

Esa prensa que no nos representa

*Virtudes Téllez**, *Ana I. Planet***

*Universidad de Castilla - La Mancha (UCLM)

**Universidad Autónoma de Madrid - Taller de Estudios Internacionales Mediterráneos (UAM-TEIM)

«La gente, aunque se lo expliques mil veces, no te va a entender. ¿Por qué? Porque está la televisión, están los periódicos que informan mal sobre todo lo que está pasando».¹

«Lo que pasa es que nuestra gente [la comunidad musulmana] tiene que ser respetada. [...] Yo, la verdad, lo que más odio son las noticias, los medios de comunicación, porque van hacia un lado y van todos juntos, van hacia otro lado y van todos juntos...».²

«Pero es insuficiente si después no hay un respaldo de los medios de comunicación, porque los medios de comunicación lo son todo».³

Estas contribuciones son fruto de una investigación realizada por el Taller de Estudios Mediterráneos de la UAM en la que se analizaba la predisposición a la acción colectiva de la población musulmana residente en Madrid. Se ha considerado específicamente la población procedente de Marruecos, sus hijos nacidos o socializados en España, así como los nuevos musulmanes.⁴ La hipótesis de partida era que la *musulmanidad* de estos hombres y mujeres –entendiendo por *musulmanidad* una identidad colectiva según la cual son percibidos por el resto de la sociedad española– podría haberse constituido en un recurso para la acción. La investigación se ha basado en la explotación de los materiales discursivos generados

¹. Cita extraída de los grupos de discusión, parte de la investigación llevada a cabo por las autoras. La presente cita pertenece al tercer grupo de discusión. Participante 6, mujer joven nacida en Madrid de padres marroquíes, estudios de grado medio, desempleada. Los grupos de discusión mencionados en este artículo se reunieron durante el último trimestre de 2016. Las personas que ofrecen estos testimonios fueron seleccionadas aleatoriamente en la investigación por contar con las siguientes características: Grupo de discusión 1 (GD1): Mujeres inmigrantes de primera generación (primo-migrantes) y nuevas musulmanas. Trabajadoras no cualificadas, en paro y amas de casa. Sin estudios superiores; GD2: Hombres primomigrantes y nuevos musulmanes. Trabajadores no cualificados, en paro y amos de casa. Sin estudios superiores; GD3: Mujeres nacidas o socializadas en España. Hijas de familias migrantes que trabajan o trabajaron en empleos no cualificados. Sin estudios universitarios; GD4: Hombres nacidos o socializados en España. Hijos de familias migrantes que trabajan o trabajaron en empleos no cualificados. Sin estudios universitarios; GD5: Mujeres nacidas o socializadas en España y nuevas musulmanas. Hijas de familias migrantes que trabajan o trabajaron en empleos no cualificados. Con estudios universitarios; GD6: Hombres nacidos o socializados en España y nuevos musulmanes. Hijos de familias migrantes que trabajan o trabajaron en empleos no cualificados. Con estudios universitarios.

². Segundo grupo de discusión. Participante 7, hombre marroquí, residente en España desde hace 16 años, con estudios primarios.

³. Quinto grupo de discusión. Participante 6. Mujer nacida en España, con estudios superiores.

⁴. Se trata del proyecto financiado por la Subdirección General de Proyectos de Investigación del Ministerio de Economía y competitividad y dirigido por A. I. Planet y A. Ramírez, con el título «Participación política, islam y transnacionalidad en el mundo árabo-islámico y en contexto migratorio» (CSO2014-52998-C3-1-P). Agradecemos a los otros integrantes del proyecto (L. Mijares, A. Ramírez, J. Lems, F. Tahiri, D. Ahmed, D. Gil, L. Ferreiro y S. Madonia) la riqueza de la investigación compartida. La interpretación del material aquí presentada es de las autoras.

en seis grupos de discusión reunidos en Madrid que se organizaron buscando la homogeneidad necesaria para que la conversación brotara de un modo espontáneo, facilitada por las experiencias comunes nacidas de ser musulmanes, de ser migrantes, por el tipo de empleo y por el nivel de formación y de estudios.

