

Helena Crespo de la Fuente  
3º Grado en Periodismo Mañana A

# EL MATRIMONIO HOMOSEXUAL EN LA DEMOCRACIA DELIBERATIVA ACTUAL

El tema del matrimonio homosexual es un debate muy candente en nuestros días. Hace apenas cincuenta años, este tema era tabú, en la sociedad franquista de nuestro país. Mientras en Francia comenzaba el movimiento de Mayo del 68, promovido por los jóvenes plebiscitarios de modernidad nacidos con el Estado de Bienestar, en nuestra España la autarquía no era sólo económica. Este movimiento supuso una oportunidad para las minorías (causa negra, feminismo...), entre ellas la de los homosexuales, quienes comenzaron a mostrarse en público y a reivindicar sus derechos como ciudadanos sin ningún tipo de tapujos. Tardaría alrededor de una década más en saltar a nuestra **esfera pública**, cuando esta empezó a abrirse durante la transición a la democracia. La **sociedad civil** se vio entonces liberada de sus mordazas y comenzó a tener libertad para tratar ciertos temas.

España es el tercer país en aprobar este matrimonio. Lo hizo en 2005, tras Holanda que lo permitiría ya desde 2002 y Bélgica desde 2003. La ley se aprobó en el Congreso definitivamente el 2 de Julio de 2005, año y medio después de que nuestro actual presidente, Jose Luis Rodriguez Zapatero llegase al gobierno el 2 de abril de 2004. Lo que si podemos afirmar es que esta minoría obtuvo más voz y poder durante su legislatura y a partir de la aprobación de esta ley, se sirvió la polémica y comenzó la batalla dialéctica entre Partidos e Instituciones.

La inteligencia debe ser colectiva para llegar a un **consenso** y triunfar, alcanzando los objetivos comunes en la **esfera pública**. Los homosexuales han sido capaces de llevar a cabo ese consenso correctamente, ya que dentro del colectivo parece haber unión, además de unos objetivos comunes claramente definidos como, por ejemplo, el derecho a adoptar, además del matrimonio. Esto es fruto de la opresión durante toda la historia, que ha hecho que se unan y luchen ahora que la sociedad les brinda una oportunidad. El hecho está en el consenso y, después aprovechar esta oportunidad para crear esferas públicas, punto en el que han demostrado también una gran viabilidad. Esta unión ha hecho que su **capital simbólico** haya ido creciendo poco a poco, hasta alcanzar el respeto de un gran porcentaje de la sociedad, ya que desafortunadamente no podemos hablar de ella en su conjunto.

La opinión pública **discursiva**, es decir, la puesta en común de ideas entre un colectivo, el debate, se traduce literalmente en el caso de los homosexuales en las reuniones que mantienen en el seno de sus agrupaciones y asociaciones. Además de estas, que tienen carácter privado, lo hacen públicamente en las manifestaciones, donde además de producirse consenso entre ellos (privado), se hace en la esfera pública y se transmite en el momento. Además de estos dos ejemplos, que pueden resultar más evidentes, el debate surge en cualquier lugar propicio para ello, como en fiestas gays, donde además de pasarlo bien comparten sus sentimientos y aficiones como colectivo y refuerzan sus lazos, lo que es importante para la saltar a la acción con fuerza.

La opinión **agregada**, deriva siempre de la discursiva, pero se transforma en números. En este caso la opinión real de la sociedad se ve más en encuestas y sondeos que la urnas. Esto es debido a que, al tratarse de una Ley es aprobada por el Congreso y no se trata de unas elecciones por la herramienta del voto del ciudadano como en unas elecciones. A pesar de esto se ve representado el pueblo por estos diputados, aunque no directamente, ya que los ha elegido.

Las Instituciones de la **Sociedad Civil**, presentes en la **esfera pública**, deben estar separadas del **Estado** y del **Mercado**. En el caso de los homosexuales, habrá corporaciones que estén ligadas a estas instituciones y otras que no. Tomaremos como ejemplo la Asociación Internacional de Lesbianas y Gays (ILGA), dice estar financiada casi en su totalidad por las cuotas de sus socios y donaciones. Algunos de sus objetivos son, promover conferencias en determinados países, luchar por la eliminación de la homosexualidad de la clasificación de enfermedades de la OMS, intervención ante Amnistía Internacional hasta la aceptación de gays y lesbianas encarcelados por su sexualidad como "presos de conciencia" y contribuir con el Parlamento Europeo para la "Resolución por igualdad de derechos para homosexuales y lesbianas en la Unión Europea" .

