

Presència del diàleg interreligiós a la CCMA: diagnosi i elaboració d'indicadors

Investigadora Principal
Amparo Huertas Bailén

Equip
José Luis Terrón Blanco, Montserrat Santamarina,
Yolanda Martínez Suárez, Saleta de Salvador Agra



ISBN: 978-84-120344-9-3

Se'n permet la reproducció, la distribució i la comunicació pública sempre que se'n citi la procedència (autoria, títol, òrgan editor) i que no es faci amb finalitats comercials. No es pot la creació d'obres derivades sense autorització expressa dels autors i de l'editor.

Edició electrònica: desembre de 2019

Títol

Presència del diàleg interreligiós a la CCMA: diagnosi i elaboració d'indicadors

Paraules clau

Religions, Diàleg interreligiós, mitjans de comunicació, pluralisme, televisió pública

Número d'expedient

2017RELIG00003 (Generalitat de Catalunya. Departament de Justícia. Direcció General d'Afers Religiosos) ¹

Investigadora Principal

Amparo Huertas Bailén

Equip

José Luis Terrón Blanco, Montserrat Santamarina, Yolanda Martínez Suárez, Saleta de Salvador Agra

¹ RESOLUCIÓ GAH/1547/2017, de 29 de juny, per la qual s'obre la convocatòria per a l'any 2017 per a la concessió d'ajuts a projectes de recerca en l'àmbit de la diversitat religiosa (ref. BDNS 353532) promoguda per la Direcció General d'Afers Religiosos del Departament de Justícia i gestionada per l'AGAUR mitjançant conveni de col·laboració, i regulada per l'Ordre GAH/1386/2017, de 14 de juny, per la qual s'aproven les bases reguladores per a la concessió d'ajuts a projectes de recerca en l'àmbit de la diversitat religiosa.

ÍNDIX

1. Objecte d'estudi	4
2. Desenvolupament de la recerca	6
2.1. <i>Corpus d'anàlisi: Cerca, selecció i grandària</i>	
2.2. <i>Anàlisi de contingut: Categories d'anàlisi</i>	
3. Resultats	9
3.1. <i>Resultats generals</i>	
3.2. <i>Característiques generals del contingut que tracta una única religió</i>	
3.3. <i>Característiques generals del contingut que tracta més d'una religió</i>	
4. Recomanacions finals	17
5. Una proposta d'indicadors per mesurar la qualitat del contingut religiós a una cadena de televisió	20

1. Objecte d'estudi

Donar visibilitat a la diversitat social de forma responsable i respectuosa és un dels principis fundadors dels mitjans de comunicació de masses a Europa. La consolidació dels sistemes democràtics europeus va anar acompanyada de la definició d'uns mitjans plurals al marge d'aspiracions comercials, atesa la seva capacitat socialitzadora (difusió de valors, coneixements, símbols,...) i, per tant, també la seva potencial contribució a la cohesió social (el sentiment de pertànyer a un projecte social que va més enllà de l'individu, però reconeixent alhora les diferències).

A aquest context històric, ubicat a la segona meitat del segle XX, parlar de comunicació i pluralisme era bàsicament resultat de considerar la necessitat d'aportar a la societat tota la informació i els coneixements necessaris per entendre l'entorn i actuar en conseqüència en qualitat de ciutadans i ciutadanes, no només a l'hora d'exercir el vot sinó també a l'hora de prendre qualsevol decisió relacionada amb la convivència i aspectes comunitaris. La paraula pluralisme feia referència bàsicament a la difusió de totes les perspectives i opinions possibles, i els reglaments específics parlaven de forma explícita de la riquesa de les societats, apuntant qüestions lingüístiques, ètniques, estètiques i espirituals.

Però l'objectiu de la nostra investigació és analitzar la presència mediàtica actual de la «riquesa espiritual» a la televisió pública. Ho fem a partir d'un estudi de cas, les emissions de les cadenes que formen part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais (CCMA).

Informar sobre la diversitat a les nostres societats és ara molt més complex que al segle passat. Per una banda, tenim la religió majoritària que, a més a més, continua tenint un paper molt destacat. El 85% dels centres de culte a Catalunya són de l'església catòlica, malgrat que les últimes investigacions apunten canvis importants pel que fa a la seva penetració. Segons el Baròmetre del mes de juliol del 2019 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), basat en 2.952 enquestes, de les quals 450 es van fer a Catalunya, el domini de les persones catòliques no practicants és evident tant a la mostra global (44,7% de les persones enquestades) com a la mostra de Catalunya (41,8%). A Catalunya, només el 10,9% de les persones enquestades es defineix com catòlica practicant. És l'índex autonòmic més baix, i molt lluny de la mitjana del total de la mostra consultada (22,7%). A més a més, Catalunya és la comunitat que presenta l'índex d'ateus més elevat (26,4%).

Sobre el seguiment de les religions minoritàries a Catalunya, aquest mateix Baròmetre indica que aquest es situa al voltant del 2% de la població (o, al menys, aquest ha estat el percentatge entre les persones enquestades). Com a complement d'aquesta última informació, podem observar el Mapa Religions de la Direcció General d'Affers Religiosos de la Generalitat de Catalunya, que ens permet conèixer la presència de les religions minoritàries, al menys d'aquelles que precisen de centres de culte específics (dades del 2018):

- Les esglésies evangèliques, amb domini intern dels pentecostals, estan presents a tot el territori amb 764 centres.
- L'Islam, majoritàriament de tradició sunnita, està present arreu del territori amb 280 centres.
- Testimonis cristians de Jehovà: 119 centres.
- Budisme: 71 centres.
- Les esglésies ortodoxes: 57 centres.

- Hinduisme: 29 centres.
- Esglésies adventistes: 24 centres.
- Església de Jesucrist dels Sants dels Darrers Dies: 15 centres.
- Taoisme, Judaisme i Fe Bahà'í tenen una presència molt més reduïda, 6, 4 i 10 respectivament.

Davant aquesta diversitat, i tenint com a focus d'interès el diàleg interreligiós, ens demanem preguntes com les següents. Té sentit continuar diferenciant entre «religió majoritària»/«de notori arrelament» i «minoritàries»? Té sentit diferenciar entre les que formen part de la nostra realitat sociohistòrica i les que hi són alienes? Si aquestes classificacions determinen jerarquies i nivells desiguals, això és compatible amb el diàleg interreligiós? A quin tipus d'espais mediàtics apareixen els no creients?

