

## Contra la islamofobia, más y mejor información

*Felipe Sahagún* \*

---

Los periodistas estamos para informar. Con conocimiento, rigor, honestidad, imparcialidad, precisión, equilibrio, datos y testimonios contrastados.

Como todos los seres humanos, los periodistas vemos el mundo con las lentes que nos ha ido poniendo la vida desde que nacemos. La mayoría compartimos las actitudes, los temores, los prejuicios y los estereotipos de nuestros padres, amigos, escuelas, iglesias, trabajo, partido, profesores y héroes a los que admiramos, libros que hemos leído, películas que hemos visto y experiencias vitales que nos han dejado huella. Casi todos somos hijos de nuestra tierra, familia, cultura y tiempo, de lo que oímos, vemos, leemos y vivimos.

El gran reto del buen periodista es cuestionar permanentemente su visión del mundo y luchar cada día por salvarse de sus prejuicios, de sus estereotipos y, cada vez más, de las campañas de desinformación, hoy aceleradas e intensificadas por Internet y las redes sociales.

Si, como demuestran los principales análisis de contenidos en Europa y en Estados Unidos, seguimos desinformando de forma grave y reiterada sobre el islam y los musulmanes, lo primero que falla es el conocimiento y/o el cumplimiento de las normas básicas incluidas en los principales libros de estilo de los grandes medios.

En uno de los más prestigiosos, el de la BBC, traducido al español y publicado por la Asociación de la Prensa de Madrid en 2007, se exige «tratar con precisión, exactitud e imparcialidad todas las creencias y prácticas religiosas», «garantizar que las opiniones y creencias religiosas de un individuo, una religión o una organización o confesión religiosa no sean malinterpretadas, insultadas o discriminadas» y «respetar todas las sensibilidades religiosas al referirse a, o utilizar, nombres, imágenes, deidades, rituales, escrituras o el lenguaje propio de las distintas religiones...» (p. 133).

En el libro de estilo de *El Mundo* (edición de 1996) se prohíbe el uso de «expresiones despectivas sobre etnias, religiones o grupos determinados» y se ordena «vigilar de cerca aquellos casos en los que aparentemente una mención no es racista, pero en el contexto resulta serlo».

«No todo lo que se publica», admite *El Mundo*, «es periodismo. El ejercicio de este se distingue no sólo por la libertad, sino por una moralidad civil, un sentido de la responsabilidad que no siempre ha reinado en los medios informativos».

En su *Libro del estilo urgente*, Efe, la principal agencia de noticias española, enumera, como límites éticos de la información, «el respeto a las minorías y a los discapacitados, el rechazo de la violencia, del racismo y de la discriminación, la protección de los menores, la observancia de los derechos humanos y el pluralismo democrático», fronteras morales que equipara a la objetividad y la independencia profesional como criterios necesarios en el tratamiento de todas las informaciones. (p. 52).

En un capítulo sobre «cuestiones sensibles», el *Libro de estilo de la prensa canadiense* (2004) aconseja a los periodistas citar en sus artículos detalles identitarios delicados como la religión sólo cuando sea «verdaderamente pertinente» para la noticia (p. 19). En la cobertura de casos criminales, propone evitar referencias a la religión, la raza, el partido político, la profesión o la cualificación de la persona «si no tienen una relevancia directa en el caso».

Se advierte igualmente a los periodistas que se abstengan de presentar a personas como categorías, especialmente tratándose de una religión con más de 1.700 millones de creyentes, como si la responsabilidad penal fuera compartida y no individual.

Hasta la revisión de 2017, el *Libro de estilo* de la agencia Associated Press, considerado guía esencial para miles de periodistas, no admitió el uso de términos como homofobia, xenofobia e islamofobia, concepto definido por el diccionario Merriam-Webster, el oficial de la Asociación de Psicólogos estadounidenses, como «el odio irracional de, la aversión a, o la discriminación del islam o de personas que practican el islam».

