



Una realidad incontestable: islamofobia en los medios

Resumen ejecutivo

¿Qué es el Observatorio de la Islamofobia en los Medios?

El Observatorio de la Islamofobia en los Medios es una iniciativa del Instituto Europeo del Mediterráneo (IEMed) y la Fundación Al Fanar para el Conocimiento Árabe, con el apoyo de la Fundación Tres Culturas del Mediterráneo, Casa Árabe, y la Fundación Euroárabe, a la que se suma el campus Excelencia Mare Nostrum (Universidad de Murcia) en 2018. Creado con una vocación propositiva, cuya finalidad no es la crítica ni el ataque a los medios de comunicación, el Observatorio proporciona herramientas para normalizar la representación de una sociedad diversa y dar a conocer la islamofobia como forma de discriminación.

Metodología

Durante el año 2017 se examinaron más 1600 artículos de seis periódicos nacionales españoles: *El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *La Vanguardia*, *eldiario.es* y *20 minutos*. Las noticias se someten a un análisis cuantitativo y cualitativo, y el grado de islamofobia se clasifica en función del “semáforo de la islamofobia”, cuyos colores determinan los distintos grados detectados: rojo (islamofobia activa), ámbar (islamofobia pasiva) y verde (no presenta islamofobia).

Todos los detalles sobre la metodología utilizada pueden consultarse en la [web](#).

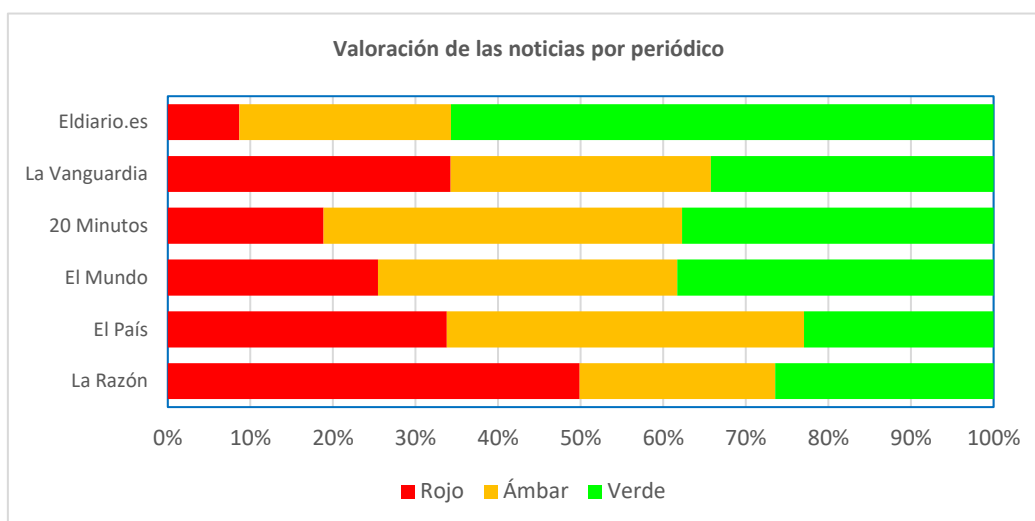
Malas prácticas detectadas

1. Titulares sensacionalistas
2. Uso exagerado y no fundamentado de cifras (falso cientifismo)
3. Uso erróneo y/o abuso de vocabulario propio de la doctrina islámica
4. Falta de fuentes, enlaces y datos que corroboran las tesis sostenidas
5. Desconocimiento de la demografía española y tendencia a etiquetar como extranjeros a los musulmanes españoles y/o afincados en España
6. Demonización de la religión islámica
7. Referencias al islam como ideología militar
8. Demandas legítimas de la población musulmana son retratadas como “una imposición caprichosa”
9. Retrato sexista de las personas musulmanas
10. Instrumentalización de las comunidades LGBTI (homonacionalismo)

11. Generalizaciones que estigmatizan a menores, mujeres y varones musulmanes (o considerados como tales)
12. Visibilización de un «choque de religiones»
13. Negación de la existencia de la islamofobia
14. Instrumentalización del islam para abordar todo tipo de temas no relacionados

