

ISLAM, PERSONAS MUSULMANAS Y PERIODISMO

UNA GUÍA PARA MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

Islam, personas musulmanas y periodismo

Comité de redacción: Pedro Rojo, Laura Amate, Houssien El Ourriachi, Pilar Garrido y Lurdes Vidal.

Guía producida por: Fundación Al Fanar para el Conocimiento Árabe.

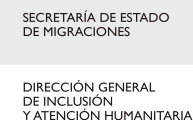
En colaboración con: Instituto de Europeo del Mediterráneo (IEMed), Collectif contre l'islamophobie en Belgique (CCIB), Media Diversity Institute (MDI), NOOR Foundation; European Federation of Journalists (EFJ) y Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE).

Cofinanciado por:

- IEMed en el marco del proyecto Observatorio de la Islamofobia en los Medios
- El Programa Derechos, Igualdad y Ciudadanía de la Unión Europea, 2014-2020 dentro del proyecto Stop-Islamophobia.

Traducción: AEIOU Traductores

El contenido de esta guía representa solo la opinión de los autores y es exclusivamente de su responsabilidad. La Comisión Europea no asume ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



Contenidos

A modo de presentación		4
Medios y personas musulmanas	Ricardo Gutiérrez	8
Personas musulmanas y medios	Mustapha Chaairi	12
Guía para periodistas		15
Consideraciones generales		16
Notas sobre terrorismo		18
El laberinto del género		21
La migración y el otro		23
Imagen: representación y significado		25
Conocimiento y redes sociales		27
Recomendaciones para escribir sobre el islam		29
Glosario	Luz Gómez	30
Bibliografía		31



A modo de presentación

El lenguaje, la herramienta del periodista que usa para describir la realidad que nos rodea, también es un elemento para fijar y construir nuestros imaginarios, los marcos y los escenarios en los que encajamos nuestro cosmos más cercano. Esta guía busca aportar datos y recomendaciones para que los periodistas tomen en consideración cuáles son los marcos conceptuales, cargados de estereotipos negativos, en los que inconscientemente encorsetamos el islam y a las personas musulmanas. George Lakoff, pionero en la teoría de los marcos conceptuales, defiende que “para pensar distinto hay que hablar distinto”.¹ Este autor no duda en otorgar a las periodistas una responsabilidad crucial a la hora de trabajar para desdibujar los marcos de los escenarios en las que contamos nuestras historias. En realidad Lakoff habla de las bases del periodismo: cuestionar el status quo, no aceptar los mensajes establecidos, ser críticos con el poder y aquellos que quieren imponer el discurso hegemónico. La palabra está vinculada a los marcos, por lo tanto hay que defender un periodismo riguroso y con un lenguaje inclusivo que apueste por ir más allá de esos límites, por dar un paso atrás y buscar una mirada global, contextualizada y crítica con el pensamiento dominante que rehumanice el discurso sobre las personas musulmanas. Pero ¿cuál es ese cosmos en lo que se refiere al islam y sobre todo a las personas musulmanas en Europa? ¿Cuál es la imagen que tenemos los europeos de las personas musulmanas que viven con nosotros? Pues crecientemente negativa: el 42% de los europeos creen que el islam es incompatible con los valores y culturas de sus países,² mientras que un 55% apoya que la inmigración de países de mayoría musulmana se prohíba totalmente.³

Pero inevitablemente, estamos hablando de la construcción de un imaginario a lo

“

Las letras se distribuyen en la materia prima y son el origen de todas las cosas

”

Sahl al Tustari

1. Lakoff, G., (2017), *No pienses en un elefante*, Madrid, España: Ediciones Península.

2. Pew Research Center, (29 de mayo de 2018). *Being Christian in Western Europe*.

3. Goodwin, M., Raines, T. y Cutts, D., (February, 7th 2017). *What Do Europeans Think About Muslim Immigration?* Chatman House.

largo de los siglos desde la expulsión de los musulmanes de la Península Ibérica, las cruzadas en Oriente Medio, la confrontación con el Imperio Otomano, la colonización de los dos últimos siglos que han creado lo que Edward Said llama “los grilletes forjados por la mente”.⁴ Este es el marco donde el discurso impuesto sobre el islam como ideología violenta e incompatible con los valores europeos se ajusta a la perfección. Películas, series, cultura pop, clase política, redes sociales y medios de comunicación hacen referencia constante a esta herencia. Junto a la toma de conciencia social que está cambiando el lenguaje para hablar de género o para evitar discursos racistas se debe sumar el trabajo para desmontar la islamofobia en todos los ámbitos, incluidos los medios.

Esta inercia en la imagen de las personas musulmanas sirve para justificar socialmente leyes securitarias pero que son discriminatorias y estigmatizadoras con la comunidad musulmana en Europa.⁵ Así es como la islamofobia pasa desapercibida y se ha normalizado en todos los estadios de la sociedad. Aunque dentro de Europa en cada país se da una singularidad a la hora de gestionar el encaje de la comunidad musulmana, desde gobiernos que han rechazado la entrada de inmigrantes de religión musulmana hasta Estados que hacen del asimilacionismo basado en el laicismo su caballo de batalla para acosar y señalar a las personas musulmanas. Incluso modelos más respetuosos basados en la multiculturalidad también corren el peligro de caer en la exotización de las minorías, siendo los entornos que han apostado por la interculturalidad como pilar para la inclusión donde mejores resultados se están dando en cohesión social.

4. Said. E.W., (1978), *Orientalismo*, New York, EEUU: Pantheon Books.

5. Azfar Shafi and Dr Asim Qureshi, TNI., (2020). *Stanger than fiction. How ‘pre-crime’ approaches to “Countering Violent Extremism” institutionalise islamophobia. A European Comparative Study.*

Amnesty International, (2012). *Choice and prejudice. Discrimination against muslims in Europe.* Londres, Reino Unido: Amnesty International.

A modo de presentación

La creciente presencia que ha tomado la religión musulmana para sus comunidades en las últimas décadas contrasta con el descenso del interés por la fe que se extiende por el viejo continente. La percepción del hecho religioso en general como una mentalidad de otra época y retrógrada es especialmente agresiva con el islam sumido hoy en día en una sarta de estereotipos negativos.

En este contexto se ha generado el caldo de cultivo que ha propiciado el aumento de los crímenes islamófobos que acusan de manera más intensa las mujeres.⁶ El resultado de ello es que las personas musulmanas se sientan más excluidas que antes en la sociedad europea.⁷

Ineludiblemente en este entorno la cobertura mediática sobre el islam en Europa es un reflejo de esta dinámica⁸ y viceversa. Pero también es cierto, y así lo corroboran distintos proyectos llevados a cabo por los socios que colaboran en la elaboración de esta guía, que el trabajo directo de sensibilización y formación con periodistas tiene un impacto positivo que genera cambios. Para informar con mayor precisión sobre el islam, como propone esta guía, se debe tomar conciencia de la situación y buscar soluciones ya que, en la mayoría de los casos, las deficiencias están más vinculadas a conceptos e instrumentos específicos cuando se aborda el tema que a estigmas insalvables. Es necesario un trabajo minucioso y complejo para lograr revertir la actual tendencia reduccionista y deshumanizadora en la que las personas musulmanas son tratadas como meros *homos islamicus* desposeyéndoles de la identidad individual propia de cada ciudadano. En este sentido, un reciente estudio de PEW confirma que la familiaridad con las personas musulmanas está ligada a una percepción positiva de las mismas. Pero ese mismo informe marca el ingente trabajo informativo que queda por hacer ya que solo el 36% de los encuestados dice tener un mínimo de conocimiento sobre el islam.⁹

6. Bayrakli. E. y Hafez. F. (Eds), (2019). *European Islamophobia Report 2018*. Foundation for Political, Economic and Social Research (SETA).

