

Dossiê

Diversidade cultural/
sexual e de gênero

tríade
comunicação, cultura e mídia

De Iceta a Maroto: La identidad gay en política como cuestión de interés periodístico en España

Adolfo Carratalá

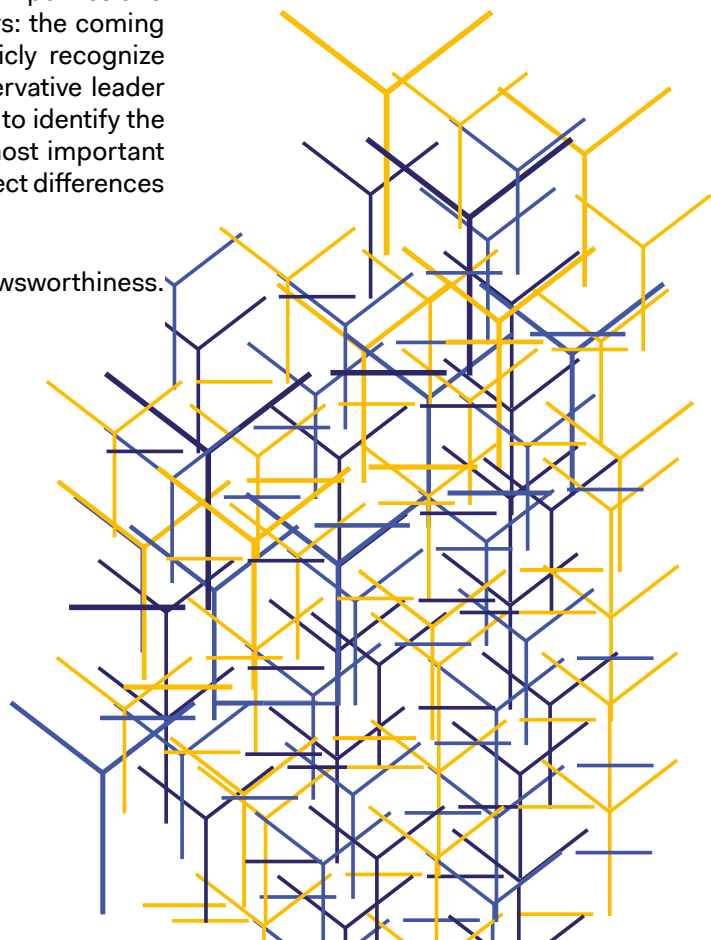
Universitat de València [UV], València, Espanha. Contato com
o autor: adolfo.carratala@uv.es.

Resumo: Tras años de invisibilización, los medios de comunicación incorporaron la homosexualidad a su agenda a través de un discurso prejuicioso, estigmatizador y sensacionalista. La representación de las orientaciones sexuales no normativas subrayó elementos vistosos y provocativos para justificar su inclusión como noticia e impactar en la emoción de las audiencias. Esa tendencia por la extrañeza y lo insólito alimentó algunas prácticas, por ejemplo, en los tabloides británicos, aficionados a especular sobre la sexualidad de rostros conocidos, especialmente del deporte o la política. Esta investigación aborda, a través de una aproximación cualitativa, cómo ha cubierto la prensa española dos noticias que vinculan política y homosexualidad y que se encuentran separadas por más de 15 años: la salida del armario del político socialista Miquel Iceta, el primero en hacerlo (1999), y la boda del dirigente popular Javier Maroto con su marido (2015), con el objetivo de identificar las principales características de estos dos tratamientos en algunos de los diarios españoles más importantes así como evaluar si es posible detectar diferencias entre ambas coberturas.

Palavras-chave: Periodismo. Homosexualidad. Política. Noticiabilidad. Sensacionalismo.

Abstract: From Iceta to Maroto: Gay identity in politics as a matter of journalistic interest in Spain. After years of invisibility, the media incorporated homosexuality into their agenda through a prejudiced, stigmatizing and sensationalist discourse. The representation of non-normative sexual orientations often emphasized showy and provocative elements to justify their inclusion as news. This particular discourse also looks for impacting on the emotion of the audience. This tendency that tries to transform gay identity in something strange and unusual has fueled some practices, for example, in British tabloids, which frequently show speculative reporting on the sexuality of commonly known figures, especially those coming from sports or political sphere. This research deals, through a qualitative approach, with how the Spanish press has covered two news episodes that link politics and homosexuality and which are separated by more than 15 years: the coming out of the socialist politician Miquel Iceta, the first to publicly recognize himself as gay in Spain (1999), and the wedding of the conservative leader Javier Maroto with his husband (2015). The aim of the study is to identify the main characteristics of these two coverages in some of the most important Spanish newspapers and to assess whether it is possible to detect differences between the two cases.

Keywords: Journalism. Homosexuality. Politics. Newsworthiness. Sensationalism.



1. Las personas LGTBI en los medios: o invisibles o estereotipadas

La comunidad LGTBI tradicionalmente se ha visto sometida a una dinámica de ocultación mediática en relación a su acceso a la esfera cultural y periodística. Esta estrategia es consecuencia de un modelo de imperialismo cultural que, de acuerdo con Coll-Planas (2010), únicamente toleraría la aceptación de las personas con orientaciones sexuales distintas a la heterosexual en caso de que su expresión quedara restringida al ámbito de lo privado. Para asegurar ese objetivo, la cultura hegemónica contaría con diversas estrategias entre las que destacarían los estereotipos, la invisibilización, la inferiorización, la imposición de un imaginario social heterosexista y la homofobia liberal. En este sentido, la esfera pública, cuya construcción queda bajo la responsabilidad de los medios de comunicación, habría fallado en su cometido de actuar como puente entre la esfera privada –en la que interactúan y coexisten diversas identidades – y la esfera social – que históricamente ha privilegiado la identidad heterosexual (SAMPEDRO, 2008) – fortaleciendo los valores que fundamentan esta última.

Gimeno (2008) ejemplifica eficazmente el funcionamiento de la homofobia liberal en la construcción del discurso periodístico a través de su análisis sobre la cobertura mediática que recibió el llamado caso Wanninkhof, durante la cual el lesbianismo de algunas de las mujeres vinculadas a la información fue sometido a una invisibilidad absoluta. La ocultación plena de las orientaciones sexuales no normativas ha dejado paso, en ocasiones, a su representación parcialmente velada a través, por ejemplo, del empleo de eufemismos, un recurso que evidencia a su vez el carácter ofensivo que, a ojos del informador, la representación explícita de la realidad gay o lésbica puede tener tanto para el sujeto con el que se vincula como para el receptor del mensaje (CARRATALÁ, 2011). En un caso u otro, el hecho de que la comunidad LGTBI quede borrada del discurso público tiene claras consecuencias para el conjunto del colectivo, pues no aparecer en el relato mediático impide que este grupo social –y los problemas que le afectan– forme parte de la discusión colectiva y atraiga la atención de los legisladores, que son quienes debieran emprender acciones para mejorar su bienestar (DE JONG, 2006).

Cuando gais y lesbianas sí aparecen en los medios, Aliaga y Cortés (1997) señalan que lo más habitual es que sean representados, especialmente los hombres, a través de estereotipos simplistas y tópicos reductores (afeminados o pederastas) o como tipos ridículos y gente infeliz o desgraciada (sólo desean tener sexo y se encuentran condenados a la soledad). Por tanto, el relato mediático configura y refuerza la construcción tanto de las representaciones hegemónicas como de las minoritarias a través de un ejercicio que Martínez (2016, p. 80) define como “violencia mediática” y que implica un refuerzo cultural e ideológico al sistema de género:

El sistema de género está respaldado por el tratamiento de las minorías sexuales en los medios de comunicación. En su mayoría, se les ignora o se les niega [...] cuando parecen que lo hacen para desempeñar un papel de apoyo para el orden natural y, por lo tanto, son estereotipadas estrechas y negativas. (GROSS, 1991a, p. 26, traducción nuestra).

