



La islamofobia en la prensa escrita española: aproximación al discurso periodístico de *El País* y *La Razón*

Islamophobia in Spanish Press: approach to the journalistic discourse of *El País* and *La Razón*

Sara PIQUER MARTÍ

Universidad de Zaragoza, España

Resumen: Los medios de comunicación de masas llevan a cabo un papel fundamental en la creación de representaciones que impregnan el imaginario colectivo de una sociedad. Al mismo tiempo, la existencia de la islamofobia en España es real: el inmigrante magrebí y/o musulmán es el que más rechazo sufre por parte de los ciudadanos autóctonos. En el trabajo realizado se lleva a cabo un análisis de distintas estrategias discursivas empleadas por los diarios nacionales españoles *El País* y *La Razón* durante el año 2013. Se demuestra que a través de una selección tendenciosa de temática, fuentes e imágenes, junto con el uso de un léxico apoyado en metáforas y eufemismos y el sensacionalismo presente en los titulares, se crea un estereotipo negativo sobre la población islámica. De esta forma, los medios de comunicación configuran la imagen que la sociedad española tiene acerca de la persona musulmana, es decir, existe una relación estrecha entre el discurso mediático y la existencia de islamofobia.

Palabras clave: islam; lenguaje; estereotipo; discurso; prensa; periodismo.

Abstract: Mass media plays a key role in defining society's beliefs. Moreover, the existence of Islamophobia in Spain is real. As a consequence, Muslims, particularly North African immigrants, are the community that suffers the most from rejection amongst native citizens. This work is carried out as an analysis of various discursive tactics used by the Spanish national newspapers *El País* and *La Razón* in 2013. We reveal that through a range of a biased selection of themes and sources, guised through a combination of techniques such as sensational headlines, a negative stereotype of the Islamic population is created. By these means, the media propels an image of the Muslim people that Spanish society accepts, evidencing the close relationship between media content and Islamophobia.

Keywords: Islam; Language; Stereotype; Speech; Press; Journalism.



Introducción*

A diario nos encontramos con noticias sobre terrorismo islámico, fanatismo, guerras y conflictos en países árabes, casos de mujeres víctimas de un machismo supuestamente fruto de la religión islámica. La historia medieval española, la cercanía geográfica de las dos orillas de “nuestros mundos”, separadas por el estrecho de Gibraltar, demuestran la continua reiteración de una necesaria distinción entre Ellos y Nosotros. Una polarización en la que Ellos quedan convertidos en un grupo homogéneo, irascible, fanático, radical y pobre, y Nosotros actuamos como los “buenos”, los mediadores de mente abierta y democrática. Un discurso neocolonial, en suma, que distingue entre Norte como zona desarrollada y Sur como zona subdesarrollada, que también será sometido a análisis.

A través del estudio de noticias publicadas en el año 2013 en la versión digital de los periódicos nacionales *El País* y *La Razón* pondremos de relieve los principales elementos discursivos que potencian esta homogeneización sociológica de un grupo étnico minoritario en España, el compuesto por la comunidad norteafricana. Trataremos de demostrar si los medios han desempeñado un papel esencial o no en el establecimiento de una relación directa entre el islam y el terrorismo o el machismo. De esta forma podremos entender hasta qué punto el periodismo se ajusta a los códigos deontológicos de los que se ha dotado o se aleja de la ética profesional en el tratamiento de este tipo de noticias. Gracias a la explicación de estos factores entenderemos cómo deberían redactarse estos artículos para que los medios cumplieran con su deber de agentes garantes de un derecho a una información veraz, justa y contextualizada. Un derecho que también incluye a ciudadanos pertenecientes a culturas minoritarias, como, en este caso, los del islam.

Seleccionamos en este trabajo dos periódicos de gran tirada a nivel nacional para extraer ejemplos con los que probar o rechazar nuestra hipótesis, a saber, la manipulación discursiva que los medios llevan a cabo en relación con la comunidad islámica. Consideramos la prensa escrita como medio de referencia para este análisis discursivo: “(...) la prensa es el medio más fiable, invita en mayor medida que otros a la reflexión, además tiene mayor capacidad para fijar en el ciudadano determinados valores y modelos de referencia y para reproducir las ideologías imperantes y las concepciones sociales” (Crespo Fernández, 2008: 46).

Los periódicos elegidos son *El País* y *La Razón*, dos medios con distinta ideología y línea editorial, gracias a lo cual podremos conocer si dos empresas mediáticas diferenciadas en términos ideológico-políticos hacen uso o no de estrategias discursivas diferenciadas para tratar la información referente al mundo islámico. Se escoge como marco temporal de referencia el año 2013, por ser el más cercano al actual.

* Queremos expresar aquí nuestro agradecimiento al profesor José Luis Aliaga Jiménez (Universidad de Zaragoza) por las sugerencias y consejos efectuados a propósito de la versión original de este artículo.

Contexto histórico y social

Es imposible entender la sociedad globalizada en la que nos encontramos sin la existencia del fenómeno migratorio: "(...) en Europa, y más concretamente en España, la inmigración puede considerarse el hecho más importante que nuestras sociedades han experimentado en los últimos años debido a su impacto económico y social" (Martínez, 2008: 9).

Antes de la década de los noventa del siglo XX España era considerada un país de emigrantes. El imaginario cultural predominante aún asociaba la figura de migrante con la población española (Nash, 2005: 10). Sin embargo, a partir de la década de los noventa España comenzó a convertirse en una sociedad receptora de inmigrantes.

En 1998 había en España 637 085 extranjeros censados. Tres años después la cifra ascendía a 1 370 657. Las últimas cifras recogidas por el Instituto Nacional de Estadística demuestran que en julio de 2014 el número de extranjeros censados en España ascendía a 4 538 503. Este significativo aumento de población extranjera, dio paso a la necesidad de definir a la persona extracomunitaria que habitaba en España. La cobertura informativa que los medios iban a proporcionar sobre este nuevo fenómeno migratorio, sobre este cambio de imagen de España, de país de emigrantes a país receptor de inmigrantes, tendría un impacto decisivo en la opinión pública generada sobre el ciudadano extracomunitario. Por ejemplo, la prensa comenzó a elaborar un discurso periodístico sobre las pateras a partir de artículos de opinión y de un goteo constante de pequeñas noticias sobre la captura, la llegada y las muertes de inmigrantes en esas precarias embarcaciones que cruzaban el Estrecho para llegar a España de forma clandestina (Nash, 2005: 37). En su conjunto, el discurso periodístico se centró en la masiva presencia de las pateras y se interrogó poco por las causas de la inmigración hacia España. Se empezó a construir de este modo una representación cultural sobre el africano magrebí a través de una homogeneización conceptual de la inmigración que excluía la posibilidad de entender cada caso de inmigración como un caso concreto y particular. Se anulaban los motivos personales del inmigrante, sus creencias, sus intereses, su diversidad de profesiones, de grupos sociales. Todos ellos pasaron a configurar un único grupo, el grupo del inmigrante pobre árabe que por motivos de desesperación arriesga su vida para llegar al paraíso, representado en este caso por España. El inmigrante árabe se convirtió desde aquel entonces en el imaginario evocador de persona inmigrante ilegal. Se convierte en el arquetipo subyacente a través del cual se piensa la "inmigración" en tanto en cuanto portadora de un diferencial cultural, y de este modo encontramos una ecuación que identifica "inmigrante" con marroquí y/o magrebí (Santamaría, 2002: 141).