La hipòtesi que es va expandir per Europa i que indicava que el progrés ens portaria a una societat secularitzada no s'ha complert. El procés de secularització plantejava una progressiva pèrdua dels valors tradicionals a partir del fin del monopoli de la interpretació religiosa de la societat, una progressiva implantació de les regles econòmiques en l'establiment de les relacions socials en substitució de les religioses, una religió reduïda a l'àmbit privat i l'augment d'ateus i agnòstics. Però hi ha encara un altre aspecte que fa que aquest objecte d'estudi sigui de gran interès, a més a més d'incrementar la complexitat de la recerca. Amb la Il·lustració, la ciència es va consolidar com la principal eina de coneixement per sobre de les supersticions i les creences religioses, fins arribar a la consolidació dels Estats laics. De fet, la idea de la secularització com el futur més plausible és, en gran part, efecte d'això.

En definitiva, els mitjans de comunicació es veuen obligats a tractar una realitat molt complexa, que exigeix tenir coneixements específics i també una sensibilitat que pugui combinar crítica i visió integradora. Cultures, tradicions, religions que abans es podien tractar des de la llunyania – fins i tot amb matisos exòtics-, ara formen part del nostre entorn més pròxim. Per una banda, la llista de pràctiques religioses a Catalunya s'ha anat ampliant, i tampoc no podem descuidar la seva diversitat interna. I, per l'altra, també ha de tenir-se en compte l'opció de consciència no-religiosa (persones atees, agnòstiques o lliurepensadores).

Aquest treball aprofundeix al voltant del concepte de mediació, que fa referència al paper dels mitjans com a difusors de contingut religiós i la seva influència en la formació de l'opinió pública i en les pràctiques directament. No entrem a parlar sobre com la religió s'està adaptant a la lògica mediàtica -idea que ens portaria a l'anàlisi de les estratègies comunicatives de les fonts oficials desenvolupades amb la irrupció dels entorns digitals-, malgrat que és evident la seva influència sobre els missatges mediàtics. Sobre aquesta última qüestió, un bon exemple son els esdeveniments mediàtics de l'església catòlica, on aquesta es tractada com una marca.

La nostra proposta vol aprofundir sobre el tractament mediàtic de les creences religioses, especialment de les presents a Catalunya i incloent les opcions no confessionals, a partir de l'anàlisi de la programació de les cadenes de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) -en concret, a partir de l'estudi de material disponible al seu servei de vídeo a la carta-.

Ens proposem fer una diagnosi del grau de pluralisme religiós, atenent de manera especial a la visibilitat del diàleg interreligiós. Però també incorporem l'ateisme (negació de Deu) i l'agnosticisme (impossibilitat d'entendre la noció de l'absolut). A la proposta presentada l'objecte d'estudi es centrava en la qüestió del

diàleg i, a partir de les indicacions rebudes per part de la Direcció General d'Afers Religiosos, vam adoptar una mirada més amplia.

L'originalitat del nostre treball es recolza sobre tres aspectes:

- a) a) Volem observar el nivell de pluralisme religiós present a la televisió pública catalana, però incidint en com es presenta concretament el diàleg interreligiós i, a més a més, tenint en compte la diversitat de la societat catalana a partir de la informació que aporta el Mapa Religiós de la Direcció General d'Afers Religiosos.
- b) b) Volem, a partir de l'anàlisi de continguts televisius, construir un llistat d'indicadors objectius que permetin avaluar el grau de qualitat dels continguts televisius que tracten sobre religió dins dels àmbits de la informació i de l'infoentreteniment.
- c) c) Les últimes tendències a l'àmbit de l'anàlisi de contingut religiós es centren en els nous desenvolupaments digitals (apps, videojocs,...) i, des del nostre punt de vista, considerem que no podem descuidar els mitjans tradicionals, especialment els de caràcter públic. Així, al context actual, l'anàlisi dels mitjans tradicionals ha esdevingut un aspecte innovador.

2. Desenvolupament de la recerca

El projecte planteja realitzar una anàlisi sobre material audiovisual que tracta aspectes religiosos disponible al web de la CCMA, al servei online de video a la carta: [<http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/>]. Vam diferenciar entre peces unireligioses (tractament d'una única religió) i peces multireligioses (tractament de més d'una religió) i, en conseqüència, es van formar dos corpus diferenciats. Finalment el corpus amb peces unireligioses va incloure 65 unitats i, en el cas de les multireligioses, es va arribar a 41. En total, es van analitzar 106 peces.

2.1. Corpus d'anàlisi: Cerca, selecció i grandària

El procés de formació d'ambdós corpus d'anàlisi va respectar les indicacions plantejades al projecte inicial:

- Es van fer servir mots de cerca específics. Es van testar diferents paraules, fins acabar de d'establir aquella llista que aportava més resultats adients al nostre objectiu. Aquestes paraules havien d'estar presents al títol i/o a la sinopsi (text resum) elaborats per la cadena responsable de l'emissió. Però moltes vegades era imprescindible el seu visionat per acabar de comprovar la seva adequació als criteris de selecció determinats pel nostre objecte d'estudi.
- Per trobar material suficient de cadascuna de les religions -i obtenir un corpus d'una grandària total assumible a un treball d'un any de durada-, es va ajustar la temporalitat de la cerca en funció del material trobat en cada cas:
 - a) Corpus de material unireligiós: Per tres confessions va ser suficient la cerca de material corresponent a l'últim any (2018): catòlica, islam i judaisme. En relació amb les altres, es va haver d'ampliar el període de cerca, del 2015 al

2018, i, malgrat això, hi ha creences sobre les que no es va obtenir material (Adventista, Sikh, Bahaisme, Budisme). A més a més, tampoc no es van trobar peces específiques dedicades enterament a ateisme-agnosticisme.

- b) Corpus del material multireligiós: La major part del material analitzat (70%: 29 de 41) es correspon amb emissions recents, disponibles al web des de l'any 2018. La resta (30%: 12 de 41) son productes emesos entre 2015 i 2018. En aquest cas, hi ha dos religions absents a la mostra: l'adventista i els mormons, que no van aparèixer relacionades ni compartint missatge amb altres.
- Depuració del material. Un cop localitzat tot el material disponible al web, es va haver de fer un treball molt acurat per tal de garantir que totes les peces tractessin realment la temàtica religiosa (per exemple, paraules com «Setmana santa» o «Nadal» no eren garantia d'una peça sobre la religió catòlica, sinó que acostumaven a parlar d'oci i vacances) i també vam haver de controlar les duplicacions. Sobre aquesta última qüestió, van trobar programes sencers i fragments dels mateixos espais. En aquests casos, només es va considerar com a unitat mostral el programa complet. Per tant, han estat moltes les hores de visionat.
- Finalment, es va optar per analitzar tot el material trobat (univers) i, per tant, no es va haver d'aplicar cap criteri de selecció per formar cap dels dos corpus.
 - a) Corpus de material uni-religiós: 65 unitats
Tenint en compte les arrels culturals de la població catalana, resulta lògic que la religió catòlica sigui la més present, tot i que el seu percentatge tampoc no supera el 50% (26 de les 65 peces tracten aquesta religió). Hi ha quatre creences sobre les que no es va trobar material, però sobretot ens crida l'atenció les poques peces obtingudes sobre confessions amb notable presència a Catalunya. Per exemple, només el 10% tracten sobre l'església evangèlica (7 de 65). Però no volem avançar aquí aspectes que tenen a veure amb els resultats i que, per tant, seran tractats al punt corresponent amb profunditat.
En total, per fer l'anàlisi, es va visionar material amb una durada total pròxima a les 4 hores (03:45:06)
 - b) Corpus de material multi-religiós: 41 unitats
La major part de les peces (75%: 31 de 41) parlen de dues religions. Les religions catòlica i musulmana són les que tenen més presència en aquest apartat. Ambdues estan presents en 26 i 23 peces respectivament. La resta té una presència molt inferior dins de la mostra, i només han quedat fora dues. A aquest corpus, a diferència de l'anterior, si es va poder incloure l'anàlisi del tractament dels «no creients», que apareix a 11 unitats.
En total, per fer l'anàlisi, es va visionar material amb una durada aproximada d'onze hores (10:54:55)

