

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2019-2020



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

UNIVERSITAS Miguel Hernández

**Islam en los medios de comunicación: análisis del *Diario*
Información en 2019**

Islam in the media: analysis of Diario Información in 2019

Alumna: Ángela Carbonell Llovell

Tutora: Carmen María López Rico



Resumen

Los medios de comunicación, además de informar, se encargan de formar la opinión pública de la sociedad, una opinión generalizada a la par que estereotipada en muchas ocasiones.

Cuando se tratan temas de grupos discriminados, las informaciones de la prensa suelen mostrar imágenes negativas. En el caso del islam, esto se vuelve todavía más notorio con el auge en la última década de grupos terroristas como *Daesh* o *Al Qaeda*. Estas informaciones se tratan de forma incorrecta al relacionar terrorismo con religión, incitando al rechazo y al miedo por parte de la sociedad hacia la comunidad musulmana. O, por otra parte, mostrando una distinción entre ‘Ellos’ y ‘Nosotros’ para destacar la supuesta superioridad de Occidente.

Sin embargo, estos no son los únicos errores que se cometen en la prensa. Como afirma el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, los errores de cálculo o exageración en el número de musulmanes que viven en Occidente por parte de los medios son habituales. La aparición de plataformas como el Observatorio de la Islamofobia en los Medios han ayudado a una mejora en el lenguaje de los medios de comunicación, pero todavía existen términos, expresiones y enfoques marcados por estereotipos negativos.

Este trabajo pretende mostrar una imagen general de la situación del islam y el tratamiento en los medios, recogiendo opiniones de distintos sectores implicados directamente en el tema y conociendo más a fondo la realidad de la comunidad musulmana. Además, analizaremos el *Diario Información* para observar el tratamiento informativo que hace este del islam.

Palabras clave

Medios de comunicación, islam, estereotipo, islamofobia, terrorismo

Abstract

The media, in addition to inform, are responsible for forming public opinion of society, a general opinion as well as stereotyped on many occasions.

When dealing with issues of discriminated groups, the press reports often show negative images. In the case of Islam, this becomes even more noticeable with the rise in the last decade of terrorist groups such as *Daesh* or *Al Qaeda*. This occurs is treated incorrectly when relating terrorism to religion inciting society's rejection and fear of the Muslim community. Or, on the other hand, making a distinction between them and us to highlight the supposed superiority of the West.

However, these are not the only mistakes made in the press. As the Observatory of Islamophobia in the Media states, miscalculations or exaggeration in the number of Muslims living in the West by the media are common. The appearance of platforms such as the Observatory of Islamophobia in the Media have helped to improve the language of the media, but there are still terms, expressions and approaches marked by negative stereotypes.

This work tries to show a general image of the situation of Islam and the treatment in the media, gathering opinions from different sectors directly involved in the subject and knowing more deeply the reality of Muslim community. In addition, we will analyze the *Diario Información* to observe the informative treatment that this does of Islam.

Key Words

Media, Islam, stereotype, islamophobia, terrorism

ÍNDICE

1.	Introducción	6
2.	Historia y principios del islam.....	8
2.1.	Origen	9
2.2.	Islam como religión y cultura	11
2.2.1.	El Corán.....	11
2.2.2.	La Sunna.....	12
2.2.3.	Pilares del islam	13
2.2.4.	Otros dogmas.....	14
2.3.	Islam como sistema social y político.....	14
2.4.	Comunidad islámica en España por autonomías	16
2.4.1.	Musulmanes en la Comunidad Valenciana	19
3.	Islam en los medios de comunicación	21
3.1.	Islamofobia.....	23
3.1.1.	La mujer musulmana. Islamofobia de género.....	24
3.2.	El islam en la prensa europea	27
3.3.	Tratamiento informativo del islam en la prensa española.....	32
4.	La importancia del lenguaje contra la islamofobia	37
4.1.	Glosario de términos islamófobos	38
5.	Objetivos y metodología	41
6.	Resultados.....	44
7.	Conclusiones	51
8.	Bibliografía	53
9.	Anexos.....	57
9.1.	Entrevista Observatorio de la Islamofobia en los Medios	57
9.2.	Entrevista Handi El Fandli, presidenta de la asociación G-Chime de Elche	59
9.3.	Entrevista Tomás Mayoral, director del <i>Diario Información</i>	61

1. Introducción

El mundo árabe y musulmán resulta un campo amplio a la par que desconocido y confuso para la mayoría de las personas de gran parte del mundo. En los últimos años hemos sido testigos de cómo ha aumentado el interés, sobre todo en los medios de comunicación occidentales, acerca de los musulmanes, los árabes o el islam, y de cómo cada año también se ha producido un aumento del número de inmigrantes procedentes de Marruecos, Argelia o Pakistán en nuestro país. Las sucesivas noticias publicadas en las últimas décadas nos han llevado a estereotipar y generalizar a las personas relacionadas con el mundo islámico y renegar de ellas.

A diario nos encontramos con informaciones que nos hablan de guerras, fanatismo, terrorismo islámico e infinidad de conflictos en países árabes. También se nos habla de la mujer musulmana, víctima y sumisa del hombre y del machismo, fruto de la propia religión islámica de la cual es practicante. Es complicado encontrar noticias en las que la figura del musulmán cobre importancia y relevancia por un hecho positivo, todo son conflictos. El concepto de ‘Ellos’ y ‘Nosotros’ se ha convertido en una distinción creada por los occidentales bajo la que desempeñar el papel de superioridad y poder frente al resto, es decir, frente al mundo oriental.

La imagen que nos creamos respecto al islam, si nos basamos en la información que los medios de comunicación nos proporcionan –y en la mayoría de casos solo nos podemos basar en ellos por el desconocimiento y la distancia respecto al tema-, nos ha llevado a asociar tanto a árabes como a musulmanes a un conjunto de terroristas, acosadores o secuestradores, los cuales se inmolan y vuelan edificios, fanáticos de la religión y dispuestos a cualquier cosa por implantar sus creencias.

Los medios de comunicación son el vehículo informativo de la sociedad, a los que acudimos para conocer lo que pasa en el resto del mundo, pues su labor es la de informar a través de la consulta y contraste de distintas fuentes para transmitir las noticias de forma certera. Pero la realidad es que la mayoría de estos medios, a través de su discurso, han occidentalizado el lenguaje empleado para informar, lo que nos ha llevado a ver al mundo islámico como los otros, los malos, los terroristas. Una religión fanática y peligrosa y

unas mujeres sumisas. Un mundo donde el machismo se alza como poder y las armas resultan cada día más cotidianas. Nos han inculcado el rechazo y el miedo.

A pesar de la existencia y el esplendor de Al-Ándalus, y la consecuente influencia sobre la propia identidad y cultura españolas, en la sociedad española, como en el resto del mundo, en general, persiste un profundo desconocimiento sobre el islam y la cultura musulmana, y sobre la propia realidad de las sociedades vecinas del Magreb. Desconocimiento trufado hoy en día de resentimiento y desconfianza tras los acontecimientos que han tenido lugar en los últimos años (Martí, 2015, p. 8).

La entrada de Vox en la política española ha mostrado la islamofobia con discursos despectivos y en contra del islam y sus fieles. Un ejemplo fueron las declaraciones de su número dos, Javier Ortega Smith, en un acto celebrado en septiembre de 2018 en el casino de Agricultura de Valencia y que recogió Miguel González en *El País* donde declaraba lo siguiente:

Seremos más fuertes frente al enemigo común que tiene un nombre muy claro y yo no dejaré de decirlo en todas las intervenciones. Nuestro enemigo común, el enemigo de Europa, el enemigo del progreso, el enemigo de la democracia, el enemigo de la familia, el enemigo de la vida, el enemigo del futuro se llama la invasión islamista (Ortega Smith, 2018, citado en González, 2019).

Con el siguiente estudio se pretende una aproximación a la realidad del islam y su comunidad en los medios, y aclarar distintos conceptos en los que la prensa suele incurrir de forma errónea y masiva. Para ello, realizaremos un estudio de las noticias relacionadas con el islam en el *Diario Información* durante el 2019 para observar si existe o no occidentalización del lenguaje y el uso erróneo de términos en este medio.

2. Historia y principios del islam

El islam es una de las religiones monoteístas más importantes y amplias del mundo, además de ser la fe que se extiende de forma más rápida (*La Vanguardia*, 2009). “Es una religión universal en la pluralidad cultural, étnica y racial” (Tamayo, 2009, p. 16).

Si realizamos una búsqueda del término ‘islam’ en el Diccionario del Español Jurídico encontramos la siguiente definición:

Religión monoteísta que se define como la sumisión a Dios a través del monoteísmo, la obediencia y el abandono de la idolatría. Junto con el judaísmo y el cristianismo es, no solo una de las tres religiones monoteístas, sino también una de las tres que se considera a sí misma como reveladora de Dios (...) a través del profeta Mahoma. El derecho islámico es la *sharía*.

Dentro del islam hay dos ramas: la suní, a la que pertenecen la mayor parte de los que integran la *uma* (comunidad islámica), y la chií (una minoría que se asienta en Irak, Irán Siria y Líbano). Dentro del islam suní hay cuatro escuelas de derecho: *hanafí*, *malekí*, *ahfeí* y *hanbalí*. Estas escuelas, consideradas a sí mismas ortodoxas, se distinguen entre sí por el modo en que estudian el derecho; en cambio, todas ellas consideran al islam chií heterodoxo, pues los chiíes no aceptan el consenso como fuente secundaria del derecho, sino que optan por la autoridad de un imán docente. La creencia en el *imanato* de los chiíes (y la consiguiente importancia que tiene la jerarquía religiosa) es la principal diferencia de estos con los suníes (DEJ, 2019).

Por lo tanto, se trata de una unidad religiosa, política y cultural en la que la religión se convierte en el centro y une todos los componentes (Rubio, 2011, p. 28).

Tiene en común con el judaísmo y el cristianismo puntos claros como los principios, profetas, fuentes de inspiración y textos o transmisiones orales. Además, se trata de una

doctrina que recoge al mismo tiempo lo que entendemos por religión y lo que entendemos por política. “Es una ley, una regla de la vida que compromete a todos y a cada uno de los miembros de la comunidad de los creyentes (*umma*)” (Segura, 2002, p. 36).

2.1. Origen

El islam comienza con la Hégira en el año 622, momento en el que Mahoma se ve obligado a dejar La Meca y mudarse a Medina (Rubio, 2011, pp. 7-8).

En el siglo VI, la península arábiga era enorme y estaba dominada por un desierto en el cual, en ocasiones, se abrían oasis, centros de culto o actividades urbanas y comerciales. El desierto estaba poblado, principalmente, por tribus árabes y los dos centros de población más importantes eran La Meca y Yatrib. Esta última era una zona en la que se cultivaban cereales y dátiles; en cambio, La Meca se había convertido en centro comercial y lugar de peregrinaje (Segura, 2002, pp. 36-44).

Mahoma nació en La Meca en torno al año 570 y es en el transcurso de sus viajes a Siria cuando entra en contacto con las dos grandes religiones monoteístas de Oriente Próximo, el cristianismo y el judaísmo. Pero, no es hasta que cumple los cuarenta años cuando inicia sus experiencias y se retira a meditar al monte Hira, cerca de La Meca. De acuerdo con la tradición musulmana, allí recibe por primera vez la palabra de Dios por parte del arcángel Gabriel: “No hay más Dios que Alá y Mahoma es su profeta”. Mahoma trasladó estas primeras experiencias a su mujer y, en el año 616, empezó a predicar en pequeños grupos en La Meca; los primeros en convertirse fueron sus familiares más cercanos (Segura, 2002, pp. 36-44).

En Medina Mahoma no solo dio a conocer aptitudes religiosas, sino también políticas, convirtiéndose, a la vez, en jefe político, militar y judicial, y legislador de la comunidad musulmana (Rubio, 2011, pp. 7-8). Además, durante su mandato estableció alianzas con tribus judías y árabes, y fortaleció políticamente la solidaridad de la *umma* (Segura, 2002, pp. 36-44).

Poco a poco, la comunidad de creyentes en Medina aumentó y acabó por convertirse en el primer Estado musulmán conocido. En consecuencia, aumentó la rivalidad con La

Meca y con las tribus judías, quienes se negaron a convertirse a la nueva religión y se aliaron con la clase alta de La Meca. (Segura, 2002) “Desde entonces, la plegaria dejaba de hacerse en dirección a Jerusalén, que, no obstante, seguiría siendo la tercera ciudad santa del islam, después de La Meca- que fue elegida como nueva dirección de la plegaria- y Medina” (Segura, 2002, pp. 39-40).

Esta enorme expansión de los árabes, además de suponer el control político de muchas poblaciones y territorios, según Manzano Moreno (1995), puso en marcha dos procesos de largo alcance y duraderos; la arabización y la islamización. La arabización es aculturación, y tiene como característica principal acoger la lengua árabe; sin embargo, la islamización es la conversión religiosa al islam. En muchos casos ambos procesos se unieron, pero en otros no, lo que hizo que algunos grupos de la población se arabizaran pero no llegaran a islamizarse (Manzano Moreno, 1995).

Mahoma murió el 8 de junio del año 632. Las primeras disputas tras su fallecimiento fueron políticas, relacionadas con la sucesión entre los musulmanes seguidores de la tradición Omeya y los de la familia del Profeta. Además, surgieron tres grandes formaciones: los Sunníes, fieles seguidores de la 'tradicional' y partidarios del Califato, los Chiíes, partidarios de la familia de Mahoma, y los Jariyíes, distanciados de ambos (Rubio, 2011, pp. 7-8).

Un siglo después de la muerte de Mahoma, las zonas dominadas por los árabes eran muchas, su territorio era amplio y se propagaba desde el río Indo al Atlántico y del Sahara a los Pirineos, el Cáucaso y Asia central. Gran parte de esta expansión tuvo lugar en la época de los Omeyas, una dinastía de califas que se hizo cargo del islam desde mediados del siglo VII a mediados del siglo siguiente y que se prolongaría en la España musulmana entre los siglos X y XI (Laínez, 2019).

Esta rápida expansión la reflejó muy bien Napoleón con unas palabras en las que manifestaba que mientras el cristianismo necesitó trescientos años para hacerse con el dominio de medio mundo, al islam le bastaron con veinte (citado en Laínez, 2019).

2.2. Islam como religión y cultura

Como hemos adelantado anteriormente, la unicidad de Dios es el primer principio del islam y en el que se basan todos los demás; sin él la religión islámica no se podría llevar a cabo (Segura, 2002, pp. 36-44).

El segundo dogma hace referencia a la obligación de creer en los profetas y en los libros sagrados. Los principales profetas son Adán (que según la tradición fundó el santuario de la *Ka'aba*), Noé, Abraham, Moisés, David, Salomón, Lot, José, Jonás, Elías, Job, Juan y Jesús. Lógicamente, el último y principal profeta es Mahoma, a quien Dios confió su palabra, y el mayor de los libros revelados es el Corán, el cual contiene la revelación completa de la palabra divina (Segura, 2002, pp. 36-44).

2.2.1. El Corán

La primera fuente del islam es el Corán. Un libro religioso que también recoge lo político y, en especial, lo jurídico. Tamayo apunta que en la religión islámica Dios es trascendente y el ser humano depende de él. Esta sería, según este autor, la línea teológica principal del Corán, a la que se le podría añadir que el ser humano debe mostrar una actitud de sumisión ante su Dios. (Tamayo, 2009, pp. 111-124).

El Corán es fuente de oración, guía para el comportamiento y objeto ritual. Es leído y recitado por los musulmanes en el culto comunitario, pero también en el ámbito privado, en las fiestas religiosas y en las celebraciones familiares. Está en la base de las creencias del islam, de sus leyes y de sus rituales. Constituye una guía para la vida, la conducta y la reflexión de los musulmanes. Inspira las leyes de muchos de los países musulmanes. (Tamayo, 2009, p. 112)

El Corán también es la fuente principal del derecho islámico. En él se recopilan una serie de oráculos en árabe predicados por Mahoma entre 610, año en que recibe la primera revelación, y el 632, año en que muere. El islam, como el judaísmo y el cristianismo, es una religión de revelación. El Corán es un libro sagrado, revelado en árabe, que Muhammad entregó a su pueblo. (Tamayo, 2009, pp. 111-124).