Como resultado de esa representación, las personas LGTBI apenas se encuentran reflejadas en el relato comunicativo, lo que dificulta que los jóvenes gays, lesbianas, bisexuales y transgéneros puedan encontrar modelos y referentes en los medios dominantes (BROWN, 2002). Y, cuando la presencia se ha dado, lo más frecuente ha sido, como ya señalamos, que los gays sufrieran el sesgo de la mirada heterosexista, viendo sometida su imagen pública a estereotipos y prejuicios varios. Por ese motivo, el estereotipado perverso de las personas gays en los medios ha sido consistentemente subrayado por el movimiento gay como una fuente principal de opresión y auto-opresión (GROSS, 1991b). Como indican Aliaga y Cortés (1997, p. 118), la sociedad heterosexista se ha encargado de borrar “cualquier tipo de imagen, práctica o discurso que pudiera ser utilizado como modelo positivo y gratificante por la comunidad homosexual”. Gross (1991a, p. 30, traducción nuestra) comparte esta opinión y señala que “la representación estereotípica de lesbianas y hombres homosexuales como anormal, y la supresión de representaciones positivas o incluso “no excepcionales” sirve para mantener y vigilar los límites del orden moral”.

2. El sensacionalismo y la sexualización periodística

El periodismo sensacionalista es aquel que se aproxima a la información tomando en consideración no su potencial noticioso sino su capacidad para impactar en las emociones de los receptores. De acuerdo con Torrico (2002), el sensacionalismo cabe entenderlo, pues, como una modalidad periodística (y discursiva) cuyo objetivo es generar sensaciones con los contenidos que vehicula, observados como un estímulo externo que golpeará los sentidos y el sistema nervioso de la audiencia, cuyo raciocinio no está previsto que entre en juego. Aunque actualmente el sensacionalismo se ha abierto paso en el conjunto de los medios de comunicación – también entre las páginas de aquellos diarios que durante mucho tiempo trataron de mantenerse al margen y erigirse como prensa seria y de élite (GARCÍA, 2013) – los inicios de esta estrategia periodístico-comercial fueron protagonizados por las cabeceras que, en pleno siglo XIX, quisieron ganar más y más audiencia con una nueva fórmula de éxito.

Aquella apuesta de la prensa popular o prensa de masas conjugó cuestiones de carácter técnico – mejoras que hicieron posible que los diarios pusieran cada vez más ejemplares a la venta a precios más baratos – con un desplazamiento del foco informativo, que fue dejando de lado la discusión política e intelectual para situarse, preferentemente, sobre las historias que resultaban más espectaculares y escabrosas en busca de un mayor número de lectores. De este modo, los primeros pasos del sensacionalismo pusieron de relieve uno de los aspectos que, con el tiempo, se convertiría en una de sus señas de identidad: “la exacerbación de los aspectos morbosos de sus contenidos” (FONTCUBERTA; BORRAT, 2006, p. 91). El crimen y su tratamiento sensacionalista y morboso adquirirían un elevado protagonismo en esta lógica:

[...] la lucha por las audiencias, que se desata a partir del nacimiento de la prensa de masas, favorece el cultivo de contenidos periodísticos nuevos [...] y, entre ellos,

ocupa un lugar preeminente la crónica de sucesos, relato especialmente idóneo para conmover y entretener a los primerizos lectores de prensa. Comprobada la eficacia de esta fórmula, el tratamiento sensacionalista de la crónica de sucesos era el siguiente paso obligado y, con frecuencia, por esta vía, la crónica de sucesos acabaría despeñándose por la senda del periodismo amarillo (RODRÍGUEZ, 2001, p. 150-151).

Tanto la muerte como el amor han sido ingredientes básicos del periodismo que trata de despertar el interés de la audiencia a través de las emociones. Por eso, junto a la crónica de sucesos, que mayoritariamente gira en torno al Tánatos, el sensacionalismo periodístico se ha levantado sobre el otro gran pilar de cualquier pulsión humana: el Eros, vinculado con el amor y el sexo. Dos dioses griegos para endiablarse el periodismo. La combinación de ambos elementos – Tánatos y Eros – ha favorecido de hecho el enfoque sensacionalista de informaciones relacionadas con la realidad LGTBI, como ocurre con las noticias sobre agresiones en parejas del mismo sexo, la llamada violencia intragénero (CARRATALÁ, 2016). Como señala García (2012, p. 242), “la prensa, consciente del poder sugestivo del erotismo, lo explota informativamente utilizando el atractivo físico y el sexo como líneas argumentales extremadamente populares”. Este proceso propio de la cobertura sensacionalista podría denominarse como una “sexualización” de la realidad, que tiene en “el tratamiento abundante de aquellos asuntos referidos a la intimidad sexual transformados en motivos de interés periodístico” una de sus principales fórmulas de realización (GARCÍA, 2012, p. 243), tal y como puede comprobarse en los espacios periodísticos dedicados al corazón y los famosos.

3. La salida del armario como descubrimiento periodístico

3.1. El armario como resultado de la homofobia

Aliaga y Cortés (1997) aseguran que a los gais se les obliga a ocultarse detrás de la llamada vida privada, lo que les condena a la invisibilidad. Como consecuencia, al quedar reducida la homosexualidad a un mero asunto sexual y privado, se le niega toda posibilidad de ser otra alternativa sexual más. Mantener oculta la propia homosexualidad ha sido denominado como permanecer en el armario. En opinión de Martínez (2016, p. 105), el armario surge del miedo a ser visible, del miedo a ser víctima de la homofobia: “trata en todo momento o estratégicamente de ocultar el estigma, pero que también produce ansiedad, aislamiento en los contextos que se valoran como poco propicios para hacer perceptible ese rasgo concreto, y un constante estado de alerta”. Por eso, cabe entender el armario como un dispositivo que gestiona la visibilidad de la sexualidad heterodoxa. La acción de romper con ese dispositivo es conocida como “salir del armario”, un gesto clave del proceso político de reivindicación. Aliaga y Cortés (1997, p. 121) señalan, en esta línea, que salir del armario significa hacerse visible, lo que “crea un importante cambio en las actitudes y reacciones sociales. Muchos de los estigmas contra los homosexuales dependen de que permanezcamos escondidos”.

El proceso de salida del armario puede llevarse a cabo de manera voluntaria. En

inglés, esta acción recibe el nombre de *coming out*, y se refiere a “la realización individual de que uno era homosexual y el reconocimiento de esta identidad sexual a otras personas homosexuales” (GROSS, 1991b, p. 356, traducción nuestra). Sin embargo, uno también puede ser empujado o sacado fuera del armario presionado por fuerzas externas, como podría ser la prensa. Los anglosajones conocen esta práctica como *outing*, concepto con el que identifican “el nombramiento de homosexuales encerrados en contra de sus deseos” (TATCHELL, 1998, p. 23, traducción nuestra) o “la exposición de una persona, supuestamente heterosexual, como homosexual, sin su consentimiento” (STANYER, 2013, traducción nuestra), ya sea como resultado de una investigación policial o por un acto deliberado de los medios de comunicación.

En opinión de Gross (1991b), es posible diferenciar tres tipos de *outing* en función de las motivaciones que se encuentran tras la práctica: el celebratorio, el político (dirigido a desenmascarar a hipócritas) y el radical (ejecutado por responsabilidad hacia la comunidad de la que todo gay forma parte). Para Stanyer (2013), las razones que suelen ofrecerse para justificar el *outing* son fundamentalmente seis: 1) Quienes están en el armario se benefician de la lucha gay sin participar en ella; 2) ¿Por qué ser gay debe ser considerado asunto privado y ser heterosexual no?; 3) El sexo es un tema privado, pero la sexualidad no lo es; 4) La homosexualidad es más un asunto de identidad, comunidad y cultura que de actos sexuales privados; 5) La hipocresía de aquellos que lo ocultan y actúan contra los derechos del colectivo; y 6) Es crucial para que la sociedad heterosexual se tome los derechos de los gays seriamente.

Como señala Wick (1991) en su reflexión sobre esta práctica desde el punto de vista jurídico, el debate sobre la moralidad del *outing* ha evolucionado desde su concepción como batalla política en el interior de la comunidad gay a una discusión más amplia en torno a la ética periodística. Así, si por un lado hay quienes se oponen al *outing* al considerarlo una invasión salvaje en la privacidad de los sujetos, de otro lado se encuentran voces defensoras: tanto publicaciones gays, que afirman que con el *outing* ayudan a la causa del colectivo al incrementar el número de modelos gays que pueden funcionar a modo de referentes, como cabeceras convencionales, que aluden al elevado interés público que tiene la vida sexual de los famosos así como a la amplia y aceptada práctica de escribir sobre aspectos de sus vidas privadas.

