

El Observatorio:
un proyecto más que necesario _____

En numerosas ocasiones se ha puesto a España como ejemplo, incluso como caso excepcional, por la percepción positiva existente en cuanto a la integración de los grupos de migrantes en general y, en particular, de las comunidades musulmanas llegadas en las últimas décadas. Buena parte de esta percepción se basa en la excelente reacción de la ciudadanía tras los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid y del 17 de agosto de 2017 en Barcelona y Cambrils. Pero más allá de sensaciones y percepciones, existen datos que así lo atestiguan, tal como resalta Marina del Corral Téllez, secretaria general de Inmigración y Emigración, en la presentación del informe-encuesta *Evolución del racismo, la xenofobia y otras formas de intolerancia en España* (Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia, OBERAXE, 2017):

Los resultados del análisis longitudinal de la encuesta «Actitudes hacia la inmigración» desde 2007 permiten concluir que los españoles aceptan la diversidad y son tolerantes con los que vienen de países terceros, y además las actitudes han ido mejorando a lo largo del periodo estudiado.

A pesar de este esperanzador panorama, en los últimos años han empezado a surgir indicadores que cuestionan o plantean una posible inversión de la citada excepcionalidad respecto al modo en que la sociedad española ha conseguido asimilar un cambio tan importante en su composición demográfica en las últimas tres décadas. Según datos del Padrón Municipal de Habitantes, en 1998 los extranjeros representaban el 1,6% del total de la población. En 2015, este número superaba ligeramente los cinco millones de personas, un 10,1% de la población empadronada.¹

En este sentido, los datos referidos concretamente a la comunidad musulmana en España proceden de los pocos estudios que sobre este tema se han publicado en nuestro país. Tales informes apuntan a un incremento muy relevante de casi un 1.200% de los episodios islamófobos, que, como se recoge en los informes de la Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia entre 2014 y 2017, han pasado de 49 a 546. Este repunte en España se acompaña con un aumento del fenómeno en todo el ámbito europeo. En junio de 2017 la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI, por sus siglas en inglés) del Consejo de Europa alertaba de que:

¹. Mercedes Fernández, Consuelo Valbuena y Raquel Caro, *Evolución del racismo, la xenofobia y otras formas de intolerancia en España. Informe-Encuesta 2015*, Madrid, Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE), 2017. [Acceso: 14-06-2018].

Los miedos existentes y las crecientes incertidumbres han sido acaparados por varios movimientos populistas nacionalistas y xenófobos en toda Europa, que han logrado promover un clima político en que los extranjeros aparecen como una amenaza a la propia identidad, cultura y prosperidad económica. Los insultos racistas son cada vez más habituales y el discurso del odio xenófobo ha alcanzado cotas sin precedentes.²

Los medios de comunicación, junto con las declaraciones de los gobernantes y políticos, tienen un papel fundamental en la formación del imaginario de la población europea sobre el islam y sobre las comunidades musulmanas. El incremento de la islamofobia en los discursos políticos y en los medios revierte en un incremento de la islamofobia entre la opinión pública. Como alerta el informe de Respect Words de 2017:³

La cobertura periodística de las diversas comunidades minoritarias de Europa puede caer fácilmente en la trampa de reproducir estereotipos que refuerzan las expectativas existentes de la audiencia. De manera similar a la situación migratoria, esto contribuye a crear una brecha entre la percepción pública sobre los integrantes de las minorías y la realidad, una dinámica que aumenta el riesgo de conducir a su discriminación.

El informe del OBERAXE anteriormente citado apunta además al hecho de que «la población encuestada percibe que los medios de comunicación dan una cobertura excesiva del fenómeno migratorio y que ofrecen una visión negativa del mismo». De hecho, en los últimos años han surgido estudios y publicaciones que daban la voz de alarma de la creciente islamofobia presente en los medios de comunicación, también españoles.⁴ Sumando estas alertas a los datos y valoraciones de informes realizados en otros países europeos, se refuerza esta idea de la creación de un «problema musulmán» en Europa.