7. European Union Agency for Fundamental Rights (FRA), (2017). *Second European Union Minorities and Discrimination Survey. Muslims: Selected findings*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2019.

8. Observatorio de la Islamofobia en los Medios

9. Pew Research Center, (29 de mayo de 2018) *idem*.

Estamos en definitiva hablando de cambiar los marcos cognitivos desde los que se habla del islam en el debate público, es decir los prismas por los que filtramos la información, los escenarios donde se dibujan las noticias, un espacio cerrado donde todo lo que queda fuera no existe.



Mayor diversidad en las redacciones de los medios de comunicación para conectar con todas las comunidades

Los ciudadanos esperan que las periodistas reflejen el mundo tal y como es y no como lo representa la opinión predominante. Si hablamos del islam y de las comunidades musulmanas, debemos reconocer que los medios de comunicación no cumplen con su papel de buscadores de la verdad.

Los ciudadanos de fe o cultura islámica son, demasiado a menudo, representados en la prensa únicamente como entes religiosos, excluyendo cualquier otra dimensión de su personalidad. Muy a menudo los medios de comunicación evitan darles voz. Demasiado a menudo la cobertura mediática toma un giro discriminatorio, a veces de forma involuntaria.

Un reciente estudio sobre islamofobia en los medios de comunicación¹ realizado por Amir Saeed, profesor titular de la Universidad de Huddersfield (RU), muestra que, por lo general, las personas musulmanas son retratadas en la prensa como extranjeras, entes no integrados en la comunidad, por más que los periodistas tengan cuidado de no expresar deliberadamente un discurso racista. Saeed cuestiona la cultura mediática de representación de las minorías no blancas en la prensa occidental. Las voces minoritarias son marginadas, ignoradas e invisibilizadas. La representación de los grupos minoritarios a menudo se ve asociada a elementos negativos, como por ejemplo el terrorismo. Amir Saeed, acertadamente, hace un llamamiento a las periodistas para que tomen conciencia de esta “agenda oculta” que influencia la narrativa de los medios de comunicación sobre el islam y las personas musulmanas. Las cosas están cambiando. La experiencia de la Federación Europea de Periodistas (FEP), la principal organización que representa a los profesionales de los medios de comunicación en Europa, tiende a mostrar que cada vez hay más organizaciones profesionales (sindicatos y asociaciones de periodistas) que se preocupan porque su cobertura sea más ética e inclusiva y menos discriminatoria.

1. Saeed, A. (2019). Race, racism, Islamophobia in the media: Journalists' perceptions and Muslim responses. In I. Zempi, & I. Awan (Eds.), *The Routledge International Handbook of Islamophobia* (1º ed., pp. 325-339). Routledge International Handbooks.

El auge de la contra narrativa

Entre las buenas prácticas encontramos el auge del contra discurso. Para crear el Counter-Islamophobia Kit,² el proyecto ha documentado y analizado de forma crítica las narrativas islamofóbicas dominantes existentes, así como las mejores prácticas relacionadas con el discurso contra la islamofobia, empleadas en los ocho Estados miembros de la UE (Bélgica, el Reino Unido, Francia, Alemania, Hungría, Portugal y la República Checa). Este kit de herramientas identifica y postula narrativas, argumentos, estrategias y acciones capaces de contrarrestar la islamofobia de forma directa y establecer directivas y mejores prácticas.

En 2019, la Ethical Journalism Network (EJN), organización socia de la Federación Europea de Periodistas, publicó su informe “Musulmanes en los medios de comunicación: Hacia una mayor tolerancia y diversidad”.³ El informe investiga la manera en que se retrata a las personas musulmanas en los medios de comunicación de 11 países: Austria, Bulgaria, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Italia, España, Suecia, Turquía y el Reino Unido. El informe hace una serie de recomendaciones para periodistas, los medios de comunicación y los legisladores. “Quizás la más importante sea que los responsables de los medios de comunicación reconozcan y asuman que la diversidad es un hecho, haciendo de la inclusión una elección consciente en la forma en que se enmarcan las historias y en la forma en que se documentan las noticias”, dice el informe. “Haciendo esto, los medios de comunicación ayudan a la gente a enfrentarse al odio y a la discriminación y a generar confianza y seguridad en los valores del diálogo, la cooperación y el respeto por los demás”.

Diversidad en las redacciones de prensa

“Para apoyar las acciones que reconocen el valor de la inclusión y la pluralidad en todos los niveles del proceso de documentación de las noticias, los medios de comunicación deberían:

2. Law, L., Easat-Daas, A., Sayyid, S. (2018). Counter-Islamophobia Kit.

3. Ethical Journalism Network, (2019). *Muslims in the Media: Towards More Tolerance and Diversity*. Londres, Reino Unido.

Medios y personas musulmanas

- Apoyar la formación en diversidad para periodistas y gestores de medios de comunicación, lo que implica aumentar la concienciación sobre los orígenes, la historia y las costumbres de las diferentes tradiciones religiosas.
- Garantizar que la redacción tiene una comprensión del islam y de las diferentes ramas de la fe musulmana. Esto es vital para que las noticias sobre asuntos musulmanes estén bien documentadas. Es especialmente importante que aumente la sensibilización sobre el papel de las mujeres y los dogmas de la fe musulmana en la práctica.
- Crear perfiles de personal para redacciones y medios de comunicación que sean diversos y reflejen a la audiencia media, contratando, entre otras cosas, a personas cualificadas con trasfondo musulmán.
- Escuchar y dar voz a la comunidad musulmana desarrollando contactos a todos los niveles. Las fuentes oficiales de información son importantes, pero también lo son las voces sobre el terreno. Los medios de comunicación deberían desarrollar contactos con los líderes religiosos, imames, por ejemplo, y no solo con aquellos designados como encargados de prensa. Pero también deberían tener en cuenta voces alternativas y diversas, como los científicos, activistas o abogados musulmanes, tanto hombres como mujeres, así como jóvenes.
- Desarrollar proyectos editoriales específicos dirigidos a la creación de nuevas narrativas, que exploren la diversidad dentro de la misma comunidad musulmana y promoviendo el diálogo interconfesional.
- Redactar y poner a disposición directrices editoriales que aporten definiciones precisas y adecuadas de términos y lenguaje con el que informar sobre migración y terrorismo y, en concreto, términos utilizados para describir aspectos de los textos religiosos islámicos y de la práctica musulmana, como, por ejemplo, sharía, yihad, Ramadán, fetua, etc. Acordar términos precisos y neutrales para informar sobre migración y terrorismo.
- Apoyar el diálogo interconfesional y organizar debates entre los medios de comunicación y periodistas especializados en la representación de los grupos religiosos, así como debates con medios seculares”.