2.2. Anàlisi de contingut: Categories d'anàlisi

A cada unitat mostral es va assignar un número de referència i, sobre cada una d'elles, es va recopilar la següent informació:

- Religió/religions tractada/es – Aparició de l'opció no-creient (especificar e identificar individualment)
- Títol amb el que la cadena presenta la peça (recuperar la informació presentada per la cadena)
- Durada (amb el format 00:00:00)
- Programa d'origen o programa amb el que es correspon la peça en la seva totalitat (indicar títol)
- Cadena d'emissió (indicar la cadena de la CCMA de la que procedeix la peça).
- Programa sencer o fragment (indicar si la peça es correspon amb un programa sencer o és un fragment d'un programa més llarg)
- Gènere (Informació o infoentreteniment. Arran de l'anàlisi, es fa afegir Infantil, Juvenil, Promoció, Programa especialitzat, atès que es va optar per analitzar tot l'univers)
- Format (debat, entrevista, notícia, promoció de programació de la cadena,...)
- Data emissió (amb el format 00/00/0000)
- Dia de la setmana d'emissió (DLI, DM, DX, DJ, DV, DS, DG)
- Hora d'emissió original (Format: de 00:00 a 00:00)
- Argument amb el qual la cadena presenta la peça (recuperar la informació presentada per la cadena)
- Ubicació territorial (Catalunya, No-Catalunya, Hibridació)
- Ubicació temporal (Atemporal, Actual, Històric)
- Testimonis – identificació a partir de informació a pantalla (càirons)
- Veus oficials – identificació a partir de informació a pantalla (càirons)
- Periodista – identificació a partir de informació a pantalla (càirons)
- Altres observacions

Sobre el corpus de peces multireligioses es va fer una anàlisi més acurada de caràcter qualitatiu i, per tant, es van haver de visionar cadascuna d'elles una mitjana de tres vegades. A aquesta fase, i sobre cada peça, es va elaborar:

- Descripció detallada de la intenció expressada per la cadena i el resultat (objectiu del contingut, justificació de la seva presència i coherència global)
- Llista completa i explicació breu dels temes tractats
- Identificació dels elements narratius (descriptius, explicatius, contextuals, antecedents, emotius, sensacionalistes)
- Espai/Decorat (apareix a plató o a un espai aliè a la cadena? Recollida d'informació sobre aquest espai, sobretot en cas de ser un espai religiós)
- Identificació i avaluació de referències explícites al diàleg interreligiós
- Identificació i avaluació de referències explícites a conflictes interreligiosos o problemes derivats de la convivència religiosa.
- Activitat *social media*: Identificar i recollir les piulades que apareixen en pantalla, enviades per l'audiència. Avaluació del posicionament expressat envers el contingut de l'emissió.

Respecte al projecte inicial, es van afegir dues qüestions que es van considerar importants:

- Espai/Decorat. Vam veure que produir les emissions des d'espais relacionats amb els assumptes tractats pot generar una sensació d'apropament molt més clara que quan es fan des d'un plató neutre. Entenem que, d'alguna manera i per citar un exemple, fer una entrevista a una persona musulmana dins d'un oratori ens pot apropar més a ella, tenint en compte que aquest és, per moltes persones, un espai no accessible.

- Social Media. Atès que l'anàlisi es centrava en material disponible al servei online i no procedent de l'emissió lineal (en directe), no havíem contemplat inicialment la possibilitat d'analitzar això. Tot i que aquesta qüestió només va poder ser analitzada sobre dos emissions de l'espai del prime time del dissabte de TV-3 «Preguntes Freqüents», vam considerar que era de gran interès l'estudi de l'activitat del públic a Twitter recollida al programa.

Per tal de garantir el rigor a l'anàlisi pel que fa a l'objectivitat de la informació recollida sobre cada peça, es van fer tots els visionats necessaris de cada unitat. A més, cada peça ha estat visionada per un mínim de dos membres de l'equip, especialment la mostra multireligiosa. En total, cada peça es va visionar una mitjana de 3 vegades, una feina que demanava molta paciència, atès que a molts casos s'interrompia amb la inclusió de publicitat.

Un cop finalitzat el treball, el nostre balanç és molt positiu. Pràcticament, totes les incidències que han afectat el pla de treball han acabat ajudant a millorar la proposta presentada.

3. Resultats

3.1. Resultats generals

Abans d'explicar els resultats diferenciant entre corpus unireligiós i corpus multireligiós, aportem conclusions generals per tal d'ajudar a la comprensió de les idees.

- **Tot i que la religió catòlica és la majoritària a Catalunya, aquesta no arriba al 50% del total de contingut religiós disponible al servei online de la CCMA**, segons el material trobat a les nostres cerques. No obstant, això no es pot interpretar com un fet discriminatori, atès que la nostra investigació ha detectat que la presència religiosa està determinada majoritàriament per l'actualitat informativa.
- **Les religions amb més presència al contingut disponible al servei online de la CCMA són la catòlica (apareix al 49% de les peces analitzades) i la musulmana (35%), seguides de la jueva (17%)**. De fet, als tres casos, per tenir una mostra adient ha estat suficient fer la cerca acotada a l'últim any, 2018. Des d'una perspectiva més qualitativa, també s'apunta una tendència en aquest sentit: quan aquestes religions apareixen relacionades amb altres, normalment són les que determinen l'evolució del discurs. Això passa sobretot en el cas de la religió jueva (71% de les peces multireligioses amb la seva presència) i en la musulmana (61%), sent inferior en el cas de la religió catòlica (46%).
- **En quart lloc, i molt distanciada, apareix l'església evangèlica (al 12% de les peces analitzades)**. En aquest cas, la cerca ha hagut d'ampliar-se a un període temporal més llarg, 2015-2018, i el seu lligam amb el programa confessional «Signes del temps» és molt evident, fet que dona compte d'una escassa transversalitat al conjunt de la programació.
- **La presència de la resta de religions és molt minsa (al 24% de les peces analitzades: hinduisme, ortodoxa, Testimoni de Jehovà, Mormons, Taoisme, Sikh, Bahaisme i zen)**. Això s'explica pel fet d'estar majoritàriament

associades amb altres països i, a més a més, per no ser focus habitual d'atenció de la pràctica periodística. Només una està absent a la nostra mostra, l'adventista.