No obstante, advierte que el uso de estas palabras debe limitarse a «acciones observables» y no reflejar presunciones personales sobre los motivos que provocaron tales hechos. Este cambio difícilmente se habría producido sin la avalancha de ataques xenófobos e islamófobos en los meses anteriores tanto en EE.UU. como en muchos países europeos. De hecho, *Dictionary.com* declaró que *xenofobia* era su «palabra del año» 2016, citando la propaganda a favor del Brexit y un discurso del expresidente Barack Obama sobre la retórica política de Trump.

La aplicación responsable de las normas deontológicas recogidas por el libro de estilo del diario ABC (pp. 174-181) ayudaría a evitar muchos de los casos detectados en España por la Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia desde su nacimiento

en 2011 y por el Observatorio de la Islamofobia en los Medios del IEMed y la Fundación Al Fanar desde que empezó su seguimiento de seis medios españoles (*La Vanguardia*, *El Mundo*, *La Razón*, *20 Minutos*, *El País* y *eldiario.es*) en enero de 2017.

El número de ejemplos de islamofobia identificados por la Plataforma en España, sin incluir los de Internet, mucho más numerosos, no deja de aumentar. En 2014 fue de 49, en 2015 de 278, en 2016 de 573... Aunque la islamofobia, como reconocen los autores de estos informes, es poliédrica, un repaso de los casos permite ordenar en cinco grupos los abusos más reiterados:

- Estigmatización, ofensas, insultos y calumnias.
- Explotación de miedos, amenazas y falsificación de informaciones.
- Entrevistas y artículos divulgativos de islamofobia.
- Presunta incitación, apoyo y actos de intolerancia, discriminación y violencia.
- Campañas, propaganda, música del odio, agitación en redes y activismo (*Islamofobia en España 2016. Informe anual*, p. 13).

Uno de los estudios más completos, sin precedentes hasta entonces por su exhaustividad, sobre la imagen del mundo musulmán en la prensa española antes de 2011 es el informe publicado por la Fundación Tres Culturas del Mediterráneo sobre el contenido de seis medios en 2008: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Vanguardia*, *El Periódico* y *La Razón*. Estas fueron sus principales conclusiones, basadas en el análisis cualitativo y cuantitativo de casi 10.000 piezas informativas:

- De manera categórica y general no se puede concluir que nos encontremos ante una representación islamófoba de los árabes y musulmanes en la prensa española
- Se transmite una imagen negativa y, en cierta medida, estereotipada del mundo árabe y musulmán, pero las diferencias en el tratamiento informativo y, sobre todo, editorial entre unos y otros diarios son tan evidentes que resulta difícil llegar a una conclusión común de este tipo.
- Si en algunos diarios –*La Razón* y *ABC*, sobre todo– encontramos un tratamiento orientado a la demonización y el estigma, en otros simplemente estamos ante una selección muy limitada de temas relacionados con este mundo, que al ser generalmente negativos contribuyen a generar una imagen desequilibrada y, con frecuencia, exagerada y falsa.
- La selección de una agenda informativa muy limitada respecto a los árabes y los musulmanes es una de las características comunes a todos los diarios de referencia españoles.

- Otros elementos comunes son una imagen predominantemente peyorativa, un espacio muy importante y muy crítico dedicado a la situación de la mujer en el mundo árabe y musulmán, la identificación de ese mundo con el retraso y la opresión, la vinculación del islam con el terrorismo, una visión etnocéntrica y occidentalista, y la presentación del islam y de los musulmanes como un ente homogéneo. (*La imagen del mundo árabe y musulmán en la prensa española*, pp. 146-149)

Con menos de 3,5 millones de musulmanes a comienzos de 2018 (Pew Research Center) y un nivel de renta y educativo relativamente más elevado que el de las demás minorías y de los musulmanes en Europa, el desafío de la islamofobia en Estados Unidos, tanto en los medios como en los tribunales, presenta algunos rasgos comunes y otros notablemente diferentes a los de Europa.

Según el FBI, sólo un 21% de unos 15.000 delitos de odio catalogados en el país en 2016 estuvieron inspirados por motivos religiosos, casi un 54% de las víctimas fueron judíos y menos de una cuarta parte musulmanes. Las víctimas de los casi 3.500 delitos motivados por la raza, la etnia o el origen, según el FBI, fueron negros (50,2%), blancos (20,5%), latinos (10,9%), indios aborígenes (3,8%), asiáticos (3,3%) y árabes (1,3%).