El informe de la EJM también conmina a los medios de comunicación a que desarrollen una estrategia para combatir los discursos de odio y para que se impliquen de forma activa en los mecanismos de autorregulación ética (conferencias de prensa, códigos de conducta sobre discriminación y libertad religiosa, etc.).

Una investigación previa, realizada por el MDI en colaboración con Article 19 y la Federación Europea de Periodistas en 2012, "Getting the Facts Right: Reporting Ethnicity and Religion"⁴, halló que la mayoría de los periodistas que cubrían temas étnicos y de religión no tenían conocimiento de las leyes de discriminación. Esto indica que es necesario ampliar la formación en las redacciones. El informe de la EFJ hacía también unas recomendaciones muy específicas sobre buenas prácticas para periodistas, que incluimos en esta guía.

Son recomendaciones básicas que no se aplican de forma sistemática cuando la cobertura de los medios se centra en las comunidades musulmanas o el islam. Parece como si estos temas no merecieran una cobertura profesional, responsable o ética.

Pero no solo las periodistas, las empresas de comunicación también tienen su parte de responsabilidad: tienen la obligación de formar a sus periodistas, promover la diversidad en sus redacciones y desarrollar una cultura de la tolerancia. Cada vez son más los periodistas y las redacciones que son conscientes de lo que está en juego. Aun así, todavía queda mucho por hacer para que las comunidades musulmanas tengan la cobertura que se merecen.

Ricardo Gutiérrez, Secretario General de la Federación Europea de Periodistas (EFJ).



4. Rugar, V., Media Diversity Institute/Cardiff University, (2012). *Getting the facts right: Reporting ethnicity and religion*. Bruselas, Bélgica: International Federation of Journalists.

El lunes 3 de febrero de 2020, entre 5.000 y 6.000 personas se congregaron a primera hora de la tarde en las proximidades de una gran mezquita de Bruselas donde estaba teniendo lugar la oración fúnebre por el fallecimiento de un predicador musulmán. Este acontecimiento social no recibió cobertura de los medios ni la prensa belga. Sin embargo, Bruselas no solo es la tercera ciudad más cosmopolita del mundo, sino que también cuenta con una población musulmana muy importante. Aparentemente, los medios de comunicación no reconocen a los líderes de las comunidades musulmanas. Con frecuencia, eligen a "sus líderes", cosa que está bastante generalizada en Europa.

No obstante, hay comunidades musulmanas muy diversas y dinámicas en todos los sectores: económico, cultural, deportivo, educativo, así como en la caridad, el culto, el bienestar, etc.¹ Los medios y la prensa suelen ignorar esta realidad, con excepción de ciertos periodistas especializados. A menudo solo se observan estas comunidades desde el punto de vista religioso, lo cual deforma en gran medida la comprensión y el necesario conocimiento de las mismas.

Ciertamente, hay periodistas "musulmanes" en las redacciones de los medios, pero no necesariamente se implican en estos temas, o por los motivos que sea prefieren no implicarse.

El hecho de no contar con especialistas en el islam y la comunidad musulmana en las redacciones conlleva que los medios y la prensa participen muy desatinadamente en el auge de la islamofobia, forjando una opinión pública negativa. Por ejemplo, con ocasión de la Fiesta del Sacrificio de Abraham, siempre se ilustran los artículos con fotos de animales degollados o con incidentes en la matanza, pero nunca se destaca el sentido de esta fiesta o la importancia del bienestar animal en el islam.

1. Felice Dassetto, (2012). *L'Iris et le croissant. Bruxelles et l'Islam au défi de la co-inclusion*. Louvain-la-Neuve, Bélgica: Presses universitaires de Louvain (UCL).

Otro ejemplo: las constituciones de los países permiten abrir escuelas "musulmanas" o lugares de culto. Nunca se pone de relieve que se trata de un derecho constitucional, sino únicamente los perjuicios urbanísticos que supone. Tales artículos son a menudo catalizadores de reclamaciones orquestadas por la extrema derecha.

Un último ejemplo son los artículos sobre el covid-19; en la gran mayoría de las fotos que los ilustran se ve a "musulmanes" rezando, con petates a la espalda o en controles sanitarios. Esas fotos generan inevitablemente el temor de que sean ellos los portadores del virus.

En Bélgica ya se podía leer en 2015, en el informe "Musulmanes y no musulmanes en Bélgica: prácticas prometedoras favorecen la convivencia"² de la Fundación Rey Balduino "Para muchas personas musulmanas, e incluso algunas no musulmanas, los medios de comunicación representan los *grandes culpables* de la mala imagen del islam y las personas musulmanas que se ha trasladado a la opinión pública.

De todo ello se derivan a menudo manifestaciones de la frustración de las personas musulmanas que viven tranquilamente su fe, los llamados en ocasiones *moderados* en los medios de comunicación (cosa que también genera cierto malestar), cansados de lo que consideran un empeño tenaz por no hablar más que de los aspectos negativos y omitir las acciones positivas que llevan a cabo. Las periodistas responden a esto que tienen sus limitaciones por lo que no pueden tratar cotidianamente todos los acontecimientos de la actualidad, que no deciden deliberadamente no transmitir las acciones positivas de tal o cual grupo, sino que el exceso de informaciones les obliga a tomar decisiones. Añaden que hace años que prestan atención a la diversidad de forma general en las propias redacciones y que, en lo relativo al

2. Bocquet, C., Maréchal, B., Van Den Abbeele, S., (2015). *Musulmans et non-musulmans en Belgique: des pratiques prometteuses favorisent le vivre ensemble.*

tratamiento de la adscripción a distintas opiniones, también dejan espacio al fenómeno de la islamofobia", reflejando un sentimiento muy extendido por Europa. Las asociaciones de periodistas son conscientes de esta situación y por ejemplo la Asociación de Profesionales del Periodismo (Association des Journalistes Professionnels, AJP Belgique) ha creado una base de datos llamada EXPARTALIA³ que ofrece información sobre los líderes musulmanes a quienes los periodistas pueden contactar como fuente de información para sus investigaciones, reportajes, entrevistas o debates.

Mustapha Chairi, presidente de Collectif Contre l'Islamophobie en Belgique (CCIB).



3. Expertalia. Un répertoire d'experts issus de la diversité.

Consideraciones generales..... 16

Notas sobre terrorismo 18

El laberinto del género..... 21

La migración y el otro 23

Imagen: representación y significado.....25

Conocimiento y redes sociales 27

Recomendaciones para escribir sobre el islam..... 29



“El periodista participa de forma activa en la transformación social por la mejora democrática de la sociedad y contribuye, mediante el diálogo, a generar un clima de confianza en las relaciones internacionales que lleven a la paz y la justicia en cualquier lugar del mundo.”