- **Del conjunt de cadenes de la CCMA, TV3 es perfila com la principal font de materials amb contingut religiós.** El 84% de les unitats analitzades van ser emeses per TV3. L'escassa presència de contingut procedent del cultural Canal 33 i del Canal Super 3 ens fa pensar en la necessitat d'altres tipus de continguts, plantejats des de la riquesa cultural i adreçats al públic infantil/juvenil.
- **El macrogènere dominant és la informació.** El 83% del material trobat pertany a aquest macrogènere. En segon lloc, i sobretot gràcies al corpus de peces multireligioses, apareix l'infoentreteniment (16%). Només s'ha localitzat un fragment del programa d'humor «Polònia», fet que demostra que el servei online de la CCMA no és una bona eina per treballar altres macrogèneres.
- **Pel que fa als formats, gran part del contingut trobat són notícies** (63%), tot i que, per efecte de les peces multireligioses, també és significatiu el nombre d'entrevistes (13%). Per tant, no hi destaquen productes més elaborats, que requereixen tasques d'investigació periodística, com serien els documentals o els reportatges.
- **Ubicació territorial. Es dona cert equilibri entre les categories definides.** El contingut religiós situat fora de Catalunya arriba al 38%. L'índex de narratives ubicades dins de Catalunya és 33% i les peces classificades com híbrides assoleixen el 29%.
- Ús de fonts d'informació. **La major part de les peces analitzades inclouen diferents veus com a fonts d'informació (80%).** Es tracta de testimonis, fonts oficials i especialistes. Això sí, cal parar especial atenció a l'elevada presència de dones musulmanes amb vel quan es tracta de parlar de l'islam, fet que contrasta amb la pràcticament nul·la presència dels imams.
- **La presència del diàleg interreligiós és molt reduïda.** Arribem a aquesta conclusió després de l'anàlisi específic de les 41 peces del corpus multireligiós i comprovar que només el 15,5% es concentra en destacar els aspectes que poden contribuir en aquest sentit. En realitat, domina el discurs del conflicte en la convivència, el 44,5% mostra aquesta característica i la resta, el 40%, combina ambdues idees.
- Una mirada qualitativa sobre aquesta qüestió ens porta a veure que el diàleg es treballa majoritàriament a partir de tòpics ja molt desgastats (falta d'educació, cal recuperar la memòria històrica,...), faltaria pensar en com treballar millor de forma directa des del contingut, plantejant preguntes i temes de debat que ajudin en aquest sentit. Del conjunt de material localitzat, els millors exemples en aquest sentit s'han trobat al espai «Els Matins» (TV3), on acostumen a demanar d'una manera educada qüestions que ajuden a desmuntar els estereotips.
- Com a temàtiques que permeten aprofundir sobre el diàleg apareix la cultura, des de visites a espais històrics -turisme cultural- fins a propostes musicals i literàries. I la qüestió dels lligams històrics a penes es tractada. Aquesta apareix gairebé de forma exclusiva relacionada amb el judaisme.

- **El contingut amb clau de conflicte és el dominant:** el 44,5% del corpus multireligiós es centra en el conflicte. Hi ha dades que ens porten a parlar de la polarització del periodisme, com per exemple: el 69% de les peces que tracten únicament al voltant de l'església catòlica parlen de conflictes entre Catalunya i Espanya en relació amb la propietat de peces d'art i materials d'arxiu. Però també cal parlar de l'actualitat informativa referent a atacs a centres religiosos o a comunitats minoritàries per la seva creença (per exemple, els rohingyes a Birmania).
- **La presència d'un tractament televisiu banal ha estat pràcticament imperceptible.** A penes hem trobat moments puntuals en relació amb les religions amb més presència (catòlica i islam). Per exemple, una notícia sobre un home que confon una representació de la mort de Crist amb la realitat i de temes que, al presentar-se com a curiositat i generant molta expectativa, també acaben tenint aquest matis (com una peça sobre l'exorcisme o un cas d'un polític d'un partit xenòfob, Alternativa per Alemanya, converso a l'islam).
- **Domina la presència del creient com a víctima.** Aquest és un fenomen que es detecta de forma transversal. A l'església catòlica, en relació amb la pederàstia. La comunitat musulmana com a víctima d'atacs racistes als seus oratoris i mesquites, o de matances a Birmània. Els i les jueves recorden la persecució nazi. En relació a diverses religions, hi ha testimonis que parlen de la dificultat d'expressar en públic la seva creença i, fins i tot, aquest problema també apareix en relació amb els ateu. En canvi, la religió com a via de creixement personal és molt puntual i sembla quedar restringida principalment als programes confessionals.
- Si es parla del creient com a víctima, cal dir que hi ha una presència destacada de la dona com a tal. Però, com a temàtica emergent i també de forma transversal, apareix també la homosexualitat (només hem detectat casos d'homes) en confrontació amb els valors religiosos.
- Aquesta visió del creient com a víctima en ocasions està acompanyada de l'interès per fer visible les seves necessitats com a ciutadans, com, per exemple, la necessitat d'oratoris de la comunitat musulmana.
- **Periodisme amable als programes confessionals.** Al material disponible al servei on line a la carta, hem trobat diversos fragments del programa «Signes del temps» (cap peça de «Nèixer de nou»). Tot i que és cert que hi ha religions, com l'evangèlica, la presència mediàtica de la qual depèn en gran mesura d'aquests espais, el periodisme que es fa aquí és un tipus de periodisme que denominem amable (preguntes recurrents que es responen amb llocs comuns i un discurs del diàleg interreligiós que eludeix parlar del conflicte a la convivència).

3.2. Característiques generals del contingut que tracta una única religió (65 unitats)

Al servei a la carta de la CCMA, s'ha trobat un total de 65 peces amb contingut relatiu a una única religió. Dominen les peces dedicades a la religió catòlica. Aquestes representen el 40% (26 unitats) del total de material trobat amb temàtica unireligiosa. En segon i tercer lloc, apareixen l'islam i el judaisme, amb el 21% (14) i el 17% (11) de les peces respectivament. Cal tenir en compte que, a aquests tres casos, es va

aconseguir arribar a aquesta mostra amb una cerca corresponent únicament a l'últim any, 2018.