Como apuntan Aliaga y Cortés (1997, p. 121), la visibilidad de aquellos que por su fama, conocimientos o importancia social (como se trataría en el caso de los políticos) tienen un lugar destacado en la sociedad significaría un paso fundamental: “La responsabilidad social y moral de estos personajes públicos es enorme y no pueden ignorarla por más tiempo”. Esa perspectiva permite comprender por qué “la estrategia de salida es fundamental para comprender la lucha política dentro de la comunidad gay” (GROSS, 1991b, p. 354, traducción nuestra), ya que:

El lenguaje de la salida es el lenguaje de la comunidad y la rendición de cuentas, de la condena del pase y la demanda de afirmaciones públicas de identidad gay por parte de las legiones de estrellas y atletas, diseñadores de moda y platos de moda, políticos y magnates encerrados (GROSS, 1991b, p. 377, traducción nuestra).

3.2. El tratamiento de la prensa anglosajona

La noticiabilidad de la identidad gay de algunos políticos parece estar clara en determinados contextos. Según Smith (2012), tres de los valores-noticia señalados por Galtung y Ruge en 1973 son de especial relevancia para entender la atracción mediática por los políticos gays: la referencia a élites, la personalización y la negatividad, en tanto que la homosexualidad ha estado durante mucho tiempo penada por la ley y/o fuera de lo moralmente aceptable. Tras llevar a cabo un estudio sobre el número de políticos cuya homosexualidad ha sido revelada por la prensa entre 2000 y 2009 en siete países distintos, Stanyer (2013) llega a una conclusión clara: la gran mayoría de los 19 episodios identificados se dan en Estados Unidos, donde observa 11 casos (57,9%) y Reino Unido, donde sitúa 6 (31,6%). En otros países, como Alemania o Austria, el investigador localiza un solo político cuya sexualidad gay ha recibido cobertura, mientras que no detecta ningún caso en la prensa francesa, italiana o española.

El llamado *outing* ha sido, en efecto, una constante en el caso de los medios estadounidenses, tanto de carácter periodístico como activista. De hecho, la práctica comenzó a resultar especialmente habitual a partir de la organización del movimiento gay tras los sucesos de Stonewall de 1969. Como señala Gross (1991b), los activistas comenzaron a criticar que, permaneciendo en el armario, homosexuales prominentes y de éxito en diferentes áreas de la vida no hacían más que contribuir a perpetuar la invisibilidad que alimenta los estereotipos dañinos o negativos para el colectivo, además de desproveer a la gente joven de modelos y referentes. Según este razonamiento, el hecho de que no se hagan visibles facilita la creencia de que el número de gays es inferior al real, de que viven confinados en guetos dentro de las ciudades y de que se limitan a ejercer profesiones estereotipadas.

En relación con el impacto que ha tenido el *outing* en el mundo de la política estadounidense, Gross señala que, en un primer momento, los episodios que aparecieron en prensa fueron la consecuencia de investigaciones policiales que sacaron a la luz pública casos de políticos estadounidenses que habían llevado a cabo prácticas sexuales penadas por la ley, por ejemplo la búsqueda de sexo en lugares públicos, y que les revelaban como hombres gays. Algunas de estas informaciones tuvieron como protagonistas a los congresistas demócratas Frederick Richmond (1978) y Joseph Wyatt (1979). Más tarde les seguirían los republicanos Robert Bauman (1980), cuyo arresto sacudió Washington al relacionarse con la contratación de los servicios de un chaperó adolescente, y Jon Hinson (1981). Dos años más tarde, en 1983, el congresista demócrata por Massachusetts, Gerry Studds, se convirtió en el primer miembro del Congreso cuya homosexualidad fue desvelada por la prensa del país tras mantener una relación con un joven becario de 17 años. Studds admitió su homosexualidad y su electorado no le dio la espalda ya que, tras el episodio, volvió a ganar elecciones. Tal vez por ese motivo, otro demócrata, Barney Frank, sería en 1987 el primer miembro del Congreso en afirmarse públicamente gay de manera voluntaria.

Gross considera que, durante buena parte de los 80, la pregunta de si la homosexualidad

secreta de una figura pública debía ser o no sacada a la luz fue un tema de mucha discusión entre la prensa así como entre activistas políticos, gais o no. No obstante, es difícil indicar si la discreción con la que el periodismo abordó esta cuestión se debió de verdad a un deseo de respetar la privacidad de los afectados o si, en cambio, fue el resultado de que la homosexualidad todavía fuera considerada un asunto incómodo en muchas redacciones, como demuestra el hecho de que numerosos temas relacionados con ella, que no suponían problema alguno para la privacidad de nadie, no recibieran cobertura, como ocurrió con los gais cubanos que formaron parte del Éxodo del Mariel y que huían a EEUU de la persecución de Castro.

Los activistas tuvieron menos dudas en este debate, especialmente cuando el objetivo eran políticos que se habían comportado como hipócritas en su acción pública al luchar contra los derechos de los gais o, por ejemplo, contra programas de lucha contra el sida. En estos casos, se consideraba legítimo poner en conocimiento de la sociedad que, en realidad, ese actor político que aparentemente mantenía una vida heterosexual, era gay. El caso más claro fue el del activista de la derecha que encabezó el Comité Nacional de Acción Política Conservadora, Terry Dolan, que, tras una gestión notablemente contraria al colectivo gay y en defensa de la familia tradicional, murió de sida en 1986 a los 36 años sin haber salido del armario. La publicidad de su homosexualidad fue asumida como una práctica no contraria a la ética periodística por la mayor parte de los profesionales tanto de los medios convencionales como de las publicaciones del movimiento gay. En 1987, el reportero Frank Browning, de la Radio Pública Nacional, confirmó que el recaudador de fondos para los conservadores, Carl Channel, era gay. Muchos se opusieron a esa publicación. Un año más tarde, la revista gay *The Advocate* identificó a dos miembros del Partido Republicano como homosexuales en el marco de la cobertura de la convención republicana en Nueva Orleans de 1988.

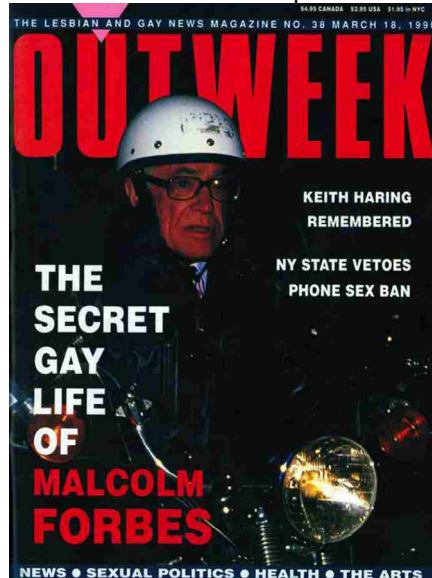
Una situación distinta es la que ha rodeado al *outing* vinculado al mundo del espectáculo y de la fama. De acuerdo con Gross (1991b), muchos de los columnistas dedicados a la cobertura de chismorreos y de la crónica social tanto de New York como de Hollywood han sido claros cómplices en la construcción pública del armario de muchos nombres reconocidos que trataban de ocultar en sociedad su homosexualidad, para lo que, incluso, inventaban relaciones o romances heterosexuales, en una práctica que podría ser denominada como ‘inning’. Los periodistas de estas secciones actuaban, a menudo, de manera cooperativa con los agentes publicistas de estos famosos: “una de las desviaciones más comunes de las reglas del periodismo regular es la connivencia de los escritores de chismes, y otros periodistas más ‘respetables’, en el mantenimiento de la seguridad de los armarios de celebridades” (GROSS, 1991b, p. 363, traducción nuestra).

Por ello, desde el mundo asociativo y activista, estas figuras se convirtieron en el objetivo clave de sus prácticas de *outing*. El caso más célebre es el del magnate Malcolm Forbes, que murió en 1990. Tras su fallecimiento, la revista *OutWeek* – que se editó en New York entre 1989 y 1991– publicó un número que, en portada, llevaba el titular “The Secret Gay Life of Malcolm Forbes” (ver Imagen 1). La información, firmada por el periodista gay Michelangelo

Signorile, desvelaba que este popular hombre, a quien los medios incluso habían relacionado con Elisabeth Taylor, había desarrollado, en secreto, una vida gay.

