

CONCLUSIONES.
En la buena dirección de un largo camino

Los datos que arroja el segundo informe del Observatorio de la Islamofobia en los Medios siguen reflejando una muy importante presencia de la islamofobia en los medios españoles, aunque también una mejora considerable con respecto a los datos de 2017 que invita al optimismo. Sin duda, la mejor noticia que nos deja el informe de 2018 es la tendencia positiva de las estadísticas. Si en 2017 el 62% de los artículos analizados tenía algún componente islamóforo (activo o pasivo), en 2018 desciende al 43%. Aunque sigue siendo un número muy importante, es sin duda un dato esperanzador. La islamofobia flagrante, marcada en rojo en nuestro *Semáforo de la Islamofobia* ha descendido de un 30% a un 23% en el total de la muestra. La inclusión de EFE y Europa Press en esa muestra nos ha permitido acceder a datos muy importantes, ya que las agencias son fuentes de difusión básica para todo tipo de medios y si en la redacción de sus notas transmiten mensajes islamófobos, la labor multiplicadora hará que ese mensaje negativo se expanda. Los datos siguen siendo preocupantes ya que casi la mitad de los despachos son islamófobos pero, como indicábamos más arriba, por debajo de los niveles de 2017.

La comparativa de los dos periódicos que hemos mantenido en observación (*El País* y *La Razón*) es esperanzadora puesto que ambos rotativos han registrado una mejora considerable: de un 25% de noticias ejemplo de buenas prácticas en 2017 a un 58% en 2018. El periódico del grupo Prisa es el que ha mejorado más notablemente, sobre todo teniendo en cuenta que cerró el año 2017 con prácticas islamófobas en cerca del 80% de los artículos que analizamos. El cambio en la dirección del periódico (en junio de 2018 Antonio Caño fue sustituido por Soledad Gallego-Díaz). Ese cambio no solo se ha constatado en el descenso de la islamofobia en la redacción, sino también en un aumento de casi el 100% de artículos publicados sobre el islam en 2018, un año en el que no se produjeron grandes atentados terroristas en Europa, un tema que, como veremos a continuación, suele copar la información sobre islam.

Como avanza Jordi Padilla en su análisis de las estadísticas de 2018, estos dos datos pueden explicar la mejora de los indicadores: al haber un mayor número de noticias y más noticias positivas que el año anterior, y dado que casi el 80% de las noticias positivas están marcadas como verdes, el resultado sería esa tendencia positiva. Esta tendencia, sobre todo en el caso de un periódico como *La Razón*, presente en la evolución del Observatorio desde su creación, nos hace pensar que la labor de sensibilización del Observatorio va surtiendo efecto, aunque todavía estemos muy lejos de los niveles de sensibilización en los medios de otras formas de discriminación como el machismo, el racismo o la LGTBIfobia. Y es que, aunque hayan mejorado

los datos, cuando se habla del islam en los medios españoles el número de noticias negativas sigue siendo abrumador (un 73% en 2018) y mientras desaparecen temas sociales como el de los refugiados, el terrorismo sigue siendo el asunto estrella (el 60% de las noticias publicadas).

También hay que tener en cuenta que la Metodología del Observatorio solo observa la forma de escribir del periodista y no si el lenguaje de las fuentes que este utiliza es islamóforo. En este punto hay que hacer una llamada de atención ya que en muchas ocasiones se ha detectado que las fuentes de información, con frecuencia provenientes de instituciones públicas, contienen expresiones islamófobas cuando no discursos claramente racistas hacia la comunidad musulmana. Y es que las versiones de los hechos que dan gobiernos, instituciones y organizaciones no gubernamentales parecen tener una validez incuestionable para las agencias de noticias, que a su vez cuentan con el crédito de la prensa generalista, lo que da lugar a un encadenamiento de «interferencias» en la transmisión de la información en la que entran en juego intereses políticos, institucionales, personales, empresariales, etc. Y es ahí donde el buen periodismo no debe bajar la guardia y ser crítico con los organismos o personas que difundan un mensaje contrario a la inclusión y la convivencia.

Como recuerda Rosa Meneses en su artículo *Un periodismo responsable para combatir la islamofobia* citando a J.L. Espósito, «**La islamofobia está siendo normalizada**, llevando a un discurso de odio e incluso a crímenes de odio contra los musulmanes». Un límite del discurso del odio difícil de definir, como nos ilustra Nessler Bensaid en el artículo de este informe *Entre la libertad de expresión y el discurso del odio: el olvido de la islamofobia*:

«La pugna entre Derecho y Periodismo se plasma en la eterna discusión entre **libertad de expresión** y fiscalización del **discurso de odio** [...]. Definir ambos ha sido una ardua tarea para los distintos sistemas democráticos. [...] En España el principal texto contra la discriminación y los delitos de odio es el Código Penal, recientemente modificado en 2015, dado que **no tenemos una legislación específica antidiscriminatoria**».