Todos estos objetivos parecen estar relativamente lejos del mercado y el estado, aunque mantienen relación con ellos. Actualmente, la ILGA es la única federación internacional dedicada a reunir ONGs y entidades sin fines de lucro. No obstante, al contribuirse directamente con el parlamento, ya no se trata de una asociación alternativa, como podría ser una fundada en el barrio de Chueca, por ejemplo, que respondería a una **esfera pública** mucho más **periférica** e independiente.

No obstante analizaremos los cinco rasgos que pueden darnos la clave sobre en qué nivel de la **sociedad civil** se encuentra esta Organización: 1. **Los objetivos colectivos** de sus miembros están claros, esta organización apoya las creadas localmente en todas partes del mundo, manda información a nuevos grupos que están empezando como en Sri Lanka, Bolivia o Kenia y ayudan a grupos y miembros individuales a estructurarse en redes para trabajar conjuntamente. Todo esto la aleja del clientelismo y hace que se acerque a la sociedad civil, aceptando las **esferas periféricas**. 2. **La representatividad y el control**: esta asociación busca fiscalizar, no mandar, por tanto no busca el poder político y económico, sino que estos poderes acepten sus condiciones y obedezcan, aceptando los derechos de los homosexuales. 3. **Pluralidad interna**: este punto está garantizado en nuestro ejemplo, la asociación defiende a lesbianas, gays, transexuales y bisexuales. Por tanto, existe pluralidad interna tanto entre sus miembros, que defienden derechos diferentes y luchan por metas distintas, tanto como por la pluralidad que garantiza la aceptación antes citada, de las organizaciones de homosexuales locales en todas partes del mundo. 4. **Debate público**: La ILGA proporciona información a académicos, abogados y estudiantes y PRESIONA a INSTITUCIONES INTERNACIONALES como la OSCE, la ONU u la Unión Europea para asegurar que las lesbianas y los gays estén reconocidos en foros internacionales y que se condene la discriminación basada en la orientación sexual. 5. **Autónomos del Estado, Mercado**: como apuntábamos al principio la asociación está formada por miembros individuales y se financian con el pago de cuotas de sus miembros y donaciones.

Todo parece indicar que ninguna Institución presta apoyo económico a la Asociación, por lo que se acerca bastante a la Sociedad Civil, todos los puntos analizados nos dan además, una certeza de ello. Su objetivo se corresponde con la **merienda de Platón**, ya que aquí todo parece ser compartido y nadie quiere gorronear, sino participar juntos de la liberación y el progreso. Además parece estar presente en ella el **mundo de la vida** del que habla **Habermas**, huyendo de la visión que del tema quieren dar las Instituciones en su provecho.

**El declive de la esfera pública** del que habla **Habermas**, también está presente en este tema. Los medios capitalistas de hoy en día, buscan el sensacionalismo, ya que se trata de sentimientos y

comercian con ellos, por ejemplo, en reportajes con rostro humano sobre tragedias de transexuales, cambios de sexo...

El concepto de **utopía trágica**, puede aplicarse, ante la falta de comprensión hacia los homosexuales aún por ciertos sectores de la población, estos pueden perseguir sus **intereses privados en silencio**, en lugar de unirse a asociaciones y luchar en común, o practicar la **mentira prudente**, negando incluso su condición sexual para no sentirse diferente a los grupos que les excluyen. Esto se da mucho, aunque realmente se están excluyendo de su verdadero colectivo, aquel con el que sí pueden compartir su mundo de la vida.

La **esfera pública central**, por otro lado, se nutre de **esferas periféricas** de homosexuales y les da voz. Las instituciones aceptan cada vez más a este colectivo aunque en política, esto depende mucho del color del partido que gobierne. En este caso, el gobierno popular no interactuaría jamás con las organizaciones periféricas, mientras que el socialista sí. En el contexto donde se aprobó la ley, por tanto, hubo consenso entre Instituciones: El parlamento apoyó la ley y las asociaciones de gays y lesbianas se unieron: tanto las más individuales como las más públicas.