Sus páginas recogen un gran número de normas de comportamiento en la cotidianidad del musulmán como son el matrimonio, la herencia, el comercio, los impuestos o los delitos (Rubio, 2011, pp. 20-21).

En este libro sagrado de los musulmanes, se encuentran, por una parte, las suras, que corresponden a las revelaciones que Mahoma recibió en La Meca y, por otra, las que recibió en Medina. El texto del islam se estableció con el tercer califa (644-656), en torno al año 652.

2.2.2. La Sunna

Pero, las fuentes del islam no acaban con el Corán. Las revelaciones se completan con los hadits y la Sunna (Segura, 2002, pp. 36-44).

“La segunda fuente del islam, de su derecho, de su teología y de su ética es la Sunna” (Tamayo, 2009, p. 124). Su significado es algo así como “precedente”, en referencia a las acciones que tuvieron lugar en el pasado y que se consideran un camino a seguir. Es costumbre, hábito, tradición (Tamayo, 2009, p. 124).

En ella se recoge tanto el modo de vida y actos de Mahoma como las palabras que proclamó y que fueron recogidas por sus seguidores en un conjunto de relatos conocidos como hadices; estos son la base de la *Sharía*, la ley islámica (Tamayo, 2009, p. 124). Los hadices son relatos cortos que comprenden las palabras, los hechos, los consejos y las relaciones de Mahoma con sus compañeros. Sin embargo, como apunta Segura i Mas (2002), el aumento de hadices referentes a Mahoma en los años posteriores a su muerte obligó a diferenciar los auténticos de los falsos. Por ello los ulemas¹ investigaron la veracidad de los testimonios para averiguar cuáles eran los hadices reales. Este conjunto de hadices correctos recibe el nombre de Sunna y tiene un carácter normativo complementario del Corán (Segura, 2002, pp. 36-44).

La Sunna es considerada fuente de derecho y los hadices describen la vida del Profeta y de la comunidad de creyentes de Medina. Han terminado por convertirse en una referencia

¹ Doctor de la ley islámica, es decir, estudioso del Corán

de conducta y de acción social, religiosa y política de los musulmanes (Segura, 2002, pp. 36-44).

Aunque su autoridad es de rango inferior al Corán, en más de una ocasión lo ha sustituido (Tamayo, 2009, p. 125). “Los especialistas hacen una doble clasificación: una que atiende a sus contenidos (biográficos, jurídicos y dogmáticos o doctrinales) y otra que atiende a la fiabilidad de la (...) cadena de transmisión (...)” (Rubio, 2011, p. 21).

2.2.3. Pilares del islam

Fuera de los libros y relatos más importantes de la religión islámica, en el islam la Ley dicta que, una vez superada la adolescencia, todo musulmán debe cumplir con lo que marca su fe. Son obligaciones de carácter religioso y social conocidas como los cinco pilares del islam:

1. La profesión de la fe (*sahada*). Es la acción de conversión (“No hay más Dios que Alá y Mahoma es su profeta”) y se repite ritualmente en las plegarias de la vida cotidiana y en el peregrinaje a La Meca. La fe implica la aceptación de todos los dogmas del islam: Libros Sagrados, profetas, ángeles y el Juicio Final.
2. La plegaria. Se hace cinco veces al día (amanecer, mediodía, tarde, atardecer y noche) en dirección a La Meca después de purificarse con agua (o con arena limpia del desierto). La oración de los viernes es comunitaria y se realiza en la mezquita mayor, y el imán o el ulema dirige un sermón a los fieles.
3. El ayuno del Ramadán (el noveno mes lunar) exige no tomar ningún alimento (sólido o líquido, incluida el agua) ni fumar o tener relaciones sexuales hasta ponerse el sol. Están absueltos los enfermos, los niños o los viajeros.
4. El peregrinaje a La Meca. El musulmán debe ir a La Meca, como mínimo, una vez en la vida si cuenta con los suficientes recursos económicos. En La Meca, los peregrinos llevan a cabo distintas ceremonias inspiradas en el último peregrinaje de Mahoma (632).
5. La limosna. Se trata de un tipo de sistema de solidaridad económica con el objetivo de ayudar a los pobres de la comunidad o a financiar fundaciones de interés colectivo (Segura, 2002, pp. 36-44).

2.2.4. Otros dogmas

Además de los cinco pilares, destaca otra obligación del islam, la yihad², que significa literalmente ‘esfuerzo’ y se refiere al deseo que todo musulmán debe tener para hacer frente a las pasiones interiores y las tensiones del mundo. El creyente debe luchar y esforzarse día a día por cumplir sus obligaciones y mantenerse en el camino que lo conducirá a la salvación: es la yihad. En cambio, la pequeña yihad sí que se refiere a la lucha llevada a cabo por los musulmanes contra los pueblos vecinos en los orígenes de la expansión del islam (Segura, 2002, pp. 36-44).

La poligamia está permitida siempre que se pueda mantener, los juegos de azar están prohibidos y no se puede representar la figura humana ni animal. Se trata de una cultura anicónica o sin imágenes. Además, los musulmanes deben respetar a los judíos y los cristianos, dejándoles practicar su religión libremente. El islam acepta las narraciones de la Biblia, pero considera a Jesucristo como un profeta más y no el hijo de Dios (Escuer, 2017).

2.3. Islam como sistema social y político

La *umma*³ es la base del islam. Su misión es propagar el mensaje de Dios, pero, para ello, debe organizarse desde la política (Ayoob, 2009, p. 31, citado en Boiso, 2011, p. 2). Por lo tanto, en el régimen político islámico existe una relación muy estrecha entre política y religión, donde la división del poder político y el religioso no tiene sentido para los musulmanes (Boiso, 2011, pp. 2-5).

El islam es percibido como una religión propiamente política. Desde los ojos occidentales, el islam es concebido como el sustrato religioso sobre el que, desde las últimas décadas del siglo XX, se ha ido consolidando una concepción política que se ofrece como una alternativa al modelo occidental. La sesgada visión

² Término traducido a menudo de forma errónea como ‘guerra santa’

³ Comunidad de creyentes del islam

politizada del mundo islámico es de tal magnitud que llega a olvidar que el islam es, en primer lugar, un credo religioso (Boiso, 2011, p. 5).

La comunidad islámica está gobernada por la ley de Dios. Esto no quiere decir que se trate ni de una teocracia dirigida por un entendido de la religión ni de una autocracia. Su función principal es la seguridad y el orden para que toda su comunidad pueda llevar a cabo sus obligaciones religiosas como es debido. La soberanía, por tanto, no reside ni en la política ni en la religión, sino en la palabra de Dios.

El modelo de gobierno más adecuado a los principios religiosos es la nomoteocracia⁴. En consecuencia, los modelos clásicos de la teoría política occidental, como la democracia o la autocracia, quedan sujetos al buen cumplimiento de las normas sagradas (Boiso, 2011, pp. 2-5).

El Califa, además de ser guardián de la fe, es el encargado de la comunidad. No está regulado por los expertos religiosos, sino que es mejorado por ellos a través de consejos de carácter religioso y legal. Entre sus funciones está la de nombrar a jueces para que resuelvan los conflictos según la Ley Islámica. Existe cierta flexibilidad respecto al sistema de gobierno y su establecimiento en el islam, pero la religión debe implantarse de forma completa en el Estado y la sociedad.

La legitimación del verdadero poder islámico no se encuentra en la persona que lo ejerce, sino en su sumisión al auténtico espíritu del islam. De ahí que la principal divisa de todo Estado verdaderamente islámico sea: “El Corán es nuestra Constitución. No existe otra Constitución que el Corán. El Corán es nuestra Ley y Mahoma nuestro modelo” (Boiso, 2011, p. 22).

⁴ Esta caracterización restringe la capacidad legislativa del poder político, en la medida en que la ley procede del Estado y no es una producción directa de él

Los musulmanes son libres de establecer cualquier sistema de gobierno siempre que responda a la igualdad en todos sus ámbitos entre ciudadanos y ante la ley, además de ceñirse a los valores morales y éticos del islam (FUNCI, 2015).

Ni el Corán ni la Sunna dan preferencia a un sistema político sobre otro, sino todo lo contrario, ambos han impuesto una serie de principios o valores éticos y costumbres políticas que los musulmanes deben seguir a la hora de convivir en un Estado. Por lo que la reclamación del *khilafa* (califato) como modelo único de gobierno islámico es cuestionable (FUNCI, 2015).

2.4. Comunidad islámica en España por autonomías

España tiene una estrecha relación con el mundo árabe y musulmán, un mundo que se encuentra a pocos kilómetros, y que, en los últimos años, la inmigración ha traído a nuestro país. El asentamiento musulmán que tuvo lugar durante ocho siglos en España, Al-Ándalus, ha influenciado cultural y socialmente a nuestro país ya que ha determinado, en gran medida, la identidad nacional y la construcción de España como nación (Martí, 2015). El islam cuenta con cinco escuelas diferentes reconocidas universalmente. De entre ellas los más extendidos en España son los ritos *malekí* y *hanafí*, o lo que es lo mismo, los *suníes*. Por detrás les siguen el *chafetí* y el *hanbalí*, también *suníes*, y el *yafarí*, *chií*. De entre los musulmanes inmigrantes destacan cuatro zonas geográficas de origen: Magreb Árabe, África Occidental, Oriente Próximo y Oriente Medio (UCIDE y Observatorio Andalús, 2020).

La población musulmana en España es una de las comunidades más grandes de nuestro país y su religión, el islam, es la segunda más extendida, por detrás del cristianismo. Desde los años 40 han inmigrado personas musulmanas hacia España, las cuales han llegado a adquirir la nacionalidad española y han tenido y tienen descendencia en nuestro país. Es a finales de los años 60 cuando los españoles comienzan a indagar e informarse sobre otras religiones, lo que les lleva a descubrir el islam y a convertirse a algunos de ellos a él. En este sentido se destacan los siguientes grupos de musulmanes nacionales españoles: naturales, nacionalizados, cebtíes y melillenses y descendientes naturales (UCIDE y Observatorio Andalús, 2020).

Tabla 1: Número de hispanomusulmanes en España

Descendientes	555.266
Nacionalizados	352.436
Melillenses	32.943
Cebtíes	31.594
Naturales	26.072
Cebtíes y melillenses emigrados	555.266
Emigrados y fallecidos	-126.883
TOTAL	879.808

Fuente: Elaboración propia con datos de UCIDE y Observatorio Andalusí, 2020

Si analizamos el origen nacional de los habitantes españoles, encontramos dos grandes bloques entre los que se divide la media general en nuestro país, los españoles y los marroquíes, aunque los pakistaníes también destacan por número en provincias como Barcelona o Valencia, los senegaleses en Salou o Guisona y los argelinos en Alicante o Zaragoza. (Observatorio Andalusí, 2020). El 67,1% de los musulmanes extranjeros residentes en España provienen de Marruecos, es decir, casi siete de cada diez de los musulmanes extranjeros que viven en España han nacido en Marruecos. Le siguen los pakistaníes (82.738), senegaleses (66.046) y argelinos (60.820) (UCIDE y Observatorio Andalusí, 2019).

Año tras año la cifra de musulmanes en nuestro país se incrementa, con tendencia al alza en los últimos años. En el año 2019 la comunidad musulmana se ha situado cerca de los 2 millones de personas (1.993.675), lo que ha supuesto un aumento del 2,4% respecto al año 2018. En cambio, este mismo año también ha aumentado la emigración de los más jóvenes musulmanes en busca de trabajo, según el Estudio Demográfico de la Población Musulmana 2019 (UCIDE y Observatorio Andalusí, 2019). Cuando contemplan una posibilidad de trabajo se desplazan al norte de Francia, a países escandinavos o a Reino Unido. (UCIDE y Observatorio Andalusí, 2019).

Por lo tanto, los datos reflejan cómo la comunidad musulmana representa cerca del 4% de la población total española. Dentro de este 4%, el 42,5% (847.801) del total de musulmanes residentes en nuestro país son españoles, mientras el 57,5% (1.145.874) son inmigrantes, unos números que no varían con respecto al año 2018 (UCIDE y Observatorio Andalusí, 2019).

El 65,3% de los ciudadanos musulmanes españoles son descendientes (hijos, nietos y bisnietos de musulmanes nacidos en España). Este número crece, pasando de 540.326 en 2017 a 553.886 en 2018, es decir, la comunidad islámica no solo crece por inmigración, sino que los descendientes de los musulmanes ya residentes en España son los que hacen que esta cifra sea cada año mayor.

Siguiendo con este crecimiento, también aumenta el número de musulmanes nacionalizados pasando de 309.708 en 2017 a 317.828 en 2018. Pero no solo nos encontramos con musulmanes que ya lo eran antes de llegar a nuestro país, sino que 25.256 ciudadanos españoles se convirtieron al islam en el año 2018. (UCIDE y Observatorio Andalusí, 2019). En la siguiente tabla se recogen las nacionalizaciones musulmanas en España en distintos periodos de tiempo:

Tabla 2: Número de musulmanes en distintos periodos de tiempo

1968/1997 (30 años)	29.027
1998/2007 (9 años)	61.086
2008/2018 (10 años)	262.323

Fuente: Elaboración propia con datos de UCIDE y Observatorio Andalusí, 2020

Un total de 352.436 nacionalizaciones musulmanas en 51 años. Como se puede observar, el número de nacionalizaciones ha aumentado con el paso de los años, casi triplicándose en cada periodo estudiado.

Ahora centraremos el análisis en la cantidad de ciudadanos musulmanes por área geológica. Se puede observar cómo la mitad sur del país concentra un número mayor de comunidad islámica, mientras que el noroeste peninsular cuenta con una presencia menor de ellos (UCIDE y Observatorio Andalusí, 2020).

Por autonomías sí que podemos decir que destacan en número de musulmanes Cataluña, Andalucía, Madrid y Valencia, a las que les sigue Murcia y en porcentaje las de Ceuta y Melilla. Por otra parte, si analizamos por provincias, Barcelona y Madrid serían las más destacadas en cuanto a extranjeros o musulmanes, seguidas de Murcia, y en porcentaje Ceuta y Melilla. Podemos observar cómo Cataluña es la autonomía con mayor número de musulmanes (564.055), seguida de Andalucía (341.069), Madrid (299.311) y la

Comunidad Valenciana (221.355). Las comunidades a la cola en número de musulmanes son Galicia (19.971), Extremadura (19.858), La Rioja (19.462) y Cantabria (5.526). En cuanto a los municipios, Barcelona, Ceuta, Madrid y Melilla son los que cuentan con un número mayor de musulmanes o extranjeros, seguidos de El Ejido (Almería) y Murcia (UCIDE y Observatorio Andalús, 2020).

Las migraciones que se producen en el interior siguen factores de empleo y vivienda, detectándose algunos cambios residenciales en busca de empleo, donde se aprecia un aumento general de la población musulmana inmigrante (40% mujeres), excepto en Ceuta, Jaén, Melilla y Zamora, en las que desciende. También ha aumentado, aunque en menor medida, la población musulmana española (49% hombres) a excepción de Cádiz y Ceuta.

Con este análisis podemos llegar a la conclusión de que España es, en su mayoría, musulmana española o extranjera (1.211.848), superando en 332.040 habitantes a los españoles (879.808).

Si hacemos un resumen de la comunidad musulmana en nuestro país destacamos que esta representa cerca del 4% de la población total de habitantes. El 42% de estos son españoles, mientras que el 58% es inmigrante (38% marroquíes y 20% de otra nacionalidad).

La comunidad autónoma con mayor presencia musulmana es Cataluña, en provincias destacan Barcelona y Madrid y en cuanto a municipios Barcelona, Ceuta, Madrid y Melilla son los más destacados. Esto nos lleva a la conclusión de que en Cataluña, concretamente en Barcelona, es donde se registra un número mayor de musulmanes (UCIDE y Observatorio Andalús, 2020).

2.4.1. Musulmanes en la Comunidad Valenciana

Según los datos que proporciona el Observatorio Andalús, y teniendo en cuenta que hay personas no censadas, podemos tener una visión aproximada de los musulmanes en las distintas provincias de la Comunidad Valenciana (UCIDE y Observatorio Andalús, 2020).