La noticia causó un importante revuelo y fue cuestionada por muchos periodistas de los medios tradicionales: “columnistas y escritores editoriales se opusieron a la práctica” (GROSS, 1991b, p. 353, traducción nuestra). Los activistas y periodistas gays se mostraban divididos. Para unos, el *outing* suponía una violación del derecho a la privacidad. Para otros, se trataba de una práctica política. Signorile, que publicaba en cada número de la revista la columna GossipWatch, formaba parte de estos últimos y, por ello, trataba de sacar a la luz la sexualidad, especialmente, de aquellos que controlan o participan y dan forma activamente a la cultura popular: “la mayoría de los dardos de salida se han dirigido a columnistas de chismes de Nueva York y magnates del mundo del espectáculo de Hollywood”. Por ello, en sus artículos, Signorile hizo asimismo pública la homosexualidad del productor David Geffen y la periodista Liz Smith. Otros conocidos nombres del panorama del entretenimiento, como Barry Diller o Merv Griffin también fueron objetivo. El trabajo realizado por Signorile en sus columnas publicadas en OutWeek sería relevado por la web Blogactive.com, lanzada en 2004 por el activista Michael Rogers, y que se encuentra dedicada a sacar del armario a aquellos políticos gays que activamente se oponen a los derechos de los homosexuales. Algunos casos conocidos son los de los republicanos Edward Schrock (2004), Mark Foley (2005) y Larry Craig (2006). Craig sería detenido un año más tarde por conductas “lascivas” en un baño público del aeropuerto de Minneapolis.

Imagen 1: Portada de la revista OutWeek publicada en marzo de 1990.



Fuente: Outweek.net. Disponible en: <http://www.outweek.net/pdfs/ow_38.pdf>.

De acuerdo con Stanyer (2013), son cuatro los factores que podrían explicar por qué en Estados Unidos ha sido tan frecuente la práctica del *outing*: 1) la presencia de un evidente conservadurismo social (*New Right*), que facilita el poner de manifiesto la hipocresía de

aquellos miembros de este movimiento que, en realidad, son gais; 2) la débil protección legal de la privacidad de las elites políticas al no haber tantas normas que regulen este aspecto como en la Europa continental; 3) la fuerte presencia de los tabloides en el ecosistema mediático y 4) el notable papel de activistas por los derechos de los gais, que ven en esta práctica una clara herramienta de lucha política por la visibilidad y el reconocimiento de derechos.

Como vimos, el ecosistema mediático británico es el segundo más propicio de los que investigó Stanyer para la práctica del *outing*. La investigadora Donna Smith (2014) diferencia varias etapas según la acogida de esta cobertura en los medios del Reino Unido en relación con actores políticos. Antes de los 80, los artículos sensacionalistas dominaban el tratamiento de los casos que aparecían en los medios, a menudo como resultado de episodios escandalosos que llegaban a la justicia. A medida que la década de los 80 se aproximaba, la cobertura de los políticos gais mejoró, como reflejo de los avances en el estatus legal y de la actitud social, aunque la heterosexualidad todavía dominaba buena parte de la cobertura. El contexto todavía presentaba riesgos, como demostró la homofobia sufrida por el candidato del partido laborista, Peter Tatchell, en las elecciones parciales de Bermondsey celebradas en 1983. La emergencia del sida a mediados de los 80 afectó a la representación mediática de los políticos gais.

Una década más tarde, mientras el lenguaje empleado para describir a algunos políticos gais pasaba a ser más moderado, sobre todo en la prensa seria, otros, como el parlamentario conservador Michael Brown, todavía eran *outed* – es decir, sacados del armario sin su consentimiento– por diarios tabloide, con el tono sensacionalista y el lenguaje estereotípico propio de muchos periódicos. A partir del año 2000, Smith indica que, aunque la representación de los parlamentarios gais ha mejorado y la cobertura de aquellos que se ven rodeados de algún escándalo es similar a la que recibe un político heterosexual, el tratamiento de los políticos gais en UK continúa mostrando turbios trasfondos, todavía incluyendo términos como “*poofter*” (maricón, en 2001) o “*mincing*” (afeminado, en 2003). Además, la investigadora subraya como un hecho elocuente que parlamentarios que han salido del armario recientemente, como los conservadores Nigel Evans y Crispin Blunt, ambos en 2010, se hayan visto en el ojo del huracán mediático, lo que indicaría en su opinión que la homosexualidad de los políticos continúa siendo un asunto de interés periodístico. De acuerdo con la académica, hasta que ser gay no deje de ser noticia, los parlamentarios gais no recibirán un tratamiento igualitario.

Como se ha señalado, mucha de la cobertura estereotipada y sensacionalista en torno a los políticos gais es responsabilidad de las cabeceras tabloide que operan en Reino Unido, un tipo de prensa que Stanyer (2013) vinculó, como vimos, con la ocurrencia de casos de *outed* en un determinado ecosistema mediático. Tumber (2004) señala a los tabloides como medios especialmente dados a la cobertura de escándalos, una querencia que se habría extendido a cabeceras consideradas de referencia como consecuencia del proceso de tabloidización, algo con lo que también coincide Smith (2012). Junto con su espectacular cobertura de los políticos gais, los tabloides británicos también han puesto de manifiesto su peculiar talante informativo en el tratamiento de los jugadores de fútbol que han salido del armario en los últimos años. De

acuerdo con Hughson y Free (2011), los discursos de estas cabeceras sobre homosexualidad y fútbol resultan contradictorios ya que, si por un lado evidencian su apoyo a la erradicación de la homofobia en este deporte, por otro respaldan con su lenguaje y estilo la promoción de estereotipos tradicionales masculinos y la fascinación mediática por el *outing* de futbolistas, lo que se traduce en su presentación pública como el “otro desviado”.

Según subrayan estos autores, los tabloides británicos han mostrado un elevado interés en sacar del armario a jugadores de fútbol sospechosos de ser gais. Como ejemplo, las informaciones sobre unas supuestas orgías gais aireadas por The Daily Star y News of the World en 2006 y que afectaron al futbolista Ashley Cole, sobre cuya sexualidad se especuló notablemente. Además, cuando el objetivo es poner de manifiesto que también en el fútbol hay jugadores gais, el discurso resultante acaba generando un efecto contrario al pretendidamente deseado. De este modo, informaciones que, en teoría, buscan apoyar la antihomofobia en el fútbol, se plantean en la práctica como una caza de brujas en los debates futbolísticos: “Los medios sensacionalistas generan homofobia buscando exponer a hombres posiblemente homosexuales dentro del baluarte supuestamente heterosexual del fútbol profesional” (HUGHSON; FREE, 2011, p. 120, traducción nuestra).

En la misma línea, la prensa sensacionalista británica hace uso de la ambigüedad, los dobles sentidos y el juego de palabras para mantener una cobertura que, en el fondo, promueve la homofobia, como se comprobó con el tratamiento que recibió el jugador Sol Campbell por parte de The Daily Star en 2008 a propósito de las críticas que recibió de los seguidores del Tottenham Hotspur cuando abandonó ese club para jugar en el Portsmouth. Asimismo, futbolistas como Cristiano Ronaldo también han sido objeto de coberturas que han especulado sobre su posible homosexualidad, especialmente por el diario The Sun, en un enmarcado que se corresponde con la construcción del gay como “el otro” y que se presume coherente con los marcos de interpretación de la realidad que maneja el lector tipo de este modelo de diarios. En opinión de Hughson y Free (2011), los futbolistas gais deberían ser capaces de “come out” más que de ser “outed”, algo a lo que la prensa sensacionalista/tabloide no ha contribuido en exceso.

Pese a ese tratamiento favorecedor del destape de la homosexualidad de algunas figuras públicas que lo viven secreta o privadamente, la prensa británica también se ha mostrado en contra del *outing* en determinadas ocasiones, lo que, en opinión de Tatchell (1998), significa una clara hipocresía ante esta práctica. Según relata, los periodistas ingleses no han alzado la voz cuando son los medios convencionales los que, por ejemplo, desvelan que un famoso es gay (caso del actor Michael French, cuya orientación gay fue destapada en 1996 por el tabloide Sunday Mirror por medio de una cobertura muy sensacionalista y prejuiciosa que señalaba la homosexualidad como algo sórdido y vergonzante) y, sin embargo, tachan de cruel e inmoral esta misma acción cuando la llevan a cabo activistas gais, como cuando en 1994 la organización británica OutRage!, formada por defensores de los derechos LGTBI que estuvieron muy movilizadas en los 90, señaló a 10 obispos como gais. Como recoge Tatchell (1998), el Daily Mail definió la acción de OutRage! como “homosexual terrorism” y “tactics of terror”. Ninguna

voz criticó, sin embargo, que News of the World sacara del armario al obispo de Durham, Michael Turnbull, semanas antes, en octubre de 1994, cuando desveló que el religioso fue condenado en 1968 tras ser sorprendido por la policía con un granjero en unos baños públicos.