*International Principles of Professional Ethics in Journalism*¹

Del mismo modo que para escribir de forma adecuada sobre minorías étnicas el fenómeno del racismo debe tenerse muy presente, o que para escribir correctamente sobre género hay que ser conscientes de la carga sexista de la sociedad y del propio lenguaje, cuando el periodista aborda un reportaje sobre el islam debe ser consciente de la islamofobia presente en nuestro imaginario y nuestra sociedad.

El potencial y, por lo tanto, la responsabilidad de las periodistas para construir narrativas alternativas para que el público sea informado sobre la realidad desde un punto de vista humano, libre de prejuicios y generalizaciones es crucial para revertir y desdibujar los actuales marcos desde donde se da a conocer el islam y las personas musulmanas de Europa. Es necesaria una cobertura profesional, veraz y sensibilizada con los temas que se tratan, fomentando valores como la libertad y el respeto hacia las decisiones de cada individuo, promoviendo así el diálogo intercultural y la convivencia. La creciente tensión contra la comunidad musulmana de Europa, fruto de las generalizaciones negativas que se hacen sobre el islam desde el discurso predominante, hace más urgente si cabe esta toma de conciencia, pues además del daño psicológico que crea el discurso de odio, este mensaje se está trasladando a la calle, como muestran los datos ascendentes relativos a crímenes de odio contra las personas musulmanas. El periodismo no puede ser un arma al servicio del discurso hegemónico sino que debe cuestionarlo, siendo su objetivo informar y no inflamar.²

La mayoría de medios europeos o entidades reguladoras han creado directrices específicas para abordar cuestiones relacionadas con minorías, con el fin de asegurar una cobertura más adecuada a la actual diversidad cultural europea. Pero la realidad de las redacciones es cada día más precaria, lo que dificulta la especialización,³ la formación interna e impide disponer del tiempo o recursos necesarios para elaborar reportajes con rigor, entre otros condicionantes a los que se enfrentan en su día a día.

A pesar de todos estos obstáculos, depende de la periodista continuar con su labor

1. Nordenstreng, K. and Heinonen, A., (2018). *International Principles of Professional Ethics in Journalism*.

2. Pintak, L., (2017). *Islam for Journalists (and Everyone Else): A primer for reporting - and understanding - news about Muslims in America* [Kindle version].

3. “La mayoría de los periodistas (64%) cubren otros temas más allá de informaciones sobre minorías étnicas o religiosas”, en Rugar, V., Media Diversity Institute/Cardiff University, (2012). *Getting the facts right: Reporting ethnicity and religion*. Bruselas, Bélgica: International Federation of Journalists.

Consideraciones generales

de formación y autoexigencia, para lo que puede servirse de reflexiones e instrumentos generados por distintas corrientes del periodismo, como el periodismo transformativo, el periodismo de paz, el periodismo de soluciones, el periodismo humano, el periodismo constructivo o el periodismo ético.⁴

Como recoge en su investigación Evelyn Alsultany,⁵ la representación de las personas musulmas en los medios queda básicamente reducida a su relación con el terrorismo y una tipología binaria básica: en su versión negativa es el terrorista, el jeque millonario o la mujer sumisa; y en la versión del “buen musulmán”, la víctima, el ciudadano modélico que lucha contra el extremismo y la mujer liberada del yugo patriarcal islámico gracias a los valores occidentales.

Cambiar esta tendencia, donde cerca del 90%⁶ de las noticias que se escriben sobre las personas musulmanas en Europa son negativas,⁷ es fundamental para avanzar hacia una comprensión plural y más cercana a las comunidades musulmanas europeas.

Más allá de invitarles a condenar atentados terroristas y a defenderse de unos fanáticos a los que se presta todo el foco mediático, es necesario dar voz a los propios individuos. Paulatinamente están empezando a aparecer en los medios voces más plurales dentro del islam europeo no sin de nuevo caer, en algunos casos, en la creación de modelos binarios entre el musulmán o musulmana de éxito frente a un modelo extremista masculino o de mujer subyugada. Aunque el primer paso sea la inclusión de los ciudadanos y ciudadanas musulmanas cuando sean objeto del debate, el objetivo último debería ser que su presencia en los medios deje de circunscribirse a su dimensión religiosa e intervengan como cualquier otro ciudadano o ciudadana interpelados por todo aquello que atañe a su sociedad.



4. Ewart, J. (2018): Reporting Islam: International best practice for journalists. [Kindle version]

5. Alsultany, E. Arabs and Muslims in the Media, (2012). Race and Representation after 9/11. Nueva York, EEUU: New York University Press.

6. Observatorio de la Islamofobia en los medios (España, 2017-2019).

7. Three hundred academic publications on the construction of Muslim identities in the news assert that the recurring tone in stories about Muslims tends to be negatively framed and loaded with stereotypes, in Pennington, R. (2018): On Islam. Muslim in the media. Indiana, EEUU: Indiana University Press.

El binomio terrorismo-islam ha monopolizado la información sobre los 1.800 millones de personas musulmanas en todo el mundo desde los atentados del 11-S. La violencia y el extremismo de unos pocos terroristas que actúan apropiándose del islam ha sido el parámetro alrededor del cual se han construido los marcos cognitivos y las narrativas de todo lo percibido como musulmán. Las estadísticas son contundentes: incluso en 2019, año en el que no se produjo ningún atentado terrorista de gravedad en Europa, fue este tema el más repetido en las noticias sobre islam en el viejo continente.¹ Esta creciente construcción del “enemigo musulmán”, que se verá reforzada tras el 11-S por la dialéctica bélica de la “guerra contra el terror”, parece justificar la idea generalizada de que las personas musulmanas tienen unos condicionantes inherentes que les hace especialmente susceptibles a ejercer la violencia, como se desprende de buena parte de las críticas a los programas de lucha contra la radicalización y el extremismo violento.²

En estas asunciones implícitas se encuadra la información que se genera a una velocidad vertiginosa, especialmente tras un atentado terrorista. A las limitaciones y obstáculos ya mencionados que padece la profesión, se suma en este caso la presión de la inmediatez de los hechos y la competencia no solo por las audiencias tradicionales sino por los likes y retuits de las redes sociales. En ese entorno de estrés es donde más cuidado es necesario tener, con el fin de emplear el lenguaje adecuado, citar a las fuentes correctas, usar los datos con exactitud y precisión, tener un acercamiento crítico a las fuentes, también a las oficiales, a los discursos dominantes o a las teorías simplistas. Es, precisamente, en esos momentos cuando toca estar más alerta para no reproducir los clichés y estereotipos generalizados, porque cometer un error al publicar una noticia sobre estos temas puede ser demoledor para las personas salpicadas.³

1. Observatorio de la Islamofobia en los Medios, (2019). Estadísticas 2019.

2. InI, (Blakeley, R. and others), (2019). *Leaving the War on Terror A Progressive Alternative to Counter-Terrorism Policy*.