En cuanto a las relaciones entre estas tres esferas, se cumple la **simetría de la transparencia** al contrario. Los medios acceden antes a la **esfera privada** que a la **esfera pública** buscando el sensacionalismo. Cuando se tratan temas relacionados con la homosexualidad, suele recurrirse a los llamados reportajes de “rostro humano”, es decir centrados en casos concretos para llamar la atención del público y obtener beneficios. Lo que en historia del periodismo se denomina directamente amarillismo y se vincula a personajes como Hearst, no dista nada de este tipo de periodismo.

Los medios sólo tratan este tema con la esfera pública cuando piensan que va a interesar al público más aún, el debate del interés noticioso para el público porque le afecta (uno de sus valores), y entonces comienza el debate por el liderazgo político. Los periodistas deberían dar voz a las asociaciones periféricas y recabar información realmente relevante para el colectivo y la sociedad en general, con verdadero interés noticioso”, y no el acuñado en periodismo para fabricar información precocinada. Esto se correspondería en realidad con información sobre políticas a su favor o temas similares.

Las **arenas públicas** de los homosexuales están en los medios, sobre todo en la televisión. Este colectivo tiene cada vez más representación en teleseries para adolescentes como Física y Química, donde se normaliza totalmente su tendencia sexual. También se ven representados en programas del corazón como Sálvame, donde presentadores como Jorge Javier Vázquez reconocen abiertamente

su tendencia y la comparten con el público a través de comentarios relacionados con su universo, intentando introducir al espectador en el mundo de la vida.

Además de la televisión, el mundo de la música es también una plataforma muy fuerte para este sector de la población. Cantantes como Lady Gaga o Kylie Minogue o Madonna, son musas de los homosexuales, sobre todo gays, y actúan como iconos. Esto por supuesto es una estrategia más de marketing, con lo cual el apoyo no puede decirse que es desinteresado. No obstante para ellos se trata de una **plataforma**, para convertir su tema en **público**.

El tema del matrimonio gay sumó **capital simbólico** al gobierno de ZP. Poco más de un año de su elección fue cuando se aprobó la ley del matrimonio homosexual. No podemos saber si es una simple **estrategia** para ganar **representación** o se trata realmente de un derecho acorde con los ideales del partido, lo que es probable, y seguramente se tratase de ambas cosas. Lo que sí tenemos claro es que el presidente se ganó el apoyo de este gran sector de la población y cuenta con una gran parte de su voto, con lo cual hay detrás mucho de estrategia.

La aprobación de la ley supuso la publicidad para PSOE y PP, que criticaba desde la oposición. Una vez más los partidos hicieron alarde de ideologías contrarias y comenzaron su lucha por obtener la medalla de oro del poder simbólico. En este país por tanto, se utiliza este tema como debate para dar publicidad a ambos candidatos, cada uno desde su perspectiva para reforzar los ideales de su partido y provocar en los ciudadanos una sensación de compartir, de participación de sus intereses, como en la merienda de Platón.

En la oposición, Ana Botella, declaraba sobre este tema: que “las peras y las manzanas” son componentes distintos y nunca pueden dar lo mismo. La mujer de Jose María Aznar acusaba a Zapatero de haberles traicionado por complacer a un lobby poderoso: los gays. Con esta confianza desde el **patio**, sacaba al **balcón**, cual sofista, una retaila de retórica tremendamente conservadora dirigida y expuesta a sus metecos. Por tanto la información no ha sufrido cortes ni censura en ningún momento, se ha usado la **estrategia del flujo**.

Por otro lado los socialistas, celebran su comensalidad directamente en el **balcón**, exponiendo a sus ciudadanos como comparten mesa con los homosexuales. Esta vez demostrándolo en la manifestación que prosiguió a la aprobación de la ley, donde miembros del PSOE e IU, acompañaron al colectivo. Con lo cual el hecho fue directamente de **publicidad**, sin pasar por la confesión de **confidencias** entre habitaciones. El **flujo** en este caso es aún más **puro y abierto**. El gobierno **demuestra directamente sus opiniones sin tener que hacer confidencias** a los medios para provocar publicidad.

Algunos de los **rasgos de la nueva opinión pública** son claros. 1. La **representación** de la OP contemporánea esta desestructurada: por ejemplo en el caso de los homosexuales, hay asociaciones periféricas pequeñas con objetivos a veces distintos, a no se que se unan en algunas como la mundial analizada en el punto 2, cada una de estas pequeñas al recibir información, la reinterpreta según su código cultural. 2. **La OP se despersonaliza**: dependiendo totalmente del punto anterior, si hay más consenso estará más personalizada y viceversa. No obstante habrá individuos que lleven su causa en privado y tengan por ello menos responsabilidad. 3. **El grado de formalización**: en este tema está muy marcado por el debate público y las manifestaciones o , incluso, en fiestas del colectivo como el día del “Orgullo Gay”. 4. **La imagen ubicua de la OP** en este tema está representada en las campañas, de partidos de izquierdas, normalmente, donde se incluye a homosexuales con normalidad.