Junto con la presencia de activistas gais y prensa sensacionalista en EEUU y Reino Unido como factores explicativos que permiten entender la práctica del *outing*, parece razonable incorporar también la moral cívico-religiosa dominante en ambos países como posible condicionante favorecedor de esta cobertura. Como se ha demostrado, la tradición periodística anglosajona ha sido históricamente mucho más proclive que, por ejemplo, la latina, a adentrarse en la vida de los actores políticos y airear sus relaciones privadas, muy especialmente las vinculadas con la infidelidad. Si bien, como recuerda Oppenheimer (2005), en Reino Unido la frontera que marca la legalidad o ilegalidad para publicar una información que afecta a la vida privada de una persona depende de tres factores (ha de ser verdad, ha de ser de interés público y no puede romper la confidencialidad aceptada en determinados empleos), la cuestión religiosa también permite explicar por qué la prensa anglosajona se considera legitimada para sacar a la luz pública historias relacionadas con la vida privada de los políticos.

De este modo, el puritanismo estadounidense (Jackson, 1998) explicaría, por ejemplo, por qué los medios de ese país difícilmente toleran una acción privada de un político cuando esta no se corresponde con su imagen pública, y aún menos cuando a ello le acompaña una mentira. A diferencia de lo cultural y religiosamente aceptado en los países de raíces católicas, donde el perdón de la confesión permite poner punto y seguido a cualquier error, la ejemplaridad y rectitud que dominan los principios de las sociedades levantadas sobre pilares protestantes impiden que la mentira sea obviada por los medios de comunicación, que la expondrán con profusión. Como señala el sociólogo Giuseppe De Rita, en Italia, por ejemplo:

sí, se puede pecar, algo que en un país luterano sería imposible. El mundo protestante tiene una concepción de la moral distinta de la nuestra: un pecado, por ejemplo, de Gordon Brown, de su mujer o de su tía no se perdona. Un país protestante no perdona. En Italia, el pecado se perdona. Somos el país de los indultos, de las gracias, de las moratorias... En Italia el perdón es condescendencia, es indulgencia (VESLASCO, 2009).

4. Aproximación metodológica

Este trabajo tiene como objetivo evaluar la identidad gay en política como cuestión de interés para el periodismo español a través de la exploración de dos episodios de relevancia que conectan ambas realidades y que se encuentran separados por más de 15 años: la salida del armario del socialista Miquel Iceta (1999) y la boda del conservador Javier Maroto con su marido (2015). En ambos casos, el análisis ha adoptado una aproximación cualitativa con el propósito de rastrear el enfoque que determinados medios de comunicación dieron a ambas noticias tratando de identificar qué criterios periodísticos (o ideológicos) pudieron motivarlo.

En el primer caso, se han tomado en consideración todas las piezas publicadas – tanto

de carácter informativo como de opinión – durante la semana posterior al anuncio de Iceta por El País y ABC, dos diarios de difusión estatal de posiciones ideológicas divergentes y de elevada circulación. En el caso del enlace de Maroto, el examen ha tenido en cuenta las informaciones previas y posteriores a la boda publicadas por estos mismos periódicos, así como por otros medios – El Mundo, El Confidencial y El Español – cuyas coberturas merecen ser incorporadas al análisis por sus específicas características. Tanto en un caso como en otro, se aportan puntualmente ejemplos de informaciones o tratamientos de otros medios o momentos con la voluntad de ampliar el foco del estudio y aportar datos para enriquecer la discusión.

5. El tratamiento de la prensa española

A diferencia de lo que ha resultado común en la tradición periodística anglosajona, el *outing* no ha sido una práctica recurrente entre los medios de comunicación españoles. Dado que las cabeceras de la prensa generalista han rehuido la práctica, podemos decir que “la aportación de mayor trasfondo ha venido de la reconvertida revista Zero, de alcance nacional y periodicidad mensual, que ha supuesto un torbellino de ideas, [...] y que se ha apuntado algunos tantos inestimables, como, la salida del armario de Nacho Duato” (ALIAGA; CORTÉS, 1997, p. VIII). Aquellos políticos españoles que han expresado públicamente su identidad gay lo han hecho sin la presión de noticias que desvelaran previamente aspectos de su vida privada.

5.1 Miquel Iceta

El socialista catalán Miquel Iceta, diputado en aquel momento en el Congreso, fue el primer político español de relevancia estatal en salir del armario. Lo hizo el 12 de octubre de 1999, durante un acto electoral en el marco de la campaña de las elecciones al Parlament de Catalunya, a las que concurría en las listas del PSC. El evento tuvo lugar en un local de ambiente de Barcelona, Punto BCN. Eligió la campaña electoral “porque sabíamos que el altavoz mediático sería mayor”. Según el propio Iceta relató en una entrevista con el periodista Francesc Soler (2013), la decisión de afirmarse públicamente como gay fue suya, aunque reconoce que la idea surgió a partir de la reivindicación de una organización del movimiento gay que solicitaba la visibilidad de los cargos políticos y de la demanda que le trasladó directamente Jordi Petit, un conocido histórico activista de la causa LGTBI en Cataluña.

Al recordar aquel día, Iceta asegura que su intervención hablando de los derechos y reivindicaciones del colectivo gay en primera persona provocó un “certo successo entre los periodistas” y que, cuando llegó a casa, comenzó a recibir llamadas y más llamadas de radios, de televisiones y de diarios, lo que le hizo ser consciente del impacto que tendrían sus palabras. En sus declaraciones, pasados los años, indica que su salida del armario “tuvo mucha más repercusión de la que esperaba, y no solo en los días inmediatamente posteriores”.

El diario El Mundo lo llevó en portada y también le dedicó un editorial al día siguiente

bajo el título “Iceta, homosexual y valiente”. El periodista Iñaki Gabilondo lo entrevistó en su programa de la Cadena Ser, donde Iceta indicó que “los otros políticos que son homosexuales no se atreven a plantearlo porque no es una cosa normalizada”. Incluso, apareció en Radio Caracol de Colombia, otras dos emisoras argentinas y una revista brasileña. En una entrevista publicada en el diario La Vanguardia unos días más tarde, el 19 de octubre, Iceta reconocía que, con su salida del armario, había contribuido a fracturar los estereotipos dominantes sobre los gays: “si un político reconoce su homosexualidad, eso ayuda, porque hoy parece que sólo sea aceptable que haya homosexuales entre los artistas. Y me dicen: “¿Homosexual, tú? ¡No lo pareces!”. ¿Qué quieren, verme con una pluma en la cabeza?”.

No obstante, él defiende que no todos los gays tienen por qué hacer pública su condición sexual sino que lo que es necesario es que ninguno tenga que esconderse. A partir de ahí, añade, “que cada cual haga lo que le parezca”. No obstante, en la entrevista señalada, Iceta también reconoció que el hecho de que otros políticos siguieran su ejemplo “ayudaría a que dejase de ser un problema algo que todavía hoy lo es”. En otra entrevista publicada en el diario El País el 11 de septiembre de 2001, el político catalán se mostraba muy contundente ante la necesidad de que los gays se visibilizaran en sociedad: “Hay que salir de los armarios para quemarlos”. Y, respecto a su acción de dos años atrás, señalaba que “lo mío no fue valentía, fue responsabilidad”. No obstante, también reconoció que todavía entonces había “miedo, cierta cobardía” y que “la política en sí es muy machista”. En este trabajo sometemos a examen las piezas que publicaron los diarios El País y ABC tras las declaraciones de Iceta en las que afirmaba públicamente que es gay con el objetivo de evaluar su impacto y el modo en que estos diarios de difusión estatal, y distante línea editorial, abordaron la noticia.

En general, la cobertura informativa de ambos periódicos coincidió en hacer un tratamiento bastante descriptivo del anuncio de Iceta (ver Imagen 2). Al día siguiente, la noticia apareció en ABC bajo el titular “El socialista Iceta reconoce en campaña su orientación gay”, mientras que El País se decantó por “El diputado socialista Iceta declara en un acto público que es homosexual”. Este último diario optó por darle más relevancia al hecho (la información, a cuatro columnas, con antetítulo y con fotografía del político, ocupaba cerca de media página) que el periódico ABC, que se limitó a recoger la información en media columna.

Imagen 2: Primeras informaciones de El País (izqda.) y ABC (dcha.) tras el anuncio de Miquel Iceta.

El socialista Iceta reconoce en campaña su orientación gay

BARCELONA. D. C.