Sobre la resta de religions, el període de cerca es va haver d'ampliar, agafant des del 2015 al 2018, i, tot i així, el volum de material obtingut és molt reduït. El seu pes a la mostra final es del 22%. Dins d'aquest grup, destaca l'evangèlica, amb 7 peces (11%). Però, pel que fa a la resta de religions, la presència d'aquestes és mínima. S'ha aconseguit tan sols 2 peces sobre hinduisme i 2 sobre Església Ortodoxa. I, de Testimonis de Jehovà, Mormos i Taoisme, només 1 unitat. Per tant, a aquesta apartat, podem parlar de l'absència de 4 religions presents a Catalunya (Adventista, sikh, Bahaiisme/Fe Bahà'i i budisme).

- Canals d'emissió: En termes generals, aquestes peces procedeixen bàsicament de TV3, canal on s'ha emès el 77% (50) de les unitats unireligioses trobades.
- Target: Els continguts recollits al servei a la carta dedicats a una única religió s'adrecen principalment a la població adulta.
- Segons el macrogènere televisiu, el material que tracta una única religió és majoritàriament informatiu (94%: 61). Bàsicament, es tracta de notícies que desenvolupen temes d'actualitat (50 tenen el format de notícia)
- Ubicació Territorial: El resultat és molt equilibrat, tenint en compte les tres categories sobre les que hem treballat (Catalunya, No-Catalunya i Hibridació). Tot i que el contingut fa referència majoritàriament a un fet o una activitat desenvolupada fora de Catalunya (46%: 30) i aquesta xifra supera els continguts centrats en l'entorn català, que sumen el 31% (20), cal tenir en compte que el 23% (15) restant tracta alhora aspectes de dins i fora de Catalunya.
- Fonts d'informació: La majoria de les peces incorporen alguna veu com a font (74%: 48). No obstant, també crida l'atenció que les peces amb absència de veus arribin a ser una quarta part del total, el 26% (17). A més, dominen les veus oficials. Aquestes o bé són les úniques que apareixen (34%: 22) o bé apareixen al costat dels testimonis (23%: 15). El 17% (11) només donen visibilitat a testimonis.

a) Peces informatives dedicades exclusivament a la religió catòlica (26 unitats: 2018)

- El 40% de les peces que tracten una única religió disponibles al servei a la carta de la CCMA estan dedicades a la religió catòlica, sumant un total de 26 unitats. Per tant, tot i ser la religió majoritària, la seva presència no supera el 50% al material trobat.
- Sobre la ubicació territorial, només el 31% (8) es centra exclusivament en Catalunya, però un altre 31% (8) combina qüestions de fora i de dins de Catalunya. L'agenda periodística posa l'accent o bé en problemes específics (immatriculacions-propietats de l'església; la gestió de les incineracions atès el seu creixement; les dificultats que implica compaginar el fet de ser homosexual amb el de pertànyer a la comunitat catòlica; la pederàstia; la recuperació de

material que ara és a altres comunitats autònomes) o bé en qüestions que relacionen la religió amb al turisme cultural.

- El major percentatge, 38% (10), es correspon amb unitats que aborden únicament fets ubicats fora de Catalunya. En general, aquests són assumptes que ens porten al Vaticà o a països on el Papa està de viatge. Moltes d'elles tenen com peculiaritat el matís emotiu que, tradicionalment, es fa servir com a recurs empàtic amb les persones creients, i amb la ciutadania en general. Aquests són alguns exemples: “El Papa pren l'exemple d'un nen amb autisme que s'ha saltat el protocol” (novembre del 2018) o “Una parella casada pel papa en ple vol” (gener 2018).
- El percentatge que tracta la religió catòlica des del conflicte suma el 46%. Però, si s'observa aquelles peces que tracten aspectes que relacionen Catalunya i l'estat espanyol, el percentatge s'incrementa fins el 69%. D'alguna manera, el contingut religiós sobre l'església catòlica queda contaminat per la situació política actual (el procés).
- De manera molt puntual s'ha trobat tractament informatiu sensacionalista, però ho recollim aquí atès que no ha estat detectat en relació amb les altres religions:
 - a) «Confon ficció i realitat i evita la mort de Crist en una passió al Brasil» (Peca procedent d'un informatiu del Canal 3/24/, abril de 2018). Resum: Un espectador d'una representació teatralitzada de la passió de Crist barreja realitat i ficció, una confusió que acaba amb conseqüències violentes. Ha passat a l'estat de Rio Grande do Sul, al sud del Brasil. En el moment en què un dels soldats romans clava una espasa a Jesús, un espectador salta a l'escenari i agredeix l'actor amb un casc de moto. Els altres intèrprets intenten parar-lo i tot plegat acaba amb un intercanvi de cops de puny. L'agressor va assegurar que volia salvar Jesús).
 - b) «Parlem amb un exorcista i ens explica coses increïbles» (Peca procedent del magazine d'infoentreteniment «Tot és mou», TV3, 25 de juliol de 2018). Resum (reproducció literal de l'emissió): “Arran de la notícia que el papa Francesc ha demanat a totes les diòcesis que tinguin un exorcista, hem parlat amb en Sebastià D'Arbó i amb l'exorcista Javier Luzón. El que ens ha explicat ens ha deixat de pedra.”

b) Peces informatives dedicades exclusivament a l'islam (14 unitats: 2018)

- El 21% del material trobat tracta sobre l'islam. En aquest cas, el 100% són unitats informatives.
- El 43% (6) d'aquestes notícies està ubicat a Catalunya. D'aquestes, 4 fan referència a oratoris/mesquites des de diferents angles. La resta, 2 unitats, estan relacionades amb el terrorisme.
- També són 6 les notícies ubicades fora de Catalunya (43%), totes fora de l'Estat espanyol. Però la seva temàtica és molt variada i no es detecten tendències des del punt de vista del contingut.

- Crida l'atenció la tendència a treballar des de l'empatia amb el col·lectiu musulmà (la seva necessitat d'oratoris, la denuncia contra membres d'un partit d'extrema dreta que es manifesten de forma violenta contra l'obertura d'oratoris, el seu interès per apropar persones alienes a la seva religió, les dificultats de ser homosexual i musulmà, la ineficàcia dels plans de prevenció davant els atemptats posant l'accent sobre les mesures institucionals i no sobre els processos de radicalització,...).

c) Peces informatives dedicades exclusivament al judaisme (11 unitats: 2018)

- El 17% del material trobat tracta sobre el judaisme. En aquest cas, el 100% són unitats informatives.
- Només 3 de les 11 peces dedicades al judaisme parlen de fets històrics. No obstant, és un fet a destacar, atès que aquesta temporalitat no apareix a la resta de religions. En aquests casos, la tendència és fer èmfasi en els vincles històrics entre la cultura catalana i la religió jueva. Ara bé, només dues notícies fan referència al territori català en exclusiva i la seva temàtica s'emmarca en l'àrea del turisme cultural.

d) Peces informatives dedicades exclusivament a l'església evangèlica (7 unitats: 2015-2018)

- Tot el material trobat tracta sobre l'actualitat més immediata Com a tendències temàtiques, es detecta el pes de dos qüestions: l'interès periodístic sobre els pastors i la seva relació amb els líders polítics/governos.

e) Sobre la resta de religions (7 unitats: 2015-2018)

- L'única religió que presenta contingut ubicat a Catalunya és Testimonis de Jehovà. L'única peça trobada sobre aquesta religió tracta al voltant de la salut (Trasplantament i transfusió de sang)
- La majoria es situa a l'estranger. L'església ortodoxa es relaciona amb Rússia; el mormó, amb els Estats Units i el taoisme, amb la Xina.