Ciñéndonos a la **evolución de las técnicas de expresión** recogidas por Susan Herbst, veamos el ejemplo de los homosexuales en cada fase: En la **antigua Grecia** (SV a. C), la oratoria y la retórica hubieran ido destinadas a **compartir** este tema en el ágora, aunque sólo tenían voz los hombres, por tanto las lesbianas no hubieran podido expresarse libremente. Además había libertad sexual en cuanto a prácticas varoniles se refiere, este tipo de amor estaba visto como el “verdadero amor”. No hubiera estado estructurado el debate, pero era público.

En la etapa de la **imprensa**, (S XVI) la información fluye, pero hay una tremenda **censura** y más aún en temas como estos. La involución de la sociedad hubiera afectado sobre manera a las informaciones relacionadas con el colectivo homosexual.

Durante el siglo XVII, siglo de las **multitudes**, las peticiones de estas multitudes de homosexuales hubieran sido las mismas que ahora: el matrimonio, la posibilidad de adopción y, por supuesto, la igualdad de derechos. Los **salones o clubs** de nuestros célebres ilustrados hubiesen sido, naturalmente, los bares o pub de ambiente. El barrio de Chueca en general como salón principal, mientras que los bares de ambiente constituirían las pequeñas “salas de estar” complementarias. La reunión más grande de los ilustrados homosexuales, sería el “Orgullo Gay”. Todos ellos asistirían tanto a esta reunión como a otras menores con sus mejores galas, para divertirse, a la vez que compartir tanto argumentos del colectivo y cultura, como sentimientos y relaciones entre ellos. Algunos de ellos gorronearían, y otros participarían del gusto de la compañía del resto de comensales, como en toda esfera pública.

En el SXVIII, los **movimientos revolucionarios** se hubieran plasmado en las redes sociales como facebook, donde los homosexuales formarían sus **grupos de debate** para reivindicar juntos su

causa. El siglo XIX estaría representado por actos donde el colectivo pudiese llamar la atención como la utilización de plataformas o medios ( TV, música), como **símil** con las **huelgas** de los obreros. Lucharían además por el derecho al voto y la inclusión en las constituciones de puntos a su favor para que tuvieran sentido las **elecciones generales** y harían propuestas al parlamento. A mitad del siglo, con la llegada de la **Prensa Moderna**, las **cartas al director y los personajes públicos**, centrarían su representación en este tipo de personajes, por otro lado se verían afectados por el sensacionalismo de esta prensa, que se entrometería en su esfera privada para ponerle precio a sus almas. En los años 20 y 30 con los **nuevos medios de comunicación y los sondeos** podrían haber tenido más **representación**, si no fuese por el contexto temporal.

Se trata de buscar **espacios de representación pública en la política y los medios**. Las **agendas políticas** se crean a través de la gestión de los temas. Tanto los movimientos como la prensa tienen maneras de crear los llamados **marcos discursivos**, para tratar los problemas. El primer paso es el de *definir el problema social*. En este caso, el matrimonio homosexual tendría como datos, el número de homosexuales que desea casarse o está a favor de ello. Los *sucesos que dan relevancia* tendrían lugar en los medios, donde el colectivo se ,manifestaría de alguna manera para lograr sus objetivos, un ejemplo de ello serían los homosexuales que se han concentrado tantas veces para reivindicar sus derechos besándose en público, ante quienes no aceptaban el matrimonio gay. Los *argumentos sobre causas y responsables y las soluciones*, sería simplemente, que una pareja de este tipo no tiene menos derecho de casarse por el hecho de ser ambos del mismo sexo. El *responsable* sería el gobierno socialista y la *solución* ya vino dada en 2005 cuando este dio el visto bueno a la ley.

