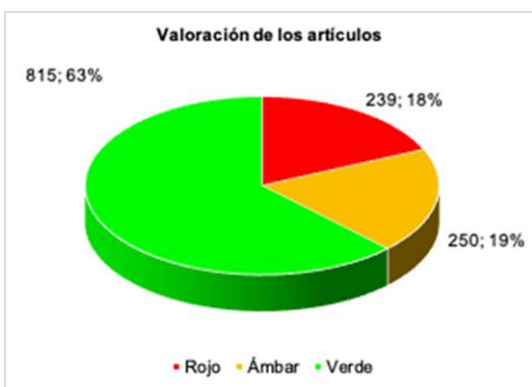


## RESUMEN EJECUTIVO INFORME 2019

En su tercer año consecutivo de trabajo, el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, presenta su informe para seguir visibilizando el debate público acerca del islam, evaluar los impactos de buenas y malas prácticas en los medios y concienciar sobre la islamofobia como forma de racismo presente en nuestra sociedad y también en nuestros medios.

Al igual que en años anteriores, se ha seguido una metodología de análisis cualitativo y cuantitativo de noticias relacionadas con el islam y los/las musulmanas en la versión digital de los periódicos: El País, La Razón, El Mundo, La Vanguardia y eldiario.es a través del Semáforo de la Islamofobia. La novedad principal este año es el análisis de los comentarios por parte de los usuarios a estas noticias.

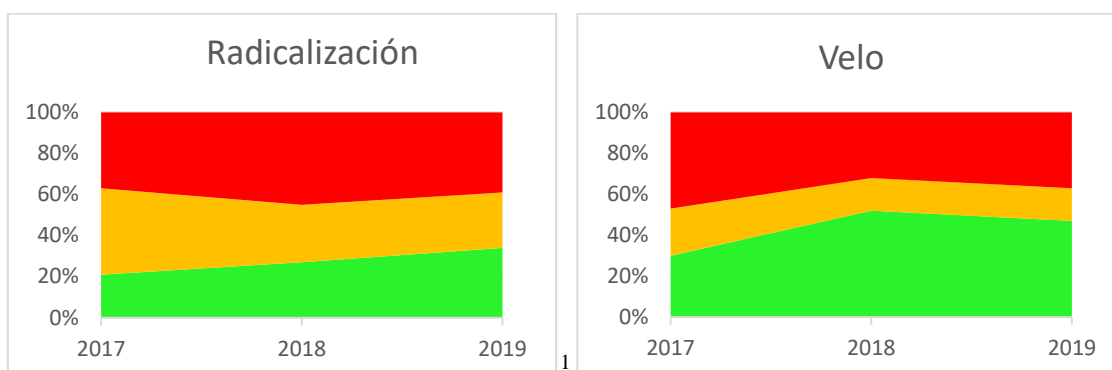


Este 2019 los resultados del semáforo reflejan que la valoración de los artículos no islamófobos en los medios ha pasado a ser un 63% frente al 57% de 2018 y 38% de 2017. Sin embargo, esta mejoría no logra ocultar que un 37% de los artículos siguen siendo islamófobos. Además tampoco hay cambios significativos en la islamofobia activa (rojo) y la islamofobia pasiva/estructural (ámbar), que

baja un punto entre 2018 y 2019.

La diferencia sigue tratándose como algo negativo tal y como demuestran los datos. Se sigue asociando negativamente el islam con temas como la radicalización, con un 66% de noticias islamófobas, o el terrorismo, con un 60%, cifras parecidas al análisis de 2018. De esta forma, se contribuye a perpetuar unas asociaciones de ideas y unas connotaciones en el imaginario colectivo que fomenta los prejuicios más ocultos de la islamofobia pasiva pues acaban asociando al islam y los y las musulmanas con la violencia.

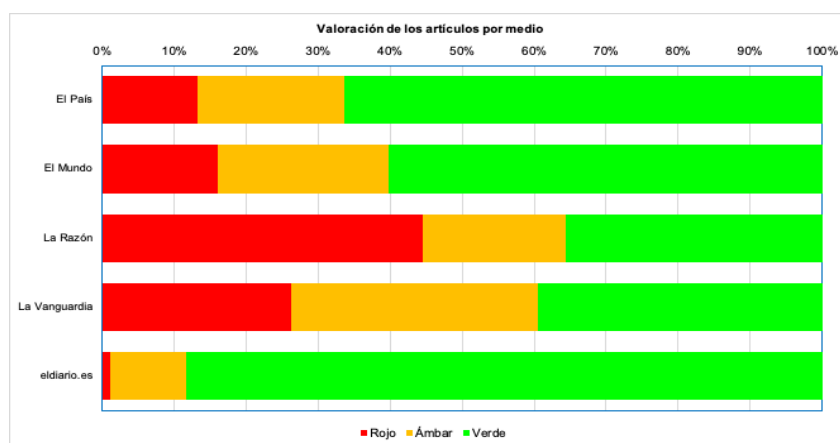
Así, por ejemplo, en *radicalización*, el dato en ámbar entre 2017 y 2018 se reduce del 42% al 28%. Sin embargo, en 2019 baja solamente 1 punto, síntoma del arraigo estructural de estos prejuicios.