El inmigrante árabe se convirtió desde aquel entonces en el imaginario evocador de persona inmigrante "ilegal". Se convierte en el arquetipo subyacente a través del cual se piensa la "inmigración" en tanto en cuanto portadora de un diferencial cultural, y de este modo encontramos una ecuación que identifica "inmigrante" con marroquí y/o magrebí (Santamaría, 2002: 141).

A la hora de analizar la estereotipación negativa generada por la prensa sobre el inmigrante árabe hay que tener en cuenta los años de historia que unen a España con esta cultura. Se olvidan frecuentemente los lazos existentes en el pasado y se presenta una alteridad desvinculada de nuestra historia. Pensados como los Otros, no forman

parte de la historia de España. Así se producen curiosos ejercicios de amnesia histórica (Rodrigo Alsina, 2006: 42). ¿Se ha olvidado la sociedad española de que estos árabes que hoy la prensa estereotipa y homogeneiza en un único grupo relacionado con la pobreza, el radicalismo religioso y el terrorismo poseen raíces comunes con los españoles? La insistencia de la prensa en polarizar y separar al musulmán como un grupo diferenciado y separado del endogrupo mayoritario solo viene a demostrar la cercanía entre ambos.

Cercanía geográfica entre España y el mundo árabe y cercanía histórica, política y social. No hay que pasar por alto que España fue durante ocho siglos de historia un país islámico. Este vínculo hace que tanto en una orilla como en la otra sea una constante la distinción y separación de un Nosotros y de un Ellos, incluso cuando Ellos cruzan las fronteras y se instalan entre Nosotros abrazando algunos ideales y colectivos comunitarios (Taibi y Maataoui, 2006: 127). Esta historia común nos permite en algunas ocasiones relacionar al árabe con el pasado medieval español. Situamos al Otro en el pasado con respecto al Yo. Es decir, que el presente del Otro es el pasado del Yo, donde el Otro es visto como económicamente subdesarrollado y culturalmente atrasado (Taibi y Maataoui, 2006: 128). La historia de España y el supuesto subdesarrollo cultural y económico del Otro resultan perturbadores porque el Otro simboliza la irrupción del pasado en el presente.

La islamofobia en España es real. Según datos recogidos por SOS Racismo (AA. VV., 2012: 33), un 37 por ciento de los españoles cree que es aceptable expulsar de su centro educativo a una estudiante por llevar *hiyab* (velo islámico) y se muestra contrario a la construcción de mezquitas. En resumen, los inmigrantes árabes y/o musulmanes son los más castigados por el racismo y la xenofobia.

Percepción social del musulmán en el conjunto de España

Es a partir de los años noventa cuando los estudios de opinión pública comienzan a centrarse en el fenómeno migratorio. El aumento de noticias referentes a la inmigración y, sobre todo, el tipo de tratamiento que se empleó en la redacción de estas provoca en nuestra sociedad preocupación, prevención y muchas veces rechazo (Granados Martínez, 2006: 60). La inmigración, al convertirse en un fenómeno mediático, se trasladó al ámbito de la opinión pública teniendo de esta forma efectos contundentes.

El desconocimiento social de la población española acerca del mundo islámico es otro de los motivos de la proliferación de estereotipos. El conocimiento equivocado sobre un tema queda reforzado por la lectura de informaciones publicadas en los medios (consideradas por la sociedad como veraces). El problema emerge cuando estas informaciones aparecen expuestas de forma aislada, sin contextualizar, y se relacionan casi siempre con temas de conflicto y violencia a través de una información sesgada, como trataremos de demostrar en los siguientes apartados de este artículo. Es esta la causa de que el ciudadano que desconoce el islam construya en su mente una descripción estereotipada sobre esta religión. Distintas investigaciones han puesto de manifiesto que la prensa asocia con frecuencia la información de minorías étnicas con algún tipo de conflicto (Rodrigo y Martínez, 1997; citado en Rodrigo Alsina, 2006: 49).

A partir del clima de opinión creado en Occidente desde la primera guerra del Golfo y, sobre todo, desde el 11 de septiembre de 2001, esta imagen de “enemigo interior” se ha visto muy reforzada (Rodrigo Alsina, 2006: 43). Como consecuencia de ello, la

percepción del inmigrante magrebí se asocia por completo a la del musulmán practicante, con sus hábitos vestimentarios, como el *hiyâb* y la chilaba, y los corporales –como la barba en el caso masculino– y con la existencia de determinadas celebraciones, como el Ramadán y la fiesta del Sacrificio. Por último, la emergencia del islamismo radical favorece la consideración de los magrebíes como una potencial amenaza (Martín Corrales, 2002: 244).

Si el colectivo musulmán aparece solo representado en la prensa mediante situaciones de conflicto, la sociedad realizará una asociación tanto o más peligrosa en cuanto se empieza a considerar que el conflicto es inevitable dadas las características culturales de los inmigrantes. Así se empieza a construir un discurso en que se señala que algunos inmigrantes son incompatibles con nuestra cultura, nuestros valores y nuestro sistema social (Sartori, 2001).

Medios y racismo: el islam, enemigo estratégico

Entendemos, entonces, a los medios de comunicación como configuradores de opinión pública. Además, puede afirmarse que la islamofobia constituye un fenómeno sociológico extendido en la sociedad española. Pero, ¿puede establecerse un vínculo directo entre ambos elementos?

La respuesta a esta pregunta suele ser bastante unánime: los medios de comunicación presentan la inmigración, en última instancia, como una amenaza. Es importante para poder entender esta situación de racismo discursivo en la prensa conocer el prisma desde el cual se transmite la información. En ella se escribe siempre desde la perspectiva del “Nosotros”, pasando por alto de este modo la recomendación de incluir al ciudadano extranjero en el discurso como un ciudadano más, es decir, de incluirlo dentro de “nuestro” grupo, evitando de ese modo la polarización xenófoba.

En general, nos encontramos en los medios ante una representación del inmigrante culturalista, diferencialista y miserabilista. En palabras de Enrique Santamaría (2002: 170):

El discurso [periodístico] sobre la inmigración no comunitaria (...) insiste en aprehender la cuestión en términos de una “avalancha” imparable que no solo es causa de “problemas sociales” sino que es en sí misma un grave problema social y cultural, pues los migrantes, con sus diferencias culturales, con los problemas que tienen y que generan, amenazan la cohesión social, la seguridad económica, la homogeneidad cultural e incluso la estabilidad política, con el desarrollo de formaciones nacionalpopulistas y/o neoracistas y la extensión del islamismo en las sociedades donde se instalan.