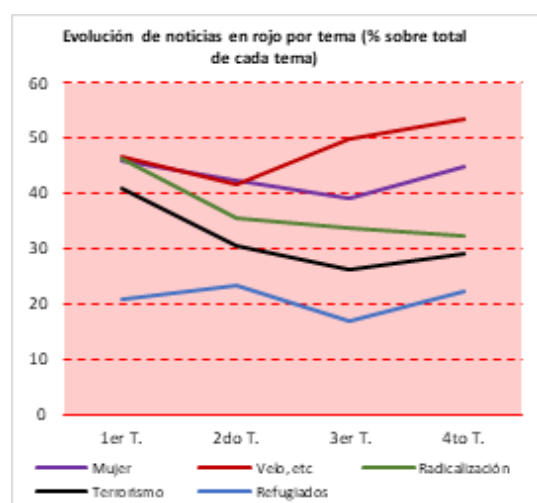
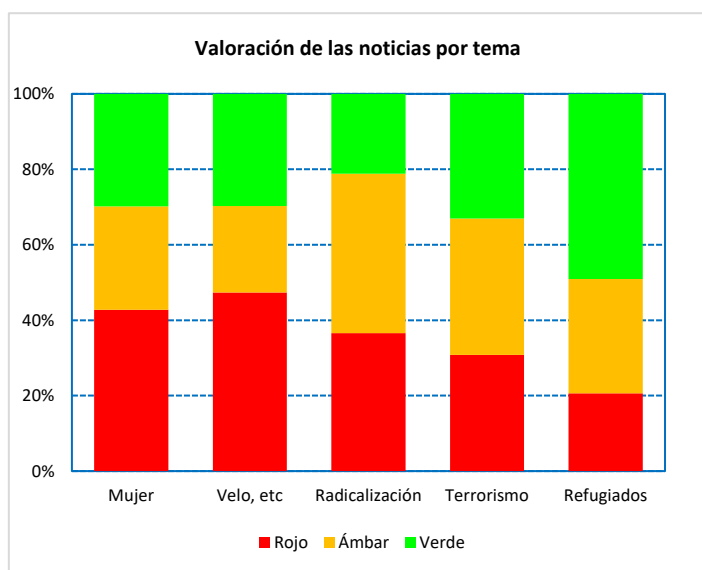
Resultados

- La mayoría de artículos sobre islam y/o musulmanes son islamófobos: el 60% de las noticias analizadas en 2017 son islamófobas (pasiva o activamente).
- La opinión es más islamófoba que la información: el 72% de los artículos de opinión son islamófobos.
- El islam se asocia a elementos negativos: El 90% de las noticias sobre el islam y/o musulmanes hacen referencia a un aspecto negativo.
- La cuestión del terrorismo domina la información en torno al islam: de 1.659 artículos examinados, 1.150 tratan sobre terrorismo.
- La islamofobia de género es flagrante: más del 65% de los artículos analizados que tratan de mujeres musulmanas o del velo son islamofóbos.



- *La Razón*, el mejor alumno: entre los diversos medios de comunicación analizados, *La Razón* es el que ha más mejorado durante el año 2017, pero también era el periódico que partía de mayores cotas de islamofobia. Como media, el 50% de las noticias sobre el islam publicadas en *La Razón* en 2017 son claramente islamófobas (rojo), a las que cabe añadir el 25% clasificadas en color ámbar.
- El 80% de las noticias de *El País* sobre islam y/o musulmanes son islamófobas, aunque en este caso predominan las noticias clasificadas como ámbar.

- El 66% de las noticias de *eldiario.es* relacionadas con el islam obtuvieron una valoración verde (no islamóforas).
- Tras el atentado del 17-A, se percibe una cierta contención en cuanto a la información y, de hecho, el porcentaje de islamofobia se reduce
- Se constata una evolución positiva en el discurso sobre los refugiados. Casi el 60% de los artículos sobre refugiados tratan esta cuestión de forma más positiva y con menos opiniones islamóforas.



Recomendaciones

Fruto del trabajo de detección y análisis de contenidos islamóforos en la prensa escrita, el informe incluye también recomendaciones en línea con la vocación propositiva y de colaboración con los medios:

- Evitar el sensacionalismo y las generalizaciones
- Acabar con las referencias inapropiadas a la religión, la etnia o la cultura.
- Prestar atención a la elección del título así como a las imágenes utilizadas.
- Dar voces de personas musulmanas que destacan por sus méritos y no por su fe
- Dar visibilidad al feminismo dentro de las comunidades musulmanas
- Comprobar la información con fuentes fidedignas y equilibrar la fuentes
- Denunciar los partidos o políticos que se alimentan de la islamofobia para arañar votos
- Usar una terminología correcta y justa