictos de poder y las presiones sociales mientras luchan por combinar su desarrollo personal con las exigencias de la sociedad al hecho de ser mujer.

4 www.hibolafino.com

5 Sex and the city. primer temporada, El poder del sexo femenino, capítulo 05.

Pero *Sex and the city*, además de ser una comedia ligera, es una guía práctica para las mujeres de más de tres décadas de edad que buscan una pareja; así que no sólo rompe con algunos estereotipos en los cuales se han encasillado a las mujeres, sino que también repite el modelo de lo que se piensa que quieren todas las mujeres: el tan buscado y nunca encontrado hombre ideal.

Algunas de las preguntas que las protagonistas intentan resolver capítulo tras capítulo son: ¿Qué cosa esperan las mujeres de los hombres? ¿Qué es lo que los hombres buscan en las mujeres?, ¿Hasta dónde son capaces las mujeres de llegar para alcanzar sus objetivos?, ¿Hasta dónde ellos se detienen para no comprometerse?, ¿Existe alguna fórmula para conquistar a los hombres?, ¿Existe alguna fórmula para complacer a las mujeres?

3.4 Pasarela en *Sex and the city*

Durante la serie *Sex and the city* se pueden observar (principalmente en el personaje de Carry) modelos exclusivos de distinguidos diseñadores; temporada tras temporada se caracteriza por el perfecto vestuario que sacan en pantalla las protagonistas de la serie, haciendo así toda una pasarela en la televisión.

Amores van, amores vienen y sin embargo las cuatro mujeres treintañeras aparecen radiantes y siempre a la última moda, tanto en ropa, como en zapatos, maquillaje y accesorios; y esto debido al alto rating que ha tenido la serie, la cual es un importante trampolín para los diseñadores de dar a conocer sus más recientes creaciones.

3.5 Sinopsis del relato

Los capítulos seleccionados y analizados para la realización de la presente investigación son cuatro, todos de la primera temporada de la serie, a continuación se dará una breve sinopsis de cada uno de ellos.

CAPÍTULO 1. SEX AND THE CITY

En este capítulo se hace una breve presentación de los personajes principales que aparecerán y cómo cada uno de éstos dan su opinión acerca de qué es para ellos el amor, el sexo y las dificultades que hay en una ciudad como Nueva York de encontrar una pareja estable.

También se dan a conocer a grandes rasgos la personalidad de las cuatro protagonistas: Carry, Samantha, Charlotte y Miranda. Carry es una periodista que se aboca a observar cómo se llevan a cabo las relaciones de pareja entre los géneros existentes en la ciudad de Nueva York; Samantha es el vivo ejemplo de la mujer fatal, ya que es una mujer que vive por y para el sexo sin prejuicios ni arrepentimientos; Charlotte es la más joven de las cuatro y sin duda alguna es la más tímida y deja ver que su más grande anhelo es poder encontrar un hombre con el cual pueda casarse y Miranda una abogada que trabaja en un importante

despacho, la cual sí pretende establecer una relación, pero siempre y cuando pueda seguir ejerciendo su profesión, con el fin de no depender de un hombre.

Los hombres y las mujeres dan su punto de vista de cómo son las relaciones de pareja, en específico las sexuales, sin dejar a un lado cómo los hombres menosprecian a las mujeres y las mujeres a los hombres; el miedo que tienen los hombres a comprometerse en contraposición a la necesidad que tienen las mujeres de casarse.

CAPÍTULO 2. MODELOS VS MORTALES

Este capítulo se aboca a la competencia por la belleza y todo comienza cuando a Miranda la invitan a cenar, lo que ella no sabe es que el hombre es un obseso (obsesionado con las modelos), al término de la cena Miranda se entera por una de sus amigas que es un obseso.

Miranda llama a sus amigas para platicarles lo sucedido en la cena y comienza una larga charla respecto a los hombres y la obsesión que tienen por las modelos, todas dejan ver la ansiedad que les causa ver las revistas y que cada que ven a una modelo se encuentran miles de defectos.

Samantha comenta que a ella no le causan nada más que lástima, ya que se mueren de hambre en los mejores restaurantes y que si llegan a comer inmediatamente van al baño para provocarse el vómito y seguir manteniendo sus esculpturales cuerpos.

Las cuatro se quejan de las normas que rigen la belleza femenina, y se sienten minimizadas ante la belleza de las modelos, ya que no son tan bien aceptadas como las modelos.

Las mujeres se sienten intimidadas por la belleza de las otras mujeres, así que viven en una constante competencia por mantener la belleza por el mayor tiempo posible.

CAPÍTULO 3. CASADOS CONTRA SOLTEROS

En este capítulo salen a relucir las rivalidades que existen entre solteros y casados, sobretudoo entre solteras y casadas, ya que cuando están solteros quieren estar casados y cuando están casados quisieran ser viudos o estar muertos.

Todo comienza cuando Carry va a visitar a una amiga casada que tiene su casa en la playa, cuando la amiga sale por lo necesario para preparar el desayuno, Carry despierta y lo primero que ve es al marido de su amiga sin calzoncillos caminando por el pasillo. Carry le comenta a su amiga y ésta la corre inmediatamente de su casa.

Carry comenta con sus inseparables amigas Charlotte, Samantha y Miranda lo que ocurrió y empieza toda una discusión acerca del por qué las amigas cambian tanto en cuanto se casan.

La situación cambia cuando la amiga de Carry, la ve acompañada de un hombre que sin duda alguna lo único que quiere es tener una mujer con la cual casarse. Carry vuelve a ser bien vista por su amiga y ésta le pide una disculpa por lo que pasó en la casa de la playa.

A Carry le resulta difícil tener que decir que no a la propuesta de matrimonio y al sueño de tener ocho hijos, pero prefirió quedarse nuevamente soltera para seguir buscando a su príncipe azul.

CAPÍTULO 4. EL PODER DEL SEXO FEMENINO

El problema que enfrentan Carry y Samantha es poder entrar a cenar al restaurante más famosos de Nueva York: Balsac, pero se topan con un pequeño problema otra mujer que no les permite el acceso ni con reservación.

Carry se reencuentra con una amiga, Amalita, la cual basa todo su poder en el sexo, con ello obtiene viajes, dinero, joyas y comidas en los mejores restaurantes, incluyendo el Balzac.

Gracias al reencuentro con su amiga, Carry puede entrar al restaurante y se da cuenta de todas las ventajas que acarrea el intercambio de sexo por poder.

Carry sale con un amigo de Amalita y después de pasar una noche con él se despierta y se da cuenta que el hombre le había dejado 1000 dólares en el buró acompañados de una nota dándole las gracias por la velada. Ésta se da cuenta de que consiguió dinero a través del sexo y decidió que no era lo que ella quería, ella deseaba tener sexo pero a cambio de amor, de ternura, pero nunca a cambio de dinero.

3.6 Estrategia de investigación

3.6.1 Recopilación de la muestra para el análisis

Tomando en cuenta los 12 capítulos de la primer temporada de la serie de HBO "Sex and the city", se eligió como muestra cuatro capítulos para el análisis de contenido. La selección se llevó a cabo a través de un muestreo aleatorio simple, es decir, los capítulos se eligieron al azar.

Los capítulos de la primera temporada que resultaron seleccionados para este análisis de mediación cognitiva son:

1. Número de capítulo en la serie: 01
Título: **Sexo en la ciudad**
Duración: 30 minutos
2. Número de capítulo en la serie: 02
Título: **Modelos vs mortales**
Duración: 30 minutos
3. Número de capítulo en la serie: 03
Título: **Casadas contra solteras**
Duración: 30 minutos
4. Número de capítulo en la serie: 05
Título: **El poder del sexo femenino**
Duración: 30 minutos

3.6.2 Técnica de análisis

La realidad se nos presenta en dos planos: el de los hechos y el de los pareceres, la finalidad del presente trabajo es analizar cómo se ajustan estos dos planos al brindarles a los sujetos pautas de conducta para mantener el orden social. La comunicación interviene en los procesos de enculturización y por lo tanto es muy importante para establecer el orden social, ya que es el árbitro entre los distintos planos que rigen la realidad, la comunicación se apoya en la teoría de la mediación para imponer límites a lo que se dice y al cómo decirlo dentro de un relato, por medio de un sistema de orden.

La teoría de la mediación analiza ajustes entre planos distintos de la realidad, en este caso toma por un lado a las representaciones sociales, que son las ideas que tiene la sociedad acerca de la realidad y por otro lado toma el comportamiento social para mantener la congruencia entre las ideas y los hechos.

La Comunicación pública nos ayuda a operar en la realidad social, pero para entender dicha realidad, es necesario establecer un equilibrio entre los dos planos que la rigen. La teoría de la mediación se ocupa del estudio del control social que ejercen las diversas instituciones enculturizadoras sobre los individuos, imponiendo modelos de la realidad que posteriormente son interiorizados y reproducidos.

Los mensajes que circulan en los medios masivos de comunicación siempre reflejan aspectos de la realidad y sus representaciones. Cuando existen desajustes entre el plano de los hechos y el de los pareceres, se lleva a cabo un equilibrio entre ambos planos. Los modelos mediadores son el instrumento que implementa la comunicación para mediar entre las representaciones sociales y el acontecer social, evitando un desajuste entre éstas.

La Teoría de la mediación es la encargada de analizar los procesos de ajuste entre los dos planos de la realidad, así se puede determinar la relación que existe entre las normas establecidas de las prácticas sociales y los códigos que se proponen en los relatos de la comunicación pública.

Para analizar un producto comunicativo es necesario recurrir a la mediación cognitiva propuesta por Manuel Martín Serrano, ya que es la técnica que nos ayuda a investigar las principales características de modelos de género a partir de las representaciones sociales que se tengan para cada género. Para llevar a cabo el análisis será necesario analizar cómo se comportan los géneros que aparecen dentro del relato del producto comunicativo.

El producto comunicativo analizado bajo la mediación cognitiva parte de que en todo relato aparecen personajes con distintos atributos, los cuales desempeñan roles e interactúan con otros personajes, se basan de determinados instrumentos para llevar a cabo actos que los lleven a cumplir sus objetivos, los cuales no siempre están garantizados, ya que se pueden encontrar con el logro o el fracaso de los mismos. Sus actos posteriormente son juzgados por medio de normas que el personaje mismo da a conocer dentro del relato y un receptor se apropia de los comportamientos de los personajes, interiorizándolos para después reproducirlos.

El análisis de mediación cognitiva nos permite identificar las características principales de los perfiles de género que aparecen en el producto comunicativo.

Basándonos en que el análisis de mediación cognitiva es la construcción de los roles como representaciones, se analizarán 4 capítulos de la serie *Sex and the city*; re-construyendo los modelos de género que son los que nos interesan en la presente investigación, analizando detalladamente sus acciones, sus actitudes, sus expresiones y sus relaciones.

3.6.3. Instrumento para análisis de mediación cognitiva

Como lo que nos interesa analizar son los modelos de género para saber si la comunicación que se exhibe dentro de la serie *Sex and the city* es de tipo conservadora o innovadora es necesario saber las características de cada personaje: ¿Quién? (PERSONAJE), ¿Qué hacen? (ACCIONES), ¿Con qué intención? (ACTITUDES), ¿De qué hablan? (EXPRESIONES) y ¿Cómo se relacionan? (RELACIONES).

A partir del Análisis de Mediación Cognitiva se construye un instrumento apto que permite la síntesis del comportamiento de los personajes y puede ser empleado en los relatos de los medios de comunicación masiva, dejando claro que las unidades de análisis que interesan al presente estudio son: las acciones, las expresiones, las relaciones y las actitudes.

Así, la técnica da la pauta para la construcción del instrumento a través del cual se recopilarán los datos necesarios para interpretar los modelos de género que exhibe la serie y responder a la pregunta de investigación.

En este caso se trata de un instrumento cualitativo, para terminar con datos cuantitativos, es decir, se plasman datos a partir de la observación, los cuales posteriormente serán contados y nos arrojarán porcentajes con los cuáles se harán comparaciones entre los géneros que aparecen en el relato.

El instrumento es cualitativo porque va a estar formado por acciones, expresiones, actitudes y relaciones, produciendo así datos descriptivos en dónde las conductas y las palabras de los personajes nos dan un modo de enfrentar al mundo de manera empírica, ya que lo que quiere la presente investigación es encontrar significados en los mensajes del relato, en específico se buscan representaciones de género.

Al ser un instrumento cualitativo y cuantitativo nos va a facilitar el análisis, ya que al arrojar números, podemos contabilizar las frecuencias de los datos que buscamos (acciones, expresiones, relaciones y expresiones), ganando así claridad expositiva y la facilidad de lectura para la comparación de modelos de género.

El instrumento consiste en una tabla de cinco columnas, especificando con que datos se llenarían cada una de las columnas. Las tablas se elaboraron en hojas tamaño carta en formato horizontal y quedan de la siguiente manera:

PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES

En la primera columna sólo se anota el nombre del personaje, si se trata de un nombre unisex como alex, se especifica a un costado del nombre si se trata de femenino (f), masculino (m) u homosexual masculino (h). En la segunda columna se anota lo que hace, simplificándolo únicamente en el verbo. En la tercera columna se anota la intención o emoción del personaje, en la cuarta columna se anota lo que el personaje dice y en la quinta columna cómo se relaciona con los demás.

3.6.4 Registro de datos

Ya que se tienen los capítulos y el instrumento que se va a utilizar, se realiza el análisis de mediación cognitiva de cada uno de los capítulos llenando cada una de las columnas con los datos correspondientes.

Para facilitar el llenado de las tablas es necesario observar cada uno de los capítulos para identificar los personajes, al género al que pertenecen y un perfil general de cada uno de ellos.

Después de haber visto los capítulos que se van a analizar será necesario volver a verlos para comenzar a hacer el registro de datos en cada una de las columnas; se recomienda llenar primero la tabla de personaje al mismo tiempo con la de acciones, esto facilitará el llenado completo de la tabla. Posteriormente se llenará la columna relacionada con las expresiones, después la columna de relaciones y por último la de actitudes.

El orden se da de esa manera, ya que en la columna de actitudes se vuelve un poco más complejo su registro debido a que no siempre resulta obvia la actitud que adopta cada personaje, más bien depende de las cosas que hagan, digan o cómo se relacionan, así, teniendo ya llenas las demás columnas será más sencillo el llenado de la columna de actitudes.

Posterior al llenado de la tabla se vuelven a ver los capítulos para evitar que se nos hayan pasado datos relevantes de alguna de las columnas, también es recomendable tener mucha paciencia para el llenado de la tabla, ya que al principio resulta muy difícil registrar los datos adecuadamente, pero posteriormente se ira facilitando hasta llegar al punto en donde el registro se vuelve casi automático.

3.6.4.1 Registro de personajes

Para hacer el registro de personajes se coloca en la primer columna de la tabla, que es nuestro instrumento, el nombre del personaje que aparece en nuestro objeto real de estudio, es recomendable anotar el nombre completo, ya que como aparecen demasiados personajes si manejamos el nombre completo será más sencillo posteriormente realizar los conteos de frecuencias por personaje y por género, además nos facilita el manejo de los datos restantes. Se recomienda llenar simultáneamente la columna de personaje y la de acciones.

PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Capote	Platica con CH.			
Charlotte	Besa a Capote			
Capote	Besa a Char.			
Samantha	Coquetea			
Skipper	Camina			
Miranda	Platica con Sk.			

3.6.4.2 Registro de acciones

La columna acciones es la segunda dentro de nuestro instrumento, en esta columna se registrarán las acciones que realizan los personajes, el registro de datos en ésta es el más sencillo, ya que todas las acciones se presentarán con verbos; a veces pueden ir acompañados de algunos complementos para especificar la acción. Es recomendable ir llenando al mismo tiempo la columna de personajes con la de acciones para facilitar el completo llenado de nuestro instrumento de análisis de mediación cognitiva.

PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Capote	Platica con CH.			
Charlotte	Besa a Capote			
Capote	Besa a Char.			
Samantha	Coquetea			
Skipper	Camina			
Miranda	Platica con Sk.			
Skipper	Besa a Miran.			
Carry	Camina			
Samantha	Besa a Capote			

3.6.4.3 Registro de expresiones

Al igual que la columna de acciones, la de expresiones es muy fácil de llenar, ya que también es muy sencillo identificar de qué están hablando los personajes que intervienen en la serie.

No es necesario anotar todos los diálogos que se llevan a cabo, basta con identificar el tema que están tratando y así resumirlo en la columna, ya que si se maneja toda la información que arrojan los personajes mientras conversan, sería muy conflictivo poder realizar las frecuencias y contaríamos con todavía aún más datos que sólo nos servirían para confundirnos en pasos posteriores.

PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Capote	Platica con CH.		Sexo	
Charlotte	Besa a Capote			
Capote	Besa a Char.			
Samantha	Coquetea			
Skipper	Camina			
Miranda	Platica con Sk.		Rel. De pareja	
Skipper	Besa a Miran.			
Carry	Camina			
Samantha	Besa a Capote			

3.6.4.4 Registro de relaciones

En la quinta columna se registrará cómo se relaciona cada personaje con los demás géneros, las formas en las que se pueden relacionar son muy diversas, por ello es necesario analizar bien a que tipo de relación pertenece. Como tampoco es muy fácil identificar cómo se relacionan los personajes, será necesario revisar las otras columnas para facilitarnos el registro de las relaciones, ya que con lo que dicen nos podemos ayudar para el correcto llenado de esta columna.

Para facilitar el registro de las relaciones, éstas se clasifican de la siguiente manera:

SOCIALES	DE PODER	EMOTIVAS

Las relaciones se dividen en sociales, de poder y emotivas. A continuación se presentan el desglose de estas categorías.

SOCIALES	DE PODER	EMOTIVAS
1. FAMILIAR	1. COOPERATIVA	1. COLABORACIÓN
2. LABORAL	2. DEMOCRÁTICA	2. DEPENDENCIA
3. AMISTAD	3. NEGOCIADORA	3. CODEPENDENCIA
4. AMOR	4. AUTORITARIA	4. PROTECCIÓN
5. ATRACCIÓN// SEDUCCIÓN	5. COMPETENCIA	

En la columna de relaciones es importante establecer la relación social, la de poder y la emotiva, es decir, debe llevar tres relaciones dentro de cada personaje.

Como es la cuarta columna que se llena dentro del instrumento, ya deben estar llenas la de personaje, la de acciones y la de expresiones, a continuación se muestra como debe de ir el completado el instrumento hasta el momento.

PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Capote	Platica con CH.		Sexo	Erótica Negociadora Colaboración
Charlotte	Besa a Capote			Erótica Negociadora Colaboración
Capote	Besa a Char.			Erótica Negociadora Colaboración

Samantha	Coquetea			
Skipper	Camina			
Miranda	Platica con Sk.		Rel. De pareja	Amorosa Autoritaria Dependencia
Skipper	Besa a Miran.			Amorosa Sumisa Dependencia
Carry	Camina			
Samantha	Besa a Capote			Erótica Negociadora Colaboración

3.6.4.5 Registro de actitudes

La columna de actitudes es una de las que más dificultad cuesta llenar, ya que no siempre se cuentan con los datos necesarios para establecer de que tipo de actitud se trata. Por ello es recomendable dejar esta columna hasta el último para su adecuado llenado, ya que con los datos que nos proporcionarán las demás columnas será más fácil llenar la de actitudes.

Otros elementos que debemos de tomar en cuenta para establecer las actitudes es el tono y la intensidad de voz, los rasgos de la cara o del cuerpo que nos llevarán a una adecuada visión de las actitudes de cada personaje para llenar adecuadamente la columna de actitudes.

PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Capote	Platica con CH.	Tranquilo	Sexo	Erótica Negociadora Colaboración
Charlotte	Besa a Capote	Tierna		Erótica Negociadora Colaboración
Capote	Besa a Char.	Indiferente		Erótica Negociadora Colaboración
Samantha	Coquetea	Seductora		
Skipper	Camina			
Miranda	Platica con Sk.	Indiferente	Rel. De pareja	Amorosa Autoritaria Dependencia
Skipper	Besa a Miran.	Apasionada		Amorosa Sumisa Dependencia
Carry	Camina	Preocupada		

Samantha	Besa a Capote	Apasionada		Erótica Negociadora Colaboración
----------	---------------	------------	--	--

Como podemos observar no es necesario que las cuatro columnas leídas en forma lineal estén completamente llenas, se deben llenar de acuerdo a la información que arroje el producto comunicativo y no es necesaria la invención de datos ya que con los datos recabados en pasos posteriores se sacan frecuencias y porcentajes.

3.6.5 Separar los personajes

Ya que se llenaron correctamente las tablas de cada uno de los capítulos incluyendo a todos los personajes se prosigue a separar personaje por personaje, para ello se utilizará el mismo instrumento, pero esta vez cada tabla se llenará con las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de un personaje en específico. A continuación se muestra como queda el instrumento ya que se separaron los personajes.