¿Por qué se convierte el islam en uno de los sectores minoritarios más perjudicados por el discurso periodístico? Algunos autores sostienen que todo “imperio” tiene la necesidad de crear un “enemigo estratégico”, es decir, un rival común que actúe como unificador y que al mismo tiempo sirva de justificación para determinadas acciones políticas. En este caso “se representa al islam como el perfil de la nueva identidad enemiga para las democracias occidentales” (Roldán, Ausín y Mate, 2004: 10, citado en El-Madkouri Maataoui, 2006: 100). Este discurso racista que crea un enemigo común es entendido por las elites políticas como un “discurso que da legitimidad moral y ética al ejercicio de la dominación” (El-Madkouri Maataoui, 2006: 100). Sigue diciendo el mismo El-Madkouri Maataoui (2006: 101):

La Unión Soviética, el tradicional enemigo, que convivía –en el discurso mediático– con las más diversas formas de terrorismo en el planeta, ha dejado demasiado espacio que necesariamente debía ocupar otra fuente del miedo unificador. Por ello, el terrorismo que en los años setenta era diversificado: Irlanda, País Vasco, Colombia, Italia, Grecia, Camboya, Palestina..., se ha especializado en árabe a principios de los años ochenta. De este terrorismo árabe de finales de los setenta y ochenta se pasa al terrorismo islamista, fundamentalista, integrista para acabar siendo –aunque sin dejar de usar los últimos– terrorismo internacional (entiéndase como islámico).

Como hemos visto hasta ahora, una mezcla de motivos sociológicos y políticos es la causa de la proliferación de este tipo de discurso xenófobo. En los siguientes apartados nos centraremos en explicar cuáles son estas estrategias lingüísticas (e icónicas también) y cómo se llevan a cabo para configurar de este modo el discurso racista. Un discurso que varios autores definen como “el discurso del miedo”.

Estrategias discursivas: temática

La primera estrategia discursiva empleada por la prensa escrita se basa en una selección tendenciosa de la temática. Cuando se publican noticias referidas al mundo islámico observamos una continua reiteración de temas relacionados con el terrorismo, el machismo, el conflicto, la violencia y el fanatismo, dejando muy poco espacio para noticias de carácter positivo, como pueden ser las relacionadas con la tradición, el crecimiento económico, la cultura y en definitiva, aquellas que no entiendan a la religión islámica como la causa de un conflicto sobre el que se pretende informar. Se aprecian muestras de un discurso preventivo hacia la comunidad musulmana, discurso que conforma la idea de este colectivo como categoría social peligrosa, para lo cual se recurre a voces de designación directa cercanas al sensacionalismo (Crespo Fernández, 2008: 55).

Si prestamos atención a las noticias publicadas en el año 2013 en los periódicos *La Razón* y *El País* queda demostrado el desequilibrio cuantitativo existente entre noticias de carácter positivo y negativo. El periódico *El País* publicó 72 noticias relacionadas con el mundo musulmán, mientras que *La Razón* recoge 123 ejemplos. De las 72 noticias que aparecieron en *El País* el año pasado, solo siete pueden ser consideradas inicialmente positivas. Pero, si ahondamos más en estas noticias aparentemente positivas, podemos reducir la cifra final a cinco.

Veamos algún ejemplo. “Devotas de Alá... y de Armani”, noticia publicada en *El País* el 12 de abril de 2013, es aparentemente un artículo positivo que cuenta la historia de una británica que, además de ser bloguera de moda, es musulmana. Sin embargo, no podemos incluir este artículo dentro de la lista de artículos positivos. El discurso empleado en la redacción de la noticia arroja de una forma subliminal un mensaje que relaciona al mundo islámico con la polémica, el machismo y el retrogradismo. Lo podemos apreciar en enunciados como “una propuesta que, aunque no es exportable a todos los países islámicos, se ha extendido –no sin polémica– por el mundo”. La frase problematiza la situación del islam, aunque en esta ocasión se esté presentando una información sobre la creación de un blog de moda en un país con derecho a la libertad religiosa como es el Reino Unido. Es obvio que en países con una larga tradición dictatorial no sería posible la existencia de este tipo manifestaciones, pero si ahondamos en el tema podemos darnos cuenta de que poca relación tienen estos países con la historia de esta bloguera británica. El discurso empleado está utilizando un lenguaje que rela-

ciona el conflicto existente en países de tradición musulmana con la historia de un blog de moda musulmán y su creadora británica.

Este reportaje, además, acentúa la polarización que construye en el colectivo social un Ellos y un Nosotros. Esta polarización se puede observar en frases como “la diferencia entre un blog musulmán y otro, llamémoslo estándar”, extraída de la noticia que estamos analizando. El vocablo *estándar*, según el Diccionario de la Real Academia Española, significa “que sirve como tipo, modelo norma, patrón o referencia”. La frase contrapone los adjetivos *musulmán* y *estándar*, donde *estándar* sería la norma, y *musulmán*, lo anormal.

La situación de *La Razón*, en cuanto a la recopilación de noticias que puedan proyectar una imagen íntegramente positiva sobre el islam y las personas musulmanas, es todavía más reveladora. De 123 noticias publicadas en el año 2013, solo una tiene relación con una temática de carácter positivo. Si al escaso número de noticias de carácter positivo publicadas en este diario en el año 2013 le sumamos la corta extensión de estos artículos, la información que podemos encontrar en el periódico que relacione a la religión islámica con algo que no sea conflicto, violencia, machismo, fanatismo o terrorismo es apenas existente.

La consecuencia de la publicación de textos que solo narran acontecimientos conflictivos que, a su vez, son relacionados de forma continuada con un único colectivo social es la construcción de la relación intrínseca entre islam y terrorismo. La estrategia más censurable no es la publicación en sí misma de estas noticias –que pueden ser consideradas de relevancia social– sino la forma de llevarla a cabo: la ausencia de un contexto que diferencie los casos aislados en relación con el resto de la población islámica. El hecho de que existan grupos terroristas que se autodenominen islámicos no justifica que la prensa española recoja esta autodeclaración como universal y extrapolable a toda persona musulmana. Es una autodenominación que la prensa occidental retoma para una nueva aplicación fuera del contexto y del marco cultural de estos movimientos (El-Madkouri Maataoui, 2006: 103). En estos casos no es que la prensa sea arbitraria en la aplicación de ciertos términos, sobre todo en la aplicación de ciertos patrones de representación, sino que, en este sentido, no hacen más que retomar la denominación sin entrar en la descripción o análisis de las motivaciones últimas de estos movimientos. En consecuencia, el análisis mediático es simplista: son terroristas porque son musulmanes (El-Madkouri Maataoui, 2006: 103). Se crea, de este modo, una relación intrínseca entre religión y terrorismo.