A la espera de un mayor desarrollo legislativo de esta cuestión cabría volver a conceptos más fundacionales del periodismo, y aquí citamos de nuevo a Rosa Meneses: «La profesión periodística, cuando observa el código deontológico y las buenas prácticas, es un medio para **contribuir al respeto de los derechos humanos** [...]. Los periodistas debemos dar cuenta de la realidad de la forma más amplia, profunda y plural posible». O incluso explorar nuevas formas de hacer

periodismo como las que proponen Jacqui Ewart y Kate O'Donnell, responsables del proyecto australiano *Reporting Islam: International best practice for journalists*.¹ Para configurar su propuesta, que han bautizado como «periodismo transformador», se basan en tres formas de hacer periodismo, a saber, el «periodismo de paz», el «periodismo constructivo» y el «periodismo de soluciones», tres enfoques que ofrecen vías diferentes para cambiar el modo en el que se redactan noticias y artículos sobre el islam y las personas musulmanas, frente a aproximaciones binarias o con el conflicto como base.

El «periodismo de paz» es un concepto que surge de los estudios sobre paz y conflictos como un periodismo de apoyo que parte de la autoconciencia crítica del periodista y pone el énfasis en cuestiones como la no violencia, la resolución de conflictos, la construcción de la paz, la mediación y la reconciliación.

Los otros dos conceptos, el «periodismo constructivo» y el «periodismo de soluciones», están relacionados con el «periodismo de paz» y se centran en técnicas de psicología positiva para involucrar al público lector, mejorar el bienestar individual y social y, por último, dirigir la atención a soluciones disponibles a determinados problemas para que se produzca un cambio.

Estas tres aproximaciones tienen un importante punto en común: el periodista es percibido como un elemento activo, no como un actor pasivo.

La institucionalización de la islamofobia de la que habla Esposito en su vertiente mediática tiene un efecto sobre las comunidades musulmanas estudiado a nivel internacional por académicos como Gabriele Marranci o Khaled Beydoun, que crea un sentimiento de estigmatización, así como de inseguridad y aislamiento social. A pesar de que, como expone Karoline Fernández en el prólogo de este informe, la situación en España respecto al racismo y la xenofobia es todavía positiva, no debemos obviar la irrupción del discurso de ultraderecha de los últimos meses en las instituciones públicas españolas. En medio de esta tendencia preocupante, los medios deben tener en cuenta que desempeñan un papel muy importante, y así lo perciben los musulmanes que viven en España, como se desprende del artículo de este informe *Esa prensa que no nos representa*, de V. Téllez y A.I. Planet, fruto de una investigación de dos años fundamentada en grupos de discusión con comunidad musulmana:

¹. Jacqui Ewart; Kate O'Donnell. *Reporting Islam: International best practice for journalists*, Londres-Nueva York, Routledge, 2018.

«Los medios de comunicación son hoy por hoy **transmisores de estereotipos y de estigmatización** [...] Los medios de comunicación son parte del problema, pero también pueden ser parte de la solución»: « [...] es desde [...] donde se debería trabajar para revertir el sentimiento [de la población musulmana] de estar vigilados y bajo sospecha en el espacio público».

Recomendaciones para seguir avanzando

A pesar de la buena noticia de la tendencia descendente de la islamofobia en los medios españoles que marca el presente informe, el análisis cualitativo de los artículos islamófobos detecta los mismos errores que se cometieron en 2017, a saber:

1. La normalización de la islamofobia a través del no cuestionamiento de discursos islamófobos y la repetición de generalizaciones donde «el islam dice esto» o «el islam opina aquello», convirtiendo a más de 1.800 millones de personas en un solo individuo que, como ya hemos dicho, es mayoritariamente objeto de noticias de contenido negativo.
2. En la línea de esta tendencia a unificar, se sigue tomando la parte por el todo al vincular a toda la población musulmana las acciones de un grupo infinitesimal que evoca el islam para justificar actos terroristas.
3. Esta sinécdoque sigue extranjerizando a la población musulmana a pesar de que la mitad son españoles de nacionalidad, divulgando estereotipos y perpetuando una estigmatización que genera sentimientos de inseguridad y aislamiento en las comunidades musulmanas.
4. Especialmente a tener en cuenta son las tentativas fallidas de narrativas alternativas que acaban cayendo en errores que las convierten en ejemplos islamófobos, generalmente por tratar la normalidad como excepcionalidad generando un sentimiento de exotismo ante situaciones que no son extraordinarias entre las personas musulmanas.

Para revertir esta mala praxis retomamos algunas de las recomendaciones que proponíamos ya en el Informe 2017, así como en nuestros análisis en la web:

1. Cuidar el lenguaje haciendo un uso correcto de la terminología.
2. Evitar reproducir sin cuestionarse la información institucional.
3. Tomar conciencia de las consecuencias de publicar informaciones islamófobas y explorar otras formas de hacer periodismo inclusivo.
4. Cumplir el código deontológico de cada medio.

5. Normalizar la diversidad de las personas musulmanas y tener en cuenta sus voces más allá de su religión.