PERSONAJE: CARRY

ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Viaja	Alegre		
Bebe una copa			
Fuma			
Platica con Peachens	Nerviosa/ Desconcertada	Matrimonio/ Pene	Social Dependencia Competencia
Come			
Platica con sus amigas	Desconcertada	Matrimonio/ Soltería	Social Competencia Dependencia// Amistosa Democrática Colaboración
Escribe en la lap top	Desconcertada		
Platica con Stanford	Alegre	Homosexuales masculinos/ Solteros	Amistosa Democrática Colaboración// Social Competencia Dependencia
Platica con Joe	Sorprendida/ Alegre	Homosexuales masculinos/ Amigos	Amistosa Democrática Colaboración

3.6.6 Establecer Categorías

Ya que se tienen divididos por personajes se hacen categorías para acciones, expresiones y relaciones, es decir, si una acción es platicar, pero aparecen diversos nombres, se separa en platica con mujeres, platica con hombres y platica con homosexuales masculinos, que son los tres géneros que aparecen en el análisis, y todos éstos entrarían en la categoría comunicar. Ejemplo:

PERSONAJE CARRY	CATEGORÍA COMUNICA
*Platica con Miranda	*Platica con mujeres 5
*Platica con Samantha	°Platica con hombres 3
-Platica con Stanford	-Platica con homo masc. 2
*Platica con Charlotte	
°Platica con Peter	
°Platica con Dereck	
°Platica con pintor	
-Platica con Stanford	
*Platica con Miranda	
*Platica con Amalita	

Y no sólo se categorizan las acciones, de igual manera las expresiones y las relaciones; las actitudes al igual que en el llenado del instrumento son las más difíciles, así que éstas no serán categorizadas, ya que de categorizarlas se tendrían que categorizar en actitudes positivas y actitudes negativas, pero debido a la subjetividad que conllevan dichos términos se decidió no categorizarlas con el objetivo de que el análisis sea lo más objetivo posible.

La elaboración de categorías nos facilita el manejo de los datos, ya que estamos acomodando dentro de las categorías los indicadores pertenecientes a la misma, así se nos hará más fácil sacar frecuencias y porcentajes posteriormente.

Es muy importante darle un nombre a cada una de las categorías formadas para saber que datos está englobando y no olvidar anotar en las tablas los datos que conforman a las categorías.

3.6.7 Sacar frecuencia por personaje

Una vez categorizadas las acciones, las expresiones y las relaciones se prosigue a sacar las frecuencias, esto es, cuántas veces se repiten cada una de las acciones, actitudes, expresiones y relaciones.

Se sacan frecuencias individuales por cada uno de los personajes, los que sólo aparecen una sola vez, no se eliminan, se toman en cuenta para la separación de personajes por género, que se hará más adelante.

El instrumento para cada uno de los personajes es el mismo que se ha estado utilizando para todos, sólo que esta vez se llenarán con las acciones, actitudes, expresiones y relaciones que realicen cada uno de los personajes que aparezcan en cada capítulo seleccionado para el análisis; se agregarán la columnas correspondientes a categoría y frecuencia y al final se agregará la fila incluyendo el total de acciones, actitudes, expresiones y relaciones respectivamente para facilitar la sumatoria que se tendrá que llevar a cabo en la frecuencia por género

El instrumento para la frecuencia por personaje queda de la siguiente manera:

PERSONAJE: CARRY

CATEGORÍA	ACCIONES	FREC.	ACTITUDES	FRECUENCIA
Comunicar		55	Felicidad	8
	Platica con mujeres	21		
	Platica con hombres	19		
	Platica con homosexuales masculinos	15		
Emotivas		76	Seducción	7
	Sonríe	24		
	Ríe	34		
	Grita	18		
Higiene		12	Amistad	9
	Se lava las manos	5		
	Se lava los dientes	7		
Belleza		29	Timidez	4
	Se pinta las uñas	6		
	Se peina	8		
	Se maquilla	15		
TOTAL		172		28

CATEGORÍA	EXPRESIONES	FREC.	CATEGORÍA	RELACIONES	FREC.
Género femenino		163	Con Mujeres		21
	Mujeres	86		Amistosa	
	Modelos	59		Sumisa	
	Casadas	10		Dependencia//	07
	Solteras	06		Social	
Putas	02	Competencia			
			Dependencia//	09	
			Amistosa		
			Democrática		
			Colaboración//	05	
Género Masculino		105	Con Hombres		25

	Solteros Casados Obsesos	15 12 05		Erótica Negociadora Colaboración// Amorosa Autoritaria Dependencia// Amistosa Sumisa Dependencia	11 12 02
RELACIONES DE PAREJA		77	Con Homosexual masculino		15
	Amor Pareja Citas Desamor Romance Tener hijos	31 16 14 10 04 02		Amistosa Sumisa Dependencia// Amistosa Autoritaria Dependencia// Amistosa Democrática Colaboración//	5 3 7
CIVILES	Matrimonio Soltería Divorcio	64 34 28 02			
TOTAL		409			61

3.6.8 Sacar frecuencias por género

Una vez que se tienen las frecuencias por personaje (de todos los personajes que aparecen en cada uno de los cuatro capítulos) se vuelven a separar, pero esta vez por género, es decir, se separan las mujeres de los hombres y de los homosexuales masculinos.

Ya hecho lo anterior se suman el total de acciones, expresiones, actitudes y relaciones de cada uno de los personajes ya separados por género para obtener la frecuencia por género, para finalizar haciendo los porcentajes de las frecuencias totales arrojadas por cada uno de los géneros.

Será necesario agregar al instrumento la fila de totales para acciones, actitudes, expresiones y relaciones para facilitar la sumatoria necesaria para la obtención de porcentajes.

Las tablas de frecuencia por género son como la que se presenta a continuación:

GÉNERO: MUJERES

CATEGORÍA	ACCIONES	FREC.	ACTITUDES	FRECUENCIA
-----------	----------	-------	-----------	------------

Comunicar	Platica con mujeres	265	Felicidad	97
	Platica con hombres	102		
	Platica con homosexuales masculinos	135		
		28		
Emotivas	Sonríe	186	Sedución	171
	Ríe	74		
	Grita	89		
Higiene	Se lava las manos	43	Amistad	89
	Se lava los dientes	17		
Belleza	Se pinta las uñas	43	Timidez	12
	Se peina	8		
	Se maquilla	7		
		17		
TOTAL		526		369

CATEGORÍA	EXPRESIONES	FREC.	CATEGORÍA	RELACIONES	FREC.
Género femenino	Mujeres	358	Con Mujeres	Amistosa	65
	Modelos	144		Sumisa	
	Casadas	159		Dependencia//	
	Solteras	31		Social	
	Putas	14		Competencia	
	10		Dependencia//	19	
				Amistosa	28
				Democrática	
				Colaboración//	18
Género Masculino	Solteros	290	Con Hombres	Erótica	78
	Casados	97		Negociadora	
	Obsesos	168		Colaboración//	
		25		Amorosa	
			Autoritaria	24	
			Dependencia//	36	
			Amistosa		
			Sumisa	18	
			Dependencia		
RELACIONES DE PAREJA	Amor	312	Con Homosexual Masculino	Amistosa	40
	Pareja	81		Sumisa	
	Citas	105		Dependencia//	
	Desamor	41		Amistosa	
	Romance	52		Autoritaria	
	15			12	
				18	

	Tener hijos	18		Dependencia// Amistosa Democrática Colaboración//	10
CIVILES	Matrimonio Soltería Divorcio	198 75 98 25			
TOTAL		1158			183

3.6.9 Sacar porcentaje por género.

Ya que se cuenta con las frecuencias para cada uno de los géneros que aparecen en los capítulos seleccionados es necesario sacar los porcentajes de acciones, actitudes, expresiones y representaciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos, que son los géneros que aparecen en la presente investigación.

Para esto se utilizarán las filas de totales que se agregaron al instrumento desde frecuencias por personaje. Los porcentajes se sacan por categorías y también al interior de cada categoría para saber el porcentaje que ocupa cada dato dentro de la misma. Si existen datos que no pertenezcan a ninguna categoría -como en el caso de las actitudes que no se categorizaron con el fin de ser objetivos en la investigación- el dato se toma como categoría para sacar porcentajes.

En el caso de las acciones los porcentajes se sacan multiplicando por cien el total de cada categoría y se divide entre el total de acciones que hayan registrado todos los personajes pertenecientes al mismo género. Ejemplo:

Si en la categoría comunicar de la tabla por género *mujeres* se registra una frecuencia total de 265 y el total de acciones por género *mujeres* es de 526; se multiplica 265 por 100 y se divide entre 526, lo que nos da un total de 50, es decir 50% del total de acciones del género mujeres son acciones de comunicar.

Se emplea el mismo procedimiento para sacar los porcentajes de expresiones y representaciones, la única que varía son las actitudes, ya que éstas no se categorizaron por convenir a la presente investigación.

En el caso de las actitudes se toma el total de cada actitud como total de categoría y se divide entre el total de actitudes que hayan generado los personajes pertenecientes al mismo género.

Para obtener los porcentajes dentro de las categorías se multiplica la frecuencia de cada indicador por cien y se divide entre la frecuencia total de la categoría. Ejemplo.

Si la categoría "comunicar" de la tabla de acciones "mujeres" tiene una frecuencia total de género de 345 y su indicador "platica con mujeres" tiene 120 de frecuencia total de género, se multiplica 120 por cien y se divide entre 345, lo cual no da 35, es decir, 35%.

Para anotar los porcentajes obtenidos será necesario agregar al instrumento una columna de porcentajes.

Para facilitar el manejo de porcentajes será necesario utilizar cifras cerradas, ya que de lo contrario contaríamos con demasiados números, lo que representaría probables errores en la sumatoria de porcentajes, la cual para asegurarse que no existen errores debe dar siempre 100%.

Cuando los resultados de los porcentajes no sean exactos se recurre al redondeo de cifras, es decir si el resultado es 23.2 no lo manejaremos de esta forma lo redondeamos sin decimales; como en este caso se trata de un decimal menor a cinco se redondea a cero y se queda en el número sin decimales; y si se tratase de un decimal mayor a cinco se eleva al siguiente número, por ejemplo, si el resultado fuese 56.6 se redondea y quedaría 57.

La tabla incluyendo la columna de porcentajes queda de la siguiente manera:

CATEGORIA	ACCIONES	FREC.	%	ACTITUDES	FREC.	%
Comunicar	Platica con mujeres	265	50%	Felicidad	97	26%
	Platica con hombres	102	38%			
	Platica con homosexual masculino	135	50%			
		28	12%			
Emotivas	Sonrie	186	36%	Sedución	171	46%
	Rie	74	40%			
	Grita	89	48%			
Higiene		23	12%	Amistad	89	24%
	Se lava las manos	43	8%			
	Se lava los dientes	17	40%			
Belleza		26	60%	Timidez	12	4%
	Se pinta las uñas	32	6%			
	Se peina	8	25%			
	Se maquilla	7	22%			
TOTAL		17	53%		369	100%
TOTAL		526	100%		369	100%

CATEGORÍA	EXPRESIONES	FREC	%	CATEGORÍA	RELACIONES	FREC	%	
Género femenino		358	31%	Con Mujeres		65	36%	
	Mujeres	144	40%		Amistosa			
	Modelos	159	44%		Sumisa			
	Casadas	31	9%		Dependencia// Social	19	29%	
	Solteras	14	4%		Competencia			
Putas	10	3%	Dependencia// Amistosa	28	43%			
				Democrática				
				Colaboración//	18	28%		
Género Masculino		290	25%	Con Hombres		78	42%	
	Solteros	97	32%		Erótica			
	Casados	168	60%		Negociadora			
	Obsesos	25	8%		Colaboración// Amorosa	24	31%	
				Autoritaria				
				Dependencia// Amistosa	36	46%		
				Sumisa				
				Dependencia	18	23%		
RELACION DE PAREJA		312	30%	Con Homosexual masculino		40	22%	
	Amor	81	26%		Amistosa			
	Pareja	105	33%		Sumisa	12	30%	
	Citas	41	13%		Dependencia// Amistosa			
	Desamor	52	17%		Autoritaria	18	45%	
	Romance	15	5%		Dependencia// Amistosa			
Tener hijos	18	6%	Democrática	10	25%			
				Colaboración//				
CIVILES		198	17%					
	Matrimonio	75	38%					
	Soltería	98	49%					
	Divorcio	25	13%					
TOTAL		1158	100%			183	100%	

Es importante jerarquizar la información obtenida en las tablas en orden descendiente (de mayor a menor), es decir acomodar las categorías y los datos "suelos" de acuerdo al porcentaje que hayan obtenido ya que si se acomodan de esta forma es mucho más fácil identificar cuáles son los datos que obtuvieron mayor porcentaje (concentración) y los que obtuvieron menor porcentaje (dispersión). Ya que esto nos facilitará la lectura del instrumento de análisis de mediación cognitiva

Los datos que presenten mayor concentración son importantes en nuestro resultado, ya que con éstos nos podremos dar cuenta cuáles son las acciones, actitudes, expresiones y relaciones que más se repiten en cada uno de los géneros.

De igual forma los datos que presenten mayor dispersión también son importantes en los resultados, ya que con éstos nos podemos dar cuenta cuáles son las acciones, actitudes, expresiones y relaciones que menos presentan cada uno de los géneros.

3.6.10 Comparar porcentajes

Ya que se hayan obtenido los porcentajes de cada uno de los géneros se procede a realizar una tabla comparativa de porcentajes incluyendo los resultados arrojados por cada género para comparar las diferencias existentes en lo que hacen, lo que dicen, cómo lo dicen y cómo se relacionan.

Las tablas comparativas siguen la misma estructura del instrumento, sólo que en esta ocasión se agrega la columna de porcentaje y se elimina la de frecuencias, ya que es más viable guiarnos por porcentajes que por frecuencias, es decir, por operatividad se elimina la columna de frecuencias y se elaboran las tablas sólo con los porcentajes.

A continuación se muestra la tabla comparativa por géneros de actitudes para ejemplificar cómo finalizan las tablas.

**TABLA COMPARATIVA
ACTITUDES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS**

ACTITUDES MUJERES	%	ACTITUDES HOMBRES	%	ACTITUDES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
FELICIDAD	22%	SEDUCCIÓN	25%	FELICIDAD	44%
SEDUCCION	12%	FELICIDAD	14%	PREOCUPACIÓN	9%
ENOJO	12%	PASIÓN	8%	SEDUCCIÓN	9%
TRANQUILIDAD	11%	AMISTAD	7%	SORPRESA	9%
DESCONCIERTO	9%	TRANQUILIDAD	6%	TRANQUILIDAD	7.4%
NERVIOSISMO	5%	AMABILIDAD	5%	ENOJO	7.4%
SORPRESA	5%	ENOJO	5%	INDIFERENCIA	5%
AMISTAD	5%	ATENCIÓN	4.4%	ANGUSTIA	2.3%
INDIFERENCIA	3%	PREOCUPACIÓN	4.4%	DESCONCIERTO	2.3%
ATENCIÓN	3%	INDIFERENCIA	3.4%	CURIOSIDAD	2.3%
PREOCUPACIÓN	3%	CARIÑO	3.4%	NERVIOSISMO	2.3%
PASIÓN	2%	ANGUSTIA	3.4%		
CARIÑO	1.2%	NERVIOSISMO	3.2%		
NOSTALGIA	1.2%	TRISTEZA	2.3%		
SEGURIDAD	1.1%	DESCONCIERTO	1.7%		
AMABILIDAD	1.1%	SORPRESA	1.7%		
INCONFORMIDAD	0.8%	PODER	0.6%		

TIMIDEZ	0.7%	IRONÍA	0.3%		
ARROGANCIA	0.5%	TIMIDEZ	0.3%		
ANGUSTIA	0.3%	SEGURIDAD	0.3%		
HALAGO	0.3%	CANSANCIO	0.3%		
TRISTEZA	0.2%	NOSTALGIA	0.3%		
IRONÍA	0.2%				
TRIUNFO	0.2%				
CANSANCIO	0.1%				
DESESPERACIÓN	0.1%				
TOTAL	100%		100%		100%

Las columnas que aparezcan en cada tabla comparativa por géneros dependerá de los factores que la compongan, ya que en el caso de las acciones, expresiones y relaciones aparecerá la columna de categorías, la del factor de análisis (como factor de análisis se entienden los datos que se están analizando en el presente análisis de mediación cognitiva, que son: acciones, actitudes, expresiones y representaciones) y el porcentaje para cada género, mientras que en la de actitudes como ya se mostró solo aparecerá el factor de análisis y el porcentaje que obtuvo cada género.

3.6.11 Poner nombre y número a los instrumentos

Ya que tengamos todas las tablas será necesario enumerarlas y ponerles nombres para saber cuáles son los datos que comprende cada una de ellas.

En la presente investigación la tabla número uno es la comparativa de acciones de los tres géneros, la cual lleva el nombre de acciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos.

Pero las tablas comparativas no sólo serán para los factores de análisis, también se elaborarán tablas comparativas con las categorías que nos arrojen los factores de análisis. Por ejemplo: Las categorías que existan en la tabla 1 para los tres géneros nos sirven para elaborar tablas comparativas de acciones. En esta investigación la tabla 1.1 lleva por nombre acciones de comunicar de mujeres, hombres y homosexuales masculinos y así sucesivamente se irán elaborando tablas comparativas sólo con las categorías que tengan los tres géneros en común.

3.6.12 Lectura del instrumento

Para finalizar con el análisis de mediación cognitiva es necesario realizar una pequeña lectura de cada una de las tablas que hemos elaborado a lo largo de la investigación, la lectura de la tabla no es más que un pequeño resumen incluyendo los datos que se pueden leer en la tabla, será necesario enfatizar en los datos más relevantes que nos den un panorama más significativo de cada uno de los géneros.

Las tablas comparativas y sus lecturas que se han elaborado a lo largo de este capítulo conformarán la siguiente parte de la presente investigación, lo cuál nos servirá para comparar los modelos de género conservadores dados en el capítulo 2 con los resultados que arrojó el instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva y así determinar si los modelos de género que presenta el relato de Sex and the city son innovadores o conservadores, para con ello determinar si la comunicación que se difunde mediante el producto comunicativo es de tipo innovador o conservador.

IV. INSTRUMENTO

1. ACCIONES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIAS	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORIAS	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORIAS	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
COMUNICAR 1.1	Platica con mujeres	61.9%	COMUNICAR 1.1	Platica con mujeres	52%	COMUNICAR 1.1	Platica con mujeres	64%
	Platica con hombres	45.6%		Platica con hombres	87%		Platica con homosexuales masculinos	76%
	Narra	25.6%		Platica con homosexuales masculinos	11%		Platica con hombres	16%
	Platica con homosexuales masculinos	24.8%			2%			9%
INGESTA 1.2	Come	9.5%	AFECTIVAS 1.5	Besa	14%	EMOTIVAS 1.3	Sonríe	8%
	Bebe una copa	38%		Abraza	47%			100%
	Fuma	38%		Jadea	13%			
	Toma café	13%		Hace el amor	9%			
	Toma agua	8%		Coge	7%			
	Toma jugo	2%		Piropea	7%			
EMOTIVAS 1.3	Sonríe	8%	EMOTIVAS 1.3	Acaricia	7%	INGESTA 1.2	Come	6%
	Ríe	51%		Invita a cenar	3%			67%
	Grita	46%			30%			33%
RECREATIVAS 1.4	Observa cuadros	4%	INGESTA 1.2	Sonríe	8%	AFECTIVAS 1.5	Besa	6%
	Va al cine	18%		Ríe	70%		Abraza	33.3%
	Va a una fiesta	16%			30%		Acaricia	33.3%
	Va de compras	16%		Fuma				33.3%
	Juega	13%		Come	33%			
	Lee	10%		Toma café	29%			
	Viaja	10%		Bebe una copa	25%			
Baila	8%		13%					
AFECTIVAS 1.5	Ve televisión	10%	TRANSPORTE 1.6	Camlina	5%	TRANSPORTE 1.6	Camlina	6%
	Besa	4%		Toma taxi	53%			100%
	Abraza	37%		Auto propio	40%			
	Jadea	12%						

	Hace el amor Coge Piropea Toma de la mano Da un regalo. Da de comer en la boca	12% 9% 9% 9% 6% 3%				7%			
TRANSPORTE 1.6	Camina Toma taxi	3% 78% 24%	RECREATIVAS 1.4	Observa cuadros Va al cine Ve televisión Graba Va de compras Lee Viaja Baila	4% 37% 15% 8% 8% 8% 8% 8%		Muestra amillo de mat.	4%	
TRABAJO 1.7	Escribe en la computadora Modela Escribe Pinta Se queja	2% 64% 18% 12% 6%	DEPORTIVAS 1.9	Hace ejercicio Rapelea Juega Golf	3% 56% 33% 11%		Coquetea 1.8	2%	
BELLEZA	Se peina Se maquilla Se viste Se pinta las uñas Discute	1.6% 47% 30% 15% 8%	TRABAJO 1.7	Pinta Modela Escribe en computadora	2.4% 62.5% 25%		Juega Softball	2% 100%	
	Coquetea 1.8	1%		Se acuesta	0.9%		Va a fiestas	2% 100%	
DEPORTIVAS 1.9	Juega Golf Juega Softball Hace ejercicio	0.3% 33.3% 33.3%		Bosteza Ayuda	0.6% 0.3%				
HIGIENE	Se lava las manos Se lava los dientes Cocina	0.3% 67% 33%		Rechaza Coquetea	0.3% 0.3%				

		1.8			
Paga impuestos	0.2%				
Se acuesta	0.2%				
Posa	0.2%				
Va al baño	0.2%				
Recoge su bolsa	0.1%				
Tropieza	0.1%				
Bromea	0.1%				
Se emborracha	0.1%				
TOTAL	100%			100%	100%

En la tabla comparativa de acciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos la categoría que más concentración tiene en los tres géneros es la categoría de comunicar, en la cual las mujeres tienen un porcentaje de 61.9%, los hombres 52% y los homosexuales masculinos 64%. Por lo tanto los que más comunican son los homosexuales masculinos, seguidos por las mujeres y por último los hombres.