En sus conversaciones, los participantes hacen referencia una y otra vez a su condición de trabajadores y trabajadoras, de extranjeros, de ciudadanos –y, en algunas ocasiones, de musulmanes– desde donde explican y dan sentido al lugar que ocupan y al que aspiran a ocupar en la sociedad española. Su vida cotidiana como madrileños se desarrolla en diferentes espacios de la ciudad (el metro, el «cercanías», la puerta de la escuela, el lugar de trabajo, el gimnasio...), espacios donde se sienten interpelados por otros miembros de la sociedad, por instituciones (escuela, empresas) y por actores de otros escenarios (Marruecos) pero también, y de modo muy destacado como veremos, por los medios de comunicación.

Ciertamente, los participantes muestran una enorme desconfianza hacia los medios de comunicación. Reconocen la importancia que estos tienen como fuente de información sobre el islam y las personas musulmanas para el conjunto de la sociedad, aunque desde su punto de vista hay otras fuentes más fiables. Al ser esta la primera fuente de consulta, los participantes generalmente consideran que quienes hablan desde los medios deberían ser conscientes de la responsabilidad y capacidad que tienen para remediar la falta de conocimiento sobre el islam y las personas musulmanas. Afirman unánimemente que es desde los medios de comunicación y su capacidad de (re)presentar la cotidianidad desde donde se debería trabajar para revertir su sentimiento de estar vigilados y bajo sospecha en el espacio público madrileño:

Participante 6: Es que ahora mismo la gente se guía más por la televisión que por los libros.

Participante 1: Pero la televisión no dice ninguna verdad. Yo no veo la tele porque me pongo mala...

Participante 6: Por eso te digo, ahora la gente es más ignorante por la televisión, porque ya nadie lee, ya nadie busca, ya nadie pregunta...

Participante 1: La televisión te pone lo que quiere que tú creas.

Participante 6: Claro. Ya nadie pregunta, ya nadie busca conocimiento. «Tengo una duda, venga, voy a buscar un libro». No, no. Se pasan el día viendo *Mujeres y hombres y viceversa...*⁵

⁵. Tercer grupo de discusión.

Sin embargo, las cosas no son como ellos quisieran. Los medios de comunicación son hoy por hoy transmisores de estereotipos y de estigmatización y carecen de imparcialidad. Siguiendo la anterior conversación:

Participante 6: Ahí están los prejuicios. Lo malo, los musulmanes; lo bueno, los no musulmanes. Por ejemplo, los periódicos cuando hablan de un asesinato dicen «un musulmán, un marroquí ha matado a...». Pero cuando se trata de un español, entonces...

Participante 1: ¡No dicen nada!

Participante 6: Dicen «un joven».

Participante 1: Claro.

Participante 6: «Un joven ha asesinado». Pero cuando es un marroquí, dicen: «Un marroquí musulmán ha asesinado».

Participante 1: Eso siempre se especifica.

Participante 6: O el ejemplo de Palestina con Israel. Cuando un palestino hace algún acto, ponen «un palestino terrorista», pero cuando es israelí dicen «un joven israelita se ha tenido que defender para...».⁶

De ahí que exijan a los medios un cambio en su enfoque, pasando por algo que parece básico como es la mejora de conocimiento sobre el islam y los musulmanes:

Participante 5: El problema que hay con los medios de comunicación es que nosotros hemos hablado con ellos, pero los jefes de los medios no han sido capaces de desvelar la realidad de lo que nosotros hemos dicho. Por ejemplo, cuando hubo el primer atentado de París, me acuerdo que fui a la mezquita, y en las escaleras de la mezquita que son blancas, de color rojo, un color... llamativo, a mal además de eso, nos ponían de todo, ¿vale? Eso nos lo pusieron. Al día siguiente, ¿no?, se quitó, lógicamente, pero ya los medios... los medios de comunicación de hoy en día se tienen que actualizar. ¿En qué sentido? Tienen que decir tanto lo que ha dicho la parte que supuestamente somos los negativos y la parte positiva.⁷

Para esa actualización de los medios, los participantes hacen propuestas concretas como diversificar las informaciones, para no mostrar sólo noticias negativas asociadas

⁶. Tercer grupo de discusión.