Según el estudio *L'islam, objet médiatique* (Bourekba, 2016), el islam en los medios franceses raramente se utiliza para hablar estrictamente de religión, sino para adjetivar

². *Annual Report on ECRIS's Activities*, periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016, Estrasburgo, ECRI-Council of Europe 2017. [Acceso: 14-06-2018]. [Traducción del autor]

³. *Informar sobre procesos migratorios y minorías. Enfoque y directrices*, Sevilla, Respect Words, 2017. [Acceso: 14-06-2018].

⁴. Sara Piquer Martí, «La islamofobia en la prensa escrita española: aproximación al discurso periodístico de *El País* y *La Razón*», *Dir st Hisp nicas* n° 2, 2015, pp. 137-156. [Acceso: 14-06-2018], y Manuel Alcántara-Plá y Ana Ruiz-Sánchez, «The framing of Muslims on the Spanish Internet», *Lodz Papers in Pragmatics*, vol. 13, n° 2, publicado *online*, 19-12-2017. [Acceso: 14-06-2018].

a organizaciones, corrientes ideológicas o políticas, ya sean del mundo árabe o relacionadas con los musulmanes de Europa. Este hecho, además del acompañamiento frecuente de la palabra musulmán o islam con adjetivos como fundamentalista, rigorista o salafista, y de la creciente presencia de artículos de opinión claramente islamófobos, construye una imagen distorsionada de la realidad musulmana.

Según los datos del proyecto europeo *Countering Islamophobia through the Development of Best Practice in the use of Counter Narratives in EU Member States*, se identificaron diez discursos islamófobos dominantes y hegemónicos en Francia, Alemania, Bélgica, República Checa, Hungría, Portugal, Grecia y Reino Unido.⁵ Estas narrativas describían a los musulmanes de forma colectiva como (en orden descendiente de frecuencia) «una amenaza para la seguridad», «no asimilables», «una amenaza demográfica», «una amenaza de islamización», «una amenaza para la identidad local, nacional y europea», «responsables de la opresión de las mujeres», «esencialmente diferentes y violentos», «ciudadanos incompletos», «una amenaza para la mayoría», y «esencialmente homófobos». Se identificó un ambiente islamófobo que está empeorando en los contenidos mediáticos, el discurso político y las experiencias de discriminación, lo cual indica una nueva hostilidad contra los musulmanes, cada vez más aceptada en diferentes esferas de la vida cotidiana.

Estos indicadores nos impulsaron a poner en marcha una iniciativa que analizase de forma rigurosa cómo se cubre en los medios españoles la información sobre el islam y las comunidades musulmanas. Para ello se creó el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, dirigido por la Fundación Al Fanar para el Conocimiento Árabe (Madrid) y el Instituto Europeo del Mediterráneo - IEMed (Barcelona), y con el apoyo de cuatro instituciones públicas que comparten la visión estratégica y la preocupación por la creciente incidencia de este fenómeno; a saber, la Fundación Tres Culturas del Mediterráneo (Sevilla), la Casa Árabe (Madrid-Córdoba) y la Fundación Euroárabe de Altos Estudios (Granada), a las que se suma en 2018 el Campus de Excelencia Mare Nostrum (Universidad de Murcia). Los objetivos generales con los que se crea el Observatorio son cuatro:

1. **Promover el debate** sobre la responsabilidad de los medios a la hora de crear **estereotipos e imágenes distorsionadas de estas comunidades.**
2. **Avanzar hacia una cobertura responsable** de los medios sobre esta cuestión.

⁵. Elsa Mescoli, «Dominant Islamophobic Narratives - Comparative Report», CIK Working Paper n° 3, Leeds, University of Leeds, 2017. [Acceso: 14-06-2018].

3. **Difundir mensajes positivos** de diversidad e interculturalidad relacionados con la comunidad musulmana a través de los medios.
4. Todos estos objetivos convergen en uno solo, que es **contribuir a la inclusión de la comunidad musulmana como parte de la sociedad europea**, evitando su criminalización y marginación, factores determinantes en la promoción del odio y de la penetración de idearios fundamentalistas en la sociedad.