En la categoría de comunicar las mujeres tienen mayor concentración en el indicador practica con mujeres con un 45.6% y presenta menor concentración en el indicador practica con homosexuales masculinos con un 4%.

En la categoría comunicar los hombres tienen mayor concentración en el indicador practica con mujeres con un 87% y presenta menor concentración en el indicador practica con homosexuales masculinos con un 2%.

En la categoría comunicar, los homosexuales masculinos tienen mayor concentración en el indicador practica con mujeres con un 75% y presenta menor concentración en el indicador practica con hombres con un 9%

Las categorías de acciones que realizan las mujeres con una mayor concentración, después de la de comunicar son: ingesta con un 9.5% y emotivas con un 8%.

Las categorías de acciones que realizan las mujeres con una mayor concentración, después de la de comunicar son: afectivas con un 14% y emotivas con un 8%.

Las categorías de acciones que realizan los homosexuales masculinos con una mayor concentración, después de la de comunicar son: emotivas con 8% y de ingesta con un 6%.

Los indicadores de acciones de las mujeres con una menor concentración son: se emborracha, bromea, tropieza y recoge su bolsa cada uno de ellos con un 0.1%.

Los indicadores de acciones de los hombres con una menor concentración son: miente, anda sin calzones, cocina, acomoda su cabello, rechaza y ayuda, cada uno de ellos con un 0.3%.

Las categorías de acciones que sólo aparecen en mujeres son: belleza con un 1.5% e higiene con un 0.3% y las acciones que sólo realizan las mujeres son: se queja 2%, discute 1%, paga impuestos 0.2%, va al baño 0.2%, recoge su bolsa 0.1%, tropieza 0.1%, bromea 0.1% y se emborracha 0.1%.

Las acciones que sólo realizan los hombres son: bosteza 0.6%, ayuda 0.3%, rechaza 0.3%, acomoda su cabello 0.3%, anda sin calzones 0.3% y miente 0.3%.

1.1 ACCIONES DE COMUNICAR DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
COMUNICAR 1.1	Platica con mujeres Platica con hombres Narra Platica con homosexuales masculinos	61.9% 45.6% 25.6% 24.8% 4%	COMUNICAR	Platica con mujeres Platica con hombres Platica con homosexuales masculinos	52% 87% 11% 2%	COMUNICAR	Platica con mujeres Platica con homosexuales masculinos Platica con hombres	64% 75% 16% 9%

En la tabla comparativa de acciones de comunicar podemos observar que las mujeres comunican en un 61% de sus acciones totales cotidianas, mientras que los hombres comunican un 52% y los homosexuales masculinos un 64%

Las acciones de comunicar que hace una mujer las realiza más veces con mujeres, ya que este indicador tiene un porcentaje de 45.6%, mientras que con hombres se comunica casi la mitad de las veces arrojando así un resultado de 25.6% y con homosexuales masculinos sólo un 4%.

Mientras que los hombres comunican más con el género femenino ya que dicho indicador muestra un resultado del 87% del total de sus acciones de comunicar, con hombres es poco lo que comunican, ya que sólo cuenta con el 11% y con homosexuales masculinos casi no establece acciones comunicativas, ya que ese indicador sólo cuenta con un 2% del total de acciones comunicativas del género masculino.

A su vez, los homosexuales masculinos comunican en mayor cantidad con las mujeres, ya que el resultado de dicho indicador arroja un resultado del 75%, mientras que con homosexuales masculinos comunican un 16% y con hombres sólo en 9%.

1.2 ACCIONES DE INGESTA DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
INGESTA 1.2	Come Bebe una copa Fuma Toma café Toma agua Toma jugo	9.5% 38% 38% 13% 8% 2% 1%	INGESTA	Fuma Come Toma café Bebe una copa	8% 33% 29% 25% 13%	INGESTA	Come Toma agua	8% 67% 33%
TOTAL		100%			100%			100%

Como podemos observar en la tabla comparativa de acciones de ingesta, el género que más ingiere es el femenino, ya que su indicador marca un 9.5%, mientras que el resultado de los hombres es de 8% y el de los homosexuales masculinos es de sólo el 6%.

Las mujeres en sus acciones de ingesta el 38% come y bebe una copa, fuma el 13%, toma café el 8%, toma agua el 2% y toma jugo el 1% del total de acciones de ingesta.

Los hombres en sus acciones de ingesta el 33% fuma, el 29% come, el 25% toma café y el 13% bebe una copa.

Los homosexuales masculinos en sus acciones de ingesta el 67% come y el 33% toma agua.

Así tenemos que mientras en el total de acciones de ingesta de las mujeres, ellas comen un 38%, mientras que los hombres comen un 29% y los homosexuales masculinos un 67%.

De igual manera, en el total de acciones de ingesta las mujeres beben una copa el 38%, los hombres un 13% y los homosexuales masculinos arrojan un 0% en este indicador.

En el total de acciones de ingesta las mujeres fuman 13%, los hombres 33% y los homosexuales masculinos 0% en este indicador, así tenemos que los hombres fuman más del doble de veces de lo que fuman las mujeres.

En el total de acciones de ingesta, las mujeres toman café un 8%, los hombres 25% y los homosexuales masculinos 0% en este indicador, por lo tanto los hombres toman café más del triple de veces de lo que lo hacen las mujeres.

En el total de acciones de ingesta las mujeres toman agua un 2%, los hombres 0% en este indicador y los homosexuales masculinos 33%, por lo tanto los homosexuales masculinos toman agua 31% más que las mujeres y 33% más que los hombres.

En el total de acciones de ingesta las mujeres toman jugo un 1%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo tanto, el género femenino es el único que consume jugo.

1.3 ACCIONES EMOTIVAS DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS.

CATEGORIA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
EMOTIVAS	Sonríe Ríe Grita	8% 51% 46% 3%	EMOTIVAS	Sonríe Ríe	8% 70% 30%	EMOTIVAS	Sonríe	8% 100%
TOTAL		100%			100%			100%

En la tabla comparativa de acciones emotivas tenemos que las mujeres sonríen un 51%, ríen un 46% y gritan un 3%; mientras que los hombres sonríen un 70% y ríen un 30% y los homosexuales masculinos sonríen el 100%.

Así, mientras las mujeres sonríen un 51%, los hombres sonríen un 70% y los homosexuales masculinos el 100%, por lo tanto los homosexuales masculinos son los que más sonríen, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres ríen un 46%, los hombres un 30% y los homosexuales masculinos un 0%; por lo tanto las mujeres ríen más que los hombres.

Las mujeres gritan un 3%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto el único género que grita es el femenino.

1.4 ACCIONES RECREATIVAS MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
RECREATIVAS	Observa cuadros Va al cine Va a una fiesta Va de compras Juega Lee Viaja Baila Ve televisión	4% 19% 16% 16% 13% 10% 10% 8% 5% 3%	RECREATIVAS	Observa cuadros Va al cine Ve televisión Graba Va de compras Lee Viaja Baila	4% 37% 15% 8% 8% 8% 8% 8%	RECREATIVAS	Va a fiestas	2% 100%
TOTAL		100%			100%			100%

En la tabla comparativa de acciones recreativas se obtuvieron los siguientes resultados: Las mujeres llevan a cabo un 4% de acciones recreativas del total de acciones en general, los hombres un 4% y los homosexuales masculinos 2%.

Las mujeres del total de acciones recreativas observan cuadros un 19%, van al cine un 16%, van a fiestas un 16%, van de compras un 13%, juegan un 10%, leen un 10%, viajan un 10%, bailan un 5% y ven televisión un 3%.

Los hombres del total de acciones recreativas observan cuadros un 37%, van al cine un 15%, ven televisión un 8%, graban un 8%, van de compras un 8%, leen un 8%, viajan un 8% y bailan un 8%.

Los homosexuales masculinos del total de acciones recreativas van a fiestas un 100%.

Así, mientras las mujeres observan cuadros un 19%, los hombres observan cuadros un 37%, es decir casi el doble de lo que lo hacen las mujeres, mientras que los homosexuales masculinos tienen un 0% en este indicador.

Las mujeres van al cine un 16%, los hombres un 15% y los homosexuales masculinos un 0% en este indicador, es decir los hombres y las mujeres van casi la misma cantidad de veces al cine.

Las mujeres van a fiestas un 16%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%.

Las mujeres van de compras un 13%, los hombres un 8% y los homosexuales masculinos un 0%, es decir, las mujeres van más de compras que los hombres.

Las mujeres juegan un 10%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0% en este indicador, es decir, el género femenino es el único que juega.

Las mujeres leen un 10%, los hombres un 8% y los homosexuales masculinos un 0%, es decir, las mujeres leen más que los hombres.

Las mujeres viajan un 8%, los hombres 8% y los homosexuales masculinos 0%, es decir, los hombres y las mujeres viajan la misma cantidad de veces.

Las mujeres bailan un 5%, los hombres 8% y los homosexuales masculinos 0%, es decir, los hombres bailan más que las mujeres.

Las mujeres ven televisión un 3%, los hombres un 8% y los homosexuales masculinos 0%, es decir, los hombres ven más del doble de veces la televisión que las mujeres.

Los hombres graban un 8%, las mujeres un 0% y los homosexuales masculinos un 0%, es decir, el género masculino es el único que graba.

1.5 ACCIONES AFECTIVAS DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
AFECTIVAS	Besa	4%	AFECTIVAS	Besa	14%	AFECTIVAS	Besa	6%
1.5	Abraza	37%		Abraza	47%		Abraza	33%
	Jadea	12%		Jadea	13%		Acacia	33%
	Hace el amor	8%		Hace el amor	9%			33%
	Coge	9%		Coge	7%			
	Piropea	9%		Piropea	7%			
	Toma de la mano	6%		Acacia	7%			
	Da un regalo	3%		Invita a cenar	3%			
	Da de comer en la boca	3%						
TOTAL		100%			100%			100%

En la tabla comparativa de acciones afectivas de mujeres hombres y homosexuales masculinos, del total de acciones realizadas por parte de las mujeres, sólo el 4% son acciones afectivas, los hombres de su total de acciones el 14% son afectivas y los homosexuales masculinos de su total de acciones el 6% son afectivas; por lo tanto los que más realizan acciones afectivas son los hombres, seguidos por las mujeres y por último los homosexuales masculinos.

Las mujeres del total de acciones afectivas el 37% besa, el 12% abraza, el 9% jadea, el 9% coge, el 9% piropea, el 6% toma de la mano, el 3% da un regalo y el 3% de de comer en la boca.

Los hombres del total de acciones afectivas el 47% besa, el 13% abraza, el 9% jadea, el 7% hacen el amor, el 7% piropean, el 7% acacia y el 3% invitan a cenar.

Los homosexuales masculinos del total de acciones afectivas el 33.3% besan, el 33.3% abrazan y el 33.3% acacia.

Los tres géneros coinciden en que el mayor porcentaje se encuentra en el indicador besa, pero la diferencia es el porcentaje que arroja cada uno de los géneros, así tenemos que las mujeres besan un 37%, los hombres un 47% y los homosexuales masculinos un 33.3%. Por lo que concluyo que los hombres son el género que más besa, seguido por las mujeres y por último los homosexuales masculinos.

Las mujeres abrazan un 12%, los hombres un 13% y los homosexuales masculinos un 33.3%, por lo que el género que más abraza es el homosexual masculino, seguido por el masculino y por último el femenino.

Las mujeres el 9% jadean, los hombres el 9% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que las mujeres jadean más que los hombres.

Las mujeres el 9% cogen, los hombres el 7% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que las mujeres cogen más veces que los hombres.

Las mujeres el 9% piropean, los hombres el 7% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que las mujeres piropean más veces que los hombres.

Las mujeres el 6% toman de la mano, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que el género femenino es el único que toma de la mano.

Las mujeres dan regalos un 3%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que el género femenino es el único que da regalos.

Las mujeres dan de comer en la boca el 3%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que el género femenino es el único que da de comer en la boca.

Los hombres acacia un 7%, los homosexuales masculinos 33.3% y las mujeres 0%, por lo que los homosexuales masculinos acacia cuatro veces más que los hombres, mientras que las mujeres no acacia.

Los hombres invitan a cenar un 3%, las mujeres 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que el género masculino es el único que invita a cenar.

1.6 ACCIONES DE TRANSPORTE DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
TRANSPORTE 1.6	Camina Toma taxi	3% 76% 24%	TRANSPORTE	Camina Toma taxi Auto propio	5% 53% 40% 7%	TRANSPORTE	Camina	5% 100%
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de acciones que realizan las mujeres el 3% son de transporte, los hombres el 5% y los homosexuales masculinos el 6%, por lo que los homosexuales masculinos son los que más realizan acciones de transporte, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres caminan un 76%, los hombres un 53% y los homosexuales masculinos el 100%, por lo que los homosexuales masculinos caminan más que los demás géneros, seguidos por el femenino y por último el masculino.

Las mujeres toman taxi un 24%, los hombres el 40% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que los hombres toman taxi casi el doble de veces de lo que lo hacen las mujeres.

Los hombres se transportan en auto propio el 7%, las mujeres 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que el único género que se transporta en auto propio es el masculino.

1.7 ACCIONES DE TRABAJO DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
TRABAJO 1.7	Escribe en la computadora Modela Escribe Pinta	2% 64% 18% 12% 6%	TRABAJO	Pinta Modela Escribe en computadora	2.4% 62.5% 25% 12.5%	TRABAJO		
TOTAL		100%			100%			0%

Del total de acciones que realizan las mujeres el 2% son acciones de trabajo y los hombres arrojan un resultado de 2.4%, mientras que los homosexuales masculinos no registran acciones de trabajo.

Las mujeres escriben en la computadora el 64%, modelan el 18%, escriben el 12% y pintan el 6%.

Los hombres pintan el 62.5%, modelan el 25% y escriben en la computadora el 12.5%.

Las mujeres escriben en la computadora el 64%, mientras que los hombres lo hacen el 12.5%, por lo que las mujeres escriben en la computadora cinco veces más que los hombres.

Las mujeres modelan el 18%, mientras que los hombres lo hacen el 25%, por lo que los hombres modelan más que las mujeres.

Las mujeres escriben el 12%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que el género femenino es el único que escribe.

Las mujeres pintan un 6%, los hombres un 62.5% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que los hombres pintan diez veces más que las mujeres, mientras que los homosexuales masculinos tienen 0% en este indicador

1.8 ACCIONES DE COQUETEAR DE MUJERES HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

ACCIONES MUJERES	PORCENTAJE	ACCIONES HOMBRES	PORCENTAJE	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
Coquetea	1%	Coquetea	0.3%	Coquetea	2%
TOTAL	100%		100%		100%

Del total de acciones que realizan las mujeres, coquetear arroja un resultado del 1%, mientras que del total de acciones que realizan los hombres, Coquetear arroja un resultado del 0.3% y los homosexuales masculinos de su total de acciones el 2% es coquetear. Por lo que el género que más coquetea es el homosexual masculino, seguido por las mujeres que coquetean la mitad de veces que los homosexuales masculinos y por último los hombres que coquetean tres veces menos que las mujeres y seis veces menos que los homosexuales masculinos.

1.9 ACCIONES DEPORTIVAS DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	ACCIONES MUJERES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	ACCIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
DEPORTIVAS	Juega Golf Juega Softball Hace ejercicio	0.3% 33.3% 33.3%	DEPORTIVAS	Hace ejercicio Rapelea Juega Golf	3% 56% 33%	DEPORTIVAS	Juega Softball	2% 100%
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de acciones que realizan las mujeres, el 0.3% son acciones deportivas, mientras que los hombres realizan acciones deportivas en un 3% y los homosexuales masculinos 2%. Así, los hombres son los que más realizan acciones deportivas, seguidos por los homosexuales masculinos y por último las mujeres.

Las mujeres juegan golf un 33.3%, los hombres un 11% y los homosexuales masculinos un 0%, por lo que las mujeres juegan golf tres veces más que los hombres.

Las mujeres juegan softball un 33.3%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 100%, por lo que los homosexuales masculinos juegan softball tres veces más que las mujeres.

Las mujeres hacen ejercicio un 33.3%, los hombres 56% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que los hombres hacen el doble de ejercicio que las mujeres.

Los hombres rapelean un 33%, las mujeres un 0% y los homosexuales masculinos 0%, por lo que el único género que rapelea es el masculino.

2. ACTITUDES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

ACTITUDES MUJERES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMBRES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
FELICIDAD	22%	SEDUCCIÓN	25%	FELICIDAD	44%
SEDUCCIÓN	12%	FELICIDAD	14%	PREOCUPACIÓN	9%
ENOJO	12%	PASIÓN	8%	SEDUCCIÓN	9%
TRANQUILIDAD	11%	AMISTAD	7%	SORPRESA	9%
DESCONCIERTO	9%	TRANQUILIDAD	6%	TRANQUILIDAD	7.4%
NERVIOSISMO	5%	AMABILIDAD	8%	ENOJO	7.4%
SORPRESA	5%	ENOJO	6%	INDIFERENCIA	5%
AMISTAD	5%	ATENCIÓN	4.4%	ANGUSTIA	2.3%
INDIFERENCIA	3%	PREOCUPACIÓN	4.4%	DESCONCIERTO	2.3%
ATENCIÓN	3%	INDIFERENCIA	3.4%	CURIOSIDAD	2.3%
PREOCUPACIÓN	3%	CARIÑO	3.4%	NERVIOSISMO	2.3%
PASIÓN	2%	ANGUSTIA	3.4%		
CARIÑO	1.2%	NERVIOSISMO	3.2%		
NOSTALGIA	1.2%	TRISTEZA	2.3%		
SEGURIDAD	1.1%	DESCONCIERTO	1.7%		
AMABILIDAD	1.1%	SORPRESA	1.7%		
INCONFIRMIDAD	0.8%	PODER	0.6%		
TIMIDEZ	0.7%	IRONIA	0.3%		
ARROGANCIA	0.5%	TIMIDEZ	0.3%		
ANGUSTIA	0.3%	SEGURIDAD	0.3%		
HALAGO	0.3%	CANSANCIO	0.3%		
TRISTEZA	0.2%	NOSTALGIA	0.3%		
IRONIA	0.2%				
TRIUNFO	0.2%				
CANSANCIO	0.1%				
DESESPERACIÓN	0.1%				
TOTAL	100%		100%		100%

El indicador de actitudes con mayor concentración para las mujeres es felicidad con 22%; mientras que para los hombres el indicador de actitudes con mayor concentración es seducción con 25% y el indicador de actitudes con mayor concentración para los homosexuales masculinos es felicidad con 44%; por lo tanto, en dos de los géneros coincide el indicador felicidad con el más alto nivel de concentración, sólo que los

homosexuales masculinos lo presentan con el doble de porcentaje en comparación con las mujeres; mientras que los hombres presentan a la seducción como su indicador con mayor concentración.

Los indicadores de actitudes que sólo presentan las mujeres son: desesperación con 0.1%, triunfo con 0.2%, halago con 0.3%, arrogancia con 0.5% e informalidad con 0.8%; por lo tanto las únicas que presentan estas actitudes son las mujeres.

En el indicador de actitudes enojo las mujeres tienen 12%, los hombres 5% y los homosexuales masculinos 7.4%; por lo tanto las mujeres son las que tienen más concentración en este indicador, seguidas por los homosexuales masculinos y por último los hombres.

En el indicador de actitudes tranquilidad, las mujeres tienen 11%, los hombres 6% y los homosexuales masculinos 7.4%; por lo tanto las mujeres son las que tienen mayor concentración en este indicador, seguidas por los homosexuales masculinos y por último los hombres.

En el indicador de actitudes desconcierto, las mujeres tienen 9%, los hombres 1.7% y los homosexuales masculinos 2.3%; por lo tanto las mujeres son las que tienen mayor concentración en este indicador, seguidas por los homosexuales masculinos y por último los hombres, pero cabe mencionar que las mujeres se elevan con 4 veces más en comparación con los homosexuales masculinos.

En el indicador de actitudes nerviosismo, las mujeres tienen 5%, los hombres 3.2% y los homosexuales masculinos 2.3%; por lo tanto las mujeres tienen mayor concentración en este indicador, seguidas por los hombres y por último los homosexuales masculinos.

En el indicador de actitudes sorpresa, las mujeres tienen 5%, los hombres 1.7% y los homosexuales masculinos 9%; por lo tanto los homosexuales masculinos son los que tienen mayor concentración en este indicador, seguidos por las mujeres y por último los hombres.