Si bien la cuestión de la *mujer* mejora sensiblemente desde el año 2017, con un 58% de artículos en verde respecto al 50% de 2018, el *velo* sigue siendo el foco de la islamofobia relacionada con las mujeres musulmanas, con un 37% de artículos en rojo y un 16% en ámbar. A pesar del 47% de artículos no islamófobos sobre el velo, los datos en ámbar no han cambiado mucho en estos tres años. Así, en 2017 con un 23% de islamofobia, el ámbar disminuye hasta el 16% en 2018, y en 2019 sigue ocupando un 16%.

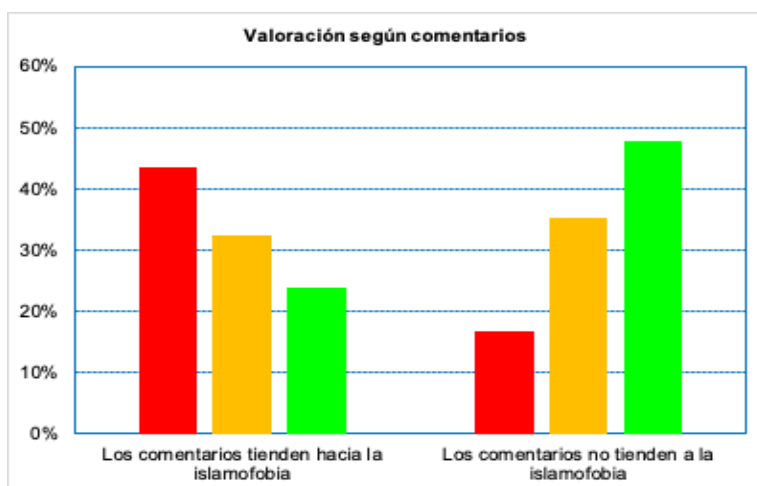
Por otro lado, aunque el tono negativo siga persistiendo, el 50% de las noticias negativas lo son sin signo alguno de islamofobia. Como demuestran algunos medios, la calidad informativa no está reñida con la negatividad frecuente de “lo noticiable” ni con el espíritu crítico ni con la libertad de expresión. Son dos los periódicos que destacan entre los intentos por un periodismo más ético y responsable: por un lado, *eldiario.es* con un 88%,

seguido de *El País* con un 66% de noticias no islamófobas.



Asimismo, por primera vez este año, los datos del análisis de los comentarios de los y las lectores hacia la noticia demuestran que cuanto menos islamófobo es el artículo, menos islamófobos son los comentarios, y viceversa. Se confirma, de este modo, la cadena de transmisión que se produce entre la información y la opinión pública.

<sup>1</sup> Gráfico de áreas apiladas con % por año y color para “Valoración de los artículos por tema” de 2017 y “Valoración de las noticias por tema” de 2018 y de 2019 en *radicalización*.



### Principales conclusiones respecto a los temas tratados:

- Los relatos sobre las mujeres musulmanas aumentan y son más plurales, pero cuando se trata del velo, suelen perder elementos de contextualización y caer en estereotipos islamófobos.
- Persiste la eterna confusión entre religión y política o la asociación entre islam y violencia.
- Se sigue extranjerizando a la población musulmana: no visibilizar la cotidianidad de las comunidades musulmanas en España las exotiza y aleja de la realidad que viven y comparten con el resto de la ciudadanía.
- Siguen siendo muy escasos los temas positivos relacionados con el islam o los y las musulmanas.

Tres años más tarde, el Observatorio constata un nivel de concienciación significativo por parte de los medios de comunicación a la hora de informar sobre hechos relacionados con el islam y las personas musulmanas. Sin embargo, sigue preocupando la islamofobia pasiva, la de color ámbar, porque refleja la falta de cuestionamiento a su carácter estructural, sistémico, lo que implica su invisibilización y complejidad a la hora de concienciar sobre un fenómeno que tiende a subestimarse por la gravedad de la aun muy persistente islamofobia activa (o en rojo). Seguir profundizando en la mejora de esta islamofobia activa y a la vez poner las bases para ir concienciando sobre la estructuralidad de la islamofobia pasiva serán los retos del Observatorio en 2020.

#### *Recomendaciones del Observatorio*

- *Hacer un uso correcto de la terminología y de las cifras y datos*
- *Prestar atención a la islamofobia de las fuentes, para evitar su reproducción.*
- *Hacer un periodismo más inclusivo, dando voz a los sujetos de la noticia especialmente.*
- *Contextualizar la información y la opinión en las noticias.*
- *Equilibrar las narrativas positivas sobre el islam y las personas musulmanas.*