La provincia de Alicante cuenta con 102.453 habitantes divididos en 141 municipios. De todos ellos 69.504 son extranjeros mientras que 32.949 son habitantes españoles. Por lo tanto, la provincia de Alicante es en su mayoría extranjera.

La provincia de Castellón cuenta con 39.233 habitantes divididos en 135 municipios. De ellos 20.790 son extranjeros mientras que el resto, 18.443, son españoles. Por lo tanto, en Castellón, como en Alicante, la mayoría de la población es extranjera.

La provincia de Valencia cuenta con 79.669 habitantes distribuidos en 266 municipios. De ellos 49.427 son extranjeros mientras que 30.242 son españoles. El resultado es que, como pasa en Alicante y Castellón, la mayoría de la población de Valencia es extranjera.

Como hemos podido observar, las tres provincias de la Comunidad Valenciana son mayormente extranjeras. Reflejado en datos, de las 221.355 personas que habitan la Comunidad Valenciana, 139.721 son extranjeros, mientras que 81.634 son españoles.

Haciendo un desglose de las nacionalidades de la Comunidad Valenciana la nacionalidad española es la mayoritaria seguida de la marroquí y la argelina. A la cola están los provenientes de Gambia, Bangladesh y de Guinea. A continuación, mostramos una tabla con todas las nacionalidades que ocupan la Comunidad Valenciana y el número de habitantes.

Tabla 4: Nacionalidades que integran la Comunidad Valenciana

España	81.634
Marruecos	80.266
Argelia	25.308
Pakistán	13.754
Otros	6.506
Senegal	5.745
Nigeria	4.469
Malí	2.226
Guinea	660
Bangladesh	400
Gambia	387
TOTAL	221.355

Fuente: Elaboración propia con datos de UCIDE y Observatorio Andalusi, 2020

Alicante es la provincia con mayor número de personas extranjeras, seguida de Valencia y, por último, Castellón. Esta cantidad se entiende por la proporción del número de habitantes de cada una de las provincias. (UCIDE y Observatorio Andalusí, 2020)

3. Islam en los medios de comunicación

Después de la caída de la Unión Soviética a finales del siglo XX, la mirada del mundo se puso sobre Oriente Medio, hasta donde se desplazaron los medios de comunicación occidentales y donde todavía hoy continúan expectantes (Escuela de Ciencias de la Comunicación, 2016).

Es indudable que la prensa tiene una enorme influencia sobre la opinión pública ya que se trata del vehículo informativo de la sociedad. En relación al islam, según López, Otero, Pardo & Vicente (2010), parece que los medios de comunicación occidentales han estereotipado al musulmán, con un tópico y cliché muy diferentes a la realidad, y haciendo uso de palabras y conceptos que han distorsionado y perjudicado por completo su imagen.

Edward Said, en su análisis de la cobertura mediática del islam, declara que, para la opinión pública en occidente, en general, el islam representa noticias desagradables, además de presentarse como una amenaza para la sociedad. Aunque es cierto que no solo encontramos representaciones racistas, la realidad es que la imagen predominante en los medios occidentales es negativa, lo que no da una visión real del islam (1997, citado en López et al, 2010). “Se reduce el islam a un puñado de reglas, estereotipos y generalizaciones sobre su fe y su cultura, insistiendo en la vinculación con aspectos negativos como la violencia, primitivismo, atavismo y amenaza” (Said, 1997, citado en López et al, 2010, p. 13).

La situación se vuelve más preocupante cuando se trata de terrorismo, con el uso de palabras y conceptos erróneos, lo que lleva a una relación equivocada entre islam y terrorismo (López et al, 2010). Durante los 80 y los 90, la aparición de redes terroristas terminó por dar forma a la idea amenazante de la Yihad. (Tamayo, 2009, p. 22). En un artículo elaborado por Erin Kearns, Allison Betus y Anthony Lemieux (2019), ‘Why Do Some Terrorist Attacks More Media Attention than Others?’ (¿Por qué algunos atentados terroristas reciben más atención que otros?), se expone cómo los atentados terroristas en

los que participan musulmanes reciben un 357% más de atención mediática que los realizados por cualquier otro grupo o persona (FUNCI, 2019).

La cultura oriental como algo extraño domina el discurso actual sobre el mundo árabe y musulmán en la prensa, la cual suele referirse a los musulmanes sin especificar ni nacionalidad ni religión, dando por hecho que todos son árabes, y haciéndolo como si se tratara de terroristas, delincuentes o fanáticos o, por el contrario, como millonarios jeques petroleros que derrochan el dinero (De Azcárate Casteleiro, 2015). Además, se produce un impacto negativo con el uso de palabras con significados ambiguos como *sharia* o *yihad*. A lo largo del tiempo, las distintas opiniones, interpretaciones y formas de entender la palabra *yihad* han abierto el debate sobre su significado. Erróneamente se le atribuye el significado de guerra santa, siendo su significado real ‘esfuerzo hacia un nuevo objetivo’, mientras que *harab* es la palabra que hace referencia a la ‘guerra’ (Lathion, 2017).

Los medios de comunicación construyen dos tipos de metáforas en torno al islam que giran en dos direcciones: “La primera, como desastre natural: un caos incontrolable que amenaza nuestros intereses, y, la segunda, vinculada a la guerra, es decir, a la violencia” (Martí, 2015, p. 149).

En definitiva, el mundo musulmán queda relegado a un todo asociado a adjetivos como ‘medieval’, ‘arcaico’, ‘atrasado’ o ‘potencialmente terrorista’, lo que produce desconfianza y choque cultural (Martí, 2015). Como se mostrará más adelante, el islam queda reducido en su mayoría al terrorismo (De Azcárate Casteleiro, 2015).

Para Federico García (2016), politólogo de la Universidad Nacional de Colombia e investigador tesista de la Universidad Complutense de Madrid, esta situación se debe a la dejadez de los medios occidentales frente a realidades diferentes (Escuela de Ciencias de la Comunicación, 2016).

Pero, a pesar de todo, en occidente se han creado medios de comunicación con el objetivo de promover el conocimiento de la cultura musulmana y combatir la desinformación general sobre la comunidad islámica. Este es el caso de *Hispan TV* y *Annur TV*, dos canales de habla hispana, con sede principal en España y Argentina respectivamente (Escuela de Ciencias de la Comunicación, 2016).

3.1. Islamofobia

El término islamofobia fue acuñado a finales de los años 80 y es definido por la *Commission of British Muslims and Islamophobia* (1997) como la “manifestación del odio, la repugnancia y la hostilidad hacia los musulmanes, que (...) se traduce en la exclusión de estos de la vida económica, social y pública de una nación, al tiempo que son víctimas de discriminación y persecución” (citado en Goikolea, 2012, p. 9).

Este concepto tiene su origen en las relaciones establecidas entre los colonos y los musulmanes en el pasado, quienes iniciaron una actitud de enemistad que en la actualidad ha desembocado en odio y exclusión hacia el conjunto del islam (Vidal Calvo, 2017, pp. 6-14).

Esta actitud se basa, como afirma Goikolea (2012), en creer que la seguridad y los valores de un grupo se encuentran amenazados por otro grupo, lo que crea respeto y seguridad dentro del endogrupo y produce rechazo hacia el exogrupo (Vidal Calvo, 2017, pp. 6-14).

El término ‘islamofobia’ se extiende en el periodismo después de los atentados del 11S y del 11M. La cobertura de estos acontecimientos dio paso a la islamofobia sensacionalista, en la cual no se rechaza simplemente al otro sino a toda la religión. Markria Souhila (2013) afirma que “aunque realmente el término ya existiera –a raíz del colonialismo-, los medios de comunicación lo han determinado y perpetuado, a la vez que fomentado” (Souhila, 2013, citado en Vidal Calvo, 2017, p. 14).

En palabras de Pablo Rojo en una entrevista realizada en el programa ‘Presenza Internacional En La Oreja’ por Blanca Diego, “la islamofobia se debe a que hay muchas noticias falsas, muchos bulos en las redes sociales y, en general, hay mucha facilidad para creerse noticias que son absurdas en las redes”. Según Rojo, uno de los temas más preocupantes son las generalizaciones, cuando hay un ataque terrorista y se habla de que el islam es una religión violenta (Rojo, 2019).

Un punto a destacar es que “la imagen del otro se consolida a partir de una representación mental, de un imaginario colectivo” (Nash, 2000, citado en Vidal Calvo, 2017, p. 14). La prensa construye la imagen del ‘otro’, creando, definiendo y estructurando el problema (Souhila, 2013, citado en Vidal Calvo, 2017, p. 14).

Respecto a los principios legales en relación a la religión, España cuenta con la Ley Orgánica 7/1980, del 5 de Julio, de Libertad religiosa (BOE, 1980, p. 16804), en la cual se proclama el derecho a elegir y practicar libremente la religión; además, se establece la islamofobia como delito de odio desde el ámbito judicial (BOE, 1980, p. 55668).

3.1.1. La mujer musulmana. Islamofobia de género

La islamofobia se ha vuelto un concepto en el que la prensa incurre con los mismos errores una y otra vez; sin embargo, esta se acentúa todavía más cuando se habla de la mujer musulmana, lo que recibe el nombre de islamofobia de género (Vidal Calvo, 2017, pp. 6-14).

Rivera de la Fuente (2016) afirma que la islamofobia se ha convertido en un problema de género por dos razones:

Por un lado, el discurso islamóforo explota la imagen de las mujeres musulmanas a través de representaciones que la ponen en el lugar de eterna víctima. Por otro, porque esta narrativa de animadversión contra el islam y sus seguidores tiene su raíz en el colonialismo; por ende, una fuerte carga patriarcal. La identidad religiosa expresada a través del hiyab y la percepción que existe de este, como sinónimo de opresión y extremismo, hace de las mujeres un objetivo reconocible y de fácil acceso para la violencia (Rivera de la Fuente, 2016 citado en Vidal Calvo, 2017, p. 7).

Un punto relevante es tratar al colectivo de las mujeres musulmanas como si todas fueran iguales, lo que desemboca en una visión estereotipada y lejana de la realidad (Zahra Ali, 2012). El uso del velo islámico y el hiyab se han convertido en los elementos centrales de la homogeneización de las mujeres musulmanas y son el pilar sobre el que gira la islamofobia de género en occidente. Al hacer referencia a las mujeres con hiyab se las presenta como problemáticas, oprimidas y subordinadas, e incluso extremistas (Ali, Bourekba, Carrión, Allah, López, Padilla, & Sahagún, 2018, p. 29).

Autores como Nogué y Villalonga (1999 citado en Goikolea, 2012) han investigado el papel diferenciador del velo islámico y afirman que este ha sido clave para fijar una imagen específica de la mujer. Las estadísticas del Observatorio de la islamofobia en los Medios demuestran que los medios de comunicación muestran un grado mayor de islamofobia cuando las noticias tratan de mujeres musulmanas o del velo. Ejemplo de ello es que en 2017 cerca del 70% de las noticias cuyo tema principal era la mujer musulmana o el velo eran islamóforas. Un porcentaje más alto durante la primera mitad del año que cuando la noticia habla sobre terrorismo (Ali et al, 2018, p. 29).

Pero la realidad es que el velo no es obligatorio en la cultura islámica, por lo que cualquier mujer occidental o no, puede llevarlo sin que esto signifique que sea musulmana. Como afirma Dolors Bramón, en una entrevista realizada por la cadena SER, “existe la obligatoriedad de no mostrar el sexo, para hombres y para mujeres, pero de taparse el cabello no. (...) la palabra cabello no aparece en el Corán. Aquí ya hay una primera deformación” (Bramón, 2019).

Según Stéphane Lathion, la insistencia en presentar una visión idealizada del papel de la mujer en la familia, la comunidad y la sociedad, sin tener en cuenta las realidades del contexto histórico y geográfico, no puede sino generar malentendidos, sospechas y rechazo (...); parece haber una discrepancia considerable entre el discurso y las realidades de las mujeres musulmanas en las sociedades contemporáneas (2017, p. 72).

La violencia más destacada en el ámbito del periodismo hacia las mujeres musulmanas es la simbólica. Se trata, según Montroy (2016), de “la expresión no física de la violencia, pero imprescindible para la organización mental y, por extensión, para la organización social, a través de la cual se ordena el imaginario colectivo para entender, justificar, legitimar y garantizar el orden social dominante” (citado en Vidal Calvo, 2017, p. 10). Además, “utiliza (...) todos los medios, las producciones culturales y las instituciones de todo tipo, incluidas las religiosas, gracias a las cuales naturaliza la desigualdad” (Monroy, 2016, citada en Vidal Calvo 2017, p. 10). Este tipo de violencia se aplica a distintas

formas de dominación, especialmente en la masculina (Fernández, 2005, citado en Vidal Calvo, 2017, p. 11).

Dentro de la violencia simbólica se encuentra la mediática, definida por la Dra. Urrutia (2010) como la que ejercen los medios de comunicación a través de publicaciones o la difusión de mensajes e imágenes estereotipados, los cuales “promueven la explotación de mujeres o sus imágenes, o que injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mismas” (citado en Vidal Calvo, 2017, p. 12).

Según Martín Muñoz existen tres representaciones dominantes en la información de la prensa referida a la mujer musulmana: la mujer pasiva, la víctima y la velada (Muñoz & Grosfoguel, 2012, pp. 147-149).

El papel pasivo surge cuando ellas no aparecen como personas que realizan algún tipo de trabajo o acción, representándolas más como observadoras que como participantes activas de la sociedad. Por otro lado, el papel de víctima se ve reflejado en las noticias que tratan conflictos, como el afgano o el argelino, donde las mujeres son víctimas, y mediante informaciones en relación al velo, la reclusión o la marginación. Los temas de la mayoría de las noticias en las que aparece la mujer musulmana suelen hacer referencia a la violencia contra ellas, informaciones que las victimizan y establecen una relación entre la religión islámica y la discriminación o la violencia (Muñoz & Grosfoguel, 2012, pp. 147-149).

Por último, en la representación velada esta prenda cobra atención por ser interpretada como “signo de misterio desde visiones históricas de tipo orientalista, de sumisión y opresión desde enfoques tradicionalistas” (Muñoz & Grosfoguel, 2012, pp. 147). Además, las mujeres con velo suelen aparecer ausentes de atributos individuales o personales, mientras que, según Muñoz & Grosfoguel, cuando aparecen mujeres musulmanas occidentalizadas “se les resaltan las similitudes culturales occidentales y se les concede un estatuto individual profesional”, dando a entender que las mujeres veladas no realizan responsabilidades o no tienen filiaciones profesionales (2012, pp. 147-149).

Mary Nash (2000) afirma que con frecuencia la imagen de la mujer inmigrante suele identificarse con la mujer procedente del Magreb, vestida de una manera

determinada, con velo, casada; la mujer que se define como madre. La visión predominante de mujer inmigrante es la que lleva una indumentaria diferente, el velo, que se refleja en las imágenes que se dan en los medios de comunicación. Una mirada occidental que esconde realidades y crea un imaginario colectivo que falsifica y distorsiona al mismo tiempo lo que hay más allá de la diferencia (citado en Vidal Calvo, 2017, pp. 14-15).

La información proporcionada por los medios de comunicación suele hacer del velo un símbolo de exclusión. Pero, hay que tener en cuenta que no solo existen distintos tipos de velo, sino que este se utiliza por diferentes razones, desde una imposición de las leyes de un territorio o por parte de la familia, hasta un uso derivado de la inercia de la tradición. O porque, simplemente, creen en Dios (Muñoz & Grosfoguel, 2012, pp. 147-149).

En este sentido, nos parece interesante mencionar la entrevista realizada por María Torrens a dos hermanas musulmanas de Elche. Publicada en el medio *Salam Plan*, y bajo el titular “Dos hermanas, dos opciones: con y sin velo”, se puede observar un claro ejemplo de que el velo no determina ser creyente o no de la religión islámica.