En el indicador de actitudes amistad, las mujeres tienen 5%, los hombres 7% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto los hombres tienen mayor concentración en este indicador, seguidos por las mujeres.

En el indicador de actitudes indiferencia, las mujeres tienen 3%, los hombres 3.4% y los homosexuales masculinos 5%; por lo tanto los homosexuales masculinos tienen mayor concentración en este indicador, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

En el indicador de actitudes atención, las mujeres tienen 3%, los hombres 4.4% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto los hombres tienen mayor concentración en este indicador, seguidos por las mujeres.

En el indicador de actitudes preocupación, las mujeres tienen 3%, los hombres 4.4% y los homosexuales masculinos 9%; por lo tanto los homosexuales masculinos son los que tienen mayor concentración en este indicador, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

En el indicador de actitudes pasión, las mujeres tienen 2%, los hombres 6% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto los hombres tienen mayor concentración en este indicador, tomando en cuenta que su porcentaje se eleva 4 veces más en comparación con las mujeres.

2.1 ACTITUDES DE FELICIDAD DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS.

ACTITUDES MUJERES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMBRES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
FELICIDAD	22%	FELICIDAD	14%	FELICIDAD	44%
TOTAL	100%		100%		100%

Del total de actitudes que tienen las mujeres, el 22% es de felicidad, del total de actitudes que tienen los hombres el 14% es de felicidad y los homosexuales masculinos tienen el 44% de actitudes de felicidad; por lo que los homosexuales masculinos tienen el doble de actitudes de felicidad que las mujeres y el triple de las que tienen los hombres, de igual manera, las mujeres tienen más actitudes de felicidad que los hombres,

2.2 ACTITUDES DE SEDUCCIÓN DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

ACTITUDES MUJERES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMBRES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
SEDUCCIÓN	12%	SEDUCCIÓN	25%	SEDUCCIÓN	9%

Del total de actitudes que tienen las mujeres el 12% son actitudes de seducción, mientras que los hombres tienen actitudes de seducción un 25% y los homosexuales masculinos tienen actitudes de seducción un 9%, por lo que los hombres tienen el doble de actitudes de seducción en comparación con las mujeres y casi el triple en comparación con los homosexuales masculinos.

2.3 ACTITUDES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

ACTITUDES MUJERES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMBRES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
ENOJO	12%	ENOJO	6%	ENOJO	7.4%

Del total de actitudes que tienen las mujeres, el 12% son de enojo, del total de actitudes que tienen los hombres, el 5% son de enojo y los homosexuales masculinos del total de actitudes que tienen, el 7.4% son de enojo.

Por lo que la mujeres tienen mayor número de actitudes que los hombres y que los homosexuales masculinos y el género que tiene menos actitudes de enojo es el masculino.

2.4 ACTITUDES DE TRANQUILIDAD DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

ACTITUDES MUJERES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMBRES	PORCENTAJE	ACTITUDES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
TRANQUILIDAD	11%	TRANQUILIDAD	6%	TRANQUILIDAD	7.4%

Del total de actitudes de las mujeres el 11% son de tranquilidad, del total de actitudes de los hombres el 6% son de tranquilidad y del total de actitudes que tienen los homosexuales masculinos el 7.4% son de tranquilidad.

Por lo que las mujeres muestran un mayor número de actitudes de tranquilidad, casi el doble de las que presentan los hombres y un tercio más de las que presentan los homosexuales masculinos

RELACIONES DE AMISTAD 3.6	6.4% Amigas 54% Amigos 28% Amistad 18% Poder	ESTÉTICA 3.9	Belleza Defectos físicos	7.2% 77.7% 22.3%	ESTÉTICA 3.8	Belleza	8.8%
RECREATIVAS 3.7	5.8% Compras Viajes Fiestas Diversión Famosos Desfiles Moda Juegos	RECREATIVAS 3.7	Famosos Fiestas Viajes Grabar Arte	6% 40% 33.3% 20% 6.7%	CIVILES 3.5	Matrimonio	8.8% 100%
RECREATIVAS 3.7	5.8% Compras Viajes Fiestas Diversión Famosos Desfiles Moda Juegos	RELACIONES DE AMISTAD 3.6	Amigos Amigas	2.8% 57% 43%	RELACIONES DE AMISTAD 3.8	Amistad	2.9% 100%
ESTÉTICA 3.9	4.2% Dinero	GÉNERO MASCULINO 3.2	Hombres Obsesos Familia	1.2% 66.6% 33.4%			
ESTÉTICA 3.9	3.5% Belleza Defectos físicos Cirugía Plástica Arte						
	1.4% Homosexuales masculinos 3.10 Comida		Edad Dinero	1.2% 1.2%			
	1.2% Edad Odio Soledad		Homosexuales masculinos 3.10 Salud Estupidez Poder	1.2% 0.8% 0.8% 0.8%			

Familia	0.5%	Soledad	0.8%
Cultura	0.4%	Rechazo	0.4%
Culpabilidad	0.3%	Deporte	0.4%
Humillación	0.3%	Comida	0.4%
Compromiso	0.2%		
Salud	0.2%		
Estupidez	0.2%		
Injusticia	0.2%		
Grabar	0.2%		
Competencia	0.1%		
Infancia	0.1%		
Mentiras	0.1%		
Deporte	0.1%		
Glamour	0.1%		
Moral	0.1%		
Escuela	0.1%		
TOTAL	100%		100%

Las categorías de expresiones con mayor concentración para las mujeres son: género femenino con 17.2%, género masculino con 14.4% y sexualidad con 13.1%; mientras que las categorías de expresiones con mayor concentración para los hombres son: género femenino con 20%, relaciones de pareja con 16.4% y sexualidad con 14.4% y las categorías con mayor concentración para los homosexuales masculinos son: género masculino con 20.5%, homosexuales masculinos 20.5% y relaciones de pareja con 18%. Por lo tanto las mujeres y los hombres hablan más del género femenino, mientras que los homosexuales masculinos hablan más del género masculino.

Las categorías de expresiones con menor concentración para las mujeres son: homosexuales masculinos con 1.4%, estética con 3.5% y trabajo con 4.3%, mientras que las categorías de expresiones con menor concentración para los hombres son: homosexuales masculinos con 1.2%, género masculino con 1.2% y relaciones de amistad con 2.8% y las categorías de expresiones con menor concentración para los homosexuales masculinos son: relaciones de amistad con 2.9%, civiles con 8.8% y estética con 8.8%.

Las expresiones que sólo realizan las mujeres con una menor concentración son: escuela con 0.1%, moral con 0.1%, glamour 0.1%, mientras 0.1%, infancia 0.1% y competencia con 0.1%.

La expresión que sólo realizan los hombres con una menor concentración es rechazo con 0.4%.

Un indicador de expresiones que aparece tanto en mujeres como en hombres es poder, en la que las mujeres tienen 6.8% y los hombres 0.8%, otro indicador de expresiones que sólo aparece en mujeres y en hombres es dinero, en la que las mujeres tienen 4.2% y los hombres 1.2%. Por lo tanto las mujeres hablan más de poder y de dinero que los hombres.

3.1 EXPRESIONES DE GÉNERO FEMENINO DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
GÉNERO FEMENINO	Mujeres	17.2%	GÉNERO FEMENINO	Mujeres	20%	GÉNERO FEMENINO	Modelos	66.6%
	Modelos	53%		Modelos	54%		Mujeres	33.4%
	Casadas	36%			46%			
	Solteras	6%						
	Putas	4%						
	1%							
TOTAL		100%			100%		100%	

Del total de expresiones que hacen las mujeres el 17.2% son acerca del género femenino, mientras que del total de expresiones que hacen los hombres el 20% es del género femenino y los homosexuales masculinos del total de expresiones que hacen, el 8% es del género femenino; por lo que los hombres hablan más del género femenino que las mujeres y que los homosexuales masculinos.

Las mujeres hablan de mujeres un 53%, de modelos 36%, de casadas 6%, de solteras 4% y de putas 1%.
 Los hombres hablan de mujeres un 54% y de modelos un 46%.
 Los homosexuales masculinos hablan de modelos un 66.6% y de mujeres un 33.4%.

Las mujeres hablan de mujeres un 53%, los hombres un 54% y los homosexuales masculinos un 33.4%; por lo que los hombres hablan más de mujeres que los otros dos géneros.

Las mujeres hablan de modelos un 36%, los hombres un 46% y los homosexuales masculinos un 66.6%; por lo que los homosexuales masculinos son los que hablan más de modelos, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres hablan de casadas un 6%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%; por lo que las mujeres son las únicas que hablan de casadas.

Las mujeres hablan de solteras un 4%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%; por lo que las mujeres son las únicas que hablan de solteras.

Las mujeres hablan de putas un 1%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%; por lo que las mujeres son las únicas que hablan de putas.

3.2 EXPRESIONES DE GÉNERO MASCULINO DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
GÉNERO MASCULINO	Hombres Solteros Casados Obsesos	14.4% 76% 11% 9% 4%	GÉNERO MASCULINO	Hombres Obsesos	1.2% 66.6% 33.4%	GÉNERO MASCULINO	Hombres Solteros	20.5% 85.7% 14.3%
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de expresiones que hacen las mujeres el 14.4% es del género masculino, los hombres de su total de expresiones, sólo el 1.2% es del género masculino, mientras que los homosexuales masculinos del total de sus expresiones el 20.5% habla del género masculino. Por lo que los homosexuales masculinos son los que más expresiones del género masculino hacen, seguidos por las mujeres y por último los hombres.

Las mujeres hablan 76% de hombres, 11% de solteros, 9% de casados y 4% de obsesos.

Los hombres hablan de hombres un 66.6% y de obsesos un 33.4%

Los homosexuales masculinos hablan de hombres 85.7% y de solteros 14.3%.

Las mujeres hablan de hombres 76%, los hombres 66.6% y los homosexuales masculinos un 85.7%; por lo que los homosexuales masculinos son los que más hablan de hombres, seguidos por las mujeres y por último los hombres.

Las mujeres hablan un 11% de solteros, los hombres un 0% y los homosexuales masculinos 14.3%. Por lo que los homosexuales masculinos son los que más hablan de solteros, seguidos por las mujeres y los hombres presentan 0% en este indicador.

Las mujeres hablan de casados un 9%, los hombres 0% y los homosexuales masculinos 0%; por lo que las mujeres son las únicas que hablan de casados.

Las mujeres hablan un 4% de obsesos, los hombres 33.4% y los homosexuales masculinos 0%; por lo que los hombres hablan ocho veces más de obsesos que las mujeres, mientras que los homosexuales masculinos no hablan de obsesos.

3.3 EXPRESIONES DE SEXUALIDAD DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
SEXUALIDAD	Sexo Coger Pene Menstruación Vagina Hacer el amor	13.1% 65% 15% 10% 7% 2% 1%	SEXUALIDAD	Sexo Coger Vagina Hacer el amor Pene	14.4% 61.3% 19.4% 8.3% 5.5% 5.5%	SEXUALIDAD		
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de expresiones que realizan las mujeres el 13.1% es de sexualidad, mientras que los hombres del total de las expresiones, de sexualidad hablan 14.4% y los homosexuales masculinos presentan 0% en esta categoría.

Las mujeres hablan de sexo 65%, de coger 15%, de pene 10%, de menstruación 7%, de vagina 2% y de hacer el amor 1%.
Los hombres hablan de sexo 61.3%, de coger 19.4%, de vagina 8.3%, de hacer el amor 5.5% y de pene 5.5%.

Las mujeres hablan de sexo 65%, mientras que los hombres hablan de sexo 61.3%; por lo tanto las mujeres hablan un poco más de sexo que los hombres.

Las mujeres hablan de coger 15%, mientras que los hombres hablan de coger 19.4%; por lo tanto, los hombres hablan más de coger que las mujeres.

Las mujeres hablan de penes 10%, mientras que los hombres hablan de penes 5.5%; por lo tanto, las mujeres hablan más de penes que los hombres.

Las mujeres hablan de menstruación el 7%, mientras que los hombres no hablan de menstruación; por lo tanto, las únicas que hablan de menstruación son las mujeres.

Las mujeres hablan de vaginas el 2%, mientras que los hombres hablan 8.3% de vaginas; por lo tanto, los hombres hablan más de vaginas que las mujeres.

Las mujeres hablan de hacer el amor el 1%, mientras que los hombres hablan de hacer el amor 5.5%; por lo tanto, los hombres hablan de hacer el amor cinco veces más que las mujeres.

3.4 EXPRESIONES DE RELACIONES DE PAREJA DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES AMASCULINOS

CATEGORÍA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
RELACIONES DE PAREJA	Amor Pareja Citas Desamor Romance Tener hijos	8.1% 40% 21% 18% 13% 5% 3%	RELACIONES DE PAREJA	Amor Citas Pareja Desamor Tener hijos Romance	16.4% 46.6% 19.5% 12.1% 9.7% 7.3% 4.8%	RELACIONES DE PAREJA	Tener hijos Amor Citas	18% 50% 33.3% 16.7%
TOTAL		100%			100%			100%

De las expresiones totales que realizan las mujeres, el 8.1% son de relaciones de pareja, los hombres arrojaron un resultado de 16.4% en esta categoría y los homosexuales masculinos el 18%. Por lo tanto los homosexuales masculinos son los que más hablan de relaciones de pareja, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres hablan de amor el 40%, de pareja el 21%, de citas el 18%, de desamor el 13%, de romance el 5% y de tener hijos el 3%. Los hombres hablan de amor el 46%, de citas el 19.5%, de pareja 12.1%, de desamor el 9.7%, de tener hijos el 7.3% y de romance el 4.8%. Los homosexuales masculinos hablan de tener hijos el 50%, de amor el 33.3% y de citas el 16.7%.

Las mujeres hablan de amor el 40%, los hombres un 46.6% y los homosexuales masculinos un 33.3%, por lo tanto los que más hablan de amor son los hombres, seguidos por las mujeres y por último los homosexuales masculinos.

Las mujeres hablan de pareja un 21%, los hombres 12.1% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto las mujeres hablan casi el doble de su pareja en comparación con los hombres.

Las mujeres hablan de citas el 18%, los hombres 19.5% y los homosexuales masculinos 16.7%; por lo tanto los hombres son los que más hablan de citas, seguidos por las mujeres y por último los homosexuales masculinos.

Las mujeres hablan de desamor el 13%, los hombres 9.7% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto las mujeres hablan más de desamor que los hombres y que los homosexuales masculinos.

Las mujeres hablan de romance el 5%, los hombres el 4.8% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto las mujeres hablan un poco más de romance que los hombres.

Las mujeres hablan de tener hijos el 3%, los hombres el 7.3% y los homosexuales masculinos el 60%; por lo tanto, los homosexuales masculinos hablan de tener hijos siete veces más que los hombres y dieciocho veces más que las mujeres.

3.5 EXPRESIONES CIVILES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
CIVILES	Matrimonio Soltería Divorcio	6.7% 53% 44% 3%	CIVILES	Matrimonio Soltería	7.6% 73.6% 26.4%	CIVILES	Matrimonio	8.8% 100%
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de expresiones que hacen las mujeres el 6.7% son expresiones civiles, en esta misma categoría los hombres tienen un resultado de 7.6% y los homosexuales masculinos tienen el 8.8%. Por lo tanto los homosexuales masculinos son los hacen más expresiones civiles, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres hablan de matrimonio el 53%, de soltería el 44% y de divorcio el 3%
 Los hombres hablan de matrimonio el 73.6% y de soltería el 26.4%
 Los homosexuales masculinos hablan de matrimonio el 100%.

Las mujeres hablan de matrimonio el 53%, los hombres el 73.6% y los homosexuales masculinos el 100%; por lo tanto los homosexuales masculinos son los que más hablan de matrimonio, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres hablan de soltería el 44%, los hombres el 26.4% y los homosexuales masculinos 0% en este indicador; por lo tanto las mujeres son las que más hablan de soltería, seguidas por los hombres.

Las mujeres hablan de divorcio el 3%, mientras que los hombres y los homosexuales masculinos tienen 0% en este indicador; por lo tanto las únicas que hablan de divorcio son las mujeres.

3.6 EXPRESIONES DE RELACIONES DE AMISTAD DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
RELACIONES DE AMISTAD	Amigas Amigos Amistad	6.4% 54% 28% 18%	RELACIONES DE AMISTAD	Amigos Amigas	2.8% 57% 43%	RELACIONES DE AMISTAD	Amistad	2.9% 100%
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de expresiones que hacen las mujeres el 6.4% son expresiones de amistad, mientras que los hombres tienen 2.8% en esta categoría los homosexuales masculinos obtuvieron el 2.9%.

Las mujeres hablan 54% de amigas, 28% de amigos y 18% de amistad.

Los hombres hablan 57% de amigos y 43% de amigas.

Los homosexuales masculinos hablan el 100% de amistad.

Las mujeres hablan el 54% de amigas, mientras que los hombres hablan el 43% de amigas y los homosexuales masculinos tienen 0% en este indicador; por lo tanto, las mujeres hablan más de amigas que los hombres y que los homosexuales masculinos.

Las mujeres hablan un 28% de amigos, mientras que los hombres hablan un 57% de amigos y los homosexuales masculinos 0% en este indicador; por lo tanto los hombres hablan más de amigos que las mujeres y que los homosexuales masculinos.

Las mujeres hablan un 18% de amistad, mientras que los hombres tienen 0% en este indicador y los homosexuales masculinos hablan de amistad el 100% del total de expresiones relaciones de amistad; por lo tanto, los que más hablan de amistad son los homosexuales masculinos, seguidos por las mujeres y por último los hombres.

3.7 EXPRESIONES RECREATIVAS DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
RECREATIVAS	Compras Viajes Fiestas Diversión Famosos Desfiles Moda Juegos	6.8% 38% 22% 20% 7.3% 7.3% 1.8% 1.8% 1.8%	RECREATIVAS	Famosos Fiestas Viajes Grabar	6% 40% 33.3% 20% 6.7%	RECREATIVAS		
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de expresiones que hacen las mujeres, el 5.8% son recreativas, los hombres en esta misma categoría obtuvieron el 6% y los homosexuales masculinos 0%. Por lo tanto los hombres y las mujeres tienen casi el mismo número de expresiones recreativas.

Las mujeres hablan de compras el 38%, de viajes el 22%, de fiestas el 20%, de diversión el 7.3%, de famosos el 7.3%, de desfiles el 1.8%, de moda el 1.8% y de juegos el 1.8%

Los hombres hablan de famosos el 40%, de fiestas el 33.3%, de viajes el 20% y de grabar el 6.7%.

Las mujeres hablan de compras el 38%, mientras que los hombres tienen 0% en este indicador al igual que los homosexuales masculinos; por lo tanto las mujeres son las únicas que hablan de compras.

Las mujeres hablan de viajes el 22%, mientras que los hombres tienen 0% en este indicador al igual que los homosexuales masculinos; por lo tanto las mujeres son las únicas que hablan de viajes.

Las mujeres hablan de fiestas el 20%, mientras que los hombres hablan el 33.3% y los homosexuales masculinos 0%; por lo tanto los hombres hablan más de fiestas que las mujeres.

Las mujeres hablan de diversión el 7.3%, mientras que los hombres tienen 0% en este indicador al igual que los homosexuales masculinos; por lo tanto las mujeres son las únicas que hablan de diversión.

Las mujeres hablan de famosos un 7.3%, mientras que los hombres hablan de famosos el 40% y los homosexuales masculinos tienen 0% en este indicador; por lo tanto los hombres hablan cinco veces más de famosos que las mujeres.

Las mujeres hablan de desfiles el 1.8%, mientras que los hombres tienen 0% en este indicador al igual que los homosexuales masculinos; por lo tanto las mujeres son las únicas que hablan de desfiles.

Las mujeres hablan de moda el 1.8%, mientras que los hombres tienen 0% en este indicador al igual que los homosexuales masculinos; por lo tanto las mujeres son las únicas que hablan de moda.

Las mujeres hablan de juegos el 1.8%, mientras que los hombres tienen 0% en este indicador al igual que los homosexuales masculinos; por lo tanto las mujeres son las únicas que hablan de juegos.

3.8 EXPRESIONES DE TRABAJO DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

EXPRESIONES MUJERES	PORCENTAJE	EXPRESIONES HOMBRES	PORCENTAJE	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
Trabajo	4.3%	Trabajo	11.2%	Trabajo	11.7%

Del total de expresiones que hacen las mujeres, el 4.3% son de trabajo, mientras que los hombres tienen un 11.2% en este mismo indicador y los homosexuales masculinos tienen un 11.7%. Por lo tanto los homosexuales masculinos son los que más hablan de trabajo, seguidos por los hombres y por último las mujeres. Los homosexuales masculinos y los hombres hablan tres veces más de trabajo que las mujeres.