Siguiendo con la propuesta de **soluciones políticas**, los **expertos** en este caso serían los líderes de asociaciones en la esfera periférica, sobre todo los que tienen mayor representación en la pública o, incluso, algunos personajes mediáticos que les representan los **gestores** serían los periodistas que dan cabida y voz a estos portavoces, los **apoyos políticos dentro de las instituciones** están representados por la izquierda y como después se demostró cuando la ley se aprobó, por la mayoría del parlamento. Los criterios técnicos y valores sociales, es decir las **soluciones técnicas** estuvieron representada por el esfuerzo del PSOE para convencer a la oposición, con los argumentos necesarios para ello.

La **búsqueda de portavoces** fue fácil, el cambio de gobierno contó con el respaldo electoral del colectivo, por haberles anunciado su simpatía de antemano. La representación parlamentaria fue favorable, por lo que los **niveles de la Administración** que apoyaron la iniciativa fueron,



directamente, el presidente, su administración y todo el parlamento, sin tener que buscar niveles inferiores para conseguir respaldo. Los apoyos de los **grupos de interés**, además de este mismo grupo, serían sobre todo, los más progresistas o las generaciones más jóvenes.

Llegado el momento de introducir el tema, los **promotores informativos**, es decir los medios que dan cabida al tema fueron todos, pero se encontraban más informaciones por ejemplo en El País, que en El Mundo. Esto hace que la cobertura sea distinta. “El país titulaba el día 1 de julio: Las parejas homosexuales ya pueden contraer matrimonio y adoptar niños”, además le dedica un editorial y una información titulada: “El Vaticano dice que la ley es aberrante y no refleja el verdadero espíritu del pueblo español”. Esta información representa un modelo de **elitismo institucional**, ya que el periodismo se pone de lado de la sociedad civil, por el interés de darle en este momento, este **marco discursivo**.

Según la consecución de los hechos, podríamos decir que, tanto homosexuales y sociedad, como gobierno, ha gozado de espacio en los medios para mostrar sus posturas, pero no podría hablarse de **pluralismo**, aunque en alguna de las etapas anteriores a la aprobación de la ley, había informaciones que cubrían la controversia, el gobierno se ha hecho con la mayoría de la cobertura y se le han ensalzado con respecto a la oposición, aprovechando escándalos como el nombrado de Ana Botella o las retrógradas intervenciones de los sectores eclesiásticos.

El tema se aprovecha para crear un marco acorde con las circunstancias y se pretende mostrar como pluralismo, cuando en realidad responde al elitismo institucional mediante estos rasgos: La forma de control del gobierno responde a la **movilización de recursos** (no suele haber cambio real) , la puesta en marcha de la aprobación de la ley del matrimonio homosexual. En la agenda política del estrenado gobierno socialista, **se presenta el hecho**, claro está, **como una inovación política**, ya que, por primera vez en España los homosexuales podrán unirse en matrimonio legalmente. Esto es una bocanada de aire fresco y modernidad para este partido, que será apoyado más aún ahora, por este grupo de interés y por sectores jóvenes y abiertos de la sociedad por esta visión “plural”. En la agenda informativa se da sin embargo, en ocasiones, la **cobertura de protestas y/ o de controversia oficial**: en este caso entre partido y oposición, además de cubrir las opiniones de la sociedad civil en algunas etapas previas a la aprobación. Una vez más tenemos que dudar en sí se trata de pluralismo simplemente por el “bien” de la sociedad civil o de una campaña publicitaria que los anunciantes (medios) planean con un buen briefing para vender o denostar a los políticos, enmarcando el spot bajo una lámina de maquillaje elitismo institucional.

Llegamos a la conclusión de que el objetivo es, más bien el segundo, dando información sensacionalista y que se vende bien, como si de periodismo de Estado se tratase y tapando temas de gobierno más complicados en ese momento. En lugar de dar cobertura al tema con debate real, los medios se preocupan de sacar por televisión una y otra vez a la mujer de Aznar con su patética intervención sobre las peras y las manzanas o las imágenes de la manifestación, donde PSOE acompaña a los homosexuales para celebrar la nueva ley. Podemos comprobar entonces que se reitera la utopía del pluralismo, escondiendo verdaderos intereses de **capital simbólico**, y económico para los medios.

Los *efectos de los medios* han sido estudiados durante la historia por diferentes autores que han calificado a los *públicos de indefensos o soberanos*, según la escuela o el contexto temporal de las audiencias. **Dentro de el elitismo puro** se distinguen dos modelos, la Mass Communication Research, cuyos efectos calculados sobre la audiencia eran poderosos, cuantitativos y a corto plazo, (para ellos estaban dominadas) y la escuela Crítica de Frankfurt, formada por neomarxistas antifascistas alemanes, que hacían una investigación cualitativa, con efectos a largo plazo. Por otro lado están los discursos plurales de los Estudios Culturales, escuela de Birmingham, donde la audiencia es activa, con teorías como los Usos y Gratificaciones. Veamos el ejemplo con las tres teorías más famosas de estas escuelas.