3. Marthoz, J.P., (2017). *Los medios de comunicación y el terrorismo*. París, Francia: UNESCO.

Notas sobre terrorismo

El término terrorista debe usarse con plena responsabilidad, asumiendo que esta calificación puede llegar a atentar contra la presunción de inocencia, a sabiendas de que en muchos casos ‘persona con explosivos’ o ‘agresor’⁴ pueden ser algunas de las alternativas posibles. Si el lenguaje es, como venimos señalando, crucial al intentar desterrar la actual narrativa dominante sobre el islam, es en la cuestión del terrorismo donde más importancia cobra y desde donde irradia sus connotaciones al resto de los temas que se tratan. Se ha ido avanzado en los últimos años, pues existe consenso generalizado a la hora de evitar usar el término islámico para adjetivar actos terroristas al igual que no se califican como actos terroristas blancos las acciones del Ku Klux Klan, pues estaríamos dando a entender que la raza blanca que es su elemento identitario tiene un componente terrorista intrínseco. También ha habido un acuerdo, cada vez más respaldado por los gobiernos europeos, para no usar la denominación de “Estado Islámico” cuando se haga referencia al grupo terrorista Daesh. Si se quiere usar esta expresión debería ir entrecomillada o, al menos la primera vez que cite, debe aclararse que es el autoproclamado Estado Islámico.

Sin duda el reto más importante del periodismo actual respecto a la cobertura del terrorismo de estos grupos son los términos “yihad” y “yihadismo”. Posibles alternativas serían “terrorismo de Daesh” o “de Al Qaeda” o “takfirista” como ocurría con el terrorismo etarra, que no era vasco, o el del IRA, que no se conocía como terrorismo irlandés. La inmediatez y la necesidad de nombrar las cosas de forma concisa y rápida han hecho que los medios compartan y difundan la apropiación que los terroristas han hecho del término “yihad”, usurpando el significado original del mismo, que sucintamente sería el esfuerzo espiritual y material del musulmán para mejorarse como persona. Incluso la acepción de yihad ofensiva (“yihadismo”) en la que se basan estos grupos terroristas es una noción expuesta a diferentes

4. British Broadcasting Corporation., (2019). *Guidelines: the BBC's Editorial Standards*.

interpretaciones y en continuo debate por parte de los ulemas desde hace quince siglos. El equilibrio entre la necesidad de etiquetar, por parte de un periodismo de cada vez menos palabras y más inmediatez, y las connotaciones que el uso de un determinado término tiene para una parte de la población, es uno de los retos que el periodismo actual debe afrontar con sensibilidad, responsabilidad y rigor.



El laberinto de género

El control patriarcal de las sociedades desde hace miles de años ha marcado y sigue determinando todos los aspectos de nuestras vidas. Las religiones mayoritarias no han sido una excepción y el caso del islam es especialmente denostado mediáticamente en cuestiones de género. Y es que cuando aparece este tema, el control que el patriarcado social ha ejercido desde la Antigüedad parece desvanecerse para asumir que el islam es inherentemente machista por naturaleza, más allá del contexto histórico. Asumir esta concepción esencialista del islam allana el camino hacia una generalización y estigmatización de la mujer musulmana, considerada un bloque monolítico, independientemente de sus características individuales y de dónde se encuentre. Criticar la situación de la mujer en sociedades represivas e institucionalmente machistas que instrumentalizan una determinada interpretación de la religión para justificar esta opresión no solo es lícito sino que es necesario como labor periodística. Pero es fundamental acotar los hechos que narramos a su espacio concreto y conocer en profundidad las realidades de los contextos en los que se producen las historias que contamos. El entorno de libertades y posibilidades de realización personal que vive una mujer en Arabia Saudí nada tiene que ver con la realidad de las musulmanas que han nacido o crecido en Europa. La confusión entre confesión, cultura, clase social, formación y aceptación de la hegemonía patriarcal como base social o el grado mayor o menor de machismo derive solo de la religión y en este caso en concreto se entronque con los pilares de la religión musulmana, es un grave error de base que hay que tratar de manera minuciosa.

La percepción generalizada sobre el componente sexista del islam como religión se traduce también en la acogida de los diversos discursos sobre el tema. Cuando una académica reputada como Karen Armstrong habla de los avances que significó para la mujer la aparición del Corán en el siglo VII argumentando cuando “otorga a las mujeres derechos legales de herencia y divorcio que las occidentales no disfrutarían hasta el siglo XIX”¹ es escuchada con respeto.

1. De Querol. R., (8 de abril de 2020). Karen Armstrong: “Cuando arrinconamos a la religión, surge el fundamentalismo”. *El País*.

Sin embargo, cuando es una mujer musulmana la que habla de género o de feminismo islámico como vía de emancipación suele ser objetivo de ataques enardecidos. También es significativa la amplia acogida mediática que reciben las mujeres musulmanas que presentan sus vivencias en las que han sufrido discriminación en nombre de la religión, y que derivan en un discurso en que la experiencia individual se convierte en la norma general debido al machismo indisociable al islam. Si bien es imprescindible dar cuenta de las situaciones de discriminación y machismo esto no debe traducirse en borrar de un plumazo la complejidad de las realidades sociales, políticas y culturales que marcan el entorno de cada mujer.

Si en la introducción de esta guía se aludía a la necesidad de mostrar la diversidad y de humanizar la narrativa sobre las personas musulmanas, en el caso de las mujeres esta necesidad es más imperiosa si cabe. A la hora de planificar un artículo sobre este tema sería necesario preguntarse previamente cuál es el enfoque que se quiere transmitir, si se está buscando un ángulo concreto porque aporta algo o porque es especialmente llamativo y si se está situando la historia en su contexto correcto. Es cierto que recientemente están apareciendo en los medios publicaciones escritas con pluralidad sobre el feminismo islámico u otros temas protagonizados por mujeres musulmanas que van más allá del aún controvertido y reiterativo tema del hiyab. Pero todavía queda un largo recorrido para liberar a nuestras sociedades de los prejuicios, del paternalismo orientalista y el etnocentrismo occidental que pesan sobre las mujeres musulmanas europeas y se las reconozca en su diversidad e individualidad, con igualdad de capacidades para hacer frente a todas las dificultades que significa vivir en una sociedad cuya matriz aún sigue siendo predominantemente patriarcal.



La migración y el otro

La securitización del dossier migratorio en Europa parece haber enterrado definitivamente la idiosincrasia migrante de los propios ciudadanos europeos. El discurso dominante sobre el tema se ha centrado en la cuestión de la seguridad y la visión de la migración como una amenaza. La criminalización de la llamada ‘crisis de los refugiados’ en 2015 dio lugar a mensajes xenófobos y racistas por parte de dirigentes políticos que, junto con el reforzamiento de la política de militarización de las fronteras, ha perjudicado la percepción mayoritariamente positiva que entre la población europea se tenía de este fenómeno. Dentro de esta amalgama difusa de migrantes y refugiados que huyen de las guerras son las personas migrantes musulmanas las que sufren una doble estigmatización: en tanto que migrantes pero también por su condición religiosa.