3.9 EXPRESIONES DE ESTÉTICA DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	EXPRESIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
ESTÉTICA 3.8	Belleza Defectos físicos Cirugía Plástica	3.6% 70% 24% 6%	ESTÉTICA	Belleza Defectos físicos	7.2% 77.7% 22.3%	ESTÉTICA	Belleza	8.8% 100%
TOTAL		100%			100%			100%

Del total de expresiones que realizan las mujeres el 3.5% son expresiones de estética, mientras que los hombres tienen 7.2% en esta categoría y los homosexuales masculinos tienen 8.8%. Por lo tanto los homosexuales masculinos son los que tienen un mayor porcentaje en expresiones estéticas, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres hablan de belleza el 70%, de defectos físicos el 24% y de cirugía plástica el 6%.
 Los hombres hablan de belleza el 77.7% y de defectos físicos el 22.3%.
 Los homosexuales masculinos hablan de belleza el 100%

Las mujeres hablan de belleza el 70%, mientras que los hombres hablan de belleza el 77.7% y los homosexuales masculinos hablan de belleza el 100%. Por lo tanto los homosexuales masculinos son los que más hablan de belleza, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Las mujeres hablan de defectos físicos el 24%, mientras que los hombres lo hacen un 22.3% y los homosexuales masculinos tienen 0% en este indicador, por lo tanto, las mujeres son las que más hablan de defectos físicos, seguidas por los hombres.

Las mujeres hablan de cirugía plástica un 6%, mientras que los hombres y los homosexuales masculinos tienen un 0% en este indicador, por lo tanto las únicas que hablan de cirugía plástica son las mujeres.

3.10 EXPRESIONES DE HOMOSEXUALES MASCULINOS DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

EXPRESIONES MUJERES	PORCENTAJE	EXPRESIONES HOMBRES	PORCENTAJE	EXPRESIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	PORCENTAJE
Homosexuales masculinos	1.4%	Homosexuales masculinos	1.2%	Homosexuales masculinos	20.5%

Del total de expresiones que realizan las mujeres el 1.4% es de homosexuales masculinos, mientras que los hombres hablan de homosexuales masculinos el 1.2% y los homosexuales masculinos tienen un porcentaje de 20.5% en este indicador. Por lo tanto los homosexuales masculinos hablan veinte veces más de homosexuales masculinos que los hombres y que las mujeres.

4 RELACIONES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	RELACIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	RELACIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	RELACIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
CON MUJERES 4.1	Amistosa Democrática Colaboración// Social Competencia Dependencia// Amistosa Autoritaria Dependencia// Amistosa Sumisa Dependencia	61% 60% 37.5% 1.5% 1%	CON MUJERES 4.1	Amistosa Democrática Colaboración// Amorosa Autoritaria Dependencia// Amorosa Sumisa Dependencia// Erótica Autoritaria Dependencia// Erótica Democrática Colaboración// Erótica Sumisa Dependencia// Amorosa Democrática Colaboración// Trabajo Autoritaria Dependencia// Social Competencia Dependencia// Amistosa Sumisa Dependencia// Amistosa	98% 36.4% 23.1% 12.2% 8.4% 6.5% 4.2% 3.7% 1.8% 1.4% 1.4%	CON MUJERES 4.1	Amistosa Democrática Colaboración// Amistosa Sumisa Dependencia Autoritaria Dependencia	68% 76.3% 14.2% 9.8%

CON HOMBRES 4.2	36%	CON HOMBRES 4.2	Autoritaria Dependencia	0.9%	CON HOMOSEXUALES MASCULINOS 4.3	42%
Amistosa	25.6%	Amistosa	75%	Amorosa	26.6%	
Democrática	22.6%	Democrática	25%	Democrática	26.6%	
Colaboración//	17.3%	Colaboración//		Colaboración//	20%	
Amorosa	14.6%	Social		Amorosa	13.4%	
Sumisa	6%	Competencia		Sumisa	6.7%	
Dependencia//	5%	Dependencia		Dependencia//	6.7%	
Autoritaria	4%			Autoritaria		
Dependencia//	3%			Dependencia//		
Erótica				Social		
Negociadora				Competencia		
Colaboración//				Dependencia		
Erótica						
Sumisa						
Dependencia//						
Amorosa						
Democrática						
Colaboración//						
Amistosa						
Autoritaria						
Dependencia//						
Trabajo						
Sumisa						
Dependencia//						
Seducción						
Autoritaria						
Dependencia//						
Amistosa						
Sumisa						
Dependencia						
CON HOMOSEXUALES	0.9%	CON HOMOSEXUALES		0.4%	CON HOMOSEXUALES	
	3%	CON HOMBRES		4.2		

MASCULINOS 4.3	Amistosa Democrática Colaboración// Amistosa Autoritaria Dependencia	MASCULINOS 4.3	Amistosa Democrática Colaboración	100%		
TOTAL	78% 22% 100%			100%		100%

En la tabla comparativa de relaciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos se manejan tres categorías: con mujeres, con hombres y con homosexuales masculinos, ya que son los tres géneros a analizar de esta investigación.

La categoría de relaciones con mayor concentración para los tres géneros de análisis es con mujeres, donde las mujeres tienen 61%, los hombres 96% y los homosexuales masculinos 58%.

La categoría de relaciones con menor concentración para las mujeres y los hombres es con homosexuales masculinos, donde las mujeres tienen un 3% y los hombres 0.4%, mientras que la categoría de relaciones con menor concentración para los homosexuales masculinos es con hombres, ya que arrojó un resultado de 0%

Las mujeres tienen un porcentaje de 36% en la categoría de relaciones con hombres, mientras que los hombres tienen en esta misma categoría 3.6%.

Los homosexuales masculinos tienen un porcentaje de 42% en la categoría de relaciones con homosexuales masculinos, mientras que para las mujeres y los hombres es la categoría con menor concentración

4.1 RELACIONES CON MUJERES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	RELACIONES MUJERES	%	CATEGORIA	RELACIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	RELACIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
CON MUJERES 4.1	Amistosa Democrática Colaboración// Social Competencia Dependencia// Amistosa Autoritaria Dependencia// Amistosa Sumisa Dependencia	61%	CON MUJERES 4.1	Amistosa Democrática Colaboración// Amorosa Autoritaria Dependencia// Amorosa Sumisa Dependencia// Erotica Autoritaria Dependencia// Erotica Democrática Colaboración// Erotica Sumisa Dependencia// Amorosa Democrática Colaboración// Trabajo Autoritaria Dependencia// Social Competencia Dependencia// Amistosa Sumisa Dependencia// Amistosa Autoritaria Dependencia	96%	CON MUJERES 4.1	Amistosa Democrática Colaboración// Amistosa Sumisa Dependencia// Amistosa Autoritaria Dependencia	58%
		60%			36.4%			76.3%
		37.5%			23.1%			14.2%
		1.5%			12.2%			9.5%
		1%			8.4%			
					6.5%			
					4.2%			
					3.7%			
					1.8%			
					1.4%			
					1.4%			
					0.9%			
TOTAL		100%			100%			100%

En la tabla comparativa de relaciones con mujeres de hombres y homosexuales masculinos, observamos que los tres géneros de análisis tienen gran concentración en esta categoría, ya que las mujeres tienen 81%, los hombres 96% y los homosexuales masculinos 58%, por lo tanto los hombres son los que más se relacionan con mujeres, seguidos por las mujeres y por último los homosexuales masculinos.

También observamos que el indicador de mayor concentración en los tres géneros es amistosa/democrática/colaboración, ya que las mujeres tienen un 60%, los hombres 36,4% y los homosexuales masculinos 76,3%; por lo tanto los tres géneros se relacionan en mayor medida con las mujeres de manera amistosa/ democrática/ colaboración. Los que más se relacionan de esta manera son los homosexuales masculinos, seguidos por las mujeres y por último los hombres.

Las mujeres se relacionan con mujeres en el indicador social/competencia/dependencia en un 37.5%, mientras que los hombres en este mismo indicador tienen 1.4% y los homosexuales masculinos tienen 0%; por lo tanto las mujeres se relacionan con mujeres en un nivel social/ competitivo/dependiente con un alto nivel de concentración, mientras que los hombres se relacionan con las mujeres de esta misma manera con un bajo nivel de concentración.

Las mujeres se relacionan con mujeres en el indicador amistosa/ autoritaria/ dependencia con un 1.5%, mientras que los hombres obtuvieron en este mismo indicador 0.9% y en los homosexuales masculinos 9.5%; Por lo tanto las mujeres se relacionan más de esta manera con mujeres en comparación con los hombres y los homosexuales masculinos.

Las mujeres se relacionan con mujeres en el indicador amistosa/ sumisa/ dependencia con un 1%, mientras que los hombres en este mismo indicador tienen 1.4% y los homosexuales masculinos 14.2%; por lo tanto los que más se relacionan con mujeres de esta manera son los homosexuales masculinos, seguidos por los hombres y por último las mujeres.

Los hombres se relacionan con mujeres en el indicador amorosa/ autoritaria/ dependencia con un 23.1%, mientras que las mujeres y los intermedios tienen 0% en este indicador; por lo tanto los hombres son los únicos que se relacionan con mujeres de esta manera, tomando en cuenta que tiene un alto grado de concentración en el porcentaje que tiene este indicador de relaciones de hombres con mujeres.

Los hombres se relacionan con mujeres en el indicador amorosa/ sumisa/ dependencia con un 12.2%, mientras que las mujeres y los homosexuales masculinos tienen 0% en este mismo indicador; por lo tanto, los únicos que se relacionan con las mujeres de esta forma son los hombres.

Los hombres se relacionan con mujeres en los indicadores: erótica/autoritaria/dependencia con un 8.4%, erótica/democrática/colaboración con un 6.5%, erótica /sumisa/dependencia con un 4.2% y trabajo/autoritaria/dependencia con un 1.8%, mientras que las mujeres y los homosexuales masculinos tienen 0% en los mismos indicadores; por lo tanto, los hombres son los únicos que se relacionan con mujeres de estas maneras.

4.2 RELACIONES CON HOMBRES DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORIA	RELACIONES MUJERES	%	CATEGORIA	RELACIONES HOMBRES	%	CATEGORIA	RELACIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
CON HOMBRES 4.2	Amistosa	36%	CON HOMBRES 4.2	Amistosa	3.6%	CON HOMBRES 4.2		
	Democrática			Democrática				
	Colaboración//			Colaboración//				
	Amorosa			Social				
	Sumisa			Competencia				
	Dependencia//			Dependencia				
	Amorosa							
	Autoritaria							
	Dependencia//							
	Erótica							
	Autoritaria							
	Dependencia//							
	Erótica							
	Negociadora							
Colaboración//								
Erótica								
Sumisa								
Dependencia//								
Amorosa								
Democrática								
Colaboración//								
Amistosa								
Autoritaria								
Dependencia//								
Trabajo								
Sumisa								
Dependencia//								
Seducción								
Autoritaria								
Dependencia//								
Amistosa								
Autoritaria								
Dependencia								
TOTAL		100%			100%			0%

En la categoría de relaciones con hombres las mujeres tienen un porcentaje de 36%, mientras que los hombres en esa misma categoría tienen 3.6% y los homosexuales masculinos arrojaron un resultado de 0%; por lo tanto las que más se relacionan con hombres son las mujeres, ya que se relacionan diez veces más con hombres en comparación con los hombres y es importante recalcar que los homosexuales masculinos no se relacionan con hombres, ya que tuvieron 0% en esta categoría de relaciones.

El indicador con mayor concentración de relación con hombres tanto para mujeres como para hombres es amorosa/democrática/colaboración, en donde las mujeres tienen 25.6% y los hombres 75%; por lo tanto los hombres se relacionan con hombres de esta manera tres veces más de lo que lo hacen las mujeres.

Los indicadores con mayor concentración de relación con hombres que presentan las mujeres son: amorosa/sumisa/dependencia con 22.6%, amorosa/autoritaria/dependencia con 17.3% y erótica /autoritaria/dependencia con 14.6%; por lo tanto las mujeres se relacionan en mayor medida con los hombres de estas maneras, cabe mencionar que estos indicadores sólo los presentan las mujeres.

Los indicadores con menor concentración que sólo presentan las mujeres son: amistosa/sumisa/dependencia con 0.9%, seducción/autoritaria/dependencia con un 0.9% y trabajo/sumisa/dependencia con 1.4%; por lo tanto las mujeres son las únicas que se relacionan con los hombres de estas maneras.

Los hombres se relacionan con hombres en el indicador social/competencia/dependencia con un 25%, mientras que las mujeres y los homosexuales masculinos presentan 0% en este indicador; por lo tanto los únicos que se relacionan con hombres de esta manera son los hombres.

Los indicadores que sólo presentan las mujeres, pero que tienen un porcentaje promedio, o sea dispersión en sus resultados son: erótica/negociadora/colaboración con un 6%, erótica/sumisa/dependencia con un 5%, amorosa/democrática/colaboración con un 4% y amistosa/autoritaria/dependencia con un 1.8%; por lo tanto las únicas que se relacionan con hombres de estas maneras son las mujeres.

4.3 RELACIONES CON INTERMEDIOS DE MUJERES, HOMBRES Y HOMOSEXUALES MASCULINOS

CATEGORÍA	RELACIONES MUJERES	%	CATEGORÍA	RELACIONES HOMBRES	%	CATEGORÍA	RELACIONES HOMOSEXUALES MASCULINOS	%
CON HOMOSEXUALES MASCULINOS	Amistosa Democrática Colaboración// Amistosa Autoritaria Dependencia//	3%	CON HOMOSEXUALES MASCULINOS	Amistosa Democrática Colaboración	0.4%	CON HOMOSEXUALES MASCULINOS	Amorosa Democrática Colaboración// Erótica Autoritaria Dependencia// Amistosa Democrática Colaboración// Amorosa Sumisa Dependencia// Amorosa Autoritaria Dependencia// Social Competencia Dependencia//	42%
TOTAL		100%			100%			100%

El único indicador de relaciones con homosexuales masculinos en el que coinciden los tres géneros en la categoría con homosexuales masculinos es amistad/democrática/colaboración, en donde las mujeres tienen 78%, los hombres 100% y los homosexuales masculinos 20%; por lo tanto los que más se relacionan con homosexuales masculinos de esta manera son los hombres, seguidos por las mujeres y por último los homosexuales masculinos.

En el indicador de relaciones con homosexuales masculinos amistosa/autoritaria/dependencia las mujeres tienen 22%, mientras que los hombres y los homosexuales masculinos tienen 0%; por lo tanto las mujeres son las únicas que se relacionan con los homosexuales masculinos de esta manera.

Los indicadores de relaciones con homosexuales masculinos con mayor concentración de los homosexuales masculinos son: amorosa/democrática/colaboración con 26.6% y erótica/autoritaria/dependencia con 26.6%; por lo tanto los homosexuales masculinos son los únicos que se relacionan con homosexuales masculinos en gran medida de esta manera.

Los indicadores de relaciones con homosexuales masculinos que sólo presentan los homosexuales masculinos son: amorosa/sumisa/dependencia con 13.4%, amorosa/autoritaria/dependencia con 6.7% y social/competencia/dependencia con 6.7%; por lo tanto los homosexuales masculinos son los únicos que se relacionan con los homosexuales masculinos de estas maneras.

43

5. PARA ENTENDER EL SEXO EN LA CIUDAD

La finalidad de este capítulo es comparar los modelos de género conservadores dados a conocer en el capítulo 2 con los resultados arrojados por el Análisis de Mediación Cognitiva para determinar si la comunicación que se maneja dentro del producto comunicativo: "Sex and the city", es de carácter conservador o innovador.

Desde el título nos podemos percatar que la serie traerá consigo modelos innovadores, ya que la palabra "sexo", todavía se presenta como tema tabú para algunas sociedades. Pero, ¿será tan innovador como promete o sólo serán unos cuantos modelos de género innovadores sembrados en modelos conservadores?

A lo largo de la investigación y del Análisis de Mediación Cognitiva a los cuatro capítulos de la serie estadounidense "Sex and the city", se encontró que los personajes principales de la serie son mujeres; cuatro amigas que comparten sus vivencias y experiencias de todo tipo, la edad de ellas oscila entre los 30 y los 35 años de edad.

También se encontró la presencia de personajes pertenecientes al género masculino, los cuales aparecen casi siempre como parejas temporales de las protagonistas. Cabe destacar que no sólo aparecen los géneros: femenino y masculino; también se presentan personajes homosexuales masculinos y el tema de la homosexualidad es tratado como una preferencia sexual más y ya no sólo como una enfermedad mental que experimentaban algunos individuos

A continuación se presentarán los resultados que aparecen en el Análisis de Mediación Cognitiva para los géneros: femenino, masculino y homosexual masculino.

5.1 Mujeres que mueven al mundo

*"No es bueno que el hombre esté solo,
le voy a hacer alguien que sea una ayuda adecuada para él."* (1)

Durante años la sociedad ha intentado conocer y ordenar la realidad en la que vive, para ello crea representaciones sociales, las cuales dan pauta de comportamiento a los individuos que la conforman, con el fin de sepan actuar socialmente con parámetros válidos para la sociedad; así surgen los modelos de género, los cuales ayudan a los individuos a organizarse en la sociedad fungiendo un rol específico de acuerdo a su sexo.

1 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México. 1979, Génesis, pp 3.

Como se mencionó anteriormente la comunicación pública nos ayuda a operar en la realidad. Los medios de comunicación masiva producen productos comunicativos, los cuales son difundidos y los receptores, consciente o inconscientemente, interiorizan y reproducen los modelos de género que se presentan en los productos comunicativos. Por lo anterior se afirma que la comunicación es un importante proceso de enculturización social.

En el producto comunicativo analizado aparecen como personajes principales cuatro mujeres de más de treinta años y relata las historias de vida cotidianas de cada una de ellas, cómo se desarrollan en el aspecto personal, en el profesional, en el sentimental y cómo se relacionan entre ellas, con otras mujeres y con el sexo opuesto además de como se desenvuelven con y hacia los homosexuales masculinos.

El género femenino a lo largo del tiempo se ha dividido en dos grandes categorías, la primera es cuando se compara a la mujer con las cualidades de la virgen: tierna, pura, virginal, sumisa, abnegada, maternal e incondicional. Y en contraposición está cuando se compara a la mujer con las características de Eva o de mujer fatal: rebelde, lujuriosa, extremadamente bella, estéril y causante de todos los males de la humanidad.

De acuerdo a lo anterior las mujeres deben comportarse bajo la categoría de Virgen como: Amas de casa, mujeres dedicadas al hogar, a tener hijos y a cuidar a sus maridos. Y en el caso de la categoría de Eva es aquella mujer que con sus encantos característicos del género femenino seduce al hombre para así perderlo, no obedece al hombre, es independiente y no quiere tener ni marido, ni hijos.

Dentro del Análisis de Mediación Cognitiva se pudo encontrar que las mujeres que aparecen como protagonistas de la serie encajan en alguno de los modelos anteriores, sin embargo, no encajan por completo, ya que no comulgan al cien por ciento con la categoría de Virgen, ni con la de Eva. Es decir, no son totalmente buenas, ni totalmente malas.

El producto comunicativo de *Sex and the city*, presentan mujeres independientes, trabajadoras y sexuadas, lo cuál nos deja ver que viven bajo modelos de género innovadores; pero a pesar de lo anterior, las mujeres muestran modelos de género conservadores al mostrarse sumisas ante los hombres con los que se relacionan. A continuación se desarrollara el comportamiento del género femenino dentro de la serie "Sex and the city"

5.1.1 Actuamos diferente, para terminar sintiendo lo mismo

"La mujer debe escuchar la instrucción en silencio, con toda sumisión; y no permito que la mujer enseñe en público ni domine al hombre. Quiero que permanezca callada, porque Dios hizo primero a Adán y después a Eva;

*y Adán no fue el engañado, sino la mujer;
y al ser engañada, cayó en pecado.
Pero la mujer se salvará si cumple sus deberes como madre,
y si con buen juicio se mantiene en la fe, el amor y la santidad". (2)*

Pese a lo que las sagradas escrituras nos presentan, la tabla 1 del instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva nos muestra que las mujeres tienen un gran dominio de la palabra; de los tres géneros analizados, el género femenino es uno de los que más comunican. Por lo tanto, ya no es la mujer sumisa y callada que nos presentan los modelos de género conservadores.

Todo parece indicar que las mujeres de *Sex and the city*, en representación del género femenino, se han cansado de guardar silencio y sólo recibir órdenes del género en el poder. Para ellas es muy importante salir del agujero donde los hombres las han mantenido tanto tiempo, de ahí su necesidad de dar a conocerse, de empezar a salir de sus casas y de sus papeles de amas de casa para competir con el género masculino por poder tener las mismas oportunidades y los mismos derechos. Es un claro ejemplo de que las mujeres quieren que se les escuche.

Lo anterior deja ver un modelo innovador para el género femenino, ya que anteriormente las mujeres no tenían voz, ni voto en la sociedad y en la actualidad tienen la misma libertad de expresión que el género masculino.

*"Huyan, pues, de la inmoralidad sexual.
Cualquier otro pecado que una persona comete,
no afecta a su cuerpo; pero el que comete inmoralidades
sexuales, peca contra su propio cuerpo". (3)*

Durante años y como lo podemos ver en la Biblia, todo acto sexual era catalogado como "inmoralidad sexual", en la actualidad las protagonistas de la serie dan a conocer que las mujeres pese a todo lo que se creía anteriormente, también quieren sexo y están deseosas de poder satisfacer sus instintos sexuales tanto o más que el género masculino. Con la diferencia que las mujeres están convencidas en diferenciar una entrega sexual por placer y una entrega sexual por amor.