Las cifras son engañosas. En su serie sobre periodismo y terrorismo con Democracy Fund Voice, el Centro TOW de Periodismo Digital de la Universidad de Columbia, en Nueva York, ha comprobado un aumento significativo de los mensajes islamófobos y antimusulmanes en Google, Twitter y Facebook, y un escasísimo número de denuncias ante los tribunales y las fuerzas de seguridad, y en los medios de comunicación.

«Eso indica que la mayor parte de los musulmanes estadounidenses no se siente cómoda a la hora de compartir sus problemas con el FBI y otras instituciones... y que los grandes servidores de Internet deben mejorar mucho sus propias directrices, que prohíben cualquier contenido que promueva el odio contra un grupo particular», concluye TOW en uno de sus últimos informes.

Es difícil encontrar ejemplos más flagrantes de delitos de odio y de islamofobia que los asesinatos del imán Maulana Akonjee y de su ayudante Thara Uddin junto a su mezquita de Queens, Nueva York, el 13 de agosto de 2016. A pesar del excelente trabajo de *The New York Times* y de otros medios sobre el caso, ni el fiscal ni el juez lo admitieron.

«En 2015 se produjo un ataque motivado por islamofobia en Estados Unidos cada 48 horas y, según *ThinkProgress*, en los primeros ocho meses de 2016 –contando los asesinatos de Queens y el del joven Khalid Jabara por un vecino en Tulsa, Oklahoma, a mediados de agosto de ese año–, uno casi cada 13 horas», concluye el equipo de Bridge Initiative, de la Universidad de Georgetown, pionero en los estudios de islamofobia en los Estados Unidos y en Europa.

En sus numerosas publicaciones desde 2015, los investigadores de *Bridge* han detectado un reforzamiento de la islamofobia tanto en Europa como en los Estados Unidos, impulsada por el avance de la extrema derecha en 17 países europeos en los últimos cinco años y por la victoria de Donald Trump en EE.UU.

Los anuarios de la Plataforma y los informes del Observatorio en su primer año de vida han venido a confirmar tendencias señaladas tiempo atrás en tesis doctorales como la de Abdullah M. N. Alanazi sobre *El País*, defendida en la Universidad de Málaga en 2015, y la de Megan Nicholson sobre la prensa canadiense, presentada en 2011 en la universidad de Guelph.

Según el exhaustivo estudio de Alanazi sobre *El País*, el diario de información general de mayor tirada en España, el 90% de las fuentes utilizadas en su información sobre el islam y los musulmanes son occidentales y sólo un 4% de los términos islámicos o arabo-islámicos que utiliza aparece en contextos positivos (un 51% tiene un sesgo neutro y un 45% negativo) [p. 588].

Aparte del sesgo, la mayor parte de las referencias se limita a seis temas recurrentes: el terrorismo de origen supuestamente islamista, la mujer musulmana, los continuos conflictos y enfrentamientos armados entre grupos, etnias o estados islámicos, el supuesto odio y rencor de los musulmanes hacia el mundo occidental que los abocan supuestamente a una yihad violenta contra Occidente, la incompatibilidad entre islam y democracia, entre islam y modernidad, y la incapacidad de los musulmanes para integrarse, en grupo e individualmente, a las sociedades occidentales. (pp. 585-586)

En su investigación doctoral, Nicholson demostró que la imagen dominante de los musulmanes canadienses en los medios está vinculada al terrorismo, la delincuencia, las violaciones de los derechos humanos, la inmigración ilegal y la amenaza que supuestamente representan para los valores sociales de los canadienses (p. 152), pero encontró también muchas más referencias positivas de las que aparecen en estudios similares realizados en EE.UU., el Reino Unido y otros países europeos.