El Observatorio, a través de sus múltiples encuentros con actores y representantes de la sociedad civil, de las instituciones y del ámbito del periodismo y la comunicación, se marcó también una serie de objetivos específicos alrededor de los cuales gira su labor:

1. **Observar:** convertirse en una herramienta para generar conocimiento sobre cómo se informa acerca del islam y de los musulmanes.
2. **Analizar:** convertirse en una herramienta para informar sobre cómo combatir la islamofobia.
3. **Formar:** convertirse en una plataforma de colaboración con los medios de comunicación y el ámbito profesional del periodismo.
4. **Conectar:** convertirse en un enlace entre el mundo académico, los medios de comunicación, las instituciones y la sociedad civil.
5. **Empoderar:** actuar como plataforma para promover voces musulmanas en los medios de comunicación.

Uno de los aspectos centrales del trabajo del Observatorio es realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de la situación. El análisis cuantitativo nos permitiría – por primera vez en España, y de algún modo también en Europa–, obtener datos y cifras concretas sobre frecuencias, temporalidades, contextos, etc., obtenidas de forma científica, para constatar el alcance del fenómeno en los medios. Para realizar esta labor se creó una metodología consensuada por académicos, periodistas y miembros de la comunidad musulmana en una reunión de trabajo celebrada el 21 de marzo de 2017 en Barcelona. En dicha metodología (disponible en nuestra web <http://www.observatorioislamofobia.org/metologia> y en el Anexo) no solo se establecen los criterios para clasificar según su grado de islamofobia (rojo, ámbar o verde) los artículos analizados, sino también las palabras clave que se identificarán y el campo semántico relacionado, el alcance geográfico y su autoría (sólo artículos firmados por periodistas, dejando fuera los de agencia o firmados por la redacción en su conjunto):

“Es necesario centrarse en noticias que tienen lugar en el contexto español/europeo por dos razones. En primer lugar, debido a la urgencia: la islamofobia desenfrenada en Europa necesita de un esfuerzo importante en monitorizar cómo la realidad de la diversidad se refleja en la prensa escrita. Segundo, sin subestimar el papel de los medios de comunicación a la hora de reproducir generalizaciones sobre el denominado “mundo árabe” o “islámico”, el Observatorio tendría dificultades en poder abarcarlo debido a la complejidad y amplitud de la realidad internacional”.⁶

La decisión de centrarse solo en prensa escrita para hacer este primer seguimiento responde a la limitación de recursos y al trabajo ingente de analizar y sistematizar la información producida en el segmento acotado, además de la consideración de la prensa escrita como fuente principal de información y opinión. A pesar de la crisis de los medios de comunicación tradicionales frente a la emergencia de nuevos medios fruto de la «revolución digital», constatamos el peso de las publicaciones en prensa escrita en otros medios, tanto audiovisuales como escritos y, especialmente, del entorno digital.

De este modo, se eligieron seis periódicos (*El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *La Vanguardia*, *eldiario.es* y *20 Minutos*) cuya selección tenía la voluntad de incluir la mayor diversidad posible tanto en ideología, difusión, modelo de negocio, soporte, ámbito geográfico de influencia, etc. A pesar de que las versiones digitales y la de papel de los periódicos no son coincidentes al 100% se decidió hacer un seguimiento de las versiones digitales por cuestiones prácticas pero también por los retos y especificidades que presenta este soporte, tanto por su creciente peso a la hora de informarse, sobre todo por los sectores más jóvenes de la sociedad, como por la permanencia y la durabilidad del contenido que se publica, la audiencia potencial alcanzada por las redes sociales y la facilidad con la que se puede compartir el contenido.⁷

En cualquier caso, el análisis y la sistematización de datos no pretendía convertirse en una forma de fiscalización de los medios, sino en un trabajo colaborativo y propositivo entre diversos ámbitos, como se puede leer en la cabecera de nuestra metodología. El Observatorio no debe entenderse como «un ataque» hacia los medios de comunicación, sino como una aportación para proporcionar herramientas que faciliten la representación de una sociedad diversa.

⁶. Relatoría del Encuentro «Islamofobia y medios de comunicación: el papel de la prensa escrita», IEMed, Barcelona, 21 de marzo de 2017.