Las mujeres que aparecen en *Sex and the city* aparecen frecuentemente en escenas sexuales, pero se esmeran por diferenciar entre hacer el amor y coger. *Hacer el amor es involucrar sentimientos hacia la otra persona mientras tienen relaciones sexuales, mientras que coger, no es más que la capacidad de poder desahogar los instintos sexuales.

2 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979, Timoteo. pp 304.

3 idem, Corintios, pp 242,243.

En este aspecto existen modelos innovadores al mostrar a la mujer con libertad sexual, pero también está la clara intervención de los modelos de género conservadores al especificar que las mujeres necesitan amar o sentirse amadas para tener relaciones sexuales. Es decir, mientras que por una parte rompe con modelos de género conservadores, por el otro los reproduce.

*"La pasión devorará tu follaje,
arrancará tus frutos y te dejará como árbol seco".* (4)

En *Sex and the city* se muestran mujeres muy abiertas a la sexualidad, son independientes, ya que cada una de ellas vive en casa propia y no dependen económicamente de nadie, en específico de ningún hombre; trabajan y compiten con los hombres en el plano laboral. Bajo los modelos de género conservadores sería impensable que se mostrarán mujeres con tales características, ya que la mujer debía depender económicamente del hombre porque su lugar estaba en el hogar. Por lo anterior es un modelo innovador para el género femenino, ya que las mujeres de la serie no son amas de casa, ni esposas, ni madres; se muestran con capacidades que eran pensadas únicamente para los hombres.

Las mujeres siempre se han caracterizado por ser bellas, en mayor o en menor grado pero todas son poseedoras de la belleza; la serie también da un valor muy importante a la belleza de la mujer y deja ver la importancia que le dan las mujeres a la belleza.

*"Que se someta a un tratamiento de belleza,
y que la joven que más le guste al rey sea nombrada reina..."* (5)

*"Ver a una mujer bella es un placer,
no hay nada más agradable..."* (6)

Tal parece que la mujer ha confiado su poder en su belleza, si bien es cierto que la belleza femenina ha sido la principal musa de infinidad de obras de arte, canciones y poemas; también es cierto que la eterna búsqueda de la mujer por la belleza ha sido la causante de trastornos alimenticios y psicológicos que han llevado a la tumba a cientos de mujeres.

La belleza en un tema que sigue ocupando y preocupando a las mujeres de *Sex and the city*, ya que son el único género que muestran indicadores de belleza. Esto no es extraño, ya que los modelos de género conservadores otorgan la característica de la belleza únicamente al género femenino. Así la belleza es una constante a través de los tiempos para calificar al género femenino.

4 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979, Eclesiástico, pp. 131

5 idem, Ester, pp. 41.

6 idem, Eclesiástico, pp. 169

El preocuparse por la belleza ha llevado a las mujeres en Sex and the city a incursionar en aspectos que eran de dominio masculino; la serie nos muestra a unas mujeres que juegan Golf, Soft ball y hacen ejercicio con pesas igual que el género masculino. Este es un modelo innovador, ya que las mujeres realizan cosas que anteriormente sólo eran permitidas para el género masculino. Los deportes, no eran permitidos para las mujeres por considerarlas débiles y sí para los hombres por considerarlos fuertes. La serie deja ver que las mujeres pueden hacer deportes y ejercicio, por lo tanto, en este aspecto pierden la característica del modelo de género conservador: Debilidad.

"Y quiero que las mujeres se vistan decentemente, con modestia y sencillez; que se adomen, pero no con peinados exagerados, ni con oro, perlas o vestidos costosos..." (7)

Las mujeres en Sex and the city otorgan a ciertas prendas y accesorios la capacidad de hacerlas lucir bellas, en la Biblia encontramos que las mujeres no deben vestir nada costoso, ni lucir peinados exagerados; pero la serie deja ver a todas las mujeres que aparecen, en especial las protagonistas vestidas al último grito de la moda, luciendo accesorios muy costosos y pase lo que pase siempre estarán maquilladas y peinadas.

Con lo anterior vemos que las mujeres siguen un modelo de género conservador al seguir preocupándose por la belleza, pero por otra parte surge el modelo de género innovador, ya que el acceso al campo laboral de las mujeres, les permite ser independientes de los hombres en las cuestiones económicas y ellas pueden comprar ropa, accesorios y maquillajes para poder seguir rindiéndole culto a la belleza.

"Una mujer borracha es una molestia terrible y quedará públicamente en vergüenza". (8)

La tabla 1, Acciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos del instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva, precisamente la categoría de ingesta nos muestra que las mujeres beben igual o más que los hombres y el personaje principal femenino fuma todo el día. Algunas décadas atrás no era posible ver en la televisión escenas de mujeres borrachas, pero Sex and the city nos da la oportunidad de ver que las mujeres también fuman, toman y se emborrachan.

7 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Timoteo, pp 304
8 idem, Eclesiástico, pp 156

Anteriormente era impensable que las mujeres hicieran cosas que solo hacían los hombres, pero en la actualidad podemos percatarnos que las mujeres fuman y toman al igual que el género masculino. Por lo tanto, lo anterior se trata de un modelo de género innovador, ya que las mujeres en su lucha por la equidad de género realizan cosas que antes no podían realizar por el simple hecho de ser mujeres y de estar mal visto por la sociedad, ya que se trataban de cosas que sólo podían realizar los hombres.

Los conservadores sólo conciben a las mujeres como madres, esposas y amas de casa, con todas las labores domésticas que ser ama de casa representa, pero en la serie nos podemos percatar que las mujeres de *sex and the city* casi no realizan labores domésticas, por lo tanto es un modelo de género innovador, ya que a las mujeres de la serie no se les muestra con la obligación de realizar labores domésticas, así rompen con el estereotipo de la mujer como ama de casa.

Pese a que la serie nos muestra a las mujeres luchando por tener un espacio en la sociedad igualmente importante que el que tienen los hombres; mujeres independientes y cada una de ellas realizándose en el ámbito profesional, en el aspecto sentimental no les va como ellas desean, pasan de un romance a otro esperando encontrar su príncipe azul para acabar con su soledad y su soltería.

Con lo anterior podemos afirmar que los modelos que aparecen en la serie estadounidense no son totalmente innovadores, ni totalmente conservadores. Se puede decir que es el principio por realizar productos comunicativos incluyendo más modelos de género innovadores en comparación a los conservadores, es decir, es el intento por ingresar a una comunicación innovadora, pero dejando bases conservadoras, para conservar el orden social.

5.1.2 Sentimientos o independencia

*"La mujer seductora mira con atrevimiento;
en sus ojos se lee lo que es". (9)*

La seducción ha sido por mucho tiempo un estigma con el cual tienen que cargar las mujeres que encajan en la categoría de Eva o de mujer fatal, ya que ese tipo de mujeres se vale de sus encantos característicos del sexo femenino para seducir al hombre y perderlo.

Las mujeres en *Sex and the city* se muestran seductoras y con la capacidad de atrapar a cualquier hombre en el cual se interesan, con el único fin de atraparlo y salir de la soltería, ya que con más de treinta años a costas les cuesta trabajo aceptar que no tengan un marido.

9 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979. Eclesiástico, pp 156.

La serie deja ver un modelo conservador al seguir mostrando a la mujer como la perdición de los hombres y también al ser la seducción el medio para poder encontrar a su príncipe azul y convertirse en su esposa; ya que las mujeres en *Sex and the city* dejan ver claramente que aunque se apeguen más a los modelos innovadores, siguen cayendo en el modelo de género conservador al pensar que para ser aceptadas en la sociedad necesitan casarse, ya que al tener más de 30 años no es bien visto que aún no hayan recurrido al sacramento del matrimonio.

Anteriormente a las mujeres se les atribuía el calificativo de sumisas, pero la serie deja ver que las mujeres se inconforman y ya no sólo se someten a lo que los demás les digan, es otra forma de hacer notar que tienen los mismos derechos que el género masculino y que no siempre van a estar de acuerdo con lo que los demás les ordenen o con lo que acontece a su alrededor.

Con lo anterior se puede decir que se trata de un modelo de género innovador, ya que la mujer en *Sex and the city* no se conforma con seguir reglas establecidas por el género masculino y están decididas a crear nuevas reglas para las mujeres, que vayan más apegadas a definir a la "nueva mujer".

A lo largo del tiempo se han manejado los calificativos de dulzura en contraposición con histérica, la mujer sumisa traerá implícita la dulzura y la mujer rebelde traerá la histeria. *Sex and the city* muestra que aunque las mujeres sean rebeldes pueden ser sumisas y si son sumisas también pueden ser histéricas, no necesitan entrar de lleno a una categoría específica de la dualidad Virgen-Eva. Por lo anterior, es un modelo de género innovador, ya que se rompe con el mito de que las mujeres sólo pueden ser parte de una de las grandes categorías que han englobado al género femenino durante años.

La serie nos muestra una mujer más real, no solo dulce, tierna, pasiva, sumisa y débil, muestra una mujer con miedos, inquietudes, activa, preocupada, nostálgica, segura, indiferente, tímida, arrogante, cariñosa angustiada, pasional, desconcertada, nerviosa y amable.

Durante el Análisis de Mediación Cognitiva el género femenino fue el que más actitudes arrojó, y existen actitudes de las dos grandes categorías que encasillan al género femenino, pero también aparecen actitudes que sólo se le atribuía al género masculino como: actitudes de seguridad, pasión y triunfo. Parece normal que las mujeres sean las que más actitudes presenten, ya que en su género no se prohíbe mostrar el lado afectivo y emotivo. (Tabla 2. Actitudes de mujeres, hombres y homosexuales masculinos)

En las actitudes que tienen las mujeres dentro de la serie se notan modelos de género innovadores y conservadores; innovadores al incluir en el género femenino actitudes propias del género masculino y conservadores al seguir mostrando la amplia capacidad que debe de tener el género femenino para

mostrar sus sentimientos, actitudes y emociones, ya que es una muestra de la debilidad del género femenino.

La pasión tenía que estar separada por completo de la mujer, ya que la única satisfacción que podía recibir al tener un contacto sexual era a los nueve meses al recibir a su bebé en brazos. Pero la serie nos deja ver que las mujeres ya tienen más conciencia acerca de su sexualidad y se permiten disfrutar del sexo y de los tan mentados orgasmos que por años el género femenino sólo se limitó a escuchar hablar acerca de ellos. En este indicador se encontró la presencia de modelos de género innovadores, ya que las mujeres en *Sex and the city* disfrutaban de su sexualidad y ya no piensan que el sexo y la pasión sean exclusivos para la formación de un nuevo ser, saliendo por completo del hecho de que el papel fundamental para la mujer sea ser madre.

5.1.3 Decirlo con la boca y sostenerlo con el corazón

"Las mujeres deben guardar silencio... porque no les está permitido hablar". (10)

Con su gran capacidad comunicativa, las mujeres de la serie hablan la mayor parte del tiempo, pero de qué hablan las mujeres, ¿será congruente lo que dicen con lo que hacen?

Un tema de gran relevancia en *Sex and the city* es como su nombre lo dice: el sexo, en la serie las mujeres suelen hablar mucho acerca del sexo. Anteriormente hubiera sido imposible que las mujeres hablaran acerca de la sexualidad, pero la serie nos ofrece modelos de género innovadores al presentar el punto de vista femenino acerca del sexo y otros temas a los cuales ellas no tenían acceso.

Como se puede observar en la tabla 3. Expresiones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos del instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva, la mujer en *Sex and the city* habla de sexo como si hablara de cualquier otro tema, no distorsionan las palabras ni las arreglan para que se escuche menos fuerte, de hecho cuando comienza un capítulo por televisión abierta aparece una advertencia: El siguiente programa contiene líneas argumentales, escenas y lenguaje que requieren de un amplio criterio del espectador".

Un factor muy importante que ayudó a la creación de la dualidad Virgen-Eva es precisamente la sexualidad, ya que las mujeres o son virtuosas o disolutas.

"La virtud se ha definido siempre como el rechazo de una mujer a la tentación sexual". (11)

10 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México. 1979, Corintios, pp. 252 . . .
11 GIDDENS, Anthony. La transformación de la intimidad Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas. Segunda edición, Cátedra. Madrid. 1998, pp. 17

En la serie las mujeres hablan casi lo mismo de sexo que los hombres, sin prejuicios y conociendo más acerca del tema, ya que por años el tema del sexo había sido utilizado en las mujeres solamente para la procreación, no había explicaciones acerca del coito y mucho menos se pensaba que la mujer pudiera ejercer su sexualidad buscando placer. Aquí la serie muestra otro modelo de género innovador, ya que las mujeres pueden hablar de sexo sin pensar que por ello son virtuosas o disolutas, se les da la oportunidad a las mujeres de ejercer libremente su opinión acerca del sexo.

Como ya se mencionó anteriormente, las protagonistas de la serie *sex and the city* son mujeres y regularmente hablan de lo que les pasa diariamente, así como de sus aspiraciones, preocupaciones, deseos, anhelos, miedos, etc. Entre ellas se apoyan y muchas veces crean alianzas para poder lograr los objetivos de alguna de ellas.

Dentro de la serie podemos ver que las mujeres son importantes para las mujeres, ya que comparten una identidad de género y por ello llevan consigo características similares y se pueden entender de una mejor manera, ya que comparten un punto de vista específico acerca de la realidad. En este aspecto se muestra un modelo de género conservador, ya que se identifican entre ellas por pertenecer al mismo género.

Las mujeres hablan mucho acerca de otras mujeres, ya que son aliadas del mismo género y su capacidad de mostrar su lado afectivo y emotivo con otras y otras, la hace mucho más abierta en ese aspecto que cualquier otro género. Nuevamente se muestra un modelo de género conservador, ya que para las mujeres no es necesario ocultar sus sentimientos, emociones y actitudes y lo expresan con mayor facilidad ante las mujeres porque es el género que comparte la misma característica.

Dentro de las pláticas que establecen las mujeres que aparecen en la serie, suelen encasillar a las demás mujeres en las categorías de Virgen o Eva, dependiendo del caso; así, hablan de solteras, casadas, modelos y putas. Aquí se tiene otro modelo de género conservador, ya que entre ellas mismas comparten la idea de que las mujeres sólo pueden pertenecer a una de las dos grandes categorías que han englobado por tanto tiempo al género femenino.

Pero las mujeres de *Sex and the city* no sólo se preocupan y se ocupan de otras mujeres, también les interesa el género opuesto; en sus charlas siempre va a haber un personaje masculino, sobre todo cuando alguna de las protagonistas que interviene en la conversación esté enamorada. La mujer enamorada dentro de la serie sigue otorgando características sorprendentes al hombre amado y basa su vida en torno a él. Por lo tanto se trata de un modelo conservador, ya que las mujeres siguen dependiendo del amor para sentirse seguras, protegidas y con valor ante la sociedad.

Por otro lado, las mujeres de la serie no sólo hablan de hombres cuando están enamoradas, también se habla de ellos cuando existen desacuerdos en formas de pensar o de sentir, cosa verdaderamente cotidiana, ya que como se ha dicho los géneros femenino y masculino son opuestos y por lo tanto complementarios. Aquí aparecen modelos de género conservadores e innovadores; conservadores al presentar a los géneros como opuestos y por lo tanto, deben actuar de formas diferentes, ya que las características que forman y forjan a los géneros son totalmente opuestas, e innovadoras por que las mujeres de la serie están en desacuerdo con los hombres porque no quieren seguir sometiéndose a lo que ellos dispongan, al contrario la mayoría de sus desacuerdos son porque el género femenino ha adoptado nuevos modelos de género y puede actuar como el género masculino.

El tema de la sexualidad se mantuvo por años separado del género femenino, por considerar que la mujer sólo podía tener relaciones sexuales con fines reproductivos, pero la serie propone un modelo de género innovador y las mujeres que aparecen en la serie pueden hablar de la sexualidad como de cualquier otro tema. La sexualidad dentro de la serie abarca varios temas como: sexo, coger, pene, menstruación, vagina y hacer el amor. Las mujeres de *Sex and the city* establecen claramente las diferencias que existen entre coger y hacer el amor (*supra pp. 102) y hablan más del tema coger que del de hacer el amor, lo anterior nos muestra otro modelo de género innovador, ya que las mujeres pueden ejercer su sexualidad libremente y no sólo por amor o por maternidad.

En *Sex and the city* se puede observar que las mujeres tienen más encuentros sexuales que los hombres, es decir tienen una mayor vida sexual, eso es coherente en la realidad social, ya que la mujer es el único género que posee un órgano cuya única función es proporcionar satisfacción sexual.

El tema del amor es un tema que ocupa y preocupa mucho a las, mujeres de *Sex and the city*, sobre todo porque tienen más de 30 años y llevan varias relaciones sentimentales, sin poder lograr su objetivo: encontrar al amor de su vida. El amor es un tema polémico, los géneros lo entienden de manera diferente, de acuerdo a la visión de la realidad que tengan y al rol que les toque jugar dentro de la sociedad. Tradicionalmente las mujeres están relacionadas con la idea del amor romántico y con la de encontrar al amor eterno, todo parece indicar que todavía no saben que "el amor es eterno mientras dura".

Por lo anterior, la serie muestra un modelo de género conservador, ya que las mujeres que aparecen en el relato siguen apegadas a la idea del amor romántico, ya que siguen poniendo a la persona amada antes de cualquier otra cosa y siguen pensando que el amor verdadero es para siempre.

Con base en las ideas de amor que tienen las mujeres de *Sex and the city*, idealizan a la persona amada, ya que en ésta encuentran todo lo que según ellas no tienen, o más bien todo lo que ellas tienen y no pueden manifestar por identificarse con su género. Lo cual las lleva a desear encontrar al (tan buscado y

nunca encontrado) príncipe azul: un hombre que las entienda, que las consienta, que les brinde satisfacción sexual, pero sobre todo estabilidad emocional y social. Ya que por un lado la sociedad otorga el calificativo de exitosos a los individuos que tienen un matrimonio o una pareja estable (como si ganaran o perdieran valor por tener una pareja o no); y por el otro, ante la sociedad no son bien vistas las mujeres que no tengan un hombre a su lado.

"La mujer acepta a cualquiera como esposo..." (12)

En este aspecto se encuentran modelos de género conservadores e innovadores; conservadores por que las mujeres pese a que desenvuelven en asuntos que anteriormente eran exclusivos para los hombres, siguen sintiendo que necesitan a un hombre para tener un lugar en la sociedad y no ser rechazadas por el hecho de no tener una pareja estable o no tener un matrimonio con más de 30 años de edad.

Y aparece el modelo innovador cuando las mujeres de la serie incluyen la plena satisfacción sexual para poder elegir al príncipe azul, no sólo debe cubrir los requisitos anteriormente mencionados; para las mujeres de *Sex and the city* es muy importante que se entiendan sexualmente con sus conquistas para pensar algo a futuro.

Amor para obtener sexo, sexo para obtener amor, pero ¿sexo para obtener poder? Las mujeres tradicionalmente buscando amor dan sexo, pero en la serie también se pudo apreciar que las mujeres dan sexo, pero por poder. Durante años el emblema del poder ha sido el género masculino, quizá esa sea la forma de la mujer para demostrar que ella también puede tener el poder.

Las mujeres de *Sex and the city* se valen de cualquier arma para obtener poder y es un tema del cual hablan constantemente, ya que no lo consideran un privilegio único para los hombres, como siempre se ha manejado en las sociedades patriarcales, así, las mujeres son capaces de todo para lograr sus fines. Existe una frase que se ha manejado por mucho tiempo: "las mujeres dan sexo a cambio de amor, los hombres dan amor a cambio de sexo", lo interesante aquí fue descubrir que las mujeres también dan sexo a cambio de poder.

En este apartado el producto comunicativo de *Sex and the city* muestra modelos de género innovadores, ya que tradicionalmente los hombres eran los que poseían todo el poder dentro de la sociedad, pero en la serie vemos que las mujeres también están adquiriendo poder ante el género masculino aunque sea a través del sexo; también aparece otro modelo de género innovador, ya que las mujeres no necesariamente necesitan involucrar sentimientos para poder tener relaciones sexuales.

En un modelo innovador de género, la serie nos muestra que las mujeres han ido ganando territorio en la sociedad, ya no sólo trabajan dentro de casa, también trabajan fuera de ella en actividades que eran consideradas del dominio masculino; las protagonistas son exitosas en el campo laboral y así se realizan personal y profesionalmente, además de que a través de su trabajo pueden ser independientes en el aspecto económico.

Otro modelo de género innovador que presenta la serie es la aparición del género homosexual masculino, pero, ¿cuál es la visión que tiene el género femenino acerca de los homosexuales masculinos? Las mujeres de *Sex and the city* no tienen ningún tipo de discriminación contra los homosexuales masculinos, tal vez porque se trata de otro grupo discriminado por la sociedad al igual que la mujer y se identifican con ellos por las características femeninas que el "nuevo género" posee.