3.2. El islam en la prensa europea

La preocupación por el mundo árabe y musulmán por parte de los medios de comunicación europeos viene de mucho antes del 11S o el 11M. En 1991 el Consejo de Europa publicó, por iniciativa de la Fundación de Cultura Islámica (FUNCI), una recomendación en la que señalaba que el islam todavía es distorsionado por culpa de distintos estereotipos desfavorables. Además, los europeos no tenemos suficiente conocimiento sobre las aportaciones del islam en Europa, el cual también juega un papel positivo en la sociedad. “Errores históricos, una educación etnocéntrica y la representación de los medios de comunicación de masas son sin duda responsables de esta situación” (FUNCI, 2009, citado en López, Otero, Pardo, & Vicente, 2010, p. 11).

Stéphane Lathion apunta que el discurso periodístico sobre el islam es a menudo reduccionista, simplista y dictado por una lógica centrada en los medios de

comunicación que depende en gran medida de los intereses económicos. (...) Sin caer en la islamofobia, es relativamente fácil admitir que las imágenes retransmitidas por los medios de comunicación para mostrar y explicar los conflictos en Afganistán, Irak, Argelia, Somalia, Chechenia, Libia, Siria y Palestina, por nombrar solo unos pocos, reflejan en cierta medida la realidad de sociedades violentas o en las que el terrorismo es a veces legitimado en nombre del islam (2017, p. 71).

En 2015 el papel de la prensa europea destacó por el aumento de los ataques terroristas del ISIS. Este hecho llevó a un aumento del uso de palabras como ‘yihad’, ‘burka’ e ‘islamista’, en la mayoría de casos con fines sensacionalistas y en contextos innecesarios. El uso de estas palabras junto a ‘terrorismo islámico o islamista’, ‘Eurabia’ o ‘Estado Islámico’ se produce de forma abusiva (FUNCI, 2017). Además, desde la revolución iraní, los medios utilizan una iconografía similar, en la cual destacan “multitudes islámicas radicalizadas, sangrientas procesiones de gente que se azota y mujeres completamente tapadas” (Hafez, 2016, p. 24).

En el ámbito de las imágenes, han aumentado las estereotipadas como mezquitas, mujeres veladas o rezos multitudinarios, lo que produce una imagen monolítica del musulmán, al que se asocia con la religión, a pesar de que muchos no son practicantes (FUNCI, 2017).

Otro ámbito a destacar es que la prensa hace hincapié en la nacionalidad del protagonista al relatar el suceso delictivo, aunque esto no aporte nada nuevo ni interesante a la información. Un terrorista ‘islamita’ nunca aparece como francés, sino como franco tunecino o de origen tunecino; sin embargo, futbolistas como Benzema no son denominados argelinos, sino que simplemente son franceses (FUNCI, 2017). Y es que, en más del 80% de todas las informaciones de los medios sobre el islam se acentúan asuntos negativos como “el terrorismo, los conflictos internacionales, la intolerancia religiosa, el fundamentalismo, la opresión de la mujer, los problemas de integración y las violaciones de los derechos humanos” (Hafez, 2016, p. 25). Muy parecida es la imagen del islam en Alemania, donde asuntos como el debate en torno al uso del velo, la represión

de la mujer, los problemas escolares y los conflictos relacionados con las mezquitas son definitorios desde hace décadas (Hafez, 2016, pp. 24-26).

Según Casani, en la mayoría de casos en relación con el islam y sus practicantes, se utiliza un lenguaje racista, xenófobo y frívolo (Casani, 2015, citado en FUNCI, 2017). Un ejemplo es el titular “La Brigada Al Ándalus; de la mezquita de la M-30 a las filas del yihadismo”, publicado por *La Razón* el 14 de diciembre de 2014 (*La Razón*, 2014). En él se mezcla de forma alarmante la cultura y la civilización, Al-Ándalus, las mezquitas españolas y el yihadismo (FUNCI, 2017).

Por otro lado, las mujeres musulmanas reciben un grado de discriminación mayor. No solo al referirse al uso del velo, en la mayoría de casos como sinónimo de sometimiento, sino, también, por la victimización que se hace de ellas (FUNCI, 2017).

Según Casani (2015), en las noticias relativas a la participación de las mujeres en el *Daesh*, por ejemplo, suelen etiquetarse como ‘víctimas’, ‘convencidas’, ‘esclavas sexuales’ o ‘concubinas viviendo en un harén’, negándoles cualquier capacidad de acción y decisión (Casani, 2015, citado en FUNCI, 2017).

Por otro lado, según un estudio del Foro Económico Mundial, las acciones positivas en relación al islam pocas veces se presentan en los medios de comunicación. “Este estudio parte de la base de que, aunque no es cierto que la cobertura informativa siempre vaya acompañada de afirmaciones islamófobas y estereotipos, en un sentido tradicional, sí que existe una marcada tendencia a centrarse en los conflictos” (Hafez, 2016, p. 26). Un análisis de la prensa británica encargado por el alcalde de Londres llegaba a la conclusión de que, en la mayoría de los casos, la información sobre el islam describía un conflicto entre el islam y Occidente, y presentaba a los musulmanes que viven en Reino Unido como una amenaza.

Por otra parte, Vincent Geissler, en su trabajo sobre la imagen del islam en los medios de comunicación franceses, defiende la idea de que la imagen negativa del islam no se debe tanto a los estereotipos y a la unificación del islam como a otras cuestiones como la selección de los temas y las imágenes (citado en Hafez, 2016, p. 26).

En cuanto a los protagonistas, la imagen del islam que recogen los medios occidentales ha sufrido varios cambios. En Alemania hay una tendencia, aparentemente positiva, a una mayor presencia de los musulmanes como interlocutores desde los atentados terroristas del 11-S. Sin embargo, esto suele ser una forma de representación sin participación. Se escuchan las voces musulmanas, pero ellos no suelen influir en la temática de los medios. Aparecen como actores, dentro de un marco temático generalmente negativo. Los medios no suelen atender a las agendas alternativas que marcan las asociaciones musulmanas. Se suele criticar a los musulmanes por su reticencia a distanciarse del terrorismo, pero, al mismo tiempo, sus declaraciones son objeto de escasa atención en los medios de comunicación (Hafez, 2016, pp. 24-26).

Según los datos del proyecto europeo *Countering Islamophobia through the Development of Best Practice in the use of Counter Narratives in EU Member States*, se observan diez discursos islamófobos dominantes y hegemónicos en Francia, Alemania, Bélgica, República Checa, Hungría, Portugal, Grecia y Reino Unido. En ellos se describía a los musulmanes de forma colectiva como (en orden descendiente de frecuencia) “una amenaza para la seguridad”, “no asimilables”, “una amenaza demográfica”, “una amenaza de islamización”, “una amenaza para la identidad local, nacional y europea”, “responsables de la opresión de las mujeres”, “esencialmente diferentes y violentos”, “ciudadanos incompletos”, “una amenaza para la mayoría” y “esencialmente homófobos”. Se identificó un ambiente islamóforo que está empeorando en los contenidos mediáticos, el discurso político y las experiencias de discriminación, lo cual indica una nueva hostilidad contra los musulmanes, cada vez más aceptada en diferentes esferas de la vida cotidiana (Ali, Bourekba, Allah, López, Padilla & Sahagún, 2018, p. 13).

El islam en los medios franceses raramente se utiliza para hablar estrictamente de religión, sino para adjetivar a organizaciones, corrientes ideológicas o políticas, ya sean árabes o relacionadas con los musulmanes de Europa. Este hecho, además de acompañar la palabra musulmán o islam con adjetivos como ‘fundamentalista’, ‘rigorista’ o ‘salafista’, y de la

creciente presencia de artículos de opinión islamófobos, distorsiona la imagen real del musulmán y su religión. En el año 2015 las 16 palabras más usadas por los periódicos franceses más importantes fueron (Bourekba, 2016):

En el periódico *Le Figaro* nueve de sus palabras más utilizadas hacen referencia al islam o a temas que se le suelen atribuir; estas son: musulmán, islam, guerra, islámico, político, Siria, ataque, terrorista y religión. Las palabras restantes son Francia, nacional, antiguo, joven, mundo, país y hombre.

Si nos fijamos en el periódico *Libération*, son cinco las palabras en referencia al islam o temas relacionados; estas son: musulmán, ataque, religión, islámico y político. Las palabras restantes son: Francia, persona, joven, París, mundo, legal, país, semanalmente, Charlie, enero y Premium.

Por último, *Le Monde* tiene seis palabras entre sus 16 más importantes que están relacionadas con el tema tratado; estas son: musulmán, ataque, político, guerra, religioso y religión. El resto son: país, hombre, Francia, Premium, enero, legal, mundo, joven, persona, París.

El radicalismo existe en relación con lo que lo define. Bourekba afirma que el resurgimiento de los actos terroristas en Francia revitaliza esta expresión (+ 127% en *Le Figaro* en 2014 y 2015, frente a +66% en el conjunto general de documentos), junto con sus variaciones ‘radicalización’ y ‘autorradicación’ (Bourekba, 2016).

Recientemente, en Escocia, se han publicado pautas para el tratamiento del islam y los musulmanes en los medios de comunicación en los artículos relacionados con el islam con el objetivo de luchar contra la diferenciación de los musulmanes producido por los titulares negativos (*Mundoislam*, 2019).

Zara Mohammed, del Consejo Musulmán de Escocia, declaró: “Uno de los desafíos clave que enfrentamos es el de los titulares negativos de los medios que han contribuido a la

alteridad de la comunidad musulmana y estas pautas pueden hacer comprender a los medios el daño que causan (...)” (Mohammed, 2019, citado en *Mundoislam*, 2019).

El informe hace hincapié en la importancia de utilizar palabras precisas a la hora de hablar del islam y sus fieles. A veces, los términos ‘musulmán’ o ‘islamista’⁵ se intercambian, o la palabra ‘velo’ se utiliza indistintamente para referirse al hiyab y el *nikaab* o velo que cubre el rostro (*Mundoislam*, 2019).

3.3. Tratamiento informativo del islam en la prensa española

En una entrevista realizada por Bouziane Ahmed a Javier Fernández Arribas, fundador y director de la revista ‘Atalayar entre dos orillas’, en el programa ‘Medina en TVE’, Fernández afirma que el mundo árabe y musulmán tiene una escasa presencia en la prensa española, pero que cuando ocurre algo malo sí que se le da protagonismo; en palabras suyas: “*good news, no news*”. Aunque “hay periódicos como *El País*, *La Vanguardia*, *ABC*, *El Mundo* e incluso *La Razón* que cuidan un poco más esta información”, Fernández cree que la presencia debería ser más numerosa y pedagógica explicando cosas que no siempre fueran escándalos, golpes de estado, muertes o atentados terroristas, sino el día a día (Fernández, 2019).

El código deontológico de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) declara, en su punto 7:

El periodista extremará su celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados. Por ello, debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas humanas degradantes. A) Debe, por ello, abstenerse de aludir, de modo despectivo o con prejuicios a la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona o cualquier enfermedad o minusvalía física o mental que padezca. B) Debe también

⁵ Término referido a una corriente política

abstenerse de publicar tales datos, salvo que guarden relación directa con la información publicada (FAPE, 2017).

Concretamente en España, respecto a noticias cuyos protagonistas son árabes y/o musulmanes, se insiste en la oposición ellos y nosotros con la asignación de elementos negativos –ellos-, así como la presentación de “ellos” en un imaginario social donde se refuerzan los sentimientos de rechazo e incompreensión (Navarro, 2012, citado en Vidal Calvo, 2017, p. 14).

Un ejemplo es la reacción ante lo ocurrido el 2 de enero de 2015 en Madrid, cuando Jamal Herrad, ciudadano español, amenazó con suicidarse en un tren de cercanías en atocha. Como recoge Maestre en *La Marea*, se produjo un relato xenófobo e inmigracionista (Maestre, 2015). Se pretendía relacionar el suceso con los atentados del 11M y los titulares se referían al origen del protagonista como árabe o magrebí. Pero no había ninguna bomba, el protagonista no tenía relación con redes islamistas y no se sabía si era musulmán, sin embargo, la mayoría de medios lo relacionó con el yihadismo. Ejemplo de ello es el titular de *La Razón* publicado al día siguiente: “Alerta yihadista en España” (Maestre, 2015).

Martí habla de la selección de imágenes, fuentes, temas y léxico específicos que crean un “estereotipo negativo sobre la población islámica” lo que configura la imagen de la persona musulmana en la sociedad española. De esta manera destaca la relación entre el discurso de la prensa y la existencia de islamofobia (Martí, 2015, p. 137).

En el año 2013 *El País* publicó 72 noticias relacionadas con el mundo musulmán, mientras que *La Razón* lo hizo en 123. De las 72 noticias de *El País*, solo siete podían considerarse positivas, pero ahondando un poco más, la cifra se reducía a cinco (Martí, 2015, p. 142).

Por ejemplo, “Devotas de Alá... y de Armani”, publicada por *El País* el 12 de abril de 2013, parecía ser un artículo positivo ya que contaba la historia de una británica que, además de ser bloguera de moda, era musulmana. Sin embargo, “el discurso en la redacción de la noticia relacionaba al mundo islámico con la polémica, el machismo y el retrogradismo” (Martí, 2015, p. 142).

Este es un ejemplo de noticia en el que la prensa española, en este caso *El País*, usa un lenguaje violento y despectivo contra la comunidad musulmana, pero la prensa, además de cometer este error, también ayuda a difundir, sin querer, la islamofobia de quienes hacen declaraciones de desprecio hacia los musulmanes.

Esto lo podemos observar con el caso del arqueólogo murciano Julio Navarro Palazón, quien, a pesar de haber colaborado con la FUNCI, declaró en una entrevista publicada en *La Verdad* el 5 de agosto de 2016:

Los que creen que los musulmanes, con unas cuantas catequesis progres, se van a hacer pro occidentales lo llevan claro. Eso es absolutamente impensable. Evidentemente, para el mundo musulmán todo lo que no sea islam es malo. Nosotros no representamos ningún atractivo para ellos. Vienen, y tienen todo el derecho a hacerlo, buscando unas condiciones de vida mejores, pero despreciando profundamente nuestro modelo cultural y nuestros valores (Navarro, 2016, citado en FUNCI, 2017).

En España han aparecido nuevos medios informativos (Negreira & López, 2016, p. 327, citado en Trujillo & Salinas 2019, p. 83), influenciados por el 15M, entre los que existen propuestas alternativas y los cuales llevan a cabo un periodismo independiente y comprometido para mejorar la vida de la sociedad y de los musulmanes. (Hernández, Robles & Martínez, 2013, p. 63, citado en Trujillo & Salinas 2019, p. 83). “Es el caso de *Eldiario.es*, *La Marea*, *Infolibre*, *Píkara Magazine*, *Público*, *Periodismo Humano* o *Revista 5W*” (Trujillo & Salinas, 2019, p. 83).

Basándonos en el estudio del Observatorio de la Islamofobia en los Medios del año 2020 observamos cómo ha sido el año con mejores resultados desde que el Observatorio comenzó con sus informes en 2017.

Pese a que el tercer trimestre de este año fue uno de los peores, al finalizar el año las noticias islamófobas descendieron del 44% en el tercer trimestre al 36% en el último trimestre del año. Solo un 15% de las noticias están calificadas con semáforo rojo, es

decir, como islamóforas, mientras que el 21% de ellas se sitúan en el semáforo ámbar⁶. Por lo tanto, el restante 64% de las noticias no contienen ningún tipo de islamofobia (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020).

Pese a estos datos positivos, la temática negativa de los artículos continúa, como viene siendo habitual desde hace tiempo, y se sitúa por encima del 60% de las piezas analizadas por el Observatorio: 115 tratan temas positivos, mientras que 207 tratan aspectos negativos (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020).

El tema más tratado en las noticias analizadas sigue siendo el terrorismo, seguido por las noticias sobre la mujer y la radicalización y más por detrás el velo y los refugiados. "El estereotipo más usado por los medios españoles es el de la mujer musulmana sumisa, obligada y sin capacidad de decidir, añadiendo elementos al texto que fomentan la extranjerización de la mujer", ha denunciado Vidal (EFE) (citado en *La Vanguardia*, 2019).