Véase, por ejemplo la noticia publicada en *La Razón* el 29 de abril: “España, nido islamista”, que es prueba de esta prejuiciosa relación entre religión y terrorismo. Es un claro ejemplo de cómo a través del discurso se puede fomentar la islamofobia y hacer cundir el pánico dentro de nuestra sociedad sobre posibles ataques terroristas. Pueden aducirse citas representativas como las siguientes: “El islam ha demostrado carecer de cualquier deseo de aliarse con occidente”; o “El creciente número de musulmanes en Occidente, su radicalización fruto de la crisis y su inadaptación a las sociedades en las que viven”. En primer lugar, podemos observar cómo el periodista habla del islam como si se tratara de un ser homogéneo capaz de decidir si aliarse o no con Occidente, sin tener en cuenta que el islam está compuesto por millones de personas en todo el mundo, de las cuales muchas pertenecen al propio Occidente. De haberse incluido un contexto, en el que el autor hubiera podido referirse a los Gobiernos compuestos por partidos islámicos, se habría diferenciado, al menos, el conflicto y la inadaptación, de

forma general, de cualquier persona musulmana. La segunda cita es incluso más representativa de esta prejuiciosa relación entre religión y terrorismo; está claramente afirmando que el incremento de musulmanes en Occidente es un problema, además de estar dando por cierta la inadaptación absoluta de toda persona musulmana, obviando de este modo a los millones de musulmanes que son europeos de nacimiento, por un lado, y, por otro, condenando sin proporcionar ningún dato real a toda persona inmigrante perteneciente a la religión musulmana.

El País también incluye ejemplos de este tipo. El 13 de diciembre se publicaba una noticia con el siguiente titular: "Prohibir sirve poco cuando se trata de fundamentalismos". Encontramos una insistencia en describir a Occidente como un conglomerado de "democracias modelo", algo incompatible con la religión musulmana, según se aprecia en los siguientes pasajes: "Teóricamente es cierto que las nociones occidentales de democracia pueden ser incompatibles con los principios islámicos"; "algunos teóricos dudan de si el islam es compatible con la democracia". No se distingue en ningún momento entre religión islámica y partidos políticos islámicos. Entendemos, por un lado que una persona es libre de pertenecer al credo que desee sin que tenga que existir discriminación por ello; otro tema diferente es el partido político que esté haciendo campaña en cualquier país para gobernar. Este partido político puede ser islámico o no, y alguien, como ciudadano/a, puede ser musulmán/a o no, y al mismo tiempo apoyar o no apoyar a este partido político. Resulta infundado referirse al islam como enemigo de la democracia. Desde el punto de vista crítico, la relación entre islam y democracia es la misma relación entre cristianismo y democracia, o entre judaísmo y democracia. Una cuestión es la religión y otra muy distinta es la dinámica social con el consiguiente atraso histórico de unos pueblos respecto de otros (El-Madkouri Maataoui, 2006: 111).

Mohamed El-Madkouri Maataoui explica satisfactoriamente esta estrategia argumentativa basada en una técnica que se sostiene en la polarización y, por ende, en la diferenciación (El-Madkouri Maataoui, 2006: 109):

Muy pocos defienden la igualdad a ultranza y una traducibilidad plena intercultural. Las culturas son diferentes aunque disponen de unos universales que sirven de plataformas para la comprensión y el trasvase cultural. El hecho de que en los últimos años se empezara a hablar de multiculturalidad, pluriculturalidad, interculturalidad, etc., es porque las culturas son distintas. Ahora argumentar a favor de lo evidente (la diferencia entre culturas) convence porque son efectivamente diferentes y diferenciadas, y, por eso, se llaman precisamente culturas. Pero lo que no convence pero casi siempre se trae a colación de la argumentación anterior es que las culturas son incompatibles y que una, en este caso la de Ellos, ataca por el único motivo de su hecho diferencial.

La polarización aparece en noticias de distinta temática. La simple existencia de determinados artículos es ejemplo perfecto de ello. *La Razón* tiene un especial interés por incluir noticias que dan voz a un supuesto diálogo interreligioso. Decimos "supuesto" porque en un diálogo deben participar dos o más individuos, mientras que en las noticias aludidas el "diálogo" queda convertido en un monólogo enunciado por la fe cristiana. De esta manera *La Razón* convierte al papa Francisco en mediador pacifista y bondadoso, dispuesto a dialogar con "los malos", es decir, los musulmanes: "Por ello, el papa implora y ruega humildemente a los países de tradición islámica aseguren la libertad religiosa a los cristianos, y recuerda la libertad que los creyentes del islam gozan en los países occidentales". Esta cita, publicada el 26 de noviembre bajo el titular "El Papa dice que el islam rechaza la violencia y pide respeto a los católicos", demues-

tra lo anteriormente explicado. El papa, desde su “humildad”, recuerda “la libertad que los creyentes del islam gozan en los países occidentales”. Una vez más se mezclan interesadamente componentes sociológicos, como religión y política, que deberían ser objeto de cuidadosa distinción. Así, la prensa entremezcla el hecho de que existan países con Gobiernos autoritarios que gobiernan desde el islam (lógicamente, al ser autoritarios, los derechos van a ser limitados) con el hecho de que haya países democráticos en los que se reconoce el derecho a la libertad de culto. Es una relación engañosa que lleva a confusión y que solo convierte en negativa la imagen que se pueda tener de cualquier persona musulmana. Al mismo tiempo, se da a entender que una persona musulmana que goza de derechos en un país occidental debe algo a cambio por el hecho de serlo, cuando en realidad deberían entenderse como iguales las obligaciones que cualquier ciudadano tenga ante la ley y el Derecho, pertenezca a la religión a que pertenezca.

En síntesis, al entender los medios de comunicación como entes capaces de trasladar cualquier información al ámbito de la esfera pública, se infiere que estos, mediante la selección tendenciosa de una temática concreta, aportan una información interesada para que la sociedad elabore una imagen determinada sobre el islam en el imaginario colectivo. Se demuestra que el apenas existente goteo de informaciones que puedan favorecer al islam o, simplemente, informar sobre esta religión de una forma neutral queda ahogado por el continuo flujo de noticias sobre temas relacionados con el islam que suscitan preocupación, miedo e incluso incitan a la islamofobia.