3.3. Característiques generals del contingut que tracta més d'una religió (41 unitats)

A la cerca de contingut audiovisual que tracta dos o més religions hem trobat un total de 41 unitats. El 64% (27 unitats) són peces informatives i el 32% (13) es correspon amb l'infoentreteniment. Només 1 pertany a l'entreteniment, un gag emès al programa d'humor satíric «Polònia».

Seguint la mateixa línia detectada a l'anàlisi de les peces unireligioses, a les peces que treballen més d'una religió hi tornen a destacar i amb la mateixa prelació: catòlica (26,8% de les 97 mencions), islam (23,7%) i judaisme (7,2%). La resta tenen una presència molt reduïda. No obstant, alhora es donen diferències respecte al altre corpus: (a) el perfil «no creients» sí adquireix visibilitat a aquest bloc i, de fet, és el tercer col·lectiu amb més presència, amb un 11,4% de mencions; (b) hi ha creences

no presents al altre bloc i sí incloses a aquest: Budisme (9,20%), sikh (3%) i Bahaisme (Fe Bahà'i) (dins d'altres).

- La majoria (92%) procedeix de TV3 i posen en diàleg dues religions(75,5%: 31).
- Prop del 80% tracten sobre Catalunya (de manera exclusiva, 38%, o en relació amb altres territoris, 40%).
- El present és la temporalitat dominant (73%) i, per tant, entenem que la presència de la religió està molt vinculada a l'actualitat informativa.
- I, en relació al diàleg, són molt poques les mencions que apareixen a unitats on només es parla d'elements que porten al diàleg (15,5%). A la majoria es parla en clau conflicte (44,5%) o fan una combinació dels dos aspectes (40%).

a) Peces audiovisuals multireligioses amb presència de la religió catòlica (26)

- Hi ha un equilibri entre les unitats que només parlen del conflicte (42,5%) i les que combinen arguments en ambdós sentits (42,5%). És a dir, només el 15% es centra únicament en el diàleg.
- Sobre el material que dona prioritat a l'església catòlica, la seva procedència és molt variada (informació, infoentreteniment i entreteniment). Domina el plantejament crític: es qüestionen les celebracions religioses a un país laic, es parla de la dificultat de ser ateu i apareixen crítiques sobre l'església catòlica amb motiu de les immatriculacions i i la pederàstia.
- Quan es parla del diàleg en relació a l'església catòlica, aquestes són les principals idees:
 - a) Les religions ofereixen el camí del diàleg (per exemple, des de l'espiritualitat, des de la capacitat de perdó del Deu -catòlic- o pel fet de compartir arrels històriques comuns).
 - b) Activitats que afavoreixen la convivència i l'intercanvi (jornades de portes obertes a mesquites/oratoris, cors ecumènics -evangèlics i catòlics-, turisme d'experiència a monestirs, participar a tradicions religioses des d'altres creences...)
 - c) L'actitud dels líders religiosos poden guiar el camí (Commemoracions conjuntes,...)
 - d) El coneixement com a camí per millorar la convivència (com, per exemple, a partir de la difusió de la història o l'estudi de Teologia).
- Quan es parla de conflictes relacionats amb la religió catòlica, sorgeixen aquestes qüestions:
 - a) Envers l'església catòlica, les persones atees temem rebre pressions per deixar de ser-ho i això provoca que evitin apropar-se.
 - b) Es considera l'església catòlica com a posseïdora de privilegis que altres religions no tenen, i això provoca el rebuig.
 - c) També es fa referència als conflictes interns. Per exemple, les divisions dins de l'església catòlica en relació amb el celibat i el paper de la dona.

b) Peces audiovisuals multireligioses amb presència de l'islam (23)

- La majoria es centra únicament en el conflicte (69,5%). La resta (30,5%) combinen diàleg i conflicte. Cap peça es centra únicament en el diàleg.
- El material que dona prioritat a l'islam procedeix majoritàriament d'espais informatius, sobretot dels telenotícies. A totes les peces el conflicte és clau, però la comunitat musulmana apareix de forma dominant com a víctima. Hem trobat 4 notícies sobre els atacs de l'exèrcit birmà als rohingyes (minoría musulmana). Totes fan servir termes molt durs per explicar la realitat d'aquesta minoría musulmana: «enterrats vius», «neteja ètnica», «crim de guerra», «explotació sexual»,... Ja, a l'entorn català, aquest perfil es planteja com a víctimes del jihadisme i com a víctimes d'atacs racistes amb motiu de l'apertura d'oratoris/mesquites. Tot plegat provoca l'empatia amb la comunitat musulmana.
- Hi ha la tendència a dedicar peces completes a la qüestió del gènere. Hi ha una presència destacada de dones amb vell com a portaveus o en representació de la seva creença. En canvi, la presència dels imams ha estat pràcticament nul·la, amb aparicions molt puntuals i breus entre les imatges muntades.

Quan es parla del diàleg en relació a l'islam a Catalunya, aquestes son les principals idees:

- a) Activitats que afavoreixen la convivència i l'intercanvi (jornades de portes obertes a mesquites(oratoris, participació a tradicions religioses des d'altres creences...). A una peça es menciona l'activitat d'AUDIR (Associació UNESCO per al Diàleg Interreligiós i interconviccional).
- b) L'actitud positiva i dialogant de sacerdots catòlics davant l'obertura de mesquites/oratoris pot ajudar.
- c) Recordar els aspectes comuns
- d) Entendre el jihadisme com un problema del conjunt de la ciutadania i, per tant, la comunitat musulmana també és víctima.
- e) Tenir en compte els problemes de les dones musulmanes. Es parla de doblement marcades, dones i musulmanes. No hem trobat referències explícites a la condició de migrant.