En un análisis de los últimos tres años observamos cómo mientras en el año 2017 el 65% de las piezas relacionadas con las mujeres musulmanas eran islamóforas, en 2018 se redujo al 50%. Sin embargo, durante el año 2019 se ha producido un aumento sostenido del número de noticias relacionadas con la mujer, pero este último trimestre el aumento de noticias islamóforas ha descendido, especialmente en lo relativo a la mujer y al velo. El porcentaje de noticias que trataban estos dos temas apenas supera el 40% mientras que en el trimestre anterior estaba cerca del 60% (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020). Pero, como afirma Pedro Rojo en la entrevista realizada por Blanca Diego en el programa 'Presenza Internacional En La Oreja', "da igual que la noticia esté bien o mal escrita, lo que preocupa es que la mayoría de ellas son islamóforas" (Rojo, 2019).

En cuanto a los medios, *El País* vuelve a ser el medio que más noticias publica, seguido de *La Razón* y *eldiario.es*. Las noticias de *El Mundo* y *La Vanguardia* continúan descendiendo (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020).

⁶ El Observatorio de la Islamofobia en los Medios utiliza los colores del semáforo para separar las noticias. El rojo significa islamofobia activa, es decir, noticias en las que aparecen indiscutiblemente ideas islamóforas. El ámbar hace referencia a la islamofobia pasiva, noticias que sin ser explícitamente islamóforas favorecen una interpretación islamófoba. El verde representa las noticias no islamóforas

Destaca *eldiario.es* con un 88% de noticias libres de islamofobia y solo un 11% de noticias con islamofobia pasiva, aunque en este ejercicio ha pasado de cero a 2% de noticias con islamofobia activa. Le sigue *El País* como segundo medio con menor islamofobia con un 17% de islamofobia pasiva y un 8% de noticias con islamofobia activa. Por su parte, *El Mundo* ha mejorado la cantidad de noticias libres de islamofobia, aunque, como ya hemos adelantado, la representación de la comunidad musulmana en este medio es cada vez menor. *La Vanguardia* y *La Razón* cuentan con datos parecidos (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020).

En lo que respecta a las imágenes, estas son positivas en cerca del 80% de las noticias que tratan el islam, sin embargo, todavía destacamos que las noticias con imágenes que no reflejan de forma correcta la noticia coinciden con una calificación islamófoba. Por el contrario, las imágenes que ilustran de forma correcta la pieza se han calificado como libres de islamofobia (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020).

En cuanto a los comentarios de los lectores de los distintos medios analizados por el Observatorio, el 58% de ellos están libres de islamofobia. Como se observaba en el caso de las imágenes, se producen comentarios islamófobos cuando el tratamiento de la noticia es islamófobo, sobre todo en noticias con islamofobia pasiva. Por otro lado, el Observatorio ha detectado que lo que provoca los comentarios discriminatorios suele ser el tema de la noticia, y en muchas ocasiones los comentarios islamófobos se encuentran en artículos con buenas prácticas, en los que algunos lectores realizan una contra narrativa con comentarios racistas, machistas e islamófobos (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020).

Pero, pese a todo, la prensa sigue cayendo en los mismos errores que en 2017. En primer lugar, la islamofobia está siendo normalizada e institucionalizada, puesto que no se cuestionan suficientemente los discursos islamófobos ni las generalizaciones sobre el islam. Por otra parte, existe una tendencia a relacionar a los musulmanes con acciones de un grupo pequeño que evoca el islam para justificar actos terroristas. En tercer lugar, los medios continúan extranjerizando a la población musulmana, divulgando estereotipos y perpetuando la estigmatización, generando inseguridad y aislamiento entre las comunidades musulmanas. Por último, algunos de los intentos de narrativas alternativas

han fallado y se han acabado convirtiendo en ejemplos islamófobos, sobre todo al tratar lo normal como excepcional (Mullol, Rojo & Vidal, 2019).

Ya lo dijo Pedro Rojo, director de Al Fanar y coordinador del Observatorio junto a Lurdes Vidal, en la presentación del informe de 2018 y lo recogió *El Salto* en su artículo ‘La islamofobia permea los medios de comunicación’:

Asociar el islam al terrorismo, usar de manera imprecisa los términos para referirse a la religión y las personas practicantes, hablar de musulmanes como si fuesen un todo homogéneo definidos exclusivamente por su culto, prescindir de fuentes y datos para sustentar afirmaciones, o incurrir en la retórica del choque de civilizaciones, son los errores más comunes en la prensa (*El Salto*, 2018).

4. La importancia del lenguaje contra la islamofobia

El lenguaje es el medio a través del cual expresamos o transformamos las ideas que tenemos en mente pero, su uso inadecuado, puede convertirlo en un instrumento de deformación de la realidad, lo que puede resultar perjudicial para la sociedad.

Como se ha podido observar, en los últimos años, la prensa utiliza un lenguaje generalmente perjudicial para la comunidad musulmana. Han transformado a los practicantes del islam en grupos de bandas terroristas movidas por su religión. *Al Qaeda* o *Daesh* han convertido a los medios de comunicación en instrumentos transmisores de un discurso terrorista que ha llegado a situarse en los titulares. Como consecuencia de esta mala práctica o entendimiento del lenguaje por parte del vehículo informativo de la sociedad, las personas musulmanas se han convertido en violentas, extremistas, asesinas y fanáticas de su religión frente a los ojos del resto del mundo.

Aunque en pleno siglo XXI contamos con instrumentos para acceder a todo tipo de información y podemos consultar distintas publicaciones para contrastar la información, la realidad es que la mayoría de personas no lo hacen y se quedan con la primera

información que han leído o les ha llegado, interiorizando, en la mayoría de casos, conceptos negativos de árabes y musulmanes.

Ahmed Versi, director del periódico *Muslim News*, declaró en una entrevista telefónica con *El Mundo* que cuando se supo de la explosión de la bomba en Oslo, en todos los titulares aparecía la palabra ‘terrorismo’. Sin embargo, cuando se supo que el autor era noruego, los titulares pasaron a hablar de ‘masacre’ y ‘asesinato’, y la palabra ‘terrorismo’ desapareció (Versi, 2011). Versi añade que “el lenguaje hacia los musulmanes es muy negativo en Europa. Cuando un musulmán comete un crimen es un terrorista o un islamista radical. Cuando es un europeo, no musulmán, se trata de un desequilibrado o un loco” (citado en Meneses, 2011).

Este lenguaje islamófobo adoptado por los medios de comunicación transmite a la sociedad una mala imagen del musulmán, una imagen que lo deshumaniza frente a los ojos de la sociedad. Para que esto cambie es necesario un cambio en el lenguaje para dar a cada noticia y a cada persona el significado o adjetivo que realmente merece, sin caer en las generalizaciones o clichés en los que se lleva recayendo durante años. Para ello, también es necesario tener claros los conceptos pues, en algunas ocasiones, se usan palabras de forma errónea sin ser conscientes de ello.

Los terroristas han dado un lenguaje común a toda la comunidad musulmana y la prensa lo ha aceptado, occidentalizándolo y deformando la imagen de esta comunidad.

4.1. Glosario de términos islamófobos

A continuación, se menciona una lista de palabras comunes en los medios de comunicación con su significado real y que se suelen utilizar de forma errónea en las noticias.

El glosario que mostramos a continuación está elaborado íntegramente por el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, basándose principalmente en la RAE (Real Academia Española) y en el Diccionario de islam e islamismo de Luz Gómez García (2019). Este está en proceso de publicación y nos lo han facilitado para el Trabajo de Fin de Grado.

- islam: religión de Mahoma. Se escribe con minúscula inicial y nunca en cursiva como las demás religiones.
- islamismo: conjunto de proyectos ideológicos de carácter político cuyo paradigma de legitimación es islámico. No es adecuado hacer uso de este término como adjetivo cuando sea para acompañar a sustantivos tales como ‘radical’, ‘fundamentalista’ o ‘integrista’, pues de esa forma se convierte en atributo, como si el islam fuera radical, fundamentalista o integrista por antonomasia. Por el mismo motivo se recomienda descartar la expresión ‘terrorismo islamista’.
- islamista: aunque en el pasado era el término que definía al estudioso del islam, actualmente el DRAE (Diccionario de la Real Academia Española) lo define como «partidario de una aplicación integrista o rigorista del islam en la esfera política y social». No es adecuado hacer uso de este término como adjetivo cuando sea para acompañar a sustantivos tales como ‘radicalismo’, ‘fundamentalismo’ o ‘integrismo’, pues de esa forma lo ‘islámico’ se convierte en atributo, como si el islam fuera radical, fundamentalista o integrista por antonomasia. Por el mismo motivo se recomienda descartar la expresión ‘terrorismo islamista’.
- islamofobia: miedo, odio o prejuicio hacia el islam y los musulmanes por profesar su fe. La islamofobia se materializa en prácticas discursivas de menosprecio o incitación a la tensión racial o religiosa, en manifestaciones de discriminación y marginación sociopolítica, acoso personal o colectivo, ataques físicos o desórdenes públicos. No obstante, su definición jurídica es objeto de discusión, y la controvertida delimitación de qué es islamofobia depende en buena medida de posiciones ideológicas.
- musulmán: persona que profesa el islam. No es sinónimo de árabe. En sentido estricto, solo debería aplicarse a las personas, sin embargo, como adjetivo su uso está extendido y asociado a nombres abstractos (vida musulmana, comunidad musulmana, etcétera). En estos casos es aconsejable el empleo del adjetivo islámico.

- magrebí: perteneciente o relativo al Magreb⁷.
- yihad: la yihad es la obligación doctrinal que tiene el musulmán de esforzarse por instaurar en la tierra la palabra de Dios, esto es, el islam. Es, por una parte, el esfuerzo espiritual y material del musulmán por mejorars⁸, y por otra, el esfuerzo por mejorar lo que le rodea⁹. Para conseguirlo, la yihad va desde la persuasión oral y ejemplarizante de cada musulmán al acoso armado: es lo que se conoce como ‘yihad ofensiva’, que ha sido tan discutida como practicada a lo largo de los quince siglos de historia del islam.

A partir de esta interpretación bélica de la yihad, en los años setenta del siglo XX empezó a cobrar fuerza una corriente ideológica que sostiene que esta yihad es una obligación individual que ha de acometer cada musulmán para contribuir a la liberación final de la *umma*. Es lo que se conoce como yihadismo. La palabra ‘yihad’ se utiliza en castellano como un término de género femenino, la yihad, cuando en árabe es masculino, al parecer por la errónea identificación del término con la Guerra Santa.

- yihadismo: a partir de esta interpretación bélica de la yihad, en los años setenta del siglo XX empezó a cobrar fuerza una corriente ideológica que sostiene que esta yihad es una obligación individual que ha de acometer cada musulmán para contribuir a la liberación final de la *umma*. En la visión del yihadismo, la violencia terrorista es una estrategia al servicio de un bien inapelable, instaurar el verdadero islam¹⁰, por lo que no cabe discusión sobre su legitimidad. Sí la ha habido sobre las formas de la lucha armada: de cariz guerrillero en los años setenta, ha ido adaptándose a la desaparición del mundo bipolar, globalizándose primero¹¹ y

⁷ Magreb, lugar por donde se pone el sol, región que engloba Libia, Túnez, Marruecos, Argelia y Mauritania, más el Sáhara Occidental

⁸ Conocido como ‘yihad mayor’

⁹ La ‘yihad menor’

¹⁰ Salafismo: movimiento ideológico que propugna la restauración de un orden islámico universal a imitación del de la época de Mahoma y sus inmediatos seguidores (622-661 d. C.), corrompido por el paso de la historia y las desviaciones de los musulmanes. A diferencia del yihadismo, el salafismo no defiende necesariamente el uso de la lucha armada para lograr la restauración. Los salafistas pretenden volver al islam primigenio como el que hizo posible la expansión del islam en su primer medio siglo de vida (Observatorio de la Islamofobia en los Medios, 2020)

¹¹ Su máximo exponente fueron los atentados del 11-S en Nueva York

customizándose en su modalidad actual de ataques ad hoc en Europa, el Sahel africano o el mundo árabe en descomposición.

- yihadista: persona partidaria de la yihad. En los últimos años se ha extendido el uso de este término para designar a aquellas personas que llevan a cabo una interpretación bélica de la yihad conocida como yihadismo. Se recomienda referirse a estos sujetos como ‘terroristas’. A los musulmanes, les repugna que se confunda el yihadismo con el islam, error al que induce la expresión ‘terrorismo islamista’. No les falta razón, por lo que se debe evitar. Tampoco son muy partidarios de la locución ‘terrorismo yihadista’, en la medida en que la yihad parece quedar reducida a la violencia, si bien esta expresión resulta menos lesiva que la primera y es conceptualmente más pertinente.
- hiyab: el término se refiere tanto a una prenda que es una pieza de tela que cubre normalmente el pelo, los oídos y el cuello de las mujeres musulmanas que deciden utilizarla, como a la costumbre de usarla. El tamaño, color y colocación del hiyab, o las condiciones en que se usa, dependen tanto de las costumbres locales como de la intención de quien lo lleva.
- burka: atavío tradicional que oculta el cuerpo y la cabeza por completo, dejando una pequeña abertura de malla que hace posible la visión.

5. Objetivos y metodología

El aumento de atentados terroristas, así como de la inmigración en los últimos años de personas procedentes de Oriente hacia Occidente, ha motivado a los medios de comunicación a tomar a sus protagonistas como tema principal de sus informaciones. El problema lo encontramos en que año tras año se utilizan narrativas más erróneas e inadecuadas al referirse a las personas orientales, pongamos a las personas árabes o musulmanas, unos de los términos principales en los que se sustenta este trabajo.

El principal vehículo de la información se ha convertido en fuente de desinformación en muchos de los artículos relacionados con personas fieles del islam, según se ha podido

ver en los informes del Observatorio de la Islamofobia en los Medios. El uso de palabras y contextos inapropiados ha dado lugar a que en los últimos años se haya instaurado una idea generalizada de miedo y desprecio hacia este sector poblacional por parte de la sociedad.

Por ello, el principal objetivo de este Trabajo Fin de Grado es analizar el *Diario Información*. Se ha elegido este periódico por ser el medio más importante de la provincia de Alicante y poder conocer el grado de islamofobia en los artículos publicados durante el año 2019. Se escoge este periodo de tiempo para conseguir una muestra grande y eficiente que recoge todas las publicaciones a excepción de las piezas de suscripción en relación al islam en territorio español, un total de 49 ítems. El *Diario Información* no suele ser objeto de estudio en los principales trabajos de análisis de islamofobia en los medios, por lo que nos parece interesante.

De este objetivo general se desprenden otros específicos como la occidentalización de los términos, el uso incorrecto de distintas palabras y la incidencia que se hace sobre algunas de estas sin ser necesarias para el contexto de la información.

Por lo tanto, este análisis plantea como objeto:

1. Conocer la imagen que el *Diario Información* ofrece del islam
 - a) Conocer el porcentaje de noticias relativas al islam con temas positivos y negativos.
2. Analizar el grado de islamofobia del *Diario Información*
 - a) Estudiar el uso de las palabras en relación al conjunto del islam: hacer una diferenciación de significado del uso de las distintas palabras.
 - b) La representación de las imágenes: observar si se representa la realidad o se exagera o difama.

Esta investigación pretende mostrar, mediante dos metodologías distintas, una de tipo cuantitativa y otra cualitativa, el tratamiento periodístico del contenido publicado en el *Diario Información* sobre el islam y el grado de islamofobia que comprende.

En primer lugar, usaremos el método de análisis de contenido para desarrollar el método cuantitativo. El análisis de contenido, según Bardin (1991), es un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones que funciona por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes. Este tiene dos funciones: por una parte, la heurística, la cual comprende la exploración, el descubrimiento; es la forma del análisis de contenido para ver. Por otro lado, está la función de administración de prueba, en la cual se confirman o rechazan las hipótesis preestablecidas; es la forma del análisis de contenido para probar (1991, pp. 22-23).

López-Noguero aclara que con esta técnica se pretende analizar las ideas expresadas en el texto, siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que se cuantifica. Esta metodología intenta ser objetiva y convertir en datos los contenidos de documentos o comunicaciones (2002, p. 173).