La construcción de un discurso de rechazo hacia esta población está marcado por la dialéctica del “nosotros” y “ellos”, el “yo” contra el “otro”. Ampliamente analizada, esta dicotomía alimentada también desde ciertos medios y políticos sitúa a un ciudadano europeo homogéneo, culto, educado, igualitario y no violento ante un musulmán retrógrado, violento, machista, portador de valores incompatibles a los europeos, que viene acompañado por una mujer sin voluntad propia, analfabeta y reducida a su papel de madre y esposa sumisa. Este proceso de extrañamiento busca ahondar en el debate de que la naturaleza del islam es incompatible con los valores europeos, un discurso antiguo que se gestó en el Renacimiento europeo, alimentado por el orientalismo y el colonialismo del siglo pasado acentuado por las condiciones económico-sociales en las que vienen las personas migrantes y que explica la aporofobia de nuestra sociedad.

Estas ideas refuerzan el discurso de aquellos que enarbolan la teoría sobre una invasión silenciosa del islam en Europa, una idea que ha acabado generando un debate conocido como “el problema musulmán”. Estos mensajes repetidos de forma

constante no solo fosilizan el imaginario negativo que existe en Europa sobre las personas musulmanas, sino que facilita un discurso más peligroso que es el de la “extranjerización” de las personas musulmanas europeas. Alejándolos del resto de la sociedad en la que viven se impide una normalización de la diversidad, un reconocimiento de una cultura y unas costumbres que forman parte de Europa desde hace siglos y que son a todas luces enriquecedoras.

Escribir de forma inclusiva y respetuosa con los derechos humanos sobre las personas musulmanas migrantes que llegan a Europa es una labor necesaria y urgente. Evitar nombrar su religión si no es necesaria para la comprensión de la noticia sería un primer paso para romper con la rápida estigmatización. Por supuesto es positivo aportar datos que desmientan los discursos xenófobos pero tampoco deben ser estos argumentos los que marquen el tono o los contenidos. Al fin y al cabo, la narrativa respecto a los migrantes no debería basarse en la justificación de las necesidades económicas o demográficas europeas sino en los valores de humanidad y solidaridad respecto a la situación que viven esas personas. Se debe devolver la narración de las migraciones al factor humano, a las historias de las personas más allá de la dialéctica de los números, la seguridad y el conflicto.



Imagen: representación y significado

Noticias de atentados terroristas ilustrados con una fotografía de hombres rezando en una mezquita. Una historia sobre prostitución de menores en un país musulmán ilustrada con unas niñas con pañuelo elegidas al azar. Una investigación sobre extremismo musulmán en Europa acompañada de una foto de una mujer con velo o de un hombre con barba... Todos hemos sido testigos de esta asociación entre noticia violenta y fotografía de persona musulmana corriente, una práctica que crea una conexión directa e inconsciente entre esos contenidos y nuestro imaginario sobre el islam y que refuerza los marcos mentales en los que se sustenta la islamofobia. En un mundo donde la imagen se está imponiendo al texto es fundamental, más si cabe, ser conscientes de la responsabilidad de elegir la cobertura visual adecuada, tal como manifiestan las fotografías de la Fundación NOOR que han participado en el proyecto europeo Stop-Islamophobia.

Acercarse a temas abstractos y complejos requiere de una concienzuda preparación tanto en la fase de documentación como en la relación con la comunidad que se quiere retratar. El conocimiento de la materia a abordar es clave para conectar con los interlocutores pertinentes, crear confianza, encontrar puntos de encuentro, conseguir compartir un espacio común desde el que poder llevar a cabo la labor. Construir una narrativa visual que se ajuste al contenido puede requerir fijarse en elementos concretos que la intuición profesional reconocerá si previamente se ha llevado a cabo un buen trabajo de documentación.

Las comunidades musulmanas en Europa suelen mostrar una actitud cerrada hacia el mundo audiovisual como consecuencia de malas experiencias previas, de la imagen que de ellas aparece en los medios y la manipulación de sus rituales y símbolos. Sabedores de que hoy el tiempo en las redacciones es escaso es imprescindible mantener un mínimo de contacto, de complicidad con los interlocutores.

“Las imágenes son prácticas culturales cuya importancia delata los valores de quienes las crearon, manipularon y consumieron”

Keith Moxey

Imagen: representación y significado

No se puede pensar en ellos como meros objetos en una imagen curiosa o recurrir a fáciles identificaciones simbólicas sin tener en cuenta lo que ello significa en el imaginario colectivo.

Es tan importante tener claros cuáles son los estereotipos (positivos y negativos) y prejuicios que existen sobre el islam en la sociedad como reconocer los propios condicionamientos que todos tenemos para escapar de la tentación de recrear fotos de marcado carácter exotizante o manidos clichés y así romper el círculo vicioso fotografía/estereotipo.

Tan importante como la imagen puede ser el texto que la ilustra. Una fotografía aislada con el pie de foto adecuado puede convertirse en un potente mensaje. La misma imagen con un pie mal contextualizado, por ejemplo, puede convertirla en contenido peligroso.

El fotógrafo “toma” de aquellos que le abren sus vidas, por ello es fundamental la transparencia, tanto respecto a las ideas del reportaje como con los medios en los que se difundirá. Cumplir con lo acordado es fundamental para establecer una relación de confianza con las personas que han colaborado. Esta honestidad parte de tener claro por qué el tema resulta interesante, qué ángulo se quiere tratar y qué tipo de discurso se pretende trasladar. Y, por supuesto, se debe tener siempre presente una norma básica de la fotografía, más cuando se trata de comunidades vulnerables: no hacer nunca una foto que pueda perjudicar o poner en peligro al interlocutor.



Conocimiento y redes sociales

La especial idiosincrasia de las redes sociales hace que se deban tener más en cuenta que nunca los valores que rigen la profesión del periodista. También en la red debe utilizarse el mismo rigor y cuidado con el lenguaje, prestar atención al uso correcto de términos y cifras y presentar el mismo respeto por la audiencia.

Para tener un impacto en Twitter, la red por antonomasia para las periodistas, hay que tener una idea clara del perfil y contenido que se quiere difundir, tener constancia y ser transparentes en cuanto a objetivos, conscientes de que hay que lidiar con prejuicios y dinámicas que se expresan de forma más virulenta escondidas tras el anonimato de los perfiles virtuales. Se habla mucho de los trolls¹ de Twitter y los mensajes de odio que circulan en esta red social, pero aunque no se deba minimizar su peligro hay que constatar que no dejan de ser una pequeña minoría de los más de 500 millones de tuits diarios.