Quan es parla de conflictes relacionats amb l'islam a Catalunya, sorgeixen aquestes qüestions:

- a) L'actitud racista de l'extrema dreta.
- b) Musulmans com a responsables d'atacs terroristes

c) Peces audiovisuals multireligioses amb presència del budisme (9)

- La majoria es centra únicament en el conflicte (55,5%). La resta (33,5%) combina diàleg i conflicte i 1 (11%) es centre en el diàleg.
- Des del budisme, les possibilitats del diàleg s'observen des de les possibilitats de la seva espiritualitat i el conflicte apareix sempre relacionat amb qüestions bèl·liques a l'exterior (a la nostra mostra, hem treballat sobre 4 peces que tracten la persecució dels rohingyes a Birmània per part dels budistes).

d) Peces audiovisuals multireligioses amb presència del judaisme (7)

- La majoria combina diàleg i conflicte (57%). La resta es centra en el conflicte (28,5%) o en el diàleg (14,5%).
- La religió jueva presenta un perfil molt diferent pel que fa al seu tractament televisiu. Hi ha dues qüestions que criden l'atenció. En primer lloc, l'elevat percentatge d'unitats on és la protagonista quan està present i, en segon lloc, la presència d'històries personals que alhora posen en evidència els vincles culturals.

e) Peces audiovisuals multireligioses amb presència de les esglésies evangèliques (5)

- La majoria combina diàleg i conflicte (60%). La resta es distribueix de forma equilibrada entre el conflicte (20%) i el diàleg (20%).
- Les dues úniques unitats que es centren en les esglésies evangèliques procedeixen del programa especialitzat «Signes del Temps». Ara bé, a ambdues peces apareix el diàleg amb les esglésies cristianes, sobre tot a un cas. Domina així una visió en relació sempre amb la religió cristiana.

f) Peces audiovisuals multireligioses amb presència dels «no creients» (11)

- En total apareixen 11 unitats que parlen d'aquest col·lectiu. A la majoria (9) apareixen en relació amb l'església catòlica.

4. Recomanacions finals

És evident que parlar sobre les religions als mitjans de comunicació no és una tasca fàcil. Tenim el repte de reflectir el creixent pluralisme religiós sense oblidar que formem part d'una societat laica i, alhora, la feina periodística demana una mirada crítica i analítica, difícil de desenvolupar quan es troba amb polítiques comunicatives jeràrquiques i conservadores. Però aquest no és un problema específic del mitjans de comunicació. Recordem, per exemple, que des d'entitats laiques fa temps que es demana l'eliminació del delictes d'ofensa als sentiments religiosos del Codi Penal espanyol o la revisió del calendari festiu laboral i escolar, definit a partir de celebracions religioses.

A moltes de les peces analitzades ha quedat reflectida de forma explícita la importància dels mitjans de comunicació com a eines que poden contribuir al trencament dels prejudicis al voltant de les religions a un entorn cada vegada més plural. S'han recollit comentaris que mostren la preocupació per fer servir el vocabulari correcte, com evangèlics (i no, evangelistes). S'han detectat treballs que assumeixen les necessitats de la comunitat musulmana com a part de la ciutadania catalana (necessitat d'oratoris). I no hem trobat cap peça al material disponible al servei a la carta de la CCMA que associï religió i immigració amb una mirada discriminatòria.

Però encara queda molt per fer. Per exemple, a una entrevista emesa el 16 de febrer del 2018 a «Els Matins» (TV3) -un espai que, al nostre treball, destaca per dur a terme una bona tasca periodística-, es demana a una dona musulmana si se sent del país. Ella es diu Amanda Figueres i l'entrevista serveix per promocionar el seu llibre «Por qué el islam. Mi vida como mujer, europea y musulmana». Ella, amb una actitud resignada, respon explicant que és espanyola i que s'ha criat a un entorn cristià sense problemes. O, altra exemple, que també demostra la necessitat de millorar el treball periodístic: hem trobat contradiccions entre el resum que presenta una peça audiovisual i el contingut real d'aquesta. Pot ser conseqüència d'un error en les tasques de documentació, però crida l'atenció la tendència a reduir el conflicte al resum-presentació quan, a la peça, aquest té un protagonisme destacat. Per il·lustrar aquest problema podem mencionar varies notícies sobre l'obertura d'una mesquita a Barcelona. Per exemple, un resum anuncia «una festa de presentació al barri» quan, en realitat, la peça inclou sobretot imatges de manifestacions en contra del nou centre i ens permet escoltar a una veïna que ens diu: «lo que nosotros no queremos es la mesquita. No, porque nos da miedo».

Cal donar visibilitat mediàtica a totes les religions presents a Catalunya. I, per tant, considerar totes elles com a focus d'interès de la pràctica periodística.

L'opció de no creient s'ha de considerar en relació amb totes les religions. El nostre treball deixa palesa la tendència actual a parlar d'aquesta opció només envers l'opció de ser catòlic/a. Aquest problema queda reflectit sobretot en relació amb la població amb arrels culturals musulmanes, a la que s'assigna de forma quasi automàtica la condició de musulmana practicant.

Cal pensar també en el públic juvenil i infantil, però anant més enllà de l'entreteniment. La major part del contingut trobat s'adreça a la població adulta.

Cal desenvolupar més programes basats en periodisme d'investigació sobre les religions. La major part del material informatiu analitzat són breus notícies. Davant la importància que la religió té actualment -negant-se així les hipòtesis d'una societat secularitzada com a conseqüència del progrés-, cal buscar la manera d'abordar-la des del rigor periodístic i ampliant el ventall de gèneres.

Cal oferir una imatge no monolítica de cada religió. Cal tenir més en compte la diversitat interna. Mostrar, amb dades i de forma fonamentada, els conflictes i divergències internes és donar la imatge d'un projecte en desenvolupament en consonància amb tots els processos socials, que són canviats. Quan es tracten assumptes que generen discussió interna (com, per exemple, el celibat a l'església catòlica o el paper de la dona a l'islam), cal aprofundir més en les diferents postures.

Revisar i renovar els discursos que incideixen sobre el diàleg interreligiós però sense descuidar el conflicte quan és necessari. La nostra anàlisi revela el domini de tòpics en aquest sentit (recuperar la memòria històrica, ampliar l'educació, festes de portes obertes d'oratoris...) que, a més a més, tendeixen a l'eludir el conflicte, quan aquest normalment sempre està present. Hi ha molts centres i entitats que estan treballant en aquest sentit en el terreny i, en canvi, a penes tenen presència als mitjans. Pel que fa als discursos, hem detectat que la qüestió dels lligams històrics només es treballa en relació amb el judaisme. És evident que també compartim arrels amb la cultura musulmana i, en canvi, això no apareix.

Incrementar la mirada interseccional, especialment en relació amb les diferents identitats de gènere. Hem trobat puntualment exemples que treballen en aquest

sentit. Tractar la dificultat que implica ser homosexual i creient és un fet que es presenta com a tendència, però només ho hem detectat en relació a l'home homosexual. Caldria anar més enllà i considerar també al conjunt del col·lectiu LGTBI. Els sistemes morals rígids no faciliten el reconeixement obert de totes les identitats, i aquestes visions – i problemàtiques- encara no són visibles als mitjans.