En contraposición con lo anterior, la serie presenta a las mujeres preocupadas por su soledad y su soltería, sin duda alguna ellas desean encontrar al hombre ideal para formar un matrimonio, mas no una familia, ya que el hecho de tener hijos no es relevante en sus vidas. Por lo tanto aquí se muestran modelos de género conservadores e innovadores. Conservador por la necesidad de las mujeres de obtener valía ante la sociedad por medio de un matrimonio e innovador porque las mujeres de la serie no consideran que ser madres sea tan importante, así salen del modelo conservador de que el futuro de toda mujer es ser madre.

5.1.4 Entre nosotras podemos despedazarnos pero jamás nos haremos daño

Al pertenecer a un género interiorizamos y reproducimos los modelos de género al que pertenezcamos. Aprendemos formas de comportarnos y de relacionarnos con los demás.

Como se puede observar en la tabla 4. Relaciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos del instrumento de análisis de Mediación Cognitiva, el género femenino en *Sex and the city* tiene una forma muy especial de relacionarse con personas pertenecientes a su mismo género, por un lado pueden ser las mejores amigas y contarse todas sus experiencias, pero por otro lado existe una eterna competencia entre el mismo género; ya sea por belleza, por inteligencia, por si la otra tiene una pareja estable o un lindo matrimonio o por cualquier tipo de cosa.

Las mujeres han aprendido que el relacionarse con mujeres es reconfortante, ya que pueden compartir muchas similitudes por el simple hecho de pertenecer al mismo género. Lo anterior lo podemos observar en *sex and the city*, las mujeres desarrollan grandes amistades con otras mujeres, pero por otra parte la mujer compite con la mujer.

"No pidas a una mujer consejo sobre su rival". (13)

La competencia entre las mujeres de la serie es muy particular, compiten por ser bellas, compiten por un hombre casi perfecto y compiten entre las solteras y las casadas, ya que las mujeres solteras representan un peligro para las mujeres casadas por el hecho de que sus maridos pueden ser infieles con las solteras. Y las solteras compiten con las casadas porque ellas quisieran tener un marido a su lado.

Con lo anterior se puede entender que las mujeres de la serie se relacionan con otras mujeres bajo modelos de género conservadores, ya que al compartir características tradicionales del género femenino pueden relacionarse mejor porque pueden mostrar su lado emotivo y sentimental si problema alguno por ser bien visto para las mujeres, demostrando un símbolo de debilidad. Y en cuanto a la competencia entre mujeres obedece a otro modelo conservador, ya que las mujeres de la serie compiten entre ellas por mejorar características tradicionales del género, como son belleza, matrimonio y pareja

Las mujeres de *Sex and the city* pueden relacionarse amistosamente y en un ambiente de igualdad con otras mujeres, o competitivamente con las mujeres que no son sus amigas, ya que al no tener confianza en ellas se convierten en sus rivales; pero ante los hombres las mujeres se muestran sumisas, no importa que vivan como seres independientes económicamente, ante los hombres que les interesan amorosamente se muestran indefensas y débiles, tratando de encontrar protección con el género masculino.

Lo anterior obedece a un modelo de género conservador, ya que aunque las acciones y actitudes de las mujeres de la serie sean diferentes, al relacionarse con los hombres quieren que ellos las vean como la mujer que ellos buscan y como los hombres no van a intimidar con mujeres que busquen poder, ya que éste es una cualidad masculina, se interesarán por las mujeres que sigan los patrones del modelo de género conservador, por ello se comportan sumisas y con la gran necesidad de sentirse amadas y protegidas por el género opuesto.

Con los hombres que sólo llevan relaciones de tipo sexual, las mujeres de *sex and the city* se muestran autoritarias, debido al poder que reciben a cambio de sexo. Aquí la serie muestra en su relato un modelo de género conservador, ya que las mujeres al relacionarse con los hombres buscan tener mayor poder que los hombres, ya que en ellas está la última decisión para mantener relaciones sexuales; el intercambio de sexo por poder parece ser el arma perfecta del género femenino para tener al hombre sometido

Las mujeres de Sex and the city que se relacionan con hombres de manera laboral también se muestran sumisas, quizá por que sienten que están inmiscuidas en asuntos que anteriormente sólo les ocupaba a los hombres. Lo anterior es un modelo de género conservador, ya que las mujeres anteriormente las mujeres sólo podían relacionarse con los hombres siendo sumisas, ya que eran catalogadas como el sexo débil.

Con los homosexuales masculinos, las mujeres de la serie sólo crean relaciones de amistad, la mayor parte de las veces se trata de una amistad profunda, ya que se identifican con ellos en características tradicionales femeninas y desarrollan amistades equiparables a las que se dan entre mujeres, pero otras veces se muestran autoritarias en las relaciones de amistad con los homosexuales masculinos, ya que las mujeres se sienten con mayor poder que los homosexuales masculinos y consideran que por ello se les puede discriminar.

5.2 Estandarte de poder

El género masculino ha sido por excelencia el estandarte de poder dentro de la sociedad (patriarcal). A lo largo del tiempo los hombres han dominado las esferas sociales de poder, gracias a esto han recibido privilegios que ellos mismos se han otorgado.

Al hombre se le ha presentado como un ser superior al ser equiparado con Dios, por lo tanto puede dominar a cualquier otro ser que no pertenezca a su género. Así ha creado modelos para cada uno de los géneros, con el fin de controlar los roles sociales.

Los hombres se han caracterizado por ser superiores, fuertes, sexuales, poderosos, dominantes, activos, inteligentes, trabajadores, proveedores y exitosos.

Siempre se les ha relacionado con actividades públicas, ya que no son concebidos cumpliendo funciones dentro de la familia a no ser de sostenerla económicamente.

Tradicionalmente los hombres no han sufrido por el acceso a instituciones educativas, ya que él es el encargado de proveer a su mujer y a sus hijos, se debe preparar para ingresar al campo laboral. De igual manera no han sufrido por ocupar determinados puestos de trabajo, ya que al ser hombre se entiende que es capaz de asumir cualquier tipo de responsabilidad.

Sin duda alguna son muchos los beneficios de ser hombre en las sociedades patriarcales regidas por modelos de género conservadores, pero nada en esta vida es gratis y tienen que pagar un precio muy caro por los beneficios recibidos. El hombre al mostrarse como ser superior, se le prohíbe mostrar su lado afectivo y emotivo, ya que esto lo haría parecer débil y equiparable con la mujer.

5.2.1 Precio por el poder

Los hombres en *Sex and the city* no se escapan de la dominación y el poder de los hombres, tienen muy claras las bases tradicionales de la masculinidad y saben que el mostrar sentimientos y emociones, los hará perder poder porque serán comparados con las mujeres al mostrarse débiles.

En la tabla 1. Acciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos se puede observar que el género masculino de la serie se comunica más con el género femenino, ya que al femenino no le cuesta trabajo expresar mediante palabras qué es lo que quiere y siente; se comunican más con mujeres por que aparentemente ante éstas no serán severamente juzgados al mostrar sus sentimientos y emociones. Los hombres en *Sex and the city* aparecen constantemente realizando acciones afectivas, por lo tanto, es un modelo de género innovador por que le da la oportunidad de mostrar su lado afectivo y emotivo sin que esto sea un motivo para perder su masculinidad.

En contraposición con lo anterior, los hombres de la serie casi no se comunican con los homosexuales masculinos, ya que aunque los homosexuales masculinos aunque por sexo sean hombres, no comparten con el género masculino las características fundamentales de la masculinidad (poder, dominio y fuerza) y por lo tanto son rechazados por los hombres. Aquí la serie nos muestra un modelo de género conservador debido a que tradicionalmente el homosexual masculino ha sido rechazado por mostrar características del género femenino, al no cumplir con la masculinidad.

Los hombres de la serie no hacen referencia a la diferencia que existe entre coger y hacer el amor; a ellos les da lo mismo, para los hombres ambas son sólo formas de desahogo sexual. La serie en este aspecto muestra un modelo de género conservador, ya que los hombres se apegan más a la idea de amor pasión, en donde lo único que importa es el sexo, interviniendo o no sentimientos en el acto sexual.

A los hombres de *Sex and the city* les gusta mostrarse fuertes y poderosos, por lo tanto realizan actividades deportivas como jugar golf, soft ball y ejercicio con pesas para marcar sus músculos y no perder la imagen de fortaleza ante la sociedad. La serie muestra otro modelo conservador al mostrar al hombre realizando cosas propias para su género.

Tradicionalmente una de las actividades principales del género masculino es trabajar, sin embargo, los hombres de la serie le dedican más tiempo a otro tipo de actividades, como son: las afectivas y las emotivas. En contraposición de no deber mostrar sus emociones y sentimientos. La serie muestra modelos de género innovadores al destacar las acciones afectivas y emotivas antes de las laborales, así se rompe el estereotipo de que la actividad principal del hombre es trabajar, ahora le dedica más tiempo a otros asuntos que van relacionados con dejar mostrar sus emociones y sentimientos.

En la serie de sex and the city los hombres aparecen realizando actividades que sólo eran para las mujeres, los hombres nos muestran sus cualidades culinarias al aparecer cocinando dentro del relato. Éste es sin duda otro modelo innovador, ya que el cocinar, así como todos los demás quehaceres domésticos eran actividades exclusivas del género femenino.

5.2.2 Fascinantemente seductor

El hombre de Sex and the city se destaca también en el plano de la seducción, tradicionalmente la mujer no debe tomar la iniciativa de seducir a un hombre, ya que la seducción para la mujer es una característica de la mujer malvada, comparada con Eva; pero el hombre ha sido educado para saber como acercarse a las mujeres y seducirlas. El hombre es casi por naturaleza fascinantemente seductor. Aquí la serie muestra un modelo de género conservador al presentar a los hombres fuertemente seductores, ya que su principal actitud es la seducción.

La seducción era un tema únicamente vinculado con la categoría de Eva del género femenino, pero la seducción como ya se explicó anteriormente ha sido una constante en el hombre aunque se disfrazara con la palabra "cortejo"; si bien es cierto que los hombres deben de tener la iniciativa de seducción, también es cierto que al hombre nunca se le vinculó con la seducción, ya que ésta era solamente un calificativo o característica del modelo tradicional del género femenino. Es decir nunca se le mostró seductor, en este aspecto la serie presenta un modelo de género innovador, ya que muestra a los hombres fascinantemente seductores.

En la tabla 2. Actitudes de mujeres, hombres y homosexuales masculinos del instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva podemos percatarnos que la pasión es una actitud constante en el género masculino de Sex and the city, quizá sea por su apego al amor pasión en contraposición al apego de las mujeres por el amor romántico. En este tema la serie muestra un modelo de género conservador, ya que los hombres se muestran altamente pasionales, ya que para ellos primero debe estar el vínculo sexual y después el sentimental.

Nuevamente cae el hombre en el juego de cambiar capacidad de expresar sus sentimientos y emociones por poder. Lo natural para el modelo de género masculino conservador sería que los hombres no mostrarán actitudes características del género femenino, pero los hombres de sex and the city se dan el gusto de mostrar su lado emotivo y presentan actitudes de cariño, tristeza, desconcierto y timidez. Por otro lado y viéndolo bajo el mismo modelo, los hombres deberían de mostrar muchas actitudes de poder al ser éste una característica del modelo masculino de género, pero en realidad son muy pocas las actitudes de poder que muestran.

Con lo anterior podemos decir que la serie muestra un modelo de género innovador en este aspecto, ya que se presentan hombres que se dejan ver con actitudes que sólo pertenecían al modelo tradicional de género femenino y no se obsesionan por mostrar actitudes de poder.

5.2.3 Equilibrio entre masculinidad y sensibilidad

A los hombres de Sex and the city les interesa saber más acerca de su plano emotivo y sentimental, pese a que tienen que defender su identidad con el género, los hombres ponen mayor atención a los asuntos emotivos, constantemente hablan del amor y de sus relaciones de pareja. En este apartado la serie presenta un modelo de género innovador, ya que los hombres buscan encontrar el equilibrio perfecto entre la masculinidad y sensibilidad.

Tradicionalmente para el género masculino el tema de la sexualidad es común, ya que han aprendido que la sexualidad es permitida para su género, la serie nos muestra que sigue siendo un tema que preocupa y ocupa a los hombres, por lo tanto es un modelo de género conservador.

Pese a que los hombres de sex and the city no mencionan diferencia alguna entre coger y hacer el amor, hablan más de la relación sexual por placer que de la relación sexual por amor. Volviendo a que el hombre está más apegado al amor pasión, el sexo juega un papel fundamental para el hombre ya que es una forma de demostrar su hombría. (Tabla 3. Expresiones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos)

El matrimonio no es un tema que sólo concierna al género femenino, si bien las mujeres de sex and the city sueñan con el matrimonio, los hombres de la serie dejan ver que también ellos están preocupados por casarse. Aquí la serie presenta modelos de género innovadores y conservadores; innovadores porque el matrimonio no sólo es un asunto por el cual se preocupan las mujeres, los hombres de la serie también buscan a la mujer de sus sueños con fines matrimoniales y conservadores por que llegar a casarse para los hombres implica seguir cumpliendo con la división social de géneros, el hombre trabajando y la mujer en su casa, cuidando a los hijos.

"Anoten a este hombre en los registros como un hombre sin hijos, como un hombre que fracasó en la vida". (14)

En la serie, los hombres aparecen ocupados acerca de tener hijos, se pensaría que ese es un tema que sólo ocuparía a las mujeres, ya que tradicionalmente son las encargadas de tenerlos, cuidarlos y educarlos, pero en Sex and the city son los hombres los que se preocupan por la descendencia.

En este aspecto la serie presenta modelos de género innovadores y conservadores; innovadores al presentar al género masculino más preocupado por tener hijos en comparación al femenino y conservadores porque esperan tener hijos para minimizar la competencia con las mujeres y que éstas se queden en casa cuidándolos y educándolos.

Los hombres nunca se habían preocupado por la belleza, ya que ésta es característica de su género opuesto, pero en *Sex and the city* se puede apreciar que los hombres también se preocupan por lucir bien, no se obsesionan con la belleza como las mujeres, pero ellos empiezan a darle una importancia a la belleza que antes no tenía. En este aspecto encontramos un modelo de género innovador, puesto que los hombres ya no sólo admiran la belleza femenina, también comienzan reconocer la belleza masculina.

5.2.4 Lucha por poder

En la tabla 4 del instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva podemos observar que los hombres dentro de la serie se relacionan con las mujeres en el aspecto amoroso de una forma autoritaria, ya que al igual que las mujeres, los hombres dejan ver que son el hombre que ellas tanto han buscado y les ofrecen protección a cambio de sumisión. Por lo tanto es un modelo de género conservador, ya que los hombres continúan siguiendo patrones de masculinidad propias de su género.

En contraste con lo anterior, los hombres de *Sex and the city* también se relacionan con las mujeres de una forma amorosa, sumisa y dependiente; ya que en sus relaciones amorosas, se tienen que someter ante el género opuesto, ya que siente que dependen de éste para poder mostrar abiertamente sus emociones y sentimientos. En consecuencia la serie muestra un modelo de género innovador al mostrar al hombre sumiso ante la mujer, cuando la sumisión era una característica única del género femenino.

En sus relaciones con mujeres de tipo sexual, los hombres de la serie también se muestran autoritarios, ya que el tema sexual ha sido tradicionalmente dominado por los hombres y sienten tener el control absoluto en ese aspecto; por lo anterior la serie muestra un modelo de género conservador.

Puesto que la actividad por excelencia para los hombres es la laboral, Los hombres de la serie se relacionan laboralmente con mujeres de forma autoritaria, lo anterior corresponde a un modelo de género conservador, ya que repite modelo estereotipos de que la mujer debe ser subordinada ante el hombre.

Los hombres de *Sex and the city* se relacionan competitivamente con las mujeres, ya que éstas han incursionado en aspectos que tradicionalmente eran aspectos de dominio masculino, al sentir los hombres que las mujeres cuentan con oportunidades similares a las de ellos nace una competencia con las mujeres por seguir manteniendo el poder. Éste es un modelo de género innovador, ya que

anteriormente no tenían que competir con las mujeres porque estaban perfectamente bien establecidos los roles que debían llevar a cabo ambos sexos, pero con el cambio social y la apertura de oportunidades para el género femenino, los hombres dejan ver el temor por la "nueva mujer", que empieza a competir con ellos en todos los aspectos sociales que anteriormente sólo le pertenecía al género masculino.

En *Sex and the city* los hombres se relacionan con integrantes de su mismo género de forma amistosa democrática, ya que al pertenecer al mismo género comparten la misma visión de realidad social. Lo anterior corresponde a un modelo de género conservador, ya que al pertenecer al mismo género les brinda confianza para entablar estrechos lazos de amistad.

Pero los hombres dentro de la serie no sólo compiten con las mujeres, también compiten con los hombres, es una eterna lucha por el poder dentro de la sociedad, ya que al ser educados bajo los mismos modelos de género, conciben que el poder les debe pertenecer sólo a ellos, por lo tanto deben de competir con los demás hombres para conservar su poder. En este aspecto la serie también reproduce un modelo de género conservador, ya que la lucha por el poder entre los hombres es una constante del género masculino.

En *Sex and the city*, los hombres sólo se relacionan con los homosexuales masculinos de forma amistosa democrática. En este punto la serie presenta un modelo de género innovador, ya que tradicionalmente los hombres no establecían ningún tipo de relación con los homosexuales masculinos por el temor de ser rechazados o de que se pusiera en tela de juicio su masculinidad.

5.3 ¡NO SOY RARITO... SOY HOMOSEXUAL!

"No te acuestes con un hombre como si te acostaras con una mujer. Ése es un acto infame". (15)

Sex and the city presenta un modelo innovador al incluir en su relato homosexuales masculinos, ya que es un género que por no encajar en ninguno de los dos modelos de género conservadores, (masculino y femenino) no era contemplado por la sociedad. Los homosexuales masculinos comparten características de los dos géneros, del masculino poseen el sexo y del femenino el género.

Por lo anterior es difícil hablar de un modelo de género para los homosexuales masculinos, ya que la sociedad sólo se ha dedicado a rechazarlos e ignorarlos no dándoles voz ni voto. Es entendible en las sociedades patriarcales, ya que los hombres no pueden darle validez a un hombre por sexo, que siendo símbolo de poder se comporte como mujer, mostrando debilidad y pasividad.

15 DIOS HABLA HOY. *La Biblia*. Versión popular, segunda edición. México, 1979, Levítico, pp. 147

5.3.1 Sexo contra género

Los homosexuales masculinos dentro de la serie se comunican más con el género femenino, ya que se identifican con éste, puesto que ambos géneros tienen la libertad de expresar sus sentimientos y emociones. También se comunican con homosexuales masculinos, ya que con ellos comparten la misma visión de la realidad social, al pertenecer al mismo género. (Tabla 1. Acciones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos)

Con los que menos se comunican los homosexuales masculinos dentro de la serie es con los hombres, ya que viviendo en una sociedad patriarcal son mal vistos por el género masculino; lo anterior corresponde a un modelo de género conservador, ya que los hombres no admiten otro género que no sean los tradicionalmente establecidos.

Pese a que la serie nos muestra como personajes a homosexuales masculinos en un intento por innovar, no presenta a este género inmerso en el tema del amor o del sexo. *Sex and the city* no tiene problemas en presentar escenas sexuales explícitas entre hombres y mujeres, pero no presenta escenas sexuales entre homosexuales masculinos. Por lo anterior la serie nos muestra un modelo conservador al sólo concebir la idea de pareja entre hombre y mujer, es decir parejas heterosexuales.

Los homosexuales masculinos de *Sex and the city* muestran un gran interés en el tema del matrimonio, en este aspecto se comparan con las mujeres, ya que a éstas les interesa mucho el tema. Los homosexuales masculinos al no pertenecer a ningún género tradicional, no se les da el derecho de poder contraer matrimonio. Así, éstos se conforman con poder unirse a la persona amada a través de uniones masivas sin validez oficial.

"En nuestros tiempos un malinterpretado sentido del derecho ha perturbado la naturaleza de la institución familiar y el mismo vínculo familiar; el matrimonio es la unión exclusiva entre hombres y mujeres". (16)

Juan Pablo II

Los homosexuales masculinos han luchado por obtener el derecho de contraer matrimonio como cualquier pareja heterosexual, desgraciadamente no han ganado mucho en México. Desde el 14 de febrero del año 2000, año con año, la comunidad gay mexicana realiza uniones simbólicas masivas, ya que no tienen validez oficial para el gobierno y mucho menos para la religión católica.

16 ROMAN, Julio. *Ser Gay*. American Trade Magazine, S.A. DE C.V. Cuernavaca, Morelos, 2004. No. 238, pp. 43

En la serie aparecen los homosexuales masculinos como el género que más coquetea, la acción de coquetear va más ligada al género femenino, es decir, es otra acción en la cual los homosexuales masculinos se identifican con el género femenino.

Pero los homosexuales masculinos también han luchado por no ser sometidos por su "falta de identidad", así, han incursionado en actividades que eran exclusivas para el género masculino, un ejemplo es el deporte. En la serie los homosexuales masculinos aparecen jugando soft ball en un equipo de hombres; por lo tanto, la serie presenta un modelo de género innovador, ya que los homosexuales masculinos realizan una actividad que tradicionalmente era sólo para los hombres; y otro modelo innovador es para los hombres al admitir en un equipo deportivo del género masculino, integrantes homosexuales masculinos.