Estrategias discursivas: fotografía

Al analizar las distintas estrategias que los medios utilizan para crear un estereotipo negativo sobre el Otro musulmán, no podemos pasar por alto el uso tendencioso de las fotografías. Es innegable el gran significado que puede aportar una imagen al cuerpo de una noticia gracias a su enorme fuerza descriptiva. Es frecuente encontrar en noticias relacionadas con el mundo islámico fotografías en las que aparecen mujeres totalmente cubiertas o usando *hiġāb* (velo islámico), aunque el tema no tenga nada que ver con ellas. En el artículo publicado en *La Razón* el 2 de junio, “Caballo de Troya/Eurabia en 2050”, se expone un texto en el que mediante un discurso xenófobo (será analizado en otro apartado más adelante) se argumenta sobre una posible “invasión” e “islamización” de Europa en los próximos años. La imagen que aparece para ilustrar esta noticia que incita al miedo y a la islamofobia es la de unas mujeres portando el típico *hiġāb*



Figura 1: Fotografía publicada en la noticia “Caballo de Troya/Eurabia en 2050”, en *La Razón* el 2 de junio de 2013

mientras leen un libro que podría ser el Corán. Se habla de “invasión”, de “islamización de Europa”, y se ilustra con esta imagen en la que, seguramente, las mujeres que aparecen en ella nada tienen que ver con el tema xenófobo tratado en la noticia. Como explican Taibi y El-Madkouri (2006: 137), “las fotografías de mujeres totalmente cubiertas a menudo se utilizan para cualquier tema relacionado con el mundo árabe o musulmán, las imágenes de pobreza o de inmigración acompañan noticias de diversa naturaleza, etc.”.

Otra de las posibles formas de manipulación existentes en cuanto al uso de fotografías en la prensa escrita es el relacionado con las imágenes de archivo. Suelen emplearse con frecuencia imágenes “comodín” que podrían servir para ilustrar cualquier tipo de noticia, como las referidas al islam en el caso que nos ocupa. El recurso a imágenes de archivo que normalmente ilustran rasgos físicos diferenciales (como la vestimenta árabe), o escenas de pobreza y violencia, solo ayudan, una vez más, a potenciar el estereotipo que se tiene sobre el islam y la persona musulmana.

El propio *Libro de estilo* de *El País* (2002) afirma que “debe extremarse el cuidado con la publicación de fotos de archivo (...), los redactores han de velar por que tal inserción de ilustraciones, al ser extraída del entorno que fueron tomadas, no dañe la imagen de las personas que aparezcan en ellas”.

Sin embargo, no siempre este diario cumple con sus propias recomendaciones. Así, en mayo de 2013 publica una noticia con el sensacionalista titular “Vuelve el fantasma de *Londonistán*”. En el cuerpo de la noticia se “explica” como Londres sigue siendo un lugar donde “se predica la guerra santa”. Se habla de terrorismo y fanatismo religioso dentro de “nuestro territorio”. Hablan de Londres como un “paraíso yihadista”, donde el islam se convierte en una amenaza. El lenguaje empleado en la noticia, ya de por sí alarmante, se convierte en más preocupante por la inclusión de una fotografía en la que aparece un musulmán orando en el suelo de una calle londinense sobre una alfombra. El pie de foto narra: “un Musulmán reza en la acera de una calle de Londres, en el exterior de una mezquita, en 2011”. La comparación resulta abusiva por varios motivos. En primer lugar, no se puede llegar a saber si esa persona que reza, aparentemente sin



Figura 2: Fotografía publicada en la noticia “Vuelve el fantasma de *Londonistán*”, en *El País* en mayo de 2013

crear ningún tipo de conflicto, es radical o no. En segundo lugar, se está creando una relación intrínseca entre una tradición musulmana que no tiene por qué afectar negativamente a la estabilidad de una sociedad y un hecho que sí que afecta a la seguridad pública, que es el terrorismo. Es un método muy acusado de fomentar la islamofobia, mediante el uso de un discurso xenófobo y el acompañamiento de este con una imagen sesgada y, sobre todo, sacada de contexto. De hecho, desde el punto de vista de la lectura de los textos relativos al Otro, la imagen es importante, pues se establece una relación semiótica de anexión entre el texto y la fotografía: el primero se lee en función de la última (Taibi y El-Madkouri, 2006: 140).

Casos en los que la imagen descontextualiza el significado real del cuerpo de la noticia también tienen lugar en *La Razón*. En el artículo, publicado el 30 de enero de 2013, “Francia acelera la expulsión de los imanes radicales”, se narra la política llevada a cabo por François Hollande para la expulsión de imanes radicales de Francia. La imagen que podemos ver a gran tamaño es la de un soldado maliense portando un fusil en un momento de rebelión.



Figura 3: Fotografía publicada en la noticia “Francia acelera la expulsión de los imanes radicales”, en *La Razón* el 30 de enero de 2013

Se puede observar también la imagen de un detenido con sangre en el rostro en la ciudad Geo (Mali). Solo la primera frase de la noticia hace referencia a Mali: “La guerra que François Hollande le ha declarado al terrorismo no sólo se libra en el exterior, en operaciones como la de Mali”. El resto del texto versa únicamente sobre el radicalismo musulmán dentro de las fronteras francesas. El uso de este tipo de imágenes, con un gran sesgo sensacionalista, puede inducir a confusión al estar sacadas de su contexto de referencia.

Como explica Alonso (1995: 59), el enunciado de unas determinadas características atribuibles a un objeto o a una clase de elementos de cualquier especie está sometido a la fijación de unas coordenadas de referencia que sitúan la clasificación en un territorio acotado. Extraer la imagen de su contexto puede llevar al lector a relacionar esa situación de conflicto que refleja la imagen con el propio país francés. Tal vez, el uso de una imagen impactante que connota violencia y caos podría ser considerado como una estrategia para legitimar la política de expulsión que Hollande pretende llevar a cabo.

Como síntesis de este apartado podemos extraer la necesidad de dedicar un especial cuidado a la selección de imágenes que acompañan a la noticia. No olvidemos la fuerza descriptiva e icónica que puede llegar a tener una fotografía; por lo tanto, usar imágenes que no ayuden a la creación de estereotipos y que no estén sacadas de con-

texto moviendo así a la confusión, será un rasgo esencial que debería tenerse en cuenta dentro de la ética periodística en general y más concretamente en cuanto al tratamiento de informaciones sobre grupos sociales.

Lenguaje empleado: léxico, eufemismos, metáforas

Como decíamos líneas más arriba, los medios de comunicación son entendidos como artífices de representaciones que impregnan el imaginario colectivo. ¿Cómo construyen esas representaciones? Su arma más dañina, persuasiva e ideológica es, sin duda, el lenguaje verbal empleado. Los medios construyen la figura del inmigrante a través del léxico valorativo de la inmigración, un lenguaje no neutral que tiene una capacidad sobresaliente para influir en la opinión del lector y conformar una manera de entender la realidad (Crespo Fernández, 2008: 48).