El número doce de la lista por Barcelona del PSC-Ciudadanos por el Cambio, Miquel Iceta, declaró ayer públicamente su condición homosexual en un acto que su candidatura organizó en un local de ambiente gay en Barcelona. Iceta, que aseguró que su tendencia era notoria, aunque nunca la había reconocido abiertamente, afirmó que «no salgo del armario, sino que bajo de la vitrina». Estas declaraciones se produjeron en el curso de un mitin ante unas 70 personas avalado por el colectivo «Vota rosa», una plataforma cuyo objetivo es influir en los programas de los partidos en materia de reconocimiento de los derechos de gays, lesbianas y transexuales y en investigación sobre el sida.

Candidato del PSC, es el primer político español que toma esa iniciativa

El diputado socialista Iceta declara en un acto público que es homosexual

Miquel Iceta, diputado socialista que figura en el número 12 de la lista del PSC por Barcelona para las elecciones autonómicas del domingo, se declaró ayer públicamente homosexual en un acto organizado conjuntamente por la Juventut Socialista

El acto en el que Iceta hizo pública su homosexualidad se celebró en Barcelona, en un local frecuentado por gays. Allí fue presentado por Jordi Petit, histórico dirigente de la Coordinadora Gays-Lesbianas como "el primer parlamentario gay de todo el país y de toda Latinoamérica". En su intervención, Iceta, de 39 años, pronunció las siguientes palabras: "Los gays luchamos para que un acto como éste deje de ser noticia. Para conseguirlo tenemos que trabajar mucho". Y añadió: "Declararse hoy homosexual es más fácil que hace unos años. Hoy me declaro públicamente gay, pese a que siempre lo he sido. No es que salga del armario, sino que he bajado de la vitrina y me comprometo a apoyar y liderar el movimiento gay".

F. T. Barcelona de Catalunya y el PSC-Ciudadans pel Canvi en Barcelona. Se trata del primer político español que se declara gay, iniciativa que si han tomado diversas personalidades en otros países, especialmente en el Reino Unido. Iceta fue colaborador directo del ex vicepresidente Narcís Serra.

Iceta leyó después cinco puntos de un comunicado preparado por la Asociación de Gays y Lesbianas por el que se compromete a luchar por la plena equiparación de derechos; crear un programa específico contra la homofobia; una educación igualitaria; dotar de más recursos la lucha contra el sida e impulsar la solidaridad hacia los gays y lesbianas, que son perseguidos en más de 90 países. Con sus palabras, Miquel Iceta se ha convertido en el primer político que admite en público su homosexualidad, una actitud que los colectivos gays demuestran salir del armario. Hasta ahora, en España sólo habían dado este paso algunos candidatos en elecciones locales, aunque la declaración pública de la homosexualidad se está convirtiendo en algo relativamente frecuente en otros países. Recientemente, en el Reino Unido, el dirigente conservador Michael Portillo declaró que había mantenido relaciones homosexuales en su juventud.

Miquel Iceta Llorens, diputado en el Congreso en la presente legislatura, desempeña actualmente el cargo de secretario adjunto de organización del PSC y está considerado como uno de los hombres de confianza del mismo responsable del PSC, Narcís Serra, con quien trabajó durante su etapa como vicepresidente del Gobierno bajo el mandato de Felipe González. Iceta fue director del departamento de análisis del Gabinete de la Presidencia del Gobierno entre los años 1991 y 1995 y subdirector de dicho Gabinete entre 1995 y 1996. Iceta también colaboró con el equipo de José Borrell durante la etapa en que éste fue candidato a la Moncloa por el PSOE. En el mismo acto de Barcelona, Petit explicó que "la propuesta del PSC con respecto a los gays es completa: da una mayor libertad personal, dando una plena igualdad al colectivo gay y potenciando no sólo la escuela pública, sino informado todo lo posible sobre el problema". Petit denunció "la nefasta ley de parejas de la Generalitat" y que las ONG de Cataluña sólo dispongan de 80 millones de pesetas para luchar contra el sida "siendo la segunda causa de muerte".



Miquel Iceta.

Fuente: Hemerotecas digitales de los diarios El País y ABC.

Sin embargo, como se desprende de los titulares, la aproximación que ambos medios hicieron a la noticia es bastante similar. Aunque el propio Iceta empleó la expresión "Hoy me declaro públicamente gay" en su salida del armario, los verbos por los que optaron estos dos periódicos pueden dar lugar a interpretaciones connotativas. La acción de reconocer (fórmula por la que opta ABC en su titular) suele ir ligada a la idea de algo que se ha querido ocultar, por algún u otro motivo, frecuentemente por tratarse de un error o hecho vergonzoso. Por su parte, la expresión "declara", elegida por El País, liga la acción de Iceta a la propia de aquel que se sitúa frente a la justicia porque ha llevado a cabo un acto contrario a las normas y reglas consensuadas. En el cuerpo de esta información, El País también señala que "Miquel Iceta se ha convertido en el primer político que admite en público su homosexualidad". La RAE enlaza el verbo admitir con aceptar, una de cuyas acepciones es: "Asumir resignadamente un sacrificio, molestia o privación". En esa primera cobertura, ambos diarios se limitaron a reproducir el mensaje de Iceta y a señalar la intención de la iniciativa en el marco electoral.

La cobertura en las jornadas posteriores continuó mostrando cierto desequilibrio entre ABC, que fue mucho más discreto en el espacio dedicado al tema, y El País, que sí le ofreció mayor atención. En cualquier caso, ambos diarios estuvieron centrados en subrayar las voces de apoyo que habían surgido tras el paso adelante dado por Iceta y las consecuentes solicitudes de diferentes actores para que otros representantes políticos actuasen de modo similar. El 14 de octubre de 1999, ABC titulaba: "Un colectivo gay del PP pide a sus políticos que imiten a Iceta". El mismo día, El País publicaba la información "Políticos y colectivos 'gay' elogian que Iceta haga pública su homosexualidad". En ambas noticias, una de las fuentes era Javier Gómez, vicepresidente de la Plataforma Popular Gay, que exponía la necesidad de que los gays y lesbianas con cargos públicos hicieran pública su orientación sexual con el objetivo de que "la

sociedad se conciencie y vea que personas conocidas y con fama se hacen visibles”. Es decir, que coincidía con uno de los argumentos principales de la comunidad gay en la defensa de la salida del armario de sus miembros: la responsabilidad que cada uno de ellos tiene con el conjunto del colectivo. La visibilidad del individuo tiene efectos beneficiosos a nivel grupal. Otras voces favorables a la acción de Iceta y que recogió la pieza de El País fueron las del miembro de Izquierda Unida, Txema González, la diputada del PNV, Margarita Uría, el secretario general del PSOE, Joaquín Almunia, el candidato del PSC a la Presidencia de la Generalitat, Pasqual Maragall y el presidente del Congreso de los Diputados, Federico Trillo. Asimismo, El País citó al presidente de la Fundación Triángulo, Miguel Ángel Sánchez, que si bien aplaudió la acción de Iceta, también se mostró contrario a “desvelar la homosexualidad de personajes públicos en contra de su voluntad”, es decir, contrario al *outing*, que, como vimos, se había hecho popular en EEUU. De acuerdo con El País, también Iceta era contrario “a esa práctica” y deseaba que en un futuro “no sea noticia” la asunción pública de la homosexualidad.

Mientras que el diario El País no dedicó artículos de opinión a la noticia protagonizada por Iceta, algunos de los colaboradores de ABC sí abordaron el tema en sus piezas, donde precisamente se deslizaron más cuestiones ofensivas y prejuiciosas sobre la figura del político gay. Por ejemplo, en el artículo “El armario”, firmado por Ramón PI (asesor de la Conferencia Episcopal) el 14 de octubre de 1999, podemos leer que Iceta fue “reina por un día” y que se convirtió “en la estrella de la jornada al anunciar en un acto público que es homosexual”. Por su lado, Juan Manuel de Prada, en la columna “Homosexual declarado”, publicada también ese mismo día, indicó que la acción de Iceta suponía “recurrir al exhibicionismo de ciertas parcelas de su intimidad que a nadie importan” y la calificó como “bizarra declaración”, “confesiones extemporáneas”, “un acto de grandilocuencia”, “declaración altisonante, extemporánea y exhibicionista”, profundizando de este modo en el principio de homofobia liberal que defiende que la homosexualidad es un asunto respetable pero que debe permanecer en la esfera de lo privado y, por tanto, no ocupar espacio en la esfera pública. Al día siguiente, el 15 de octubre, el también columnista de ABC Ignacio Sánchez-Cámara aludió a la acción de Iceta en un breve texto titulado “Por un puñado de votos” en el que se refería a las palabras del político como “la exhibición de inclinaciones sexuales”.