De hecho los homosexuales masculinos al ser rechazados en el aspecto deportivo realizan sus propias olimpiadas, las cuales llevan por nombre "Gay Games" y este año su sede será la ciudad de Chicago, es la cuarta vez que se realizan. (17) Pero los homosexuales masculinos también son excluyentes y sólo permiten el registro de deportistas homosexuales, no admiten a ningún heterosexual.

Cabe destacar que en la serie no aparecen los homosexuales masculinos realizando actividades laborales, quizá sea porque al ser rechazados, tampoco tienen la oportunidad de ingresar a una actividad que tradicionalmente es exclusiva del género masculino.

5.3.2 Identidad extraviada

La actitud que más presentan los homosexuales masculinos dentro de la serie es la felicidad, es ilógico concebir a un género reprimido como feliz, ya que los homosexuales masculinos siguen siendo reprimidos por sus diferencias con la heterosexualidad. En contraste con lo anterior, la segunda actitud que muestran los homosexuales masculinos de *Sex and the city* es la preocupación; puesto que están preocupados por su aceptación dentro de la sociedad y no sólo como individuos con problemas psicológicos al elegir a una persona de su mismo sexo para mantener relaciones sexuales.

La seducción es un tema que también ocupa a los homosexuales masculinos, ya que la seducción es una actitud constante en dicho género. Pero la seducción en los homosexuales masculinos es comparado con la seducción en las mujeres, ya que se asocia con la pérdida del género masculino.

17 SHAPER, Carlos. *Rola gay*. Super promociones y ediciones S.A de C.V. y ROLA CLUB. Monterrey, Nuevo León, 2004. Año 6, No. 4, pp. 16

Así los homosexuales masculinos no sólo son una amenaza para el género masculino por sus preferencias sexuales, sino también por su capacidad de seducción.

Cabe destacar que los homosexuales masculinos son los que presentan menos actitudes en el análisis de mediación cognitiva, quizá por que se identifican con el género masculino al no querer mostrar sus sentimientos y emociones, o por el rechazo social al cual están sometidos. (Tabla 2. Actitudes de mujeres, hombres y homosexuales masculinos)

5.3.3 Lucha por la aceptación e igualdad social

A diferencia de los hombres y de las mujeres, los homosexuales masculinos hablan más del género masculino, es específico de los solteros; es un intento de los homosexuales masculinos por realizar una conquista, desgraciadamente nunca cumple su objetivo. Lo anterior se puede observar en la tabla 3. Expresiones de mujeres, hombres y homosexuales masculinos del instrumento de Análisis de Mediación Cognitiva.

Pero no sólo hablan de hombres, también hablan de homosexuales masculinos, como son los seres con los que se relacionan, son de quien saben más cosas y quienes están presentes en la mayoría de sus conversaciones.

Pese a lo que se crea, los homosexuales masculinos están muy preocupados por tener hijos, de hecho de los tres géneros que se analizaron son los que muestran más interés en tener hijos; están conscientes que no puede ser de la forma tradicional, pero ellos están esperanzados en que se les otorgue el derecho de poder adoptar y la oportunidad para realizar fertilizaciones in vitro para poder tener descendientes.

El amor para los homosexuales masculinos dentro de la serie es un tema relevante, pero su concepto de amor no va ligado ni al amor romántico, ni al amor pasión; más bien ellos comulgan con el amor confluyente, el cual es un amor que no está visto para toda la vida y tampoco está basado en el sexo, al contrario es un tipo de amor que se basa en la equidad de la pareja y en no querer encontrar las cualidades de un integrante en el otro.

En contraste con los resultados que se encontraron en las acciones de los homosexuales masculinos dentro del análisis de mediación cognitiva, en donde los homosexuales masculinos no aparecen realizando actividades laborales, en las expresiones encontramos que los homosexuales masculinos dentro de la serie hablan mucho de su trabajo. Entonces quizá no se presenten acciones laborales porque aún no se sabe que espacios laborales puedan ocupar los homosexuales masculinos dentro de la sociedad, sin embargo éstos hablan mucho acerca de su trabajo, aunque nunca se especifica de que tipo de trabajo se trata.

El género del que menos hablan los homosexuales masculinos es del femenino, quizá porque las conciben como rivales al ser el complemento del género masculino.

Los homosexuales masculinos son los que presentan mayor porcentaje en el indicador de belleza, ellos al igual que las mujeres se preocupan por verse bien y por conservar la belleza el mayor tiempo posible. En este indicador los hombres se identifican con el género masculino.

Reafirmando lo que se encontró en las acciones de los homosexuales masculinos, que la serie no presenta escenas sexuales entre homosexuales masculinos, en las expresiones los homosexuales masculinos no hablan acerca de su sexualidad, así la sexualidad entre homosexuales masculinos sigue siendo una incógnita social.

5.3.4 ¿Homofobia entre homosexuales?

Dentro de la serie de *Sex and the city* los homosexuales masculinos se relacionan más con el género femenino, tal vez se deba a que se identifican más con las mujeres. Se relacionan con las mujeres solamente de manera amistosa, la mayoría de las veces es de una manera democrática, pero a veces se muestran sumisos y otras veces autoritarios. Quizá sea por la falta de identidad con un género en específico, entonces muestran características femeninas y masculinas.

Los homosexuales masculinos de la serie la mayoría de las veces se relacionan con homosexuales masculinos de manera amorosa democrática. Esto se debe a como conciben el amor, que como ya se explicó anteriormente se apegan más al amor confluyente; además porque al no seguir los *"marcos tradicionalmente establecidos del matrimonio, se desenvuelven en condiciones de relativa igualdad entre compañeros"*. (18)

En las relaciones de amistad entre homosexuales masculinos se muestran democráticos, ya que al tener la misma visión de la realidad social, por pertenecer a un sector específico pueden compartir su falta de identidad, identificándose entre ellos mismos.

Sin embargo los homosexuales masculinos también compiten entre ellos, no les basta con tener que luchar por conseguir equidad social, también le dedican tiempo a competir entre ellos, quizá se deba por la homofobia que hay dentro de la comunidad de homosexuales masculinos.

18GIDDENS, Anthony. La transformación de la intimidad Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas. Segunda edición, Cátedra, Madrid, 1998, pp. 24

" En la comunidad gay también existe la homofobia, que discrimina hacia el interior y se fragmenta en distintos grupos, así nadie definitivamente quiere a los de clóset, en general desprecian a las vestidas por considerar que todas se dedican a la prostitución; relegados son por supuesto los sexo servidores; y además por si fuera poco en la calle se les rehuye a las locas y a las obvias, porque muchos gays consideran que a ellos no se les nota". (19)

Por lo anterior se puede apreciar que ser homosexual masculino no es nada fácil, ya que tienen que luchar contra la homofobia masculina, contra la homofobia gay y por conseguir igualdad dentro de la sociedad.

Dentro de la serie los homosexuales no se relacionan de ninguna manera con el género masculino, tal vez se deba al miedo que tienen los homosexuales masculinos por ser rechazados, ya que el género que más rechaza a los homosexuales masculinos es el masculino, debido a la homofobia que adentran, para confirmar su masculinidad.

Después de haber presentado y explicado los resultados que arrojó el Análisis de Mediación Cognitiva a partir de su comparación con las representaciones conservadoras de género, se puede decir que el relato aparece innovando y conservando el sexo en la ciudad.

En resumen, la serie muestra modelos de género innovadores y conservadores en los géneros que aparecen en el Análisis de Mediación Cognitiva.

Sex and the city muestra muchas innovaciones en el género femenino en los indicadores de acciones, expresiones y actitudes, sin embargo en las relaciones aparecen muchos modelos de género conservadores.

Los hombres de la serie aparecen también con modelos innovadores en los indicadores acciones, actitudes y expresiones, pero repiten muchos modelos conservadores en las relaciones.

En cuanto a los homosexuales masculinos, el simple hecho de encontrarlos en el relato es un modelo innovador; no se especificó el tipo de modelo en este género porque no tienen un modelo conservador con el cual se pueda comparar.

CONCLUSIONES

Las Ciencias Sociales consideran que la realidad está formada por dos planos: el de los haceres o material y el de los pareceres o de la conciencia, el plano de los haceres es el que nos lleva a actuar de tal o cual manera dentro de la sociedad, mientras que el plano de los pareceres es el que nos brinda las ideas que tenemos acerca del mundo. Pero como los dos planos son capaces de afectarse mutuamente es necesario que haya un equilibrio entre ambos.

Con el fin de mantener el equilibrio entre los dos planos que forman la realidad aparecen las representaciones, que son modelos ordenadores que nos permiten interpretar las ideas del mundo para darle sentido a la realidad que rige a los sujetos comunicantes. Pero para que las representaciones cumplan con su función ordenadora es necesario que sean compartidas y aceptadas por la sociedad, naciendo así, las representaciones sociales.

Las representaciones sociales surgen para dar orden y funcionalidad a la sociedad, ya que gracias a ellas los sujetos comunicantes significan la realidad de manera simbólica y se identifican con ésta para poder establecerse como sociedad.

La sociedad al ser un sistema abierto está expuesta a diversos cambios, por lo tanto requiere de sistemas de regulación institucionalizados que disminuyan el riesgo de perder el orden social, a estos sistemas se les denomina mediadores.

Los mediadores surgen de y para la sociedad y su función es dar forma y orden a los componentes de la realidad para que los sujetos que componen la sociedad le den sentido, la entiendan y sepan como actuar ante ella.

Los mediadores al igual que las representaciones sociales son modelos de orden, con la diferencia de que las representaciones sociales ordenan las ideas provenientes de la realidad y los mediadores ordenan a las representaciones sociales para que la sociedad dé sentido, entienda y comparta la realidad representada.

Manuel Martín Serrano define a la mediación como: *"la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho y a las maneras de decirlo por un medio de sistemas de orden"*.

Existen dos tipos de mediación la cognitiva y la estructural, pero en estos momentos sólo definiré la mediación cognitiva, ya que es la que le interesa a esta investigación. La mediación cognitiva es la encargada de presentar determinados puntos de vista mediante relatos, produciendo y reproduciendo las representaciones que la sociedad considera válidas para entender la realidad.

Los sujetos comunicantes tenemos representaciones sociales, que nos dan pautas de comportamiento, gracias a las instituciones enculturadoras, las cuales por medio de la comunicación pública no son transmitidas mediante relatos, escritos o imágenes. Algunos ejemplos de instituciones enculturadoras son la familia, la escuela, la religión y los medios masivos de comunicación.

Dentro de la comunicación pública existen dos tipos de comunicación: la productora o innovadora y la reproductora o conservadora. La comunicación conservadora será la que transmita en sus relatos representaciones sociales conservadoras y la comunicación innovadora, será la que ofrezca representaciones sociales innovadoras que vayan de acuerdo con los cambios que ocurren dentro de la sociedad y que dé a los individuos alternativas de comportamiento ante los cambios ocurridos.

De todas las representaciones sociales que existen, las que le interesan a la investigación son los modelos de género, ya que se realizó un Análisis de Mediación Cognitiva reproduciendo los modelos de género que ofrece la serie *Sex and the city* y que después fue comparado con los modelos de género conservadores.

Después de realizar el Análisis de Mediación Cognitiva en la serie de comedia ligera "*Sex and the city*", se lograron identificar las representaciones de género que incluye en su relato. Los géneros que se encontraron fueron: Femenino, masculino y homosexual masculino.

A partir de lo que se ha presentado a lo largo del desarrollo de la investigación, puedo concluir que *Sex and the city* presenta una propuesta de género que se acerca más a lo que es la comunicación innovadora, pues rompe estereotipos de los modelos de género conservadores en los géneros femenino y masculino; además de incluir un género que sale de los modelos tradicionales antes mencionados.

Ya se ha venido explicando el motivo por el cual se considera que la serie analizada corresponde en gran medida al tipo de comunicación innovadora, ya que representa modelos de género más apegados a la realidad social y al presentar un modelo de género diferente que da pie a representar nuevas formas de interpretar y vivir la identidad de género.

A continuación se presentará en resumen las innovaciones más relevantes que arrojó el análisis de mediación cognitiva.

El género femenino es presentado fuera del modelo de género conservador de que las mujeres sólo pueden ser madres, esposas y amas de casa; y aparecen fungiendo roles sociales que anteriormente sólo eran pensados para los hombres.

En cuanto al género masculino también se salen del modelo de género conservador de masculinidad, ya que los hombres que se presentan, muestran su capacidad emotiva y se dan la libertad de dejar ver sus sentimientos y sus emociones.

Además se integra en el relato el género homosexual masculino, que con el simple hecho de presentarlo innova y transforma la realidad social, ya que este género no se contempla en la norma conservadora de que sólo operan en la sociedad el género femenino y masculino.

Al quebrarse los estereotipos de los géneros, se rompen patrones de conducta y la sociedad no sabe como responder ante el surgimiento de nuevos géneros y ante el nuevo comportamiento de los géneros tradicionales, los cuales dan forma a la sociedad, cambiando la visión de la realidad al cambiar la identidad de género.

Los aspectos antes mencionados hacen pensar que se trata de un relato innovador, pero en el análisis también aparecen modelos de género conservadores; por lo tanto sería absurdo afirmar que el relato sea totalmente innovador.

Hasta el momento se han presentado las innovaciones más importantes, pero a continuación se presentarán los modelos conservadores que se encontraron en el análisis.

Aunque el género femenino se presenta realizando acciones que sólo podían ser hechas por los hombres, en las relaciones que entablan las mujeres con los hombres se muestran sumisas y dependientes del género masculino.

Y en el género masculino aunque se rompe con el modelo de género conservador de que los hombres no lloran por que no les es permitido dejar ver su lado emotivo por el miedo de ser comparados con el género femenino; sin embargo los hombres siguen ocupando dominando las esferas de poder dentro de la sociedad.

Por lo anterior se confirma la hipótesis que se propuso al inicio de la investigación, ya que la serie presenta modelos de género vanguardistas y tradicionales; es decir, el tipo de comunicación que ofrece la serie no es totalmente innovadora, ni conservadora.

Por la constante transformación de la realidad social, es necesario que existan producciones y reproducciones de representaciones sociales para mantener el orden social. La comunicación pública nos ayuda a operar en la realidad social, por ello, debe incluir en los relatos que presenta modelos de género conservadores e innovadores con el fin de ayudan a conservar el orden social.

Si los medios de comunicación masiva sólo nos presentarán modelos de género conservadores resultarían ser representaciones sociales obsoletas que no reflejarían la realidad social porque no serían válidas para la sociedad, por lo tanto existiría el riesgo de que los relatos no fueran aceptados al ir en contra de las representaciones sociales que prevalecen.

Y si sólo se nos presentarán modelos de género innovadores dentro de los relatos de los medios masivos de comunicación, la sociedad no sabría como interiorizarlos porque se requieren de representaciones sociales de género tradicionales como patrones para regular el comportamiento y mantener el orden social.

Al no ser previsible los cambios sociales es necesario mantener un equilibrio entre las representaciones sociales clásicas e incluir representaciones sociales vanguardistas, con el fin de irse adaptando a los cambios que ocurren dentro de la sociedad y existan patrones de comportamiento para operar en la realidad social.

Los medios masivos de comunicación son una importante institución enculturadora, sobre todo la televisión, por tener mayor alcance y acceso; ya que reproducen representaciones sociales que los individuos observan y consciente o inconscientemente interiorizan para después reproducirlas en su interacción con los demás y con su entorno.

En la investigación las representaciones sociales que se analizaron, fueron los modelos de género, que sin duda alguna han cumplido con la función de ordenar la sociedad, ya que al diferenciar las características de los géneros se establecen roles sociales que debe de cumplir cada uno de éstos para asegurar el orden social.

Pero los cambios sociales necesitan verse reflejados en los modelos de género, ya que basta con que un modelo de género presente cambios para así romper con estereotipos de roles sociales y que los demás géneros no sepan como actuar ante el cambio social; por lo tanto al presentarse un cambio en algún modelo de género es necesario presentar alternativas para los demás géneros, lo cual lleva a que los modelos de género presenten innovaciones.

Así, la comunicación pública al ayudarnos a operar en la realidad social, debe presentar alternativas de comportamiento para dar una idea a los géneros de como deben comportarse de acuerdo a los cambios sociales existentes, pero basándose en modelos de género conservadores, los cuales servirán como eje de comportamiento en lo que se reproducen los modelos de género innovadores y así poder mantener el equilibrio para entender y actuar en la realidad social.

Con lo anterior se puede entender que los medios de comunicación masiva necesiten presentar modelos de género conservadores e innovadores, con el fin de ofrecer a la sociedad modelos de género alternativos que se vayan ajustando a la concepción de realidad social que impere en cierto tiempo y espacio.

Esta investigación no buscaba dar un panorama general del tipo de comunicación que se trasmite por los medios masivos de comunicación, simplemente identificar el tipo de comunicación que se difunde en la serie televisiva Sex and the city. Y los resultados del Análisis de mediación Cognitiva fueron muy claros, la serie exhibe modelos de género conservadores y modelos de género innovadores; por lo tanto la comunicación que difunde no es completamente conservadora, ni completamente innovadora.

FUENTES

BIBLIOGRÁFICAS

- ARANGO, Luz Gabriela. *Género e identidad. Ensayos sobre los femenino y lo masculino*, TM Editores, Bogotá, 1995.
- BEAUVOIR, Simone de, *El segundo sexo 2 La experiencia vivida*, editorial siglo veinte, México, 1999.
- BERIAN Joselxo. *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*, Anthropos, Barcelona España. 1990.
- BORNAY, Erika. *Las hijas de Lilith*, 3ª ed., Cátedra, Madrid, 1998.
- DIOS HABLA HOY. *La Biblia. Versión popular*, segunda edición. México, 1979.
- GIDDENS, Anthony. *La transformación de la intimidad Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*, Segunda edición, Cátedra, Madrid, 1998.
- KAUFMAN, Michael. *Hombres placer, poder y cambio*, CIPAF, Santo Domingo, 1989.
- LEREL, Maria Luisa. *La ceremonia del encuentro*. 1ª ed, Paidos, México, 1993.
- MARTÍN Serrano, Manuel. *La mediación social*. Akal, Madrid, 1978.
- MARTÍN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*, Segunda edición, Alianza, México, 1993.
- PLATÓN, *El Banquete*, (Tr. Luis Gil), Aguilar, Buenos Aires, 1980.
- REVILLA Basurto, Mario Alberto. *Introducción a la teoría de la comunicación*. S y G editores, México, 1997.
- REVILLA Basurto; Mario Alberto. *Comunicación y reproducción. Una reflexión desde el caso Telmex*, Tesis de maestría, CADEC, México, 2001.
- RIERA, Joseph María y Valenciano, Elena, *Las mujeres de los 90. El largo trayecto de las jóvenes hacia su emancipación*, Ediciones Morata, Madrid, 1993.
- SHERMAN, Julia A., *Psicología de la mujer. Revisión de estudios empíricos*, Ediciones Marova, Madrid, 1978

HEMEROGRÁFICAS

- DE LA PAZ López, María. *Nexos*, febrero 2002
- LAGARDE, Marcela. *Introducción al enfoque de género*. En memoria del taller a técnicos del INTA y polos de desarrollo. *Genero en el desarrollo*. 31 de mayo y 1 de junio. Nicaragua, 1994.
- ROMAN, Julio. *Ser Gay*. American Trade Magazine, S.A. DE C.V. Cuernavaca, Morelos, 2004. No. 238.
- SEN, Amarthya, *Desigualdad de género. La misoginia como problema de salud pública*, Letras Libres, Abril del 2002, pp. 12-18
- SERNA, Enrique, *Hembrismo*, Letras Libres, Abril, 2002, pp. 44-45
- SHAPER, Carlos. *Rola gay*. Super promociones y ediciones S.A de C.V. y ROLA CLUB. Monterrey, Nuevo León, 2004 Año 6. No. 4.
- WRIGHT, Robert, *Conozcan a Darwin*, Letras Libres, Abril, 2002, pp. 34-40

INTERNET

- www.hbolatino.com
- www.cni.com.mx
- www.rolaclub.org
- www.sergay.zzn.com
- www.cnca.gob.mx/cuerpo/fichas/f40.html
- www.jornada.unam.mx/2000/ene00/000103/lesbianismo-ampa.htm
- www.e-sexologia.com/conferencias/confe2.htm
- www.mpisano.cl/tmasc/tcap3.htm

CAPÍTULOS ANALIZADOS

1. Número de capítulo dentro de la serie: 01
Título: Sexo en la ciudad
Género: Comedia Ligera
Duración: 30 minutos
2. Número de capítulo dentro de la serie: 02
Título: Modelos vs mortales
Género: Comedia Ligera
Duración: 30 minutos
3. Número de capítulo dentro de la serie: 03
Título: Casadas contra solteras
Género: Comedia Ligera
Duración: 30 minutos
4. Número de capítulo dentro de la serie: 05
Título: El poder del sexo femenino
Género: Comedia Ligera
Duración: 30 minutos