Una de las estrategias a las que aludimos reside en el uso de eufemismos. Por ejemplo en la noticia publicada en *El País* el 5 de febrero bajo el título “Un escritor danés crítico con el Islam sale ileso de un ataque delante de su casa”. Además del eufemismo del titular (“crítico con el Islam”), en el cuerpo de la noticia encontramos otras referencias a su ideología como “conocido por sus duras críticas contra el Islam” o “duro opositor al Islam”. Estos eufemismos esconden palabras que no quieren ser pronunciadas: racismo y xenofobia. El escritor había sido condenado previamente por afirmar que “las mujeres musulmanas eran violadas por sus tíos, primos y padres”, es decir, por hacer gala de una ideología claramente xenófoba. Este escritor danés, sin embargo es, al parecer, uno de los “nuestros” y, por lo tanto, *El País* considera que no debe juzgarlo tan duramente como hace con los “otros”. Como explica Crespo Fernández (2008: 48), optar por una voz eufemística constituye una expresión indirecta de valores implícitos que llevan consigo una carga afectiva o ideológica determinada. A veces, la caracterización negativa del inmigrante suele aparecer de forma implícita a través del disfraz del eufemismo, proceso útil en el discurso discriminatorio indirecto, ya que permite ocultar aspectos que no interesa descubrir llegando a esconder un discurso tendencioso mediante vocablos “políticamente correctos”.

Durante el desarrollo de nuestro análisis del corpus de noticias seleccionado nos ha llamado particularmente la atención también el uso de dos términos. El primero de ellos es *ÿihād* (o su derivado *yihadista/s*). En *La Razón* aparece en 131 ocasiones y en *El País*, en 81. En ningún momento se incluye un contexto que explique qué es el *ÿihād* para un musulmán. Los medios han acuñado un nuevo significado para la palabra *yihadismo* induciendo de este modo al desconocimiento del sentido más genuino del término por parte de la sociedad. La prensa ha convertido el término *yihadista* en sinónimo de *terrorista islámico*. Sin embargo, el *ÿihād* tiene un significado muy diferente según el Corán, donde se define como “el esfuerzo que todo musulmán debe realizar para que la ley divina reine en la Tierra”. Asimismo, en el texto sagrado musulmán se habla de *ÿihād* menor (lucha que el musulmán debe llevar a cabo consigo mismo para ser fiel a los valores que transmite el islam) y *ÿihād* mayor (lucha interna externalizada con la comunidad musulmana). Es obvio que, como ocurre con cualquier otra religión, estos conceptos pueden ser interpretados desde distintos puntos de vista. Pero, si entendemos que la mayoría de musulmanes que existen en todo el mundo no son radicales, comprenderemos también que el *ÿihād* es, para ellos, una forma de ser fiel a su propia religión de una forma pacífica y sana. ¿Por qué, entonces, se convierte en la prensa

la acepción de *ḡihād*, tal como la interpreta el islamismo radical, en la norma universal del significado habitual del yihadismo?

Encontramos, por ejemplo, en *La Razón* una definición del *ḡihād* que sirve para ejemplificar perfectamente lo que acabamos de señalar. Se trata de la acepción recogida en la noticia publicada el 27 de mayo de 2013 bajo el titular “Defensa alertará a Ceuta y Melilla por el efecto contagio”. En esta se habla sobre la posibilidad de que en estas dos ciudades se “contagie” el atentado cometido en Londres contra un soldado británico a plena luz del día. Narra también la existencia de un manual elaborado por Al-Qaeda en el que supuestamente se enuncia que el “*yihad* individual es lo más indicado y ha empezado a dar resultados importantísimos”. El periodista se permite añadir entre paréntesis tras las palabras *yihad individual* su propia definición: “Acciones criminales en solitario”. Sin duda, la aclaración que este periodista debería haber aportado sobre este significado de *ḡihād* es que, en todo caso, se trata de una interpretación de un grupo minoritario (Al-Qaeda) que dista radicalmente del significado que la mayoría de los musulmanes le atribuyen a esas mismas palabras.

Otra de las estrategias discursivas de las que hace gala el discurso mediático que estamos analizando tiene que ver con el uso particular y tergiversado de las metáforas. El lenguaje metafórico se emplea como un arma en la transmisión de valoraciones desfavorables del exogrupo étnico (Crespo Fernández 2008: 49). En un estudio clásico, Lakoff y Johnson (1980; en Crespo Fernández, 2008: 53) establecieron que “la metáfora estructura nuestro sistema conceptual, ofreciendo, al mismo tiempo, una particular percepción del mundo que nos rodea y un modo de dar sentido a nuestra experiencia”. Entendemos, entonces, que la metáfora ayuda a crear modos peculiares de entender la realidad, pensar y actuar. En lo referente a informaciones sobre la comunidad musulmana nos encontramos con metáforas de dos tipos: la primera es la metáfora como desastre natural. El islam aparece expuesto como un concepto cercano al caos, a lo incontrolable, es decir, queda convertido en una amenaza. En *La Razón*, en el artículo “Guerra santa a la vacuna de la polio”, se emplea la expresión “ola de ataques” para referirse a un grupo pakistaní de musulmanes radicales contrario a una vacuna. En la noticia “Pakistán, en la encrucijada”, del día 13 de mayo de 2013, se vuelve a hablar de la “ola islamista” que pretende llegar a Pakistán y “arrasar contra cualquier tipo de libertad”. En *El País* también se habla de una “ola islamista” en Tánger, en el artículo del 24 de marzo “¿Réquiem por Tánger?”. Este tipo de metáforas relacionan de manera intrínseca al islam y al mundo islámico con una “oleada”, una “avalancha” irrefrenable y descontrolada que viene hacia “nosotros”.

El segundo grupo de metáforas está compuesto por aquellas relacionadas con la guerra. Rodrigo Alsina (2006: 42) afirma que el uso de este tipo de metáforas se ha visto reforzado a partir de los atentados terroristas perpetrados por el islamismo radical en Estados Unidos y España. La metáfora de la guerra induce a una sensación de amenaza más agresiva todavía, producto de un enfrentamiento más personal y directo; se concibe de este modo al musulmán como a un enemigo exterior (Crespo Fernández 2008: 54). En este caso, se habla continuamente de “guerra santa”, de violencia y de ira. Encontramos, en la noticia publicada en *El País* el 25 de mayo “Vuelve el fantasma de Londonistán”, metáforas de este tipo: “Y ha encontrado a los londinenses que en sus calles, como otras ciudades británicas, se sigue predicando la guerra santa”. La noticia se refiere al caso del asesinato a plena luz del día del soldado británico Rigby a manos de un radical islamista. Aparecen en este mismo artículo más metáforas que causan

miedo o preocupación: “(...) y el esquema se desplomó por completo con los atentados del 7 de julio de 2005 en Londres, que abrieron los ojos de los británicos ante el monstruo que, a juicio de algunos, había ayudado a crear y que se conoció como Londonistán”. No parece necesario precisar que nos encontramos ante un discurso típicamente sensacionalista. El primer rasgo de ello es hablar de “los ojos de los británicos”, como si todos ellos fueran un grupo homogéneo que se espanta ante el “monstruo islamista”. El autor de este texto olvida el gran porcentaje de musulmanes que habitan en la ciudad londinense, muchos de los cuales son también británicos. En segundo lugar, emplear un vocablo inventado, como Londonistán, contribuye a la manipulación al relacionar dos conceptos que poco tienen que ver entre sí. Como se aprecia, Londonistán es un nombre propio que se forma a imitación del de Pakistán o de Afganistán, queriendo connotar con ello la “islamización” de la capital inglesa. Al mismo tiempo, Londonistán se relaciona con el sustantivo *monstruo*, que refuerza la tergiversación.