⁷. Sexto grupo de discusión.

con los musulmanes y las musulmanas –como aquellas relacionadas con terrorismo–, sino también imágenes positivas –como éxitos profesionales e implicación social de personas y asociaciones de estas comunidades:

Participante 3: Nuestra asociación está abierta a todos los medios de comunicación, siempre y cuando quieran venir a preguntarnos, pero ¿cuándo ponen un máximo interés en nosotros? [Ríe con complicidad y es seguida de murmullos cómplices de fondo]. Si ha habido algún acto terrorista, o si es para decir algo negativo de la sociedad musulmana aquí en España. Si, por ejemplo, una chica se ha llevado el premio de medicina y se llama Fátima y tiene un apellido árabe... con algo así positivo de la sociedad musulmana nadie te va a llamar.⁸

De todas las conversaciones mantenidas, se extraen principalmente dos elementos que cuestionan el proceder de los medios de comunicación cuando tratan temas relacionados con la comunidad musulmana. El primero es la relación que estos establecen entre el islam y el terrorismo. Los atentados terroristas tienen un carácter político y no religioso, matiz muy importante que los entrevistados dicen no encontrar en las noticias e informaciones publicadas por los medios españoles y que, además, «tapa» cualquier otra información posible:

Participante 3: A los medios de comunicación no les interesa vender que esta chica ha estudiado medicina, lo que les interesa es que su hermano es un terrorista, que ha ido y ha puesto una bomba en Atocha. Eso es lo que le interesa a un medio de comunicación. No le va a interesar una cosa positiva porque es lo que se nos ha vendido, lo que se nos está vendiendo y lo que se nos va a vender durante muchos años.

Participante 1: Pero, a ver, esos jóvenes ahora de 19 años que ni se enteran por dónde empieza la vida, [...] la gente también, o los medios de comunicación, [...] tienen que saber que eso es política, que no es la religión. Porque tú coges un niño de catorce años, explota una bomba. ¿Qué sabe ese niño? (Los participantes 4 y 5 dicen: «Nada»)⁹.

El segundo elemento es la relación que transmiten los medios entre el islam y las mujeres. Como con el terrorismo, identificar el islam con la sumisión de las mujeres

⁸. Quinto grupo de discusión.

⁹. Quinto grupo de discusión.

es una interpretación que muestra el desconocimiento del mensaje del islam. La denuncia que hacen los participantes es que en los medios de comunicación se prescinde de la voz de las mujeres, mostrándolas de modo confuso, reduciendo su aportación a la sociedad española sólo a la cuestión del uso del hiyab:

Participante 6: Yo en mi vida he visto, o creo que sólo una vez, en una mesa de un programa de televisión donde se discuta sobre la mujer, el hiyab y la religión musulmana, que haya una chica musulmana con pañuelo en el que ella, ELLA, pueda defenderse y explicar lo que es. No he visto ni una. O sea, tú, ¿por qué hablas de un tema que no sabes? Vas a decir cosas que son erróneas. (GD3)

La idea que se va exponiendo es, en definitiva, la amalgama, la falta de diferenciación entre individuos y el escaso matiz sobre las distintas posiciones dentro de la comunidad musulmana. El hecho de que la condena a la violencia que claramente expresan en manifestaciones y comunicados no aparezca recogida en los medios permite la generación de un discurso de odio:

Participante 5: Yo creo que los medios de comunicación tienen la obligación de sacar la realidad. Hay muchísimos musulmanes que estamos en contra [acentúa esa frase] de todo lo que está pasando y es que, además, el islam no es ninguna religión de lo que está pasando...
[...]

Participante 4: Claro... También la tele, los periódicos, los medios de comunicación...

Participante 5: Todo genera odio.

Participante 4: Siguen hablando mal de los árabes, de los musulmanes...¹⁰

Participante 5: Si fuese por nosotros seríamos capaces de hacer muchísimas cosas, llegar muy alto en el mundo laboral, sobre todo el televisivo...¹¹

Los medios de comunicación son parte del problema, pero también pueden ser parte de la solución. No sólo sería una tarea de los medios generalistas, sino también de los –escasos– medios de comunicación de contenido islámico. No obstante, la valoración de los participantes sobre estos medios tampoco es positiva en cuanto a la (re)presentación del islam y las personas musulmanas, dada su escasa difusión y audiencia:

¹⁰. Cuarto grupo de discusión.

¹¹. Sexto grupo de discusión.

Participante 4: No estaría mal que hubiese un periódico los fines de semana por ejemplo, con noticias...

Participante 2: En Telemadrid, en Granada había esa cadena...

Participante 3: el canal Granada es de musulmanes.¹²

Participante 2: Sí.

Participante 4: Yo lo he visto en Telemadrid.