La voluntad de Iceta de que la homosexualidad de un político dejara de ser pronto noticia no se vería realizada pese al paso de los años. De hecho, durante una entrevista al político en el programa *Sálvame Deluxe* (Telecinco) el sábado 6 de mayo de 2017 (más de 16 años después de su salida del armario) su orientación sexual continuó siendo uno de los asuntos abordados. En esa conversación, Iceta mantuvo las opiniones que ya defendió en 2001 en la entrevista publicada por El País, al afirmar que “los armarios hay que quemarlos para que nadie pueda volver a ellos y sobre todo para que nadie se vea obligado a estar en ellos”. Asimismo, el espacio dejó evidencia de la persistencia de algunos estereotipos sobre el hombre gay, como se deduce del hecho de que una de las preguntas que le formularan girara en torno al tema de la fidelidad, a lo que Miquel Iceta contestó que era fiel, aunque “quizá no al modo

tradicional”. Las noticias que otros medios publicaron sobre esta entrevista confirmaron la noticiabilidad que, años después, la prensa continuaba reconociéndole a su identidad gay, como demuestran los siguientes titulares reflejados en las webs de reconocidos medios: “Miquel Iceta habla sobre su homosexualidad: ‘Los armarios hay que quemarlos’” (El País, 07/05/2017), el casi idéntico “Miquel Iceta habla en Sálvame sobre su homosexualidad: ‘Los armarios hay que quemarlos’” (20minutos, 07/05/2017); “Miquel Iceta expone su intimidad en Sábado Deluxe: política, homosexualidad y Rocío Jurado” (La Vanguardia, 07/05/2017) e “Iceta canta ‘Como una ola’ en ‘Sálvame’”, que se acompañaba del subtítulo “El líder del PSC abogó por ‘quemar los armarios’ para que nadie tenga que ocultar su sexualidad” (El Periódico, 07/05/2017).

5.2. Javier Maroto

Aunque la orientación de Miquel Iceta continuara siendo un tema de atractivo televisivo años después de su salida del armario, la visibilidad de los políticos gais en España ha mejorado notablemente a lo largo de los últimos años. Algunos han seguido los pasos del propio Iceta. Es el caso del político de Compromís Fran Ferri, que se presentó como un joven gay ante los medios durante la campaña electoral autonómica de mayo de 2011, en la que él concurría como candidato a Les Corts. Otros han aprovechado la conocida revista Zero, que se publicó en España entre 1998 y 2009, y que llevó a su portada a muchos ciudadanos de diferentes áreas (militar, religiosa...) que decidían comunicar abiertamente su homosexualidad. En la publicación apareció, entre otros, el eurodiputado del PSOE y candidato a la alcaldía de Madrid en las elecciones de 2003, José María Mendiluce, para hacer público que era gay.

La progresiva normalización de las relaciones entre parejas del mismo sexo en España ganó un importante impulso con la aprobación del matrimonio gay en junio de 2005¹. La reforma del Código Civil que permitió ampliar el derecho de matrimonio no fue acogida en su momento con consenso por parte de los principales medios del país. El conservador ABC, por ejemplo, al día siguiente de que la reforma saliera adelante en el Parlamento, le dedicó un editorial bajo el titular “Los riesgos de una ley innecesaria”. En él tildaba a la reforma de “grave y radical”, aseguraba que despojaba al matrimonio tradicional del sentido ético e institucional que le es propio y que “el designio natural es venir al mundo con padre y madre”. Ese mismo día, por contra, el periódico El País dedicó a la noticia un editorial bien distinto, titulado “Conquista democrática”, y en el que calificaba la reforma de “acto legislativo audaz”, que no menoscaba al matrimonio heterosexual ni ataca a la familia tradicional y que supone un desagravio para las personas homosexuales del que toda la sociedad española debería sentirse orgullosa.

Las voces contrarias al matrimonio gay se fueron acallando durante los siguientes años, incluso en el Partido Popular, que había recurrido la reforma legislativa al Tribunal Constitucional con una iniciativa que finalmente fue tumbada por el máximo órgano judicial. Especialmente desde entonces, en el interior del Partido Popular apenas se escuchan opiniones contrarias al

1 Ley 13/2005, de 1 de julio, por la que se modifica el Código Civil en materia de derecho a

matrimonio gay y, de hecho, son diversos los y las dirigentes que han manifestado su apoyo a esta figura. Asimismo, también algunos dirigentes del partido han comunicado públicamente su homosexualidad, ilustrando de este modo la diversidad que también acoge la formación conservadora.

Uno de ellos, Javier Maroto, alcalde de Vitoria entre 2011 y 2015 y diputado nacional desde 2016, anunció en agosto de 2015 que el 18 de septiembre de ese mismo año contraería matrimonio con Josema Rodríguez, con quien mantenía una relación desde hacía 19 años. En la información que El País publicó en su web el 5 de septiembre de 2015, se indicaba que Maroto “nunca ha ocultado su homosexualidad y en los últimos meses, durante su etapa como alcalde, ha tenido guiños hacia el colectivo gay”. Por tanto, no nos encontramos ante un caso de un político que, sorpresivamente, anuncia públicamente que es gay. Además, él mismo indicó que deseaba que “las bodas entre homosexuales dejen de ser noticia y alcancen la normalidad”, según recogió El País en su edición digital del 10 de septiembre de 2015. Hacía 10 años que las bodas entre personas del mismo sexo eran legales en España. No obstante, la noticia de la boda de Maroto atrajo una notable atención mediática durante los días previos al evento, especialmente por dos motivos. Por un lado, porque el partido Podemos criticó que el político popular eligiera como fecha para la celebración un viernes, un día que no está establecido para ese tipo de eventos en el Ayuntamiento de Vitoria. Sin embargo, la razón principal de atención periodística giró en torno a la posible presencia del presidente del PP y del Gobierno de España, Mariano Rajoy, a la boda. Los rumores se sucedieron durante los días previos y la expectación mediática aumentó considerablemente: “Maroto sobre su boda: Rajoy acudirá si lo considera ‘oportuno’” (Elpais.com, 10/09/2015).

Finalmente, Mariano Rajoy acudió al evento, cuyo desarrollo ocupó la atención de numerosos medios con unas piezas que se desplazaban del interés político del hecho (un líder político que defendió la inconstitucionalidad de una ley celebra un acto ejecutado en el amparo de esta) a la crónica social e, incluso, el cotilleo:

- “Maroto y su pareja ya son matrimonio” (Elpais.com, 18/09/2015).
- “Rajoy y la cúpula del PP festejan el matrimonio homosexual de Maroto” (El País, 19/09/2015).
- “La conga de Rajoy y el PP” (Elpais.com, 19/09/2015).
- “Las dos bodas de Javier Maroto” (Elmundo.es, 19/09/2015).
- “La cúpula del PP arropa a Javier Maroto y a su flamante marido” (ABC, 19/09/2015)

El hecho de que el diario ABC y El Mundo desplazaran a las secciones Gentes y LOC (La otra crónica), respectivamente, la cobertura de la boda de Maroto da suficientes pistas sobre el tipo de aproximación que la prensa hizo al enlace del político popular con su novio,

contraer matrimonio. Disponible en: <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2005-11364>>. Acceso en: 20 out. 2017.

contemplado desde la óptica del periodismo de gente famosa. Esta tendencia se mantendría y se consolidaría en posteriores episodios en los que el matrimonio volvería a colocarse bajo el foco mediático, en un ejercicio que puede ser interpretado como una estrategia con la que los medios tratan de legitimar el convertir la orientación sexual de unos políticos en noticia. Serían informaciones que se adentran en la vida privada de la pareja y da cuenta de ella recuperando viejos estereotipos ligados al individuo gay. Así, por ejemplo, en la crónica “Javier Maroto y su marido disfrutaban del ‘ambiente’ madrileño hasta la madrugada”, publicada por la sección Vanitatis del diario digital El Confidencial, y que está dedicada a la crónica rosa, leemos que la pareja se dejó ver “en una discoteca de ambiente gay de la capital en compañía de unos amigos, disfrutando de la música, el bullicio y la temática de la fiesta”. En otra pieza, titulada “El fiestón de Javier Maroto en Estocolmo, tras el fracaso en Eurovisión” y publicada en la sección Políticamente Incorrecto del diario digital El Español, los autores que la firman señalan que, aunque el político popular fue al evento con su marido, “también tuvo tiempo para hacer nuevas amistades” y que se le vio “en actitud muy cariñosa con algunos de sus amigos” (ver Imagen 3), unas afirmaciones que fácilmente conectan con el estereotipo de dificultades para ser fieles con el que se ha asociado tradicionalmente al hombre gay.