La perspectiva de gènere guanya presència, en qualitat de líders o com a representants de la comunitat religiosa en qüestió, **però, alhora, és evident que el discurs es fa majoritàriament des de la mirada masculina**. Es parla de la dona dins de l'església catòlica, però no hem trobat cap peça on sigui ella qui té la paraula. Per contra, **sobre la religió musulmana, hi ha una sobrerrepresentació de la dona amb vel (acompanyada de pràcticament una nul·la presència dels imams)**. Potser és efecte d'un paternalisme que, curiosament, sovint es nega.

Incrementar la visibilitat dels interiors dels espais religiosos, però evitant reforçar la seva institucionalització. Des de tots els col·lectius implicats, caldria contribuir a donar una major visibilitat a l'interior d'aquests espais, poc accessibles per molta gent. La retransmissió d'informació des de dins d'aquests espais és poc habitual, fet que pot contribuir a veure les religions de forma distant i llunyana.

Evitar que es pugui entendre o interpretar que allò excepcional és símptoma de canvis importants. Aquest problema no ha aparegut de forma destacada, però és important plantejar-ho, atès que forma part de les rutines periodístiques actuals. Potser amb l'objectiu de donar un missatge positiu, es poden mostrar casos particulars com a prova de canvis globals, quan la qüestió pot quedar restringida a un context particular i, per tant, tractar-se d'una mera casualitat (com la conversió d'un polític de l'extrema dreta a l'islam, tema d'una peça analitzada). Es tracta de no magnificar un tema puntual. Ara bé, l'excepcionalitat també pot ser allò que fa precisament que un tema sigui notícia (per exemple, el treball d'una dona com a imam a una mesquita a Copenhaguen a Dinamarca, recollit a una peça del nostre corpus).

Cal donar visibilitat a les noves pràctiques religioses, incloent també aquelles que no es desenvolupen al voltant de centres de culte. El ventall de religions pot ser encara molt més ampli, si es tenen en compte aquestes espiritualitats.

Cal una reflexió sobre els programes confessionals. El contingut analitzat mostra la seva tendència a un «periodisme amable». Si tenim en compte que formem part d'un Estat laic i, a més a més, l'actual nivell de pluralisme, seria més oportú que les religions tinguessin una presència més transversal i, a espais, on fos possible exercir un periodisme crític.

Es recomana aprofitar les xarxes socials per potenciar el pluralisme religiós al contingut mediàtic. És ja indiscutible, atesa l'evolució tecnològica, la necessitat d'incorporar l'activitat digital del públic als continguts mediàtics, inclosos els de temàtica religiosa.

Cal buscar maneres de superar les dificultats d'informar sobre l'església catòlica. A partir de la nostra anàlisi, resulta molt evident la dificultat que implica realitzar aquesta tasca. La jerarquia que marca la figura del Papa queda palesa al tipus d'informació que circula sobre aquesta religió. Les estratègies de comunicació del Vaticà actuen com a clars determinants del contingut que arriba als nostres mitjans i, a un país amb arrels catòliques, la seva inclusió a les emissions de la CCMA està garantida. Trobades casuals del Papa amb periodistes amb una imatge de cordialitat i moments emotius -normalment amb presència d'infants- són continguts habituals,

segons el nostre estudi. Però què succeeix quan l'agenda temàtica no surt del Vaticà. Doncs apareixen altres temes molt diferents, com la pederàstia, el paper de la dona dins de l'església o el seu pes al món educatiu. Aquestes qüestions haurien de poder ser tema de debat al context actual. Però tot això requeriria canvis molt profunds a les seves polítiques de comunicació.

A la nostra anàlisi hem trobat veus de sacerdots -majoritàriament joves- que volen treballar en aquest sentit, tenint en compte fins i tot el pluralisme religiós actual. Però, alhora, també han quedat paleses les dificultats per exercir el periodisme religiós, com la impossibilitat de registrar entrevistes a sacerdots, atès que la seva política comunicativa només els permet participar d'emissions en directe per por que el periodista modifiqui el sentit del seu discurs al muntatge final. És evident que, per millorar la informació sobre l'església catòlica – i fer-la més propera a la societat actual-, cal que primer la pròpia església canviï. Cal treballar en la idea de la mediatització, l'adaptació de la comunicació religiosa als nous entorns digitals.

Vigilar el paper que es concedeix a la dona amb vel com a portaveu de l'Islam. Potser és conseqüència del pes de la qüestió del vel a Occident – que tampoc no ve sempre acompanyada de l'interès per conèixer altres aspectes de la dona musulmana a Europa- i de la indiscutible importància d'incorporar la perspectiva de gènere, però es dona la paradoxa de que son majoritàriament dones amb vel les persones convidades a debats i entrevistes, i no sempre en qualitat d'especialistes. Això provoca moltes vegades que la conversa es redueixi a l'ús del mocador -i, fins i tot, amb apunts paternalistes-, però nosaltres volem incidir en altra qüestió encara més important des del nostre punt de vista, l'alta responsabilitat que se'ls hi atorga en la construcció del discurs mediàtic al voltant de l'islam.

A més a més, aquesta presència contrasta amb el tractament informatiu sobre l'obertura de centres i mesquites, on els testimonis musulmans son majoritàriament homes. D'aquesta manera, als mitjans de comunicació, la dona musulmana tendeix a aparèixer sobretot defensant la seva religió en sentit abstracte -sobretot de les acusacions de masclista i patriarcal- i l'home musulmà, com activista que es preocupa per aconseguir les condicions necessàries per a la seva pràctica.

5. Una proposta d'indicadors per mesurar la qualitat del contingut religiós a una cadena de televisió

- Nombre de religions tractades
- Dedicació a cada religió (mesurat en temps i/o unitats)
- Presència de l'opció «no creient»
- Presència dels no creients en relació amb les religions minoritàries
- Emissió de programes adreçats al públic infantil/juvenil
- Periodisme d'investigació sobre temàtiques poc habituals (diversitat interna, fraus i supersticions,...) amb el desenvolupament de gèneres no centrats en l'actualitat.
- Pluralisme de les fonts d'informació
- Presència del diàleg interreligiós exempt de llocs comuns i, si s'escau, sense eludir el conflicte
- Presència del col·lectiu LGTBI com a creients i no creients
- Aplicació de la perspectiva de gènere
- Visibilitat de l'interior d'espais religiosos amb difícil accés per al públic

- Absència d'un tractament banal de les religions (sensacionalisme i curiositats que generen falses expectatives)
- Ús de les xarxes socials per donar visibilitat al pluralisme des de la participació de l'audiència
- Absència de «periodisme amable».