Una ojeada a las encuestas de Pew Research Center, Gallup, YouGov y otras desde 2011 permite observar que más de la mitad de los estadounidenses tiene una opinión «algo o muy desfavorable del islam» y que la hostilidad hacia los musulmanes va de la mano de un profundo desconocimiento del islam y de los musulmanes dentro y fuera de EE.UU. Siete de cada diez nunca han tenido relación con un musulmán, nueve de cada diez jamás han entrado en una mezquita, cuatro de cada diez se mostraron a favor de la descabellada idea de Trump de un registro nacional de musulmanes y, todavía en 2015, tras siete años con Obama de presidente, tres de cada diez daban crédito a la reiterada patraña de Trump de que Obama es musulmán.

La ignorancia, la importancia decreciente de la prensa de prestigio en la opinión de los ciudadanos, la influencia de cadenas de televisión como Fox, impulsora destacada de las peores fobias, la fragmentación de la opinión pública a causa de la digitalización acelerada de la información y las campañas masivas de los partidos y de los dirigentes populistas para desacreditar a los medios responsables que denuncian los abusos más graves explican en gran medida el aumento de la islamofobia, especialmente tras cada gran atentado, cuando los ánimos son más propensos a aceptar la manipulación y la propaganda.

Poco importa, como indica el Center for Investigative Reporting en su estudio de los 201 atentados terroristas más importantes cometidos en EE.UU. entre 2008 y 2016, que 115 de ellos fuesen obra de extremistas de derechas, supremacistas blancos con frecuencia, y poco más de la mitad (63) de personas o grupos vinculados directa o indirectamente a Al Qaeda o al Estado Islámico. Tampoco parece importar mucho que el 76% de los casos con participación de musulmanes fueron abortados antes de cometerse, mientras que sólo se frustró el 35% de los atentados de extremistas de derechas.

La identificación del terrorismo y de los terroristas con el islam y con los musulmanes, una de las más graves y más extendidas manifestaciones de islamofobia tanto en EE.UU. como en Europa, no se sostiene.

Como se señala en el primer *Anuario del terrorismo yihadista* publicado en España (primera publicación del Observatorio Internacional de Estudios sobre Terrorismo), en 2017 se cometieron en el mundo 1.459 atentados con ese origen en 42 países, pero uno de cada tres tuvo lugar en Irak y dos de cada tres en ocho países, casi todos de mayoría musulmana, ninguno de ellos occidental.

En cuanto a víctimas mortales, el 93% de las 13.634 contabilizadas fueron asesinadas por cuatro grupos terroristas (Daesh y filiales, Talibán, Boko Haram o Al Shabab) y el 98% en ocho países: Irak, Afganistán, Siria, Somalia, Nigeria, Egipto, Pakistán y Malí.

Con estos datos, resulta difícil justificar el llamado «terrorismo yihadista» como una de las dos o tres grandes amenazas para la seguridad internacional en que EE.UU. y las grandes potencias europeas lo han convertido desde los atentados del 11-S. Sin embargo, así es como aparece reflejado todavía en los informes anuales de riesgo internacional de los grandes *think tanks*. Es inevitable, por ello, atribuirlo a intereses políticos, electorales, económicos o estratégicos que poco o nada tienen ver con la realidad ni con la verdad de la amenaza, pero esta es otra historia.

¿Qué podemos y debemos hacer los periodistas para reducir la islamofobia en los medios? Mejor formación, especialización, eliminación de tópicos, cumplimiento de las normas básicas de nuestros libros de estilo, equilibrio en las fuentes (casi todas occidentales), acabar con los calificativos que jamás aplicamos a los atentados cuando los cometen católicos o personas de otra religión no islámica, liquidar estigmas, extremar las precauciones sobre fotografías e imágenes y la comprobación de opiniones y datos, denuncia permanente de los partidos, los políticos y las ideologías que se alimentan de la islamofobia para arañar votos y ganar escaños...

Si en la cobertura de conflictos en el siglo XXI es difícil progresar sin ayuda de las ONG, en la información sobre el islam es imprescindible la cooperación entre los periodistas y los centros de detección y análisis de la islamofobia. Esa cooperación no puede ser esporádica ni voluntarista. Es imprescindible para avanzar.