Imagen 3: Fotografía que acompaña la noticia “El fiestón de Javier Maroto en Estocolmo, tras el fracaso en Eurovisión” publicada por el cibermedio El Español (16/05/2016).



Javier Maroto charla animadamente con un eurofan en la fiesta posterior al festival

Fuente: El Español. Disponible en: <https://www.elspanol.com/corazon/20160515/124987604_0.html>.

6. Conclusiones

El análisis realizado a partir de la cobertura mediática recibida por Miquel Iceta y Javier Maroto, dos hombres políticos gays, evidencia algunas particularidades sobre cómo el periodismo español se ha aproximado a esta realidad. Si bien es cierto que, a diferencia de la tradición anglosajona, los medios españoles no han practicado el *outing*, sí han sido un elemento importante para la salida del armario de aquellos políticos que han querido dar el paso desde la perspectiva de la responsabilidad hacia la comunidad gay (*coming out*). Estas iniciativas han

sido acogidas sin estridencias por el discurso informativo, aunque, como vimos, las firmas de opinión de algunos medios conservadores, como ABC, se han mostrado contrarios al hecho y, en su crítica, han abusado de estereotipos y prejuicios en torno a la homosexualidad.

Pese a que el transcurso de los años y las mejoras legislativas han normalizado las relaciones entre parejas del mismo sexo en España, la cobertura de la boda de Javier Maroto indica que la identidad gay de los políticos españoles continúa siendo un hecho rodeado de interés periodístico, aunque el enlace se celebrara diez años después de la modificación legal que permitió estas uniones. Además, su desplazamiento de la esfera política a la de la crónica social o prensa rosa permite que la aproximación mediática subraye aspectos y cuestiones que, como se observó, recuperan fácilmente estereotipos culturalmente establecidos en torno a la figura del gay en la sociedad heteropatriarcal, ofreciendo de este modo una cobertura que se sitúa a medio camino entre la frivolidad y la rumorología asociada al conflicto. Este trabajo evidencia, así, que, aunque la prensa española no haya llevado a cabo publicaciones propias del *outing*, su discurso sobre el político gay no deja de presentarlo como “el otro”, pues las informaciones que aluden a estos actores se justifican a partir de aspectos que despiertan curiosidad y que, por tanto, se presuponen extraños para el lector tipo que estos medios proyectan a la hora de decidir los criterios de selección y los enmarcados de sus contenidos. Futuras investigaciones deberán profundizar en esta reflexión así como en la evaluación de la cobertura de los políticos gays desde las páginas de la crónica social como posible estrategia de resituar las sexualidades no normativas en el ámbito de lo privado pese a su visibilidad pública.

Referencias

ALIAGA, Juan Vicente; CORTÉS, José Miguel García. **Identidad y diferencia**: sobre la cultura gay en España. Barcelona: Editorial Egales, 1997.

BROWN, Jane D. Mass Media Influences on Sexuality. **The Journal of Sex Research**, Nova Iorque, v. 39, n. 1, p. 42-45, 2002.

CARRATALÁ, Adolfo. La información en prensa española sobre casos de violencia en parejas del mismo sexo. **Revista Latina de Comunicación Social**, San Cristóbal de La Laguna, v. 71, 2016. Disponible en: <<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1083/03es.html>>. Acceso en: 28 out. 2017.

CARRATALÁ, Adolfo. La relación eufemística de la relación gay en el periodismo serio. **Miguel Hernández Communication Journal**, Elche, v. 2, 2011. Disponible en: <<http://www.mhcj.es/mhcj/article/view/36/67>>. Acceso en: 18 out. 2017.

COLL-PLANAS, Gerard. **La voluntad y el deseo**. La construcción social del género y la sexualidad: el caso de lesbianas, gays y trans. Barcelona: Editorial Egales, 2010.

DE JONG, Marc J. W. From invisibility to subversion. In: CASTAÑEDA, Laura; CAMPBELL, Shannon (Eds.). **News and sexuality**. Media portraits of diversity. Thousand Oaks: Sage Publi-

cations, 2006. p. 37-51.

FONTCUBERTA, Mar de; BORRAT, Héctor. **Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

GARCÍA, Marta Redondo. El sensacionalismo y su penetración en la prensa española de calidad. El «caso McCann» en El País, El Mundo y ABC. **Estudios sobre el mensaje periodístico**, v. 19, n. 1, p. 235-253, 2013.

GARCÍA, Marta Redondo. Aproximación al estudio del factor erótico como señuelo en el periodismo impreso. **Textual & Visual Media**, v. 5, 2012.

GIMENO, Beatriz. **La construcción de la lesbiana perversa**. Barcelona: Gedisa, 2008.

GROSS, Larry. Out of the Mainstream: Sexual Minorities and the Mass Media. **Critical Studies in Mass Communication**, v. 8, 1991a.

GROSS, Larry. The Contested Closet: The Ethics and Politics of Outing. In: WOLF, Michelle; KIELWASSER, Alfred (Eds.). **Gay People, Sex and the Media**. London: Park Press, 1991b. p. 19-46.

HUGHSON, John; FREE, Marcus. Football's 'coming out': Soccer and Homophobia in England's Tabloid Press. **Media International Australia**, v. 140, 2011.

JACKSON, Gabriel. **El puritanismo y el destino de Clinton**. [S.I.]: El País, 1998. Disponible en: <https://elpais.com/diario/1998/11/03/opinion/910047605_850215.html>. Acceso en: 15 out. 2017.

MARTÍNEZ, Ramón. **La cultura de la homofobia y cómo acabar con ella**. Barcelona: Editorial Egales, 2016.

OPPENHEIMER, Walter. **Vicios privados, interés público**. [S.I.]: El País, 2005. Disponible en: <https://elpais.com/diario/2005/09/25/sociedad/1127599208_850215.html>. Acceso en: 20 out. 2017.

RODRÍGUEZ, Manuel Bernal. La crónica de sucesos entre dos seducciones: sensacionalismo y literatura. In: ESPEJO-CALA, Carmen (Coord.). **Periodismo: propuestas de investigación**. Sevilla: Padilla Libros Editores & Libreros, 2001.

SAMPEDRO BLANCO, Víctor. La jerarquía de las identidades mediáticas. In: PÉREZ-AMAT, Ricardo et al. (Eds.). **Comunicación, identidad y género**. Madrid: Fragua, 2008.

SMITH, Donna. **Gay politicians will only achieve equality when their sexuality is no longer deemed newsworthy**. [S.I.]: Democratic Audit, 2014. Disponible en: <http://eprints.lse.ac.uk/57524/1/democraticaudit.com-Gay_politicians_will_only_achieve_equality_when_their_sexuality_is_no_longer_deemed_newsworthy.pdf>. Acceso en: 19 out. 2017.

SMITH, Donna. **Sex, Lies & Politics**. Gay Politicians in the Press. Eastbourne: Sussex Academic Press, 2012.

SOLER, Francesc. **Homonots**: converses amb deu gais que han obert camí. Barcelona: Angle Editorial, 2013.

STANYER, James. **Intimate Politics**: Publicity, Privacy and the Personal Lies of Politicians in Media-Saturated Democracies. Cambridge: Polity Press, 2013.

TATCHELL, Peter. Media mendacity over “outing”. **British Journalism Review**, United Kingdom, v. 9, n. 2 , 1998.

TORRICO VILLANUEVA, Erick R. El sensacionalismo: algunos elementos para su comprensión y análisis. **Sala de Prensa**, v. 2, n. 45, 2002. Disponible en: <<http://www.saladeprensa.org/art374.htm>>. Acceso en: 15 out. 2017.

TUMBER, Howard. Scandal and Media in the United Kingdom: from Major to Blair. **American Behavioral Scientist**, Arizona, v. 47, n. 8, 2004.

VESLASCO, Irene Hernández. ¿Por qué los italianos le perdonan todo a ‘Il Cavaliere’?. [S.I.]: El Mundo, 2009. Disponible en: <<http://www.elmundo.es/elmundo/2009/06/06/internacional/1244319019.html>>. Acceso en: 19 out. 2017.

WICK, Ronald F. Out of the Closet and Into the Headlines: ‘Outing’ and the Private Facts Tort. **The Georgetown Law Journal**, Washington, v. 80, p. 413-433, 1991.