En este sentido, se ha creado una hoja de codificación con las variables que analizaremos. Estas son fecha de publicación, género de la pieza, género del protagonista, edad, tema, sentido del titular, si tienen foto y si esta es islamófoba, si tiene vídeo y si este es islamófobo, posicionamiento de la pieza, nacionalidad del implicado, palabras que aparecen en el glosario proporcionado por el Observatorio de la Islamofobia en los Medios con las palabras más usadas, lenguaje y si se produce un discurso que incita al odio.

En segundo lugar, se llevarán a cabo distintas entrevistas estructuradas, lo que supone la parte cualitativa de la metodología. Este método nos ayuda a obtener respuesta sobre cuestiones que no nos proporciona el análisis de contenido. En este tipo de entrevista, como afirma Miriam E. Colín, el entrevistador desarrolla un cuestionario bien estructurado que el entrevistado debe responder. Este debe ceñirse a las preguntas del cuestionario y no preguntar nada fuera de él. Las preguntas se hacen con el objetivo de conseguir la información de forma precisa; estas se ajustan a ciertos objetivos preestablecidos que desea conocer (2009, pp. 69-70).

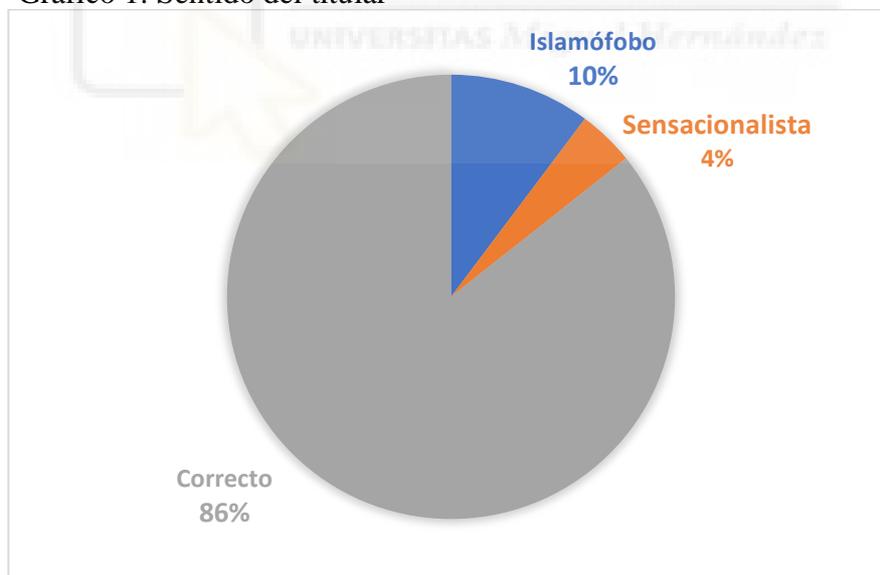
La estructura de la entrevista estructurada es rígida y se fundamenta en un método de preguntas directas (Colín, 2009, pp. 69-70).

La entrevista estructurada se realizará a tres personas con una implicación relevante en el tema. Por una parte, conocemos más de cerca la realidad del islam en la sociedad con Hind El Fadli, presidenta de la Asociación G-Chime de Elche¹². Esta entrevista se ha llevado a cabo a través de audios de WhatsApp. Por otro lado, Laura Amate, desde el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, nos proporciona una visión analítica del lenguaje y las instituciones respecto al islam. Por último, Tomás Mayoral, director del *Diario Información*, cuenta cómo se seleccionan y tratan las noticias en relación al islam en el medio analizado. Estas dos últimas entrevistas se han realizado a través de correo electrónico.

6. Resultados

En este trabajo se han analizado 49 piezas publicadas en el *Diario Información* durante el año 2019 en relación al islam. De esta manera se presentan los siguientes resultados:

Gráfico 1: Sentido del titular



Fuente: elaboración propia

En el gráfico 1 observamos cómo la mayoría de las piezas analizadas están precedidas de un titular correcto, mientras que solo el 10% tienen un enfoque islamófobo y un 4% sensacionalista. En este sentido contemplamos cómo el *Diario Información* cuida el

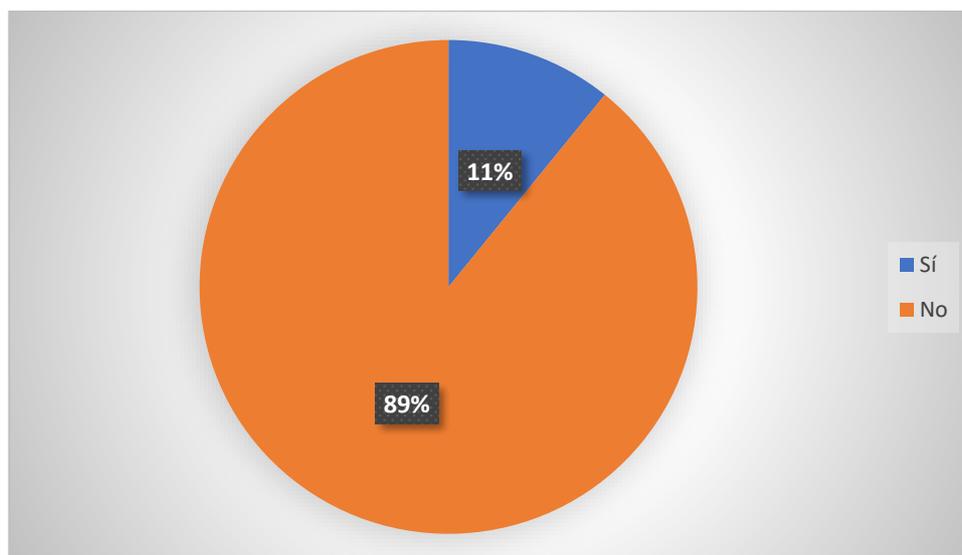
¹² Grupo de Chicas Musulmanas de Elche cuyo fin es realizar distintas actividades con dos objetivos: apoyar a las chicas musulmanas y visibilizarlas

titular y tiene un porcentaje realmente bajo de islamofobia en una de las partes más importantes de la información. El problema en esos titulares islamófobos viene de una falta de contexto ya que, en el interior de la noticia, en la mayoría de casos se aclara la información y se utiliza un lenguaje correcto. Ponemos el ejemplo de la noticia publicada el 02 de septiembre (ítem 1) donde el titular era el siguiente: ‘El ayuntamiento de Almoradí y la comunidad escolar rechazan que los colegios impartan Islam’. Si leemos solo el titular parece que en Almoradí se deje de lado al islam, pero no es así, sino que en la noticia se explica que es por una serie de problemas como el espacio. Esto se repite en la mayoría de casos de ese 10%.

Además, destacamos que en 10 de las piezas analizadas se menciona el lugar de procedencia del protagonista en el titular, entre los que destacan la marroquí, la cual aparece en 5 de ellas (estas 5 piezas hablan de la misma persona), la argelina que aparece en 3 y la magrebí en 2.

Continuando con el estudio, procedemos a las fotografías de las piezas. El 76% de los ítems (37 piezas) acompañan la información con una fotografía. A continuación, analizamos cuántas de ellas no reflejan bien la información:

Gráfico 2: Piezas con fotografía islamófoba



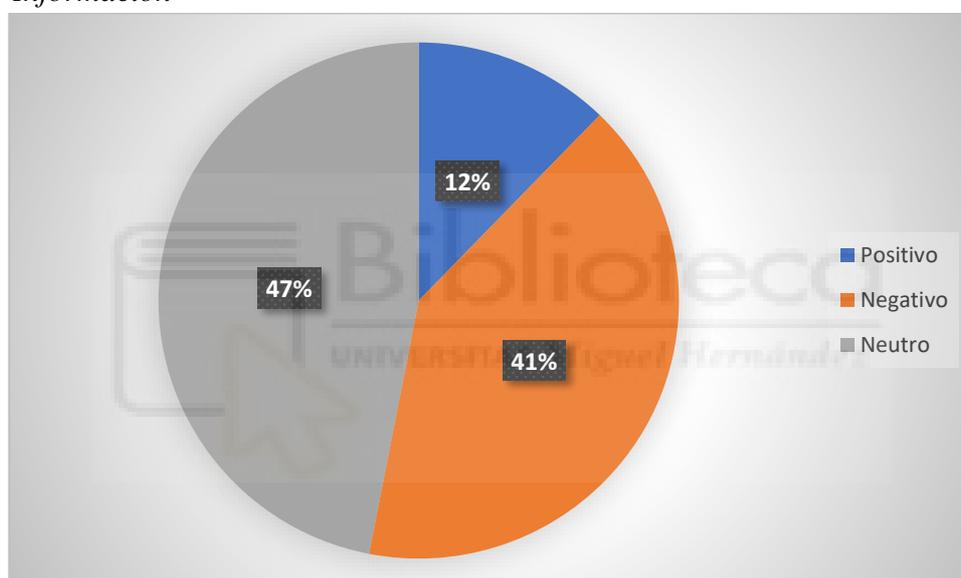
Fuente: elaboración propia

En el gráfico 2 apreciamos cómo la mayoría de las piezas acompañadas de fotografía en el *Diario Información* reflejan de forma adecuada la realidad de la información que se

presenta. Sin embargo, y aunque se trate de un porcentaje pequeño, el 11% de las piezas con fotografía son islamóforas. Casi la totalidad de ellas muestran a mujeres con velo islámico cuando no se está hablando de la mujer, sin embargo, la imagen de la mujer musulmana con el velo es la que se selecciona para acompañar estas piezas en relación al islam. Esta es una práctica habitual en los medios de comunicación y no es correcta, ya que se trata de una estereotipación.

En cuanto a la imagen que ofrece el medio con respecto al islam en los ítems analizados:

Gráfico 3: Posicionamiento positivo o negativo de las piezas analizadas del *Diario Información*



Fuente: elaboración propia

El *Diario Información* se posiciona de forma neutral en casi la mitad de las piezas analizadas. Este posicionamiento se refiere a la temática (positiva, negativa o neutra) de las piezas analizadas ya que el *Diario Información* es neutral en sus informaciones, aunque, como veremos a continuación, cae en expresiones o relaciones incorrectas. Tomás Mayoral, director del *Diario Información*, afirma que “no hay criterio de selección a priori en función de que una noticia tenga que ver con una religión o con otra” y añade que “si la religión tiene que ver con la noticia da igual que se trate del islam o de otra, será noticia, en positivo o en negativo”.

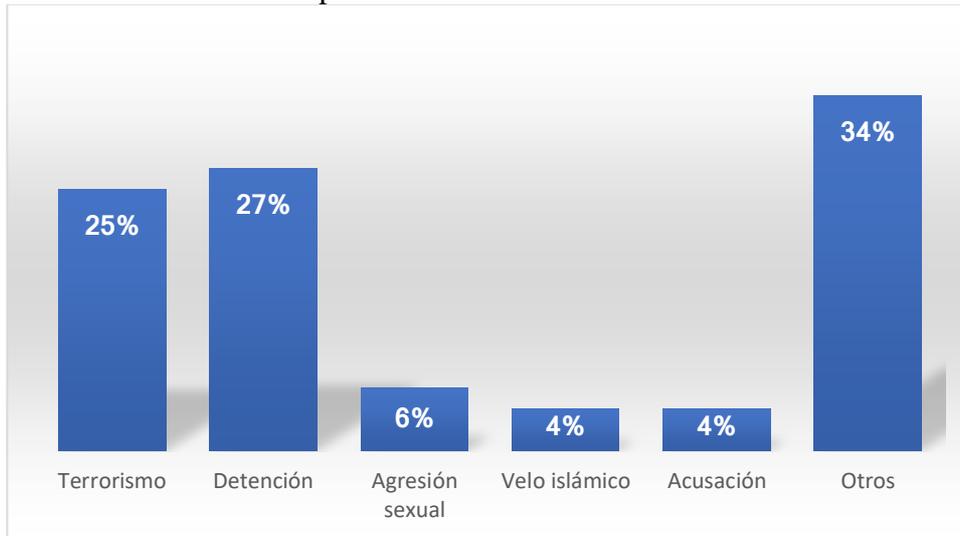
Las piezas de temas neutros tratan de cursos o charlas, mientras que en las que tratan temas en las que las personas desarrollan alguna acción no se llega a hablar directamente de la comunidad islámica, sino que se habla de magrebíes, marroquíes o argelinos, los cuales no sabemos si son fieles del islam. Por otro lado, solo el 12% de estas piezas tratan temas positivos; un ejemplo lo tenemos en la noticia publicada el 03 de febrero (ítem 15), “Orgullosas de un velo contra prejuicios”, en la que un grupo de jóvenes no musulmanas se ponen el *hijab* para experimentar las discriminaciones a las que se enfrentan las chicas musulmanas.

El 41% restante de las piezas analizadas son de temáticas negativas. En la noticia publicada el 29 de octubre (ítem 13) se produce la diferenciación entre el ellos y el nosotros con la siguiente declaración: “El alumno detenido es de origen paquistaní y, según las fuentes consultadas por este diario, apuñaló a su compañero de 17 años, de nacionalidad española, en el IES Torrevigía de esta localidad porque blasfemó contra su profeta”. O, como observamos en la publicada el 13 de febrero (ítem 30), se relaciona la religión con el terrorismo: “El detenido justificaba las acciones violentas de los terroristas y recurría frecuentemente a la palabra infiel”.

Aunque debería sorprendernos observar tan pocas noticias positivas, la realidad es que las informaciones relativas al islam suelen ser negativas como ya hemos visto durante el trabajo. Esto suele venir, en su mayoría, y como veremos a continuación, por la relación que se hace entre la fe islámica y temas como el terrorismo, el cual está ligado al yihadismo.

En el gráfico 4 vemos reflejados los temas más destacados en los ítems analizados. Según el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, “los ciudadanos crean una imagen positiva o negativa en función de las temáticas seleccionadas y el tratamiento informativo llevado a cabo por los medios”.

Gráfico 4: Tema de las piezas analizadas



Fuente: elaboración propia

Las detenciones son el tema que más información reúne ya que recoge tanto delitos de robo como de yihadismo o blanqueo de dinero. En segundo lugar, y como era de esperar, el terrorismo es uno de los temas más tratados. Como afirma el Observatorio de la Islamofobia en los Medios: “el hecho de que el terrorismo sea la temática más usada entre las noticias publicadas relacionadas con el islam y la comunidad musulmana supone una estigmatización constante”.

Son muchas las piezas que hablan de adoctrinamiento, radicalización o ataques, pero sobre todo de yihadismo. Un ejemplo es la noticia publicada el 11 de abril (ítem 31) donde se decía lo siguiente: “Fuentes judiciales indicaron ayer que el ciudadano argelino detenido en Alicante se habría «radicalizado»”. Si la temática ya era negativa, la palabra radicalizado todavía nos muestra una imagen peor del protagonista y de sus intenciones.

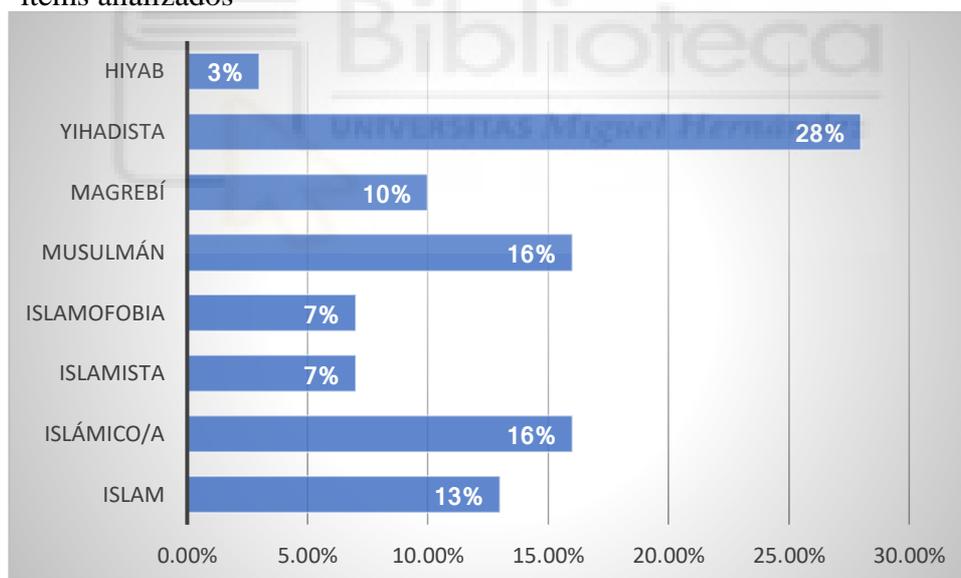
En tercer lugar, y a mucha distancia de estos dos, están las agresiones sexuales. Sin embargo, la mujer musulmana solo aparece como tema principal en 2 ocasiones y el velo islámico en 3, por lo que, a diferencia de lo que pasaba con las fotografías, este tema se trata de forma adecuada y positiva.