Participante 4: Yo sé el canal que me dices. ¡Pero en Telemadrid, el fin de semana había una chica china, una rumana y una árabe!¹³

Es a estos medios a los que les corresponde exponer otros contenidos sobre la religión y sobre otras realidades culturales:

Participante 4: Este es el mensaje de la religión que se tiene que dar. Y hay que dar a conocer más cosas aparte de la religión para que no sea el único tema que llegue a la gente. Hoy en día tenemos las redes sociales, con un poco de apoyo en televisión... Los fines de semana, un día, media horita... que se haga un debate o algo, ¿sabes? Que hagan preguntas sobre la comida, sobre la religión... O algún periódico, por ejemplo, algo así que vaya cambiando.

Participante 6: Algo que enganche.¹⁴

Pero no únicamente a los medios de comunicación les correspondería esta tarea. Para ciertos participantes, las (re)presentaciones vergonzosas sobre las personas musulmanas no son sólo realizadas por los medios de comunicación, sino por otros musulmanes y musulmanas, cuyos actos y actitudes inciden negativamente en la reputación grupal:

Participante 3: Nosotros también muchas veces nos apoyamos en el tema de qué mal nos ven los medios de comunicación, etcétera, y nos olvidamos de que hay muchas personas de origen marroquí o de origen musulmán... Y no sólo personas de fuera, nosotros mismos muchas veces hacemos cosas de cara al público de las que luego nos sentimos muy avergonzados.¹⁵

¹². La discusión continúa aclarando el canal de televisión al que se refieren, haciendo alusión a Córdoba TV.

¹³. Cuarto grupo de discusión.

¹⁴. Cuarto grupo de discusión.

¹⁵. Sexto grupo de discusión.

Las actitudes negativas de algunos terminan siendo asumidas como propias por otros de los participantes, mostrándose así una incorporación del estigma desde el que se sienten percibidos por los no musulmanes. Así pues, algunos asumen como propia la tarea de empeñarse en la reversión de los estereotipos negativos a través de acciones individuales y colectivas –como la participación en las muestras públicas de dolor y repulsa a la violencia después de los atentados del 11 de marzo de 2004 (Téllez, 2011). Para esta tarea, los participantes asumen que no todos tienen la misma capacidad de actuación, y que eso depende de si son personas formadas – fundamentalmente los dos grupos cuyos participantes tienen estudios superiores, el quinto y sexto grupo de discusión– o no lo son. Ellos entienden que los primeros son los que pueden incidir más en un cambio de estereotipos en la sociedad española, puesto que cuentan con mejores habilidades expositivas y de transmisión de conocimientos.

Participante 5: Yo no, no soy especialista en esto y entonces no puedo hablar, pero sé que los medios de comunicación cuando hablan lanzan la palabra así y la gente tenemos que ser especialistas en el islam, el cristianismo, el budismo, todo para que puedas dar tu opinión porque, si no, nada más hablar del islam ya te tachan de...¹⁶

Para concluir, parece que efectivamente existe una coincidencia entre los participantes de este estudio a la hora de señalar la responsabilidad de los medios de comunicación en la (re)presentación del islam y los musulmanes. Esta responsabilidad, no obstante, la atribuyen tanto a la producción como a la posible solución de algunos de los problemas de esta cobertura mediática, como son la sobrerrepresentación de los aspectos negativos y la invisibilización de los aspectos positivos. Los participantes denuncian lo que parece ser una islamofobia latente presente en los medios de comunicación. No obstante, no hacen referencia durante las conversaciones estudiadas a iniciativas existentes que han estado afrontando esta situación e intentando revertirla, ya sean asociaciones –como las creadas después del 11-M, con las excepciones de la Asociación de Chicas Musulmanas - ACHIME y la Asociación de Trabajadores Inmigrantes Marroquíes en España – ATIME, que sí fueron mencionadas por los grupos de discusión– u otros organismos como la Plataforma Ciudadana contra la Islamofobia (PCCI) o el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, cuya metodología y análisis están en clara sintonía con las demandas que hacen los participantes en el estudio aquí presentado.

¹⁶. Quinto grupo de discusión.

Bibliografía

Téllez, Virtudes, *Contra el estigma: jóvenes españoles/as y marroquíes transitando entre la ciudadanía y la «musulmanidad»*, tesis doctoral dirigida por Á. Ramírez y C. Sánchez, Universidad Autónoma de Madrid, 2011.