Hay cierto consenso sobre cómo actuar contra los promotores del odio: denunciar todos aquellos mensajes que violen el reglamento que tanto Twitter como la Unión Europea han creado para combatir este fenómeno². Sobre los mensajes que siendo ofensivos no son susceptibles de ser denunciados, la mejor estrategia es eludir un diálogo directo con sus emisores y no participar en conversaciones con *hashtags* islamófobos, ya que en lo único que redundaría es en una mayor difusión de su mensaje ofensivo. Si el objetivo es contestar determinados mensajes de odio, la recomendación es crear contenido alternativo, basado en hechos y datos, que genere una dialéctica en positivo que apoye y dé voz a cuentas y mensajes constructivos. Para contrarrestar bulos y *fake news* la mejor estrategia sigue siendo remitirlos a las organizaciones especializadas con la información relevante para desmontarlos. Estas organizaciones tienen la experiencia y el criterio necesario para poder decidir cuándo merece la pena desmentir un bulo o cuándo es preferible ignorarlo, por ejemplo si no

1. Iganski. P, Sweiry. A., Media Diversity Institute. Stopping hate. How to counter hate speech on Twitter.

2. European Union (2016). *The EU Code of conduct on countering illegal hate speech online.*

está teniendo eco y su desmentido pudiera convertirse en una suerte de publicidad. Empleadas con respeto, cautela y transparencia, las redes sociales son una valiosa fuente de conocimiento para los periodistas, aunque en ningún caso pueda constituir un sustituto de la relación personal de confianza que se debe crear con la población sobre la cual se informa, sino únicamente una amplificación de la misma. El colectivo de personas musulmanas - organizaciones, imames, autoridades religiosas e individuos particulares- tiene cuentas en redes sociales donde desarrolla una intensa actividad. La libertad de la red y la posibilidad de entablar conversaciones, intercambiar experiencias y recomendaciones es una excelente forma de compartir inquietudes y romper nuestros clichés preconcebidos sobre el islam. Percibir la diversidad que existe y el debate interno que genera cualquier aspecto de sus vidas aporta una versión más cercana y certera. Manteniendo siempre el respeto y la transparencia, las redes son una interesante vía de contacto con perfiles distintos y auténticos a los que físicamente no podríamos llegar por tiempo, distancia geográfica o simplemente por desconocer su existencia. Esta diversidad permitirá diversificar las voces musulmanas que aparecen en las noticias. En este marco de relación de confianza no se deben usar datos o comentarios sin antes preguntar a su autor o autora. Es enriquecedor interactuar en la red aportando ideas, datos precisos y contrastados, participando en conversaciones de los asuntos en los que se puede aportar alguna información relevante. Transformar la percepción del público en general hacia las personas musulmanas y de éstas hacia los medios es una labor que requiere constancia y determinación, pero en la que las redes sociales pueden significar una auténtica ventada de oportunidad.



Recomendaciones para escribir sobre islam

1

Documentarse. La complejidad del islam hace necesario documentarse en profundidad, conocer la legislación relacionada y buscar fuentes diversas tanto de expertos académicos como de personas musulmanas con perfiles variados.

2

Relación con la población musulmana. Transparencia, respeto, complicidad, saber escuchar y hacer seguimiento de la actualidad más allá de las crisis son algunas de las cuestiones a tener en cuenta a la hora de crear una relación de confianza mutua.

3

Cuidar el lenguaje. El periodista debe ser responsable con su herramienta de trabajo y buscar las palabras adecuadas, el tono certero, las estadísticas contrastadas y la terminología correcta.

4

Evitar estereotipos y generalizaciones. Hay que tener en mente los marcos mentales negativos en los que se ha encorsetado históricamente la imagen del islam para no repetirlos y así no perpetuarlos.

5

Mostrar la diversidad. La variedad de temas e interlocutores contribuirán a acercar una realidad más certera de la ciudadanía musulmana. No existe ni el sr. *Islam* ni un país llamado Musulmania, no hay un prototipo de musulmán ni de musulmana.

6

Imágenes. Se deben buscar imágenes que huyan de los clichés, fomentar la empatía y la complicidad con los interlocutores.

7

Contexto. Explicar los hechos que se van a narrar en el entorno sociopolítico donde se producen, teniendo en cuenta a las personas musulmanas como sujetos y no como objetos.

8

Ser crítico. Desafiar el discurso oficial, las aproximaciones reduccionistas, cuestionar las fuentes institucionales y las de las personas musulmanas. Que lo políticamente correcto no impida plantear preguntas controvertidas.

9

Género. La constante polémica en torno al cuerpo e independencia de la mujer musulmana debe hacernos ser especialmente cuidadosos y vigilantes, también con nuestros propios prejuicios.

10

Credibilidad. Buscar una trayectoria estable y a largo plazo basada en el rigor y la transparencia reforzará la fiabilidad y confianza en el periodista como fuente de información especializada.



¿Islam o islamismo?

El islam (que se escribe con minúscula, como otras religiones) es un sistema religioso que se sustenta en el Corán, la palabra de Dios transmitida por Mahoma, y en el modelo de este. La fidelidad al islam se manifiesta en lo que se conoce como ‘los cinco pilares’: reconocer que solo hay un Dios y que Mahoma es su profeta; realizar las oraciones preceptivas diarias; dar el azaque; cumplir con el ayuno en ramadán y peregrinar a La Meca. En el islam, junto con la teología, la ética o la metafísica, también tiene cabida la política, de ahí que el término ‘islamismo’ designe el conjunto de proyectos ideológicos cuyo paradigma de legitimación se construye en torno a la doctrina islámica.

¿Musulmán, islámico, islamista?

‘Musulmán’ debe aplicarse solo a las personas creyentes en el islam, aunque cada vez está más extendido su uso como adjetivo común. Debe emplearse ‘islámico’ para lo relativo a las cosas o realidades abstractas, y nunca para las personas, e ‘islamista’ para los militantes de un islam político: ni todas las personas musulmanas son islamistas (solo lo son una minoría), ni todo lo islámico es exclusivo de los creyentes en el islam.

Yihad vs. yihadismo

La yihad es, por una parte, el esfuerzo espiritual y material del musulmán por mejorarse (conocido como ‘yihad mayor’, que va desde la fe a los rituales), y por otra, el esfuerzo por mejorar lo que le rodea (la ‘yihad menor’, desde la persuasión oral y el afán ejemplarizante de cada musulmán hasta la ‘yihad ofensiva’). A partir de la interpretación exclusivamente bélica de la yihad, existe una corriente ideológica que sostiene que esta es una obligación individual y, por tanto, ha de acometerla cada musulmán para la liberación final de la umma. Es lo que se conoce como ‘yihadismo’.

El terrorismo ‘takfirista’ mejor que ‘yihadista’, pero nunca ‘islamista’

A las personas musulmanas les repugna que se confunda el yihadismo con el islam, error al que induce la expresión ‘terrorismo islamista’. Tampoco aceptan, como es lógico, que se normalice la usurpación de los términos yihad/yihadista que han hecho los grupos terroristas reduciéndolos a una interpretación extremista, que excluye del islam a los que no les siguen (doctrina del takfir). Posibles alternativas serían ‘terrorismo de Daesh’ o ‘de Al Qaeda’ o ‘takfirista’.

Feminismo e islam

A diferencia de lo que ocurrió en el ámbito europeo contemporáneo, en el movimiento feminista de las sociedades mayoritariamente musulmanas la religión fue vista en general como un motor imprescindible de transformación. Se perfilaron tres corrientes: un feminismo musulmán, un feminismo islámico y un feminismo laico. La línea divisoria entre feministas laicas y religiosas la marca el papel que se le concede a la religión como herramienta de emancipación por parte de las segundas. Por su parte, el feminismo musulmán se aleja del feminismo islámico en su aceptación de la diferencia entre hombres y mujeres, mientras que las feministas islámicas insisten en la igualdad plena entre ambos a partir de una nueva hermenéutica coránica, que llegan a llamar ‘yihad de género’.