También podemos apuntar el caso de la noticia “Polvorín en Londres: un 67 % más de musulmanes y un 13 % menos de cristianos”, publicada por *La Razón* el 24 de mayo. El último párrafo de este artículo narra lo siguiente:

Pero la verdadera bomba de relojería se encuentra en Londres. El 37,4 % de la población musulmana de Inglaterra y Gales vive en la capital. Un millón de personas, el 12,4 % de los londinenses, son seguidores del islam. Han aumentado en la última década un 67 %, en comparación con los cristianos, que han caído un 13 %. Si a todo ello se añade un paro desbocado –de más del 50 % en el barrio de Woolwich– y la falta de integración, el caldo de cultivo para la radicalización está servido.

Cabe destacar el uso de la expresión “bomba de relojería”, una metáfora que connota negatividad cuando se está refiriendo al número de musulmanes que habitan en Londres. Debemos tener en cuenta también el peligroso uso de cifras y porcentajes, por las repercusiones que pueden desencadenar. Una cifra suele ser entendida como un dato “científico o matemático”, es decir, puede ser considerado como real e indiscutible. Sin embargo, el uso de datos estadísticos también puede resultar tendencioso, como en el caso de esta última noticia, al comparar el porcentaje de aumento de población musulmana y el descenso de la cristiana. El mensaje que indirectamente transmite al incluir en una misma frase estas dos cifras es la clara muestra de la polarización existente en la prensa, en la que el aumento de población de “los malos” es un peligro, un problema, una “bomba de relojería”, al mismo tiempo que “nos” preocupa el descenso de población que forma parte de los “nuestros”, es decir, los cristianos. Por último, cabe referirse al uso de la acepción de *integración*, referida, según el periodista de la noticia, al millón de personas musulmanas que habitan en Londres. Daniel Wagman (2006: 209) explica que *integración* es un término ambiguo y usado universalmente pero que en muchas ocasiones se entiende mal. Y ello porque el concepto de integración esconde en muchos casos la idea de que, para que los inmigrantes puedan “integrarse”, tienen que modificar su forma de actuar y sus valores para adquirir los valores que son considerados “superiores”, es decir, los de la sociedad receptora (los “nuestros”).

Cerramos este apartado con un último ejemplo en el que se puede observar el discurso xenófobo existente en la prensa española. Se trata de una noticia publicada en *La Razón* el 2 de junio y titulada “Caballo de Troya/Eurabia en 2050”. Prestamos atención al último párrafo, en concreto (aunque el discurso islamófobo puede apreciarse a lo largo de todo el texto):

Pero la predicción de las sudaderas 2050 no es un guiño ominoso que se deba desear cuando el islamismo es más móvil y prolífico que el cristianismo. En Ceuta y Melilla ya no se sabe lo que somos. De matar a miles en las Torres Gemelas han pasado a degollar soldados de uno en uno. Que las tropas tengan que patrullar preventivamente los centros de Londres y París ya es suficiente anomalía. Tienen tiempo, Eurabia espera.

Al igual que en la noticia anterior sobre Londonistán, en este caso se usa Eurabia para condenar una posible islamización del continente europeo. El lenguaje del que se hace uso en este párrafo suscita prevención, relaciona al inmigrante musulmán como una amenaza que viene a “invadir Europa”, una amenaza que “mata y degüella”, una amenaza que obliga a “nuestros” soldados a patrullar las calles por “nuestra” seguridad. La causa de esta “invasión”, según el periodista, se debe entre, otros motivos, al descenso de personas cristianas y al aumento de personas musulmanas.

Silenciamiento del Otro: ¿a quién damos voz?

Como hemos podido ver hasta ahora, la prensa selecciona “qué” y “cómo” aparece en los medios, pero también selecciona el “quién”. En lo referido a la inmigración y a las minorías étnicas se observa a menudo una selección parcial de las personas que aparecen “alzando la voz” en el cuerpo de las noticias. El inmigrante elegido por la prensa es el inmigrante estereotipado. El “ilegal” que viene de África en patera antes que el que llega al aeropuerto, el *latin-king* peruano antes que el brillante chico marroquí en bachillerato, el delincuente rumano antes que el empresario pakistaní (Van Dijk, 2008: 19).

Al realizar una selección no solo temática sino de personajes involucrados en las noticias, estamos, una vez más, creando el estereotipo del inmigrante en general y del musulmán en concreto. Si solo damos voz a musulmanes radicales y apenas nombremos al musulmán común, alejado de todo tipo de radicalismo, estamos proporcionando un significado concreto al concepto de musulmán.

Según Teun van Dijk (2008), el periodismo hace uso de fuentes que, en general, son consideradas fiables y legítimas por la sociedad para aportar credibilidad a sus informaciones sobre el Otro árabe. En el año 2013, podemos encontrar también publicadas en *La Razón* algunas entrevistas realizadas a expertos en temática musulmana, como la del director de Investigación del CNRS, Sebastián Roché, o la del rector emérito del Instituto Pontificio de Estudios Árabes e Islámicos de Roma, Justo Lacunza Balda. Como explican Taibi y El-Madkouri (2006: 134), existen varias formas de silenciar a los grupos dominados. Una de estas maneras de silenciamiento consiste en no dar la palabra:

La exclusión de un grupo social (...) o el control y la restricción de su acceso a los medios de comunicación, a las reuniones, a ciertas situaciones comunicativas, etc., es una forma de silenciamiento o (...) dominación discursiva o discriminación comunicativa. Es bien sabido que los medios de comunicación hacen una selección consciente e ideológica de los materiales, noticias, puntos de vista, fuentes de información, etc. Es igualmente sabido que los centros de poder o los grupos sociales que ostentan el poder (políticos, empresarios, grupos étnicos dominantes, etc.) tienen más acceso a los medios que los dominados (...). Por lo tanto, esta mera selección y operación de *gatekeeping* es una práctica de silenciamiento de los grupos sociales dominados o carentes de

poder, entre los cuales se encuentran los inmigrantes en general y los árabes y musulmanes en particular.

Para analizar la estrategia discursiva en *El País* y *La Razón*, basada en el silenciamiento de los grupos dominados, partimos de la propuesta enunciada por Taibi y El-Madkouri (2006: 134). Estos autores establecen que:

Una estrategia general y generalizada en el juego de poder entre grupos sociales es el silenciamiento del Otro, es decir, que en un mundo o contexto donde existen varias voces o distintos discursos o discursos competitivos se suprime u oprime o sofoca la voz y el discurso de los grupos dominados para mantener la dominación discursiva, y por lo tanto, factual del grupo dominante.