Aunque todo lo analizado anteriormente nos ofrece una visión del tratamiento del *Diario Información* sobre el islam, es en el lenguaje donde realmente encontraremos una respuesta más clara y efectiva.

Las directrices utilizadas por el *Diario Información* para tratar tanto el lenguaje como el enfoque de sus informaciones vienen establecidas por los criterios redaccionales al uso que son tradicionales. Por un lado, de acuerdo con un libro propio o adaptado del de otros medios, pero también evolucionan con las recomendaciones de colectivos sociales o de sus propios seguidores. Según Tomás Mayoral, son “permeables a incorporar en su lenguaje o enfoque nuevas perspectivas en función de los cambios que experimenta la sociedad”.

En el gráfico 5 observamos los términos más utilizados del glosario por el *Diario Información*. La palabra ‘yihadista’ es la que aparece un número mayor de veces. Aunque esta palabra se usa de forma adecuada, existen expresiones que incitan al odio o al desprecio hacia los musulmanes o que relacionan el yihadismo de forma negativa con el islam y de las cuales se debería prescindir.

Gráfico 5: Palabras más utilizadas del glosario por el *Diario Información* en los ítems analizados



Fuente: elaboración propia

Este es el caso de la noticia publicada el 08 de octubre (ítem 20) en la que se afirmaba lo siguiente: “Llegó a España cuando era muy pequeño desde Marruecos junto a su familia y nada hacía sospechar sus intenciones en su entorno más inmediato, pues nadie alrededor suyo destaca por posiciones rigoristas o radicales”. Y continúa con lo siguiente: “Es más, según las fuentes, sus hermanas visten sin velo y están muy occidentalizadas, mientras que sus padres "son muy normales"”. Y finaliza añadiendo: “Hasta que en un momento

dado quebró y se acercó al terrorismo yihadista para erigirse en el líder del aparato propagandístico no oficial del Dáesh en España”. Palabras como ‘radical’, ‘normales’ o ‘quebrar’ nos muestran una imagen de la persona musulmana como diferente, perturbada y peligrosa, alimentando además la distinción entre el ellos y el nosotros.

Esto también lo veíamos en el apartado anterior con la frase: “Fuentes judiciales indicaron ayer que el ciudadano argelino detenido en Alicante se habría «radicalizado»”. Aunque son claros ejemplos de mala práctica en el lenguaje de la información, es cierto que solo en 6 de las 56 piezas analizadas ocurre algo parecido, pero se debe evitar.

En segundo lugar, las palabras ‘musulmán’ e ‘islámico/a’ aparecen como las más destacadas. En el caso de la palabra islámico encontramos un mal uso con la expresión ‘terrorismo islámico’. El terrorismo es yihadista, pero no islámico o islamista, por lo que es incorrecto decir terrorismo islámico ya que se relaciona de forma errónea a la comunidad musulmana con el terrorismo.

En tercer lugar, se encuentra la palabra ‘islam’ seguida, en cuarto lugar, de ‘magrebí’. Ambas reciben un uso correcto en las piezas analizadas, aunque la palabra magrebí aparece en dos ocasiones en el titular de la noticia, algo innecesario para la información que se presenta.

Por otro lado, nos gustaría destacar que la palabra ‘islam’ aparece en diversas ocasiones escrita en mayúscula cuando debería ir en minúscula y sin cursiva como el resto de religiones.

En quinto lugar, se encuentran las palabras ‘islamofobia’ e ‘islamista’. La palabra islamista se usa de forma incorrecta como adjetivo tras el sustantivo invasión en algunas de las piezas analizadas. Esta palabra significa partidario de una aplicación integrista o rigorista del islam en la esfera política y social, pero utilizada como adjetivo de invasión el islam pasa a convertirse en radical, fundamentalista o integrista por antonomasia, como se explica en el glosario.

Por último, encontramos la palabra ‘hiyab’, la cual se utiliza de forma adecuada, aunque nos gustaría destacar que este término aparece en una de las piezas escrita con ‘y’ y en la

otra con ‘j’. Ambas formas son correctas, sin embargo, en español se suele utilizar *hiyab*, ya que *hijab* es la palabra natural del árabe.

7. Conclusiones

El interés por realizar el presente trabajo reside en analizar el tratamiento del islam en el *Diario Información* y dar una imagen general de las publicaciones y visiones sobre la comunidad musulmana en el mundo.

Tras el análisis de los resultados, presentamos las conclusiones de este Trabajo Fin de Grado. En primer lugar, el objetivo principal de esta investigación se ha cumplido ya que hemos conocido el tratamiento del *Diario Información* respecto al islam y el tipo de contenidos que publica en relación al tema de estudio. Así pues, los resultados mostrados anteriormente nos hacen concluir que el *Diario Información* estaría situado en el color verde del semáforo con el que el Observatorio de la Islamofobia en los Medios mide la islamofobia, ya que contiene un porcentaje pequeño de errores encaminados a la islamofobia en sus informaciones y estos no son muy graves.

Como era de esperar, las piezas de temáticas negativas son claramente mayoritarias con respecto a las positivas. Esta práctica, como hemos observado a lo largo de todo el trabajo, es la más común en los medios de comunicación pues, como adelantábamos, el terrorismo se ha convertido en uno de los temas de mayor interés para la prensa de todo el mundo y el que ocupa la mayor parte de las informaciones.

También hemos podido observar cómo, a pesar de que el *Diario Información* cuida mucho su lenguaje, todavía hay expresiones que se escapan a un correcto uso lingüístico, pero la realidad es que, como afirma su director, Tomás Mayoral, “los periodistas son seres humanos, no máquinas, con opiniones propias y particulares que se respetan en la redacción, pero que se intenta que no influyan en su labor informativa”, por lo que es complicado alcanzar una perfección total del lenguaje aunque este sea el propósito.

Además, también hemos podido observar cómo este medio realiza, en general, una elección certera de sus fotografías, aunque en algunas ocasiones cae en las malas prácticas comentadas durante este trabajo, concretamente la de la estereotipación, en este caso, con

el velo y la mujer musulmana. Pero, a pesar de estos pequeños errores en sus publicaciones, podemos considerar que el medio más importante de la provincia de Alicante está libre de islamofobia, pues respeta la imagen del islam y habla desde la objetividad sin incitar al odio o proporcionar una imagen distorsionada del islam en la mayoría de sus publicaciones.

Este respeto e interés lo confirma Handi El Fadli, presidenta de la asociación G-Chime de Elche, afirmando que el *Diario Información* les apoya en sus iniciativas y les da la visibilidad que ellas piden, además de pedirles opinión en temas relacionados con el islam. Es un medio que, hablando desde la experiencia de la asociación G-Chime, les da mucho espacio y les permite expresarse sin tergiversar posteriormente sus palabras.

A lo largo de este Trabajo Fin de Grado hemos podido comprobar cómo los medios de comunicación españoles están avanzando en las informaciones sobre el islam con un mayor respeto y cuidado del lenguaje, así lo ha mostrado el Observatorio de la Islamofobia en los Medios en el transcurso de sus tres años de actividad. Además, y como apunta el propio Observatorio, se ha producido un tímido aumento de narrativas alternativas que normalizan la comunidad musulmana, desvinculándola de la temática habitual en los medios de comunicación.

A pesar de este progreso positivo, el racismo y la discriminación han propiciado y todavía hoy incitan al odio y a la distinción entre diferentes grupos étnicos en la sociedad, y la prensa, como vehículo informativo de esta sociedad, es la que debe dar el paso de ayudar a solucionar este problema y no a alimentarlo, ya que se trata de su deber profesional, ético y moral. Por ello, aunque hemos observado una mejora en las publicaciones de los medios de comunicación, todavía es necesario un avance mayor en este tema. La presidenta de la asociación G-Chime todavía hoy tiene encontronazos y experiencias negativas con periodistas, y afirma que los medios de comunicación tienden a usar estereotipos, a no estar bien informados y que no se molestan en contrastar la información. En palabras suyas, “tienden a ir a lo fácil, a ir por la polémica”.

Como nos apuntan desde el Observatorio de la Islamofobia en los Medios: “Es necesario que desde los medios de comunicación se haga un esfuerzo por generar historias que no

extranjericen a la comunidad musulmana y en las que esta sea tratada como parte de la sociedad española”.

Por lo tanto, sí, existe un progreso positivo, pero los medios de comunicación todavía deben esforzarse por representar la imagen del islam y sus practicantes de la forma más objetiva y veraz posible para cambiar el parecer negativo que existe en algunos puntos de la sociedad.

8. Bibliografía

Ahmed, R., (2018). *¿Cómo Alimentan La Islamofobia Los Medios De Comunicación?* Observatorio Islamofobia. Recuperado el 27 de mayo de 2020 de: <http://www.observatorioislamofobia.org/2018/07/23/alimentan-la-islamofobia-los-medios-comunicacion/>

Ali, A., Bourekba, M., Carrión, M., Allah, G.K., López, M.D., Padilla, J., & Sahagún, F. (2018). *Una realidad incontestable islamofobia en los medios*. Barcelona: IEMed i Fundación Al Fanar

Amiano, I. G. (2012). Feminismo y piedad: un análisis de género en torno a las conversas al islam.

Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido* (Vol. 89). Ediciones Akal.

Boiso, J. C. (2011). Modelos de organización política de la UMMA en la historia del pensamiento islámico. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho*, (22), 2-22.

Boletín Oficial del Estado (BOE). (1980). Ley Orgánica 7/1980, de 5 de julio, de Libertad Religiosa.

Bourekba, M., (2016). L'islam, objet médiatique. *Skoli*. Recuperado el 01 de abril de 2020 de: <http://islam-objet-mediaticque.fr/#cover>

Bramón, D., (2019). *"España Es Uno De Los Países Con Peor Educación Respecto Al Islam"*. A vivir, Cadena SER

Colín, M. E. (2009). *Introducción a la entrevista psicológica*. Trillas.

De Azcárate Casteleiro, J. R. (2015) Islam, Terrorismo y Medios de Comunicación. Recuperado de: http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2015/DIEEEO83-2015_Islam_Terrorismo_MediosComunicacion_J.Azcarate.pdf

El Salto, (15 de octubre, 2018). La islamofobia permea los medios de comunicación. *El Salto*. Recuperado el 03 de abril de 2020 de:

<https://www.elsaltodiario.com/periodismo/la-islamofobia-permea-los-medios-de-comunicacion>

Escuela de ciencias de la comunicación. (2016). *Islam Y Medios De Comunicación: Como El Agua Y El Aceite*. Sergio Interactivo. Recuperado el 16 de marzo de 2020 de: <https://usergioarboleda.edu.co/sergiointeractivo/altus/islam-y-medios-de-comunicacion/>

Escuer, E.F. (14 de agosto, 2017). El mundo musulmán y la sexualidad. *Nuevatribuna.es*. Recuperado el 15 de marzo de 2020 de: <https://www.nuevatribuna.es/articulo/historia/mundo-musulman-sexualidad/20170814165926142597.html>

FAPE. (22 de abril, 2017). Código deontológico. Recuperado de: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

Fernández Arribas, J., (2019). *Medina En TVE- El Islam En Los Medios De Comunicación*. (B. Ahmed, Entrevistador). Recuperado el 15 de abril de 2020 de: <https://www.rtve.es/alacarta/videos/medina-en-tve/medina-tve-islam-medios-comunicacion/5408862/>

Figueras, A., (27 de octubre, 2011). ¿Qué es la 'sharia'? *El Mundo*. Recuperado el 12 de marzo de 2020 de: <https://www.elmundo.es/elmundo/2011/10/27/internacional/1319697213.html>

Fundación de Cultura Islámica. (22 de diciembre, 2015). *¿Existe Una Forma De Gobierno Islámico? - FUNCI - Fundación De Cultura Islámica*. Recuperado el 08 de marzo de 2020 de: <https://funci.org/existe-una-forma-de-gobierno-islamico/>

Fundación de Cultura Islámica, (04 de febrero, 2017). *La Islamofobia En España Y Europa Y Los Medios De Información - Twist Islamophobia*. Recuperado el 15 de marzo de 2020 de: <http://twistislamophobia.org/2017/02/24/la-islamofobia-espana-europa-los-medios-informacion/>

Fundación de Cultura Islámica, (01 de marzo, 2019). *Musulmanes Y Medios De Comunicación: Un Ejemplo De Discriminación - Twist Islamophobia*. Recuperado el 26 de marzo de 2020 de: <http://twistislamophobia.org/2019/03/01/musulmanes-medios-comunicacion-ejemplo-discriminacion/>

Gómez, L. (2019). *Diccionario de islam e islamismo*. Trotta.

González, M. (27 de marzo, 2019). Una asociación musulmana denuncia al 'número 2' de Vox por un delito de odio. *El País*. Recuperado el 28 de febrero de 2020 de: https://elpais.com/politica/2019/03/26/actualidad/1553624708_468074.html

Hafez, K. (2016). Discurso islamófobo en los medios de comunicación. (E.d.SA, Ed.) *Afkar ideas: Revista trimestral para el diálogo entre el Magreb, España y Europa*, (50), 23-26. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de: https://www.iemed.org/observatori/arees-danalisi/arxius-adjunts/afkar/afkar-50/islamofobia_medios_Kai_Hafez_afkar50_esp.pdf

Laínez, F. M. (2019). La gran expansión del islam: los Omeyas. *La Vanguardia*, Recuperado el 16 de marzo de 2020 de: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/edad-media/20190807/47312081762/la-gran-expansion-del-islam-los-omeyas.html>

La Información. (06 de agosto, 2019). *Cómo Son Los Fundamentos Del Islam*. Recuperado el 09 de marzo de 2020 de: <https://www.lainformacion.com/practicopedia/como-son-los-fundamentos-del-islam/6509025/>

La Razón. (14 de diciembre, 2014). La Brigada Al Andalus, de la mezquita de la M-30 a las filas del yihadismo. *La Razón*. Recuperado el 09 de marzo de 2020 de: <https://www.larazon.es/espana/la-brigada-al-andalus-de-la-mezquita-de-la-m-30-a-las-filas-del-yihadismo-HF8171108/>

Lathion, S. (2017). Lecciones de la islamofobia en Europa: las responsabilidades mutuas/Lessons from Islamophobia in Europe: mutual responsibility. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 61-80. Recuperado de: https://www.cidob.org/es/articulos/revista_cidob_d_afers_internacionals/115/lecciones_de_la_islamofobia_en_europa_las_responsabilidades_mutuas

La Vanguardia. (13 de septiembre, 2009). ¿Qué es el islam? *La Vanguardia*. Recuperado el 13 de marzo de 2020 de: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20060505/51256368078/que-es-el-islam.html>

La Vanguardia. (20 de noviembre, 2019). Disminuye la islamofobia en los medios de comunicación españoles en 2018. *La Vanguardia*. Recuperado el 15 de marzo de 2020 de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20191120/471767201022/disminuye-la-islamofobia-en-los-medios-de-comunicacion-espanoles-en-2018.html>

López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI. Revista de Educación* (4), 173. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf;El>

López, P., Otero, M., Pardo, M., & Vicente, M. (2010). *La imagen del mundo árabe y musulmán en la prensa española*. Sevilla: Fundación Tres Culturas del Mediterráneo.

Maestre, A. (11 de enero, 2015). El fomento del racismo y la islamofobia en política y prensa. *La Marea*. Recuperado el 01 de abril de 2020 de: <https://www.lamarea.com/2015/01/11/el-fomento-del-racismo-y-la-islamofobia-en-politica-y-prensa/>

Manzano Moreno, E. (1995). El surgimiento del Islam en la Historia. *DIGITAL.CSIC*, 11-21. Recuperado el 12 de marzo de 2020 de: <https://digital.csic.es/bitstream/10261/14026/1/554260.pdf>

Martí, S. P., (2015). La islamofobia en la prensa escrita española: aproximación al discurso periodístico de El País y La Razón. *Dirāsāt Hispānicas: Revista Tunecina de Estudios Hispánicos*, (2), 137-156.