La **MCR** nos presentaría los efectos tan poderosos de los medios, directamente como **Agujas y Balas**. En el caso del matrimonio homosexual estos estudiosos elitistas, sostendrían que los efectos de la campaña del gobierno socialista sobre la población que apoyaba a este gobierno, fueron tan fuertes que provocaron en esta el estímulo tan fuerte del voto, directamente, como si de la compra de un coche se tratase. Así además, este segmento de la población, quedaría inmunizado ante la propaganda del bando contrario PP, que tendría una actitud represora y conservadora con la medida. Los efectos aquí hubiesen sido reales, aunque los argumentos políticos fuesen inventados.

Los críticos neomarxistas, como **Adorno y Horkeimer**, nos explicarían que los medios controlan a la audiencia para intentar introducir al público en la espiral estado-mercado, son mecanismos de control. La agenda Setting y la Espiral del Silencio, serán las dos grandes teorías con las que esta escuela explicará la actitud de la audiencia.

**La Agenda Setting** ( Luhman), se centra en el argumento de que los medios establecen la agenda pública de la sociedad, tanto la política, como la informativa. De este modo, tanto público, como políticos, están determinados por una agenda que es creada o precocinada. No sólo se nos dice

cómo pensar, sino también el espacio que debe tener cada información y, por tanto, su importancia. Con el tema del matrimonio homosexual, el proceso sería muy claro: el **framing** sería que la ley es necesaria para la igualdad de la sociedad civil, para que así la ciudadanía se sienta implicada. El destaque o **priming** sería darle responsabilidad al presidente del gobierno como héroe, destacando las buenas iniciativas de este solamente. Por último, en la **tematización**, los medios reducirían la complicación del debate social con el sensacionalismo, mostrando las imágenes de diputados del congreso haciendo declaraciones en contra, a las instituciones eclesiásticas y escenas como la de Ana Botella, de nuevo ejemplo muy representativo de la desviación de la atención. De este modo los periodistas asignarían el valor político al nuevo gobierno, denostando con el sensacionalismo citado a la oposición. Aquí el marco está al servicio de la manipulación política.

El resultado de esta agenda setting sería por tanto, una **realidad creada y manipulada** y una desinformación total de la sociedad civil, de nuevo todo lo contrario a las diligencias exigidas a los medios. La libertad de prensa sigue sin garantizar la libertad de la OP, en ocasiones se usa suciamente para publicar cosas sensacionalistas.

Noelle Neuman en 1974, presentaría una nueva teoría, la de la **Espiral del Silencio**. En este ejemplo la simple teoría de la alemana caería desde el principio por su propio peso. Según la autora, la espiral del silencio se forma cuando los medios reflejan la opinión mayoritaria y es esta la que todos percibimos, dejando a un lado las minorías. Estas guardarían silencio por miedo al rechazo y se integrarían en la opinión mayoritaria para evitarlo. El fallo comienza por el miedo al aislamiento, hay sectores de la sociedad que no tienen este miedo, este es el caso de los homosexuales. Durante toda la historia han tenido miedo al aislamiento, por ser perseguidos por dictaduras como la de Franco en nuestro país, escondían su opción sexual.

**El colectivo** ha sufrido tanto que tiene la sensación, llegadas las democracias, de que **ya no tiene nada que perder**, por todo lo que ha soportado anteriormente, también puede darse el caso de que las nuevas generaciones de homosexuales sean acomodadas y no tengan miedo porque estén más consentidas que sus antecesores, por cualquiera que sea el motivo ya han perdido el temor y no se esconden. Por el contrario, dan su opinión, si no lo hubieran hecho el debate de la ley no hubiese saltado nunca a la esfera central. Además de esto **las mayorías contemporáneas** presentes en esta etapa democrática **ya no son homogéneas**, ni tiene por qué aparentar serlo como en el anterior régimen, esto hace que haya sectores dentro que apoyen al colectivo y otros que no: se fragmenta la opinión mayoritaria. La **implicación del grupo** y su interacción social logran hacer fuerte la propuesta y que no se quede en una minoría.