Hiyab, niqab, burka, chador... a vueltas con la indumentaria

La cuestión del atuendo y la indumentaria islámica es una de las más controvertidas. Si bien el Corán no estipuló unos usos concretos, sí dio unas pautas de decoro sobre la vestimenta y el acicalamiento de hombres y mujeres. Pese a que el ocultamiento del rostro femenino nada tiene que ver con las prescripciones coránicas, con la oleada de reislamización social y la pujanza de los movimientos islamistas se ha recreado una indumentaria que abarca desde aquellas prendas que cubren exclusivamente el cabello de las mujeres (como el hiyab) a otras que envuelven todo su cuerpo (como el chador o la abaya) o las ocultan por completo, salvo en la rendija que les permite, malamente, mirar (burka, niqab). No conviene generalizar sin matices los significados culturales, políticos, económicos o personales del actual uso de vestimentas que se etiquetan como islámicas, y que pueden ser tanto una seña de identidad como un mero uso consuetudinario.



- Amnesty International, (2012). *Choice and prejudice. Discrimination against muslims in Europe*. Londres, Reino Unido: Amnesty International. Disponible en: <https://www.amnesty.org/download/Documents/20000/eur010012012en.pdf>
- Azfar Shafi and Dr Asim Qureshi, TNI., (2020). *Stranger than fiction. How 'pre-crime' approaches to "Countering Violent Extremism" institutionalise islamophobia. A European Comparative Study*. Disponible en: <https://stop-islamophobia.eu/stranger-than-fiction/>
- Bayrakli. E. y Hafez. F. (Eds), (2019). *European Islamophobia Report 2018*. Foundation for Political, Economic and Social Research (SETA). Disponible en: http://www.islamophobiaeurope.com/wp-content/uploads/2019/09/EIR_2018.pdf
- Bocquet, C., Maréchal, B., Van Den Abbeele, S., (2015). *Musulmans et non-musulmans en Belgique :des pratiques prometteuses favorisent le vivre ensemble*. Disponible en: https://www.kbs-frb.be/fr/~/_media/Files/Bib/Publications/3372_POD_MusulmansEnBelgique_final.pdf
- British Broadcasting Corporation., (2019). *Guidelines: the BBC's Editorial Standards*. Disponible en: <http://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/pdfs/bbc-editorial-guidelines-whole-document.pdf>
- De Querol. R., (8 de abril de 2020). Karen Armstrong: "Cuando arrinconamos a la religión, surge el fundamentalismo". *El País*. Disponible en: <https://elpais.com/cultura/2020-04-07/karen-armstrong-cuando-arrinconamos-a-la-religion-surge-el-fundamentalismo.html>
- Ethical Journalism Network, (2014). *Hate speech: A five-point test for journalists*. Disponible en: <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/hate-speech>
- Ethical Journalism Network, (2019). *Muslims in the Media: Towards More Tolerance and Diversity*. Londres, Reino Unido. Disponible en: <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/muslims-media-tolerance-diversity>
- European Union (2016). *The EU Code of conduct on countering illegal hate speech online*. Disponible en: https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-code-conduct-countering-illegal-hate-speech-online_en
- European Union Agency for Fundamental Rights (FRA), (2017). *Second European Union Minorities and Discrimination Survey. Muslims: Selected findings*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2019. Disponible en: https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2017-eu-minorities-survey-muslims-selected-findings_en.pdf
- Evsultany, E. *Arabs and Muslims in the Media.*, (2012). *Race and Representation after 9/11*. Nueva York, EEUU: New York University Press.

- Expertalia. *Un répertoire d'experts issus de la diversité*. Disponible en: <http://www.ajp.be/expertalia-un-repertoire-dexperts-issus-de-la-diversite/>
- Felice Dassetto, (2012). *L'Iris et le croissant. Bruxelles et l'Islam au défi de la co-inclusion*. Louvain-la-Neuve, Bélgica: Presses universitaires de Louvain (UCL).
- Gómez, L., (2019), *Diccionario de islam e islamismo*. Madrid, España: Trotta.
- Goodwin, M., Raines. T. y Cutts.D., (7 de febrero 2017). *What Do Europeans Think About Muslim Immigration?*. Chatham House. Disponible en: <https://www.chathamhouse.org/expert/comment/what-do-europeans-think-about-muslim-immigration>
- Iganski. P, Sweiry. A., Media Diversity Institute. *Stopping hate. How to counter hate speech on Twitter*. Disponible en: <http://www.stoppinghate.getthetrollsout.org/>
- Inl, (Blakeley, R. and others), (2019). *Leaving the War on Terror A Progressive Alternative to Counter-Terrorism Policy*. Disponible en: <tp://www.observatorioislamofobia.org/2019/12/16/abandonando-la-guerra-terrorismo-una-alternativa-progresiva-la-politica-antiterrorista/>
- Lakoff, G., (2017), *No pienses en un elefante (Spanish Edition)*, Madrid, España: Ediciones Península.
- Marthoz, J.P., (2017). *Los medios de comunicación y el terrorismo: manual para periodistas*. París, Francia: UNESCO. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000366284>
- Nordenstreng, K. and Heinonen, A., (2018). *International Principles of Professional Ethics in Journalism*. Disponible en: <https://research.uta.fi/ethicnet/country/international-principles-of-professional-ethics-in-journalism//>
- Observatorio de la Islamofobia en los Medios, (2017-2019). *Estadísticas 2019*. Disponible en: <http://www.observatorioislamofobia.org/category/material-observatorio/estadisticas/estadisticas-2019/>
- Pennington, R. (2018): *On Islam. Muslim in the media*. Indiana, EEUU: Indiana University Press.
- Pew Research Center, (29 de mayo 2018). *Being Christian in Western Europe*. Disponible en: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/24/in-western-europe-familiarity-with-muslims-is-linked-to-positive-views-of-muslims-and-islam/>
- Pew Research Center, (29 de mayo 2018). *Being Christian in Western Europe*. Disponible en: https://www.pewforum.org/2018/05/29/being-christian-in-western-europe/pf_05-29-18_religion-western-europe-00-07
- Pintak, L., (2017). *Islam for Journalists (and Everyone Else): A primer for reporting - and understanding - news about Muslims in America* [Kindle version].

- Porcausa. (2020). *Nuevas narrativas*. Disponible en: https://porcausa.org/wp-content/uploads/2019/05/porCausa_Nuevas_Narrativas_8_mayo_2019-1.pdf
- Respect Words, (2017). *Informar sobre procesos migratorios y minorías*. Sevilla, España: Respect Words. Disponible en: <https://www.respectwords.org/wp-content/uploads/2017/11/Informar-sobre-procesos-migratorios-y-Minor%C3%ADas.pdf>
- Rugar, V., Media Diversity Institute/Cardiff University, (2012). *Getting the facts right: Reporting ethnicity and religion*. Bruselas, Bélgica: International Federation of Journalists. Disponible en: http://www.media-diversity.org/additional-files/documents/b-studies-reports/EJI_study_FINAL%20for%20Web.pdf
- Said. E.W., (1978), *Orientalism*, Nueva York, EEUU: Pantheon Books.