Meneses, R., (2011). "Si Un Musulmán Mata Es Terrorismo; Si Lo Hace Un Europeo Es Sólo Un Loco". *Observatorio La Diversidad De Mugak. Medios.mugak.eu*. Recuperado el 24 de marzo de 2020 de: <http://medios.mugak.eu/noticias/noticia/287315>

Mullol, A., Rojo, P., & Vidal, L. (2019). *Un Cambio A Nuestro Alcance. Islamofobia En Los Medios*. Observatorio de la Islamofobia en los Medios. Barcelona. Recuperado el 28 de febrero de 2020 de: [http://file:///Users/angela/Downloads/Informe_Observatorio_2018%20\(1\).pdf](http://file:///Users/angela/Downloads/Informe_Observatorio_2018%20(1).pdf)

Mundoislam, (07 de noviembre, 2019). Publican pautas en Escocia para el tratamiento del Islam y los musulmanes en los medios. *Mundoislam*. Recuperado el 26 de marzo de 2020 de: <https://mundoislam.com/actualidad/europa/2019/11/07/publican-pautas-escocia-tratamiento-islam-musulmanes-medios/>

Muñoz, G.M., & Grosfoguel, R. (Eds.) (2012). *La islamofobia a debate. La genealogía del miedo al islam y la construcción de los discursos antiislámicos*. (1.ª ed., pp. 147–149). Madrid: Casa Árabe - IEAM. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiy-JOVk4TpAhVIKBoKHV7cAz0QFjACegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.casaarabe.es%2Fdocuments%2Fdownload%2F1479&usg=AOvVaw2FaIdoTwh4q6mCBfu1D8oJ>

Observatorio de la Islamofobia en los Medios, (2020). *2019 Termina Con Los Mejores Resultados Del Histórico Del Observatorio*. Barcelona. Recuperado el 05 de mayo de 2020 de: <http://www.observatorioislamofobia.org/2020/02/06/2019-termina-los-mejores-resultados-del-historico-del-observatorio/>

Observatorio de la Islamofobia en los Medios (2020). *Glosario Sobre El Islam*. Observatorio de la Islamofobia en los Medios. Recuperado el 04 de junio de 2020 de: <http://www.observatorioislamofobia.org/glossary/salafismo/>

RAE. (2019). *Diccionario del Español Jurídico*. Recuperado el 06 de marzo de 2020 de: <https://www.rae.es>

Rojo, P. (01 de febrero de 2019). Pedro Rojo y la islamofobia en Europa. *Presenza Internacional En La Oreja*. (B. Diego, Entrevistador)

Rubio, F.J. (2011). Introducción al Pensamiento Islámico. Recuperado el 01 de abril de 2020 de: https://www.academia.edu/9764975/Introducción_al_Pensamiento_Islámico

Segura, A. (2002). *Aproximación al mundo islámico* (Vol. 1). Editorial UOC.

Tamayo, J. J. (2009). *Islam, cultura, religión y política*. Madrid: Trotta.

Torrens, M., (04 de febrero, 2019). Dos hermanas, dos opciones: con y sin velo. *Salam Plan*. Recuperado el 10 de abril de 2020 de: <https://salamplan.com/como-tu/dos-hermanas-dos-opciones-con-y-sin-velo/20190204>

Trujillo, T. A. N., & Salinas, A. I. A. (2019). La cobertura periodística dels atemptats de Barcelona i Cambrils en «Eldiario. es»: anàlisi del tractament informatiu de l'islam. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (60), 81-96.

UCIDE y Observatorio Andalusí. (2019). *Estudio Demográfico de la Población Musulmana. Explotación estadística del censo de ciudadanos musulmanes en España referido a fecha 31/12/2018*. Madrid: UCIDE.

UCIDE y Observatorio Andalusí. (2020). *Estudio demográfico de la población musulmana. Explotación estadística del censo de ciudadanos musulmanes en España referido a fecha 31/12/2019*. Madrid: UCIDE.

Vidal Calvo, N. (2017). Islamofobia de Género. El papel de los medios de comunicación en la construcción de la imagen de las mujeres musulmanas. Recuperado de: https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3771/Vidal_Calvo_Natalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

9. Anexos

9.1. Entrevista Observatorio de la Islamofobia en los Medios

¿Qué papel juegan los medios de comunicación en la sociedad respecto a la islamofobia?

Los medios de comunicación ejercen una importante influencia en la opinión pública y en la concepción que se tiene de determinados temas o colectivos. Con el islam y los musulmanes sucede lo mismo que con otros grupos discriminados. Los ciudadanos crean una imagen positiva o negativa en función de las temáticas seleccionadas y el tratamiento informativo que se lleve a cabo por parte de los medios.

¿En qué momento cree que se occidentalizó el lenguaje en la prensa? ¿Cuál cree que ha sido o es el factor para ello?

Si bien en Occidente ha habido un recelo histórico hacia el islam, consideramos, tal y como indicamos en nuestra declaración, que “los atentados del 11 de septiembre de 2001 marcaron un cambio de tendencia negativo en la cobertura mediática del islam y, por lo tanto, del mundo musulmán. Esta cuestión se ha agravado en los últimos años con las guerras en Oriente Próximo, la aparición de organizaciones terroristas como Daesh y los

atentados en Europa que junto con el auge de la extrema derecha generan claros riesgos de ruptura social”.

El Observatorio de la Islamofobia en los Medios, en su estudio anual, ha revelado que el año 2018 fue esperanzador por la menor presencia de islamofobia en los medios. ¿En qué aspectos o medios se ha notado esta mejora? ¿Piensa que esta tendencia seguirá o volverá a darse un paso atrás?

Esa afirmación se desprende de los resultados estadísticos del Observatorio, fruto del estudio de varios aspectos de las noticias relacionadas con el islam. A lo largo de los años de nuestra labor de análisis hemos detectado una disminución progresiva del número de noticias calificadas con semáforo rojo (esto es, con contenido islamóforo) y un tímido aumento de narrativas alternativas que normalizan la comunidad musulmana y la desvincula de la temática por antonomasia en los medios de comunicación: el terrorismo.

¿Cuál es el papel de los políticos a la hora de hablar del islam en los medios?

Desde el Observatorio de la Islamofobia en los Medios no analizamos el discurso político sino el tratamiento informativo que hacen del mismo los medios de comunicación. Como altavoces de la política, la responsabilidad de los medios de comunicación es difundir el mensaje que se haga con el mayor respeto posible a los colectivos de los que hablan. Es un hecho que la formación política Vox tiene un discurso islamóforo y la responsabilidad de los medios de comunicación es informar de esa opción política apuntando que esa ideología daña la convivencia por ser discriminatoria e irrespetuosa con un colectivo que forma parte de la ciudadanía.

De las malas prácticas a las que hace referencia el Observatorio de la Islamofobia en los Medios, ¿cuáles destaca como más peligrosas?

Como indicamos previamente, el hecho de que el terrorismo sea la temática más usada entre las noticias publicadas relacionadas con el islam y la comunidad musulmana supone una estigmatización constante, a lo que añadir la falta de narrativas alternativas que normalicen el islam. Es necesario, por tanto, que desde los medios de comunicación se

haga un esfuerzo por generar historias que no extranjericen a la comunidad musulmana y en las que esta sea tratada como parte de la sociedad española.

¿Considera que los recientes informes elaborados por el Observatorio de la Islamofobia en los Medios están ayudando a cambiar la visión hacia los musulmanes en la prensa?

Desde el Observatorio de la Islamofobia en los Medios confiamos en que nuestra labor influya positivamente sobre el ejercicio del periodismo y una de las metas más importantes de esta iniciativa ha sido la de sensibilizar a los periodistas sobre el riesgo de publicar informaciones islamófobas. Sin duda alguna, tres años después de comenzar el trabajo del Observatorio de la Islamofobia en los Medios, se habla más abiertamente de la islamofobia como forma de discriminación social y entre los periodistas se tiene más presente que hay sensibilidades religiosas que deben ser respetadas y que es necesario ampliar el conocimiento que en las redacciones se tiene del islam.

9.2. Entrevista Handi El Fandli, presidenta de la asociación G-Chime de Elche

¿Cuál es el objetivo de la asociación G-Chime?

Los objetivos de la asociación son varios. La concienciación de la población no musulmana respecto al islam y la islamofobia y, sobre todo, respecto a la presencia de las mujeres musulmanas en la ciudad y concienciación de la mujer musulmana respecto a su presencia en la ciudad, sus derechos y un poco ayudarla en ese trabajo de empoderamiento.

¿Cómo ayuda G-Chime a las chicas musulmanas en Elche?

Intentando de que sean más conscientes de que sepan cuáles son sus derechos, ayudándolas a empoderarse, ayudándolas mediante talleres, eventos y cosas así y mediando también en algunas situaciones. Por ejemplo, nos llamaron desde una comunidad de vecinos donde a una mujer musulmana no se le dejaba bañarse con burkini en la piscina y el presidente de la comunidad nos llamó para mediar entre la mujer y los vecinos. También mediamos, o lo intentamos, con la Universidad cuando se hizo los registros selectivos a las chicas musulmanas llevándolas al baño y todo eso. O sea, que se intenta ayudar un poco en función de las necesidades de las chicas.

¿Has notado algún cambio de mentalidad en la sociedad ilicitana desde que se creó la asociación?

No, la verdad es que no. En referencia a que hayan podido cambiar su mentalidad por nuestro trabajo igual alguna persona concreta que se haya topado con nosotras, pero un cambio en la mentalidad en general no, de hecho, es que hace falta muchísimo trabajo y mientras los ayuntamientos, en este caso el ayuntamiento de Elche, no nos ayude y no nos permita tener más espacio no va a ser posible llegar a ese cambio de mentalidad en la población.

¿Crees que el género influye en la islamofobia?

Soy activista contra la islamofobia, en concreto de la islamofobia de género, al final la mujer está mucho más expuesta a los ataques islamófobos que el hombre, es algo bastante evidente. Al final, por temas patriarcales y no islámicos la mujer ha permanecido con una esencia islámica que se exterioriza en la sociedad cuando el hombre no ha mantenido esa imagen, por lo que la mujer está mucho más expuesta por temas como el hiyab.

¿Cómo crees que es el lenguaje de los medios locales al hablar del islam? ¿Qué relación tenéis con el *Diario Información*?

Los medios de comunicación tienden a usar estereotipos, a no estar bien informados, a no molestarse en contrastar la información. Al final tienden a ir por lo fácil, tienden a ir por la polémica.

En los medios locales hay de todo. Con el *Diario Información*, por ejemplo, tenemos muy buena relación porque nos apoyan bastante. Siempre que les escribimos para que nos den visibilidad lo han hecho. Dieron visibilidad a la inauguración, al evento que hicimos del hiyab, nos hablaron también cuando pasó el tema de la Universidad para dar nuestra opinión, súper bien. Nos da bastante espacio y siempre nos permite expresarnos sin tergiversar mucho las palabras que decimos, o sea que genial. Pero, generalmente, los medios locales, tuve un encontronazo con Cristina Medina cuando nos había invitado en febrero del año pasado a una entrevista donde nos acabó atacando en medio de la entrevista y es como, a ver, si lo que quieres es que debatamos llámanos para un debate, pero si nos llamas para una entrevista para exponer un proyecto que estamos llevando a cabo lo suyo es que hablemos del proyecto con otro punto de vista, no viendo tu perspectiva y la nuestra y confrontándola en medio del directo, no tiene sentido. Este es uno de algunos ejemplos vividos desde nuestra experiencia.

9.3. Entrevista Tomás Mayoral, director del *Diario Información*

¿Cuál es el criterio de selección de las noticias relacionadas con el islam en el *Diario Información*?

No hay criterio de selección a priori en función de una noticia que tenga que ver con una religión o con otra. Si es noticia, de acuerdo al criterio general de valoración informativa que usamos, se publica, y en ese caso no hay excepciones, tenga que ver con el islam, el cristianismo o cualquier otra religión. Con esto quiero decir que ni existe discriminación, en el sentido estricto del término (negativa) ni tampoco de la otra, la mal denominada “discriminación positiva”. Si la religión tiene algo que ver con la noticia da igual que esa religión sea el islam u otra. Será noticia. En positivo o en negativo.

¿Existen directrices dentro del medio sobre cómo tratar el lenguaje o enfoque de estas noticias?

Las directrices vienen establecidas por los criterios redaccionales al uso que son “tradicionales” por un lado, de acuerdo a un libro de estilo propio o adaptado del de otros medios, pero también evolucionan con las recomendaciones que nos hacen los colectivos sociales o nuestros seguidores, sean fuentes informativas o lectores. Somos permeables a estas recomendaciones y a introducir en nuestro lenguaje o enfoque perspectivas nuevas en función de los cambios que la sociedad va experimentando.

¿Las noticias sobre el islam siguen los mismos criterios noticiosos que el resto de noticias?

Está respondida en la primera. Los criterios son los mismos.

¿Considera que el *Diario Información* está libre de islamofobia?

Como medio, por supuesto. Pero los periodistas son seres humanos, no máquinas, con opiniones propias y particulares que se respetan en la Redacción, pero que se intenta que no influyan en su labor informativa. Puedo hablar por el periódico y por la Web de Información y en ese caso, como principio deontológico, sí estamos libres de islamofobia.

En su opinión, ¿cómo cree que el *Diario Información* podría mejorar sus criterios deontológicos sobre islamofobia?

Para nosotros el islam es una corriente cultural y religiosa vinculada a importantes grupos sociales que viven en nuestra zona de influencia. No es la religión mayoritaria pero sí es la religión y la cultura de decenas de miles de personas en la provincia de Alicante. Y eso nos parece digno de tener en cuenta. Informamos continuamente de sus costumbres, hábitos y realidad social como lo hacemos de otros colectivos religiosos o culturales. Todo es mejorable, pero me parece que somos un medio sensible a las minorías y atento a sus posibles intereses y reivindicaciones.

¿Alguna vez han descartado una noticia elaborada por un redactor del *Diario Información* por ser islamófoba?

He ordenado modificar noticias si su sesgo apuntaba a una posible discriminación por el origen de sus protagonistas, por supuesto, pero no solo en temas relacionados con esa islamofobia que mencionas en tu pregunta. Pero eliminar noticias, no. Tengo el privilegio de dirigir una Redacción muy profesional y que sabe cuáles son los enfoques apropiados a la línea editorial del periódico.

¿Cree que la inmediatez con la que se desarrollan las noticias en la actualidad incide en el grado de islamofobia en las informaciones de los medios de comunicación?

La inmediatez tiene sus virtudes y también sus defectos. Se suelen confundir mucho las cosas cuando se relaciona inmediatez e incidencia negativa en la precisión de las noticias que se deben elaborar para medios que tienen ese requerimiento. No es así. Una noticia digital es susceptible de ser modificada, en su necesaria evolución, y acabar siendo más precisa que una impresa que no es inmediata. La primera admite siempre una corrección y republicación, mientras que las impresas van a quedar siempre así, al menos en los medios impresos (en sus versiones digitales de e-paper también se pueden hacer y se hacen modificaciones). Pero para eso hace falta hacer periodismo digital serio y ese es el que aprovecha las virtudes de la inmediatez, pero somete a una evolución obligada, casi metodológica, a los temas para que no tengan permanencia primeras versiones que, por una cuestión de tiempos de elaboración, no son necesariamente las más precisas. Ese

periodismo digital serio configura una intención de analizar tus propias noticias continuamente y corregir errores. Un medio serio jamás publica una “fake news”, salvo que tenga un interés expreso de mentir a sus lectores, de engañarles, que es la principal característica de esas noticias fraudulentas. A un amigo que te manda un “fake” por la red social que compartís le puedes perdonar. Pero a un periódico que te mintiera a sabiendas, jamás se lo perdonarían. Vivimos de ese vínculo de confianza. Podemos cometer errores, pero sabemos corregirlos y sabemos admitir que los cometimos. Nunca son intencionados.