Por último habría que comentar la teoría de los **Usos y Gratificaciones**, perteneciente a la etapa de los Estudios Culturales de Recepción, con su enfoque pluralista a finales de 1960 y principios de los 70. Esta teoría sostiene que los medios proporcionan gratificaciones a la audiencia, según use los medios. Estudia las diferentes maneras de interpretar los mensajes por parte de sectores sociales según su código cultural, características. El colectivo homosexual, por ejemplo habría centrado los cuatro usos de los medios establecidos en esta teoría en: 1. **Diversión**: escapismo de rutinas y del rechazo de ciertos sectores sociales, por ejemplo 2. **Relaciones personales**: de reunión con personas afines a ellos, como excusa incluso muchas veces..3. **Identidad personal**: visionar contenidos representativos de su sector, como teleseries donde tengan cabida etc 4. **Vigilancia del entorno**: para saber hasta que punto son influyentes en la sociedad y la visión de esta respecto de su colectivo.

Un ejemplo podría ser el seguimiento de la información durante la etapa de la aprobación de la ley: opiniones de políticos, encuestas de los ciudadanos...Hasta aquí los usos parecen encajar con la teoría pero, estos estudiosos olvidan que se puede medir qué contenidos se ven pero la verdadera atención, quizá sólo se vean como excusa para reunirse, para tener compañía. Por otro lado, estos homosexuales eligen entre la oferta que se les proporciona, con lo cual **los usos son limitados**: pueden verse reflejados en determinados programas o series, pero no estar de acuerdo con la visión que proyectan, o informarse de la opinión de la sociedad e instituciones, pero no tener más perspectivas que las que los medios quieran mostrar... Además de todo esto el **posmodernismo** hace que las personas vean los mensajes de manera polisémica y tiendan a vaciarlos de contenido directamente, esto rompe la teoría por completo.

Vamos a ver como se aplicaría ahora el ejemplo del matrimonio homosexual según tres autores que explican los **efectos de los medios sobre públicos,estructures e instituciones**: Zaller, con la O.P agregada, Gamson con la OP discursiva y Kuran que presenta la espiral de la mentira prudente contra la espiral del silencio..

**Zaller** desarrolla cuatro signos en la creación de la **opinión pública agregada**, 1. **la recepción**: no todas las personas pondrán la misma atención, pondrán más los homosexuales y sus allegados,2. **la aceptación**, rechazarían las informaciones que van en contra de sus ideas, es decir, los homosexuales rechazarían al gobierno popular y, por supuesto, al papa, hecho que hemos visto, por ejemplo, recientemente durante su recepción en Barcelona.3. **La disponibilidad**, lo más disponible sería siempre lo último que llega, el último testimonio de un matrimonio gay, olvidándonos de casos

diferentes u otros puntos de vista y, por último,4. **la respuesta**, los encuestadores escogen lo más sencillo: preguntarían sólo a los ciudadanos si están a favor o en contra, obviando cuestiones más profundas.

Veremos un ejemplo de lo que sería la construcción de una **noticia** de estas características, suscrita **con un sólo marco**:

Las **fuentes** serían **oficiales**, gobierno y oposición y, en ocasiones, organizaciones de gays y lesbianas pero oficiales, nunca periféricas.**Pluralidad**: como se trata de una cambio importante se daría voz tanto al gobierno como a la oposición, ya que esto además viene bien, porque genera debate y, por tanto sensacionalismo. No obstante el pluralismo seguiría siendo una utopía al no cubrir con la misma intensidad las perspectivas de la sociedad civil, la controversia real entre poder y pueblo llano. **Evolución de los temas**: la noticia se recoge durante el discurso de los socialistas, en las instituciones siempre, nunca en las esferas periféricas, asociaciones...Se emplean **metáforas** que conectan con la cultura política de las audiencia: como igualdad, derechos, a grandes rasgos y si entrar en el mundo de la vida de los homosexuales y sus sentimientos.Sólo con **evidencias** los periodistas pueden enfrentarse a las élites: en este caso se enfrentarían a la oposición tachándoles de conservadores, apoyándose en la actuación de Ana Botella una vez más, o en las declaraciones de la Iglesia, represora por completo.