⁷. Olga Jubany y Malin Roiha, *Las palabras son armas. Discurso de odio en la red*, Universitat de Barcelona Edicions, Barcelona, 2018.

El principal canal de visibilización del trabajo del Observatorio es la web www.observatorioislamofobia.org que, junto con las cuentas en redes sociales (@ObsIslamofobia) son los principales instrumentos para trabajar en la toma de conciencia de un fenómeno que, al igual que ha ocurrido con otras lacras estigmatizadoras como el machismo o el racismo, debe disminuir y acabar por desaparecer de nuestros medios. El constante crecimiento en seguidores en redes sociales y visitas a nuestra web parece indicar que vamos por el buen camino, con nuestra apuesta por la información en positivo. No en vano, la inmensa mayoría de nuestras publicaciones en la web tienen un sentido constructivo, desde la documentación seleccionada sobre el tema a las narrativas alternativas, pasando por otras iniciativas similares o artículos escritos por expertos para nuestro proyecto.

La relación tanto con los medios como con la sociedad civil son dos pilares del Observatorio. Por ello, se mantiene una comunicación constante con periodistas y redacciones, por una parte, para intercambiar opiniones, ya sea a través de contactos directos o de las reuniones que el Observatorio ha organizado a lo largo del año. Cabe señalar que el proyecto ha despertado el interés de algunos medios que han concretado entrevistas con nuestro equipo o han solicitado artículos sobre el tema para publicarlos en sus propios medios.

Por otra parte, las aportaciones de la sociedad civil, ya sean a título personal o a través de organizaciones, son fundamentales para tomar el pulso a la sociedad en general y a la comunidad musulmana en particular, para valorar sus percepciones y difundir iniciativas, campañas o actos que publicamos en la agenda de nuestra web. Los encuentros con activistas, representantes asociativos y actores relevantes en el ámbito de la lucha contra la islamofobia han sido enormemente útiles para desarrollar nuestra labor, coordinar nuestros esfuerzos y ampliar nuestros horizontes.

La participación en el proyecto se ha efectuado no solo mediante la asistencia a los encuentros y reuniones sino que, de una forma más abierta y flexible, cualquier persona puede hacer uso del enlace Colabora de la web, donde se pueden enviar no solo denuncias de artículos islamófobos sino también buenas prácticas o los citados actos para la agenda. Hasta el momento, más de 50 asociaciones interesadas en trabajar conjuntamente por una mejor cobertura de las comunidades musulmanas y el Observatorio han participado en diversos actos y conferencias en torno a la labor del mismo. Esta posibilidad de participación y compromiso se concreta además en la firma de la Declaración. “Por un periodismo inclusivo frente a la islamofobia”

www.observatorioislamofobia.org/declaraciones-observatorio-islamofobia/, que recoge la misión y los objetivos del Observatorio y que ya han suscrito más de 35 entidades.

Para finalizar, nos gustaría destacar el principal logro de la puesta en marcha de este proyecto que es, principalmente, haber conseguido singularizar la islamofobia y concienciar a los medios de comunicación de la importancia de velar por una correcta visibilización del islam y los musulmanes en la prensa. Los distintos encuentros y debates organizados a lo largo del último año nos han dejado, más allá de la información estadística y analítica del Observatorio, de gran relevancia, una cruda constatación: la enorme brecha existente entre ciudadanía musulmana y medios de comunicación.

La necesidad de establecer puentes, canales de comunicación seguros y fiables, crear vínculos de confianza entre informadores y «sujetos de información» y ayudar a generar discursos en los que todos ellos se sientan cómodos, unos en su labor de periodista y los otros en su posición de protagonistas de la información, es un compromiso que el Observatorio ha adquirido junto a su labor de observación, análisis y formación. En tiempos de discursos populistas en alza, de alertas y amenazas securitarias y de instrumentalizaciones fáciles de la cuestión de la diversidad y la diferencia, conseguir sortear esta brecha no es tarea fácil y, precisamente por ello, merece nuestro más encarecido empeño.