El siguiente autor, **Gamson**, se apoya en la **OP discursiva** y argumenta que la audiencia no es tan simple como se piensa desde los círculos políticos e informativos, sino que esta piensa sobre los temas cuando es capaz de encontrar verdadera información de calidad. Para ello da tres líneas que dice, hay que reforzar, para que las personas reaccionen y se interesen por las noticias:

**1.Indignación**: la gente tiene que indignarse por los hechos para pensar seriamente sobre ellos, si hay un buen ambiente no se piensa en el conflicto. Una vez más estos homosexuales y otros sectores que les apoyan, verían su cruz en la mujer del expresidente Aznar y sus declaraciones, además de las de otros sectores conservadores y sentirían rechazo.**2. Capacidad para actuar**: la gente debe sentir que tiene poder, no que son unos mandados. Hay que darles voz, ellos sintieron la capacidad cuando, después de una vida de represión, obtienen la esperada igualdad de casarse. A base de reivindicar actuaron pidiendo la aprobación de la ley. **3.Identidad común**: tienen una identidad común como grupo, iconos en música y cine, como Madona, Lady Gaga o Pedro Almodóvar. No se trata sólo de la manera de vestir o el consumismo, sino de referentes donde verse reflejados.

La gente piensa sobre los problemas en tres contextos: desde el **conocimiento cultural**; donde los medios aportarían hechos, personas o frases: bodas gays, representantes..., desde el **conocimiento cultural**, nutrido por la experiencia personal, las familias de estos gays y ellos mismos pensarán: “no todo es tan bonito, aún hay rechazo y no se olvida tan pronto una vida entera de represión”, al verlo en primera persona no se dejan influenciar por los medios. Por último, el **conocimiento popular**, donde se suma tanto lo que se percibe como información, como lo que se experimenta, alguien que acuda al orgullo gay, por ejemplo, y vea su festividad y costumbres desde dentro y se informe del evento por los medios, podrá tener una opinión más cercana de la realidad.

Por último, Kuran, nos demuestra que la teoría antes analizada de Noelle Numán y su **espiral del silencio**, es en realidad una **espiral de la mentira prudente**. La gente miente para crearse una imagen que no es real, para ser aceptado o por intereses pero no calla simplemente, hay tres características que definirían el proceso:

**1. Valor intrínseco:** es decir, depende de lo que a una persona le afecte el tema. Un homosexual puede mentir y decir que no lo es por amor a su familia, es decir, por intereses y valores sentimentales, porque quizá esta no lo aceptaría y quiere protegerles para que no sufran. **2. Reputación social:** para que le mirasen bien, un gay sería capaz de insultar a los de su colectivo en público, en una manifestación por ejemplo gritando: ¡maricas!. Aunque traicionase el apoyo de ellos que realmente mirarían por sus intereses, podría hacer esto para contar con el apoyo de un sector que probablemente considere mayoría y le interese. **3. La utilidad expresiva:** nace de la libertad o la autoestima. Quizá si las mayorías les rechazan tengan menos autoestima, que si se reconocen a ellos mismos como verdaderamente son y se vean obligados a mentar para mantener esta en buen nivel.

La aprobación de la ley, fue por tanto un lavado de cara del gobierno socialista, que proponía cambio. Su campaña o briefing se basó en un público objetivo, los homosexuales y sus objetivos se resumían en ganar adeptos a su partido de una u otra manera, sin preocuparse por conocer tan siquiera el mundo de la vida de estas personas. En los escaparates de los medios, se ofrecían, cual mercancía, imágenes de parejas de homosexuales felices por la buena nueva, para despertar en el pueblo los mayores efectos, deseos de pagar con capital simbólico al estado los “préstamos” que se les estaban concediendo.

Los medios y profesionales de la comunicación serían los publicistas de este mercado, una vez más,

encontrándose más cerca de los mercaderes para ver si podían gorronear la parte más grande del pastel sentándose a su lado. Pensaban, mordiéndose las uñas, que no se saciarían lo suficiente sentándose junto al pueblo en la plaza para recibir su parte en plato redondo.

Bajar a la caverna de Platón y sentarnos en compañía de la sociedad civil para merendar juntos y explicar a nuestros acompañantes cómo es verdaderamente lo que ellos son capaces de percibir tan sólo con sombras. Esta caverna debe además prescindir de patio y tener un balcón abierto, donde quepan todos los sectores de la sociedad civil para ver pasar juntos, en procesión, a los personajes de la esfera pública central, al servicio de nuestros deseos, desfilando para nosotros con sus mejores galas, pero sin maquillajes ni máscaras.