Complementariamente, las fuentes que inicialmente pueden ser consideradas como positivas aparecen en ocasiones “envenenadas”. *La Razón* publica el 2 de junio una noticia titulada “El peligro del gueto”. En ella se habla de la posibilidad de que en España se repitan sucesos como el atentado de Boston o el asesinato en Londres a plena luz del día de un soldado británico en manos de un fundamentalista. Ante esta posibilidad, aparece una voz que “defiende” a la comunidad islámica: Antonio García Petite, abogado y presidente del Comité de Defensa del Islam y del Observatorio de Islamofobia, que lo ve, en cambio, poco probable. Al menos, de momento:

La inmigración en España es demasiado reciente, tiene apenas veintiún años: la segunda generación es aún muy joven y quienes han provocado disturbios en Francia y Suecia pertenecen a la tercera o cuarta. El contingente musulmán en nuestro país proviene sobre todo de Marruecos y es un colectivo de un nivel formativo escaso y, por las condiciones políticas de su país, están completamente desideologizados. Pero es que, además, en España no hay guetos.

Nos hemos referido a esta aportación como envenenada por lo siguiente: el lector va a entender que habla a favor del islam por ser presidente de un comité de defensa del islam. Sin embargo, a pesar de estar diciendo que en España “no debemos temer una posible oleada de ataques terroristas”, el mensaje que da sobre la comunidad islámica es negativo. Al aportar motivos aparentemente “lógicos”, tales como la “inmigración en España es reciente” o que la inmigración musulmana en España proviene “de Marruecos”, acepta indirectamente que todo musulmán puede ser susceptible de ser terrorista. Destaca además la nula relevancia del dato: “Es un colectivo de un nivel formativo escaso”, que no solo generaliza sino que fomenta el estereotipo negativo sobre el inmigrante magrebí.

Otra de las formas que existen de silenciar, según Taibi y El-Madkouri (2006: 134), es precisamente dando la palabra a determinados individuos del colectivo que se pretende estigmatizar. Por ejemplo, en la noticia “¡Que le corten la cabeza!”, publicada el 29 de septiembre en el *El País*, se da voz a dos islamistas radicales en cuya boca se ponen declaraciones de tono muy agresivo contra las actuaciones públicas de ciertas artistas del espectáculo: “Si me encuentro con esas putas, tendré el honor de ser el primero en cortar sus cabezas: Madonna y Britney no deben seguir difundiendo su cultura satánica en contra del islam”; “si siguen tentando a los hombres para alejarlos del islam, serán consideradas prostitutas y castigadas con la lapidación o con ochenta azotes”. Cuando los medios de comunicación seleccionan “portavoces aleatorios” del colectivo árabe o musulmán lo que hacen es silenciar al grupo social o cultural en cuestión, incluso dándole la palabra (Taibi y El-Madkouri, 2006: 135). Es decir, si damos la palabra a este discurso radical en el que se habla de “cortar cabezas” y “lapidación”, sin expli-

car que es un caso aislado, emitido por dos islamistas radicales cuyo comportamiento nada tiene que ver con los millones de musulmanes que habitan en todo el mundo, estamos silenciando a la mayoría. Silenciamos la forma de pensar musulmana más común, sus valores, sus creencias, su fe, todo esto queda suplantado por testimonios como el que se publican en esta noticia de *El País*, totalmente descontextualizado. Como explican Taibi y El-Madkouri (2006: 135):

Los medios constante y continuamente realizan procesos de selección (de fuentes, participantes, formas lingüísticas, presentaciones gráficas, etc.), en este caso seleccionan muestras que, por un lado, no logran transmitir ningún mensaje ideológico efectivo y por otro, perpetúan la imagen de incompetencia, irracionalidad, etc. que tiene de sus respectivos colectivos.

Estrategias discursivas: titulares

El titular destaca por su importancia en el sentido de que es el encargado de llamar la atención del lector para invitarle a quedarse a leer el resto de la noticia. No obstante, pocos lectores leen todos los artículos de un periódico de principio a fin. En muchas ocasiones se lee únicamente el titular y, por lo tanto, la información que incluyamos, la impresión que pretendamos transmitir a través del titular será la que impacte en la mente del lector que solo (h)ojea el periódico en busca de titulares.

El *Libro de estilo* de *El País* (2002) dedica una sección a esta cuestión en la que recomienda lo siguiente, en sus dos primeros artículos: “Los titulares constituyen el primer elemento de información. Sirven para centrar la atención del lector e imponerle su contenido”; y “Los titulares han de ser inequívocos, concretos, asequibles para todo tipo de lectores y ajenos a cualquier clase de sensacionalismo”.

Sin embargo, en muchas ocasiones, tanto *El País* como *La Razón* se apartan considerablemente de las recomendaciones anteriores. El sensacionalismo de los titulares es criticado, por ejemplo, por Rodrigo Alsina (2006: 49): “(...) se propone no potenciar las informaciones negativas ni las sensacionalistas. Se trata de evitar crear inútilmente conflictos y de dramatizarlos”. Nos referimos a titulares de *El País* como “¡Que le corten la cabeza!”, noticia publicada el 29 de abril de 2013 en la que se hacen públicas las polémicas declaraciones de un líder religioso pidiendo la lapidación de artistas famosas; o la noticia del 12 de agosto de ese mismo año “La ira del Bin Laden birmano” en la que se narra el conflicto existente entre budistas y musulmanes en Birmania; o la ya mencionada “Vuelve el fantasma de Londonistán”, publicada el 25 de mayo de 2013. Existen también titulares teñidos de sensacionalismo en *La Razón*: la noticia del 29 de abril de 2013 “España, nido islamista”, o los titulares que encabezaron tres distintas noticias el 2 de junio de 2013: “España, terreno abonado para el yihadismo salafista”, “El peligro del gueto” y “Cataluña, imán del salafismo”. Estos últimos titulares muestran la insistencia del discurso periodístico por hablar del islam como una posible invasión.

Según los estudios realizados por Granados Martínez (2006: 61), los titulares de los periódicos españoles se empeñan en identificar al extranjero y cuantificarlo además en términos que denotan invasión, ocupación, irrupción, etc. Además, el autor explica que mediante los titulares se puede observar por qué son noticia las personas de procedencia extranjera (2006: 63):

Son noticia, en primer lugar, porque causan molestias en los barrios en los que viven y en los lugares en los que se instalan, tanto al vecindario como a las autoridades

locales. Son noticia porque su presencia, actual o futura, es diagnosticada y vaticinada por los expertos y responsables políticos como una invasión difícil de digerir por la sociedad española.

En los titulares seguimos encontrando la presencia de la polarización existente en el discurso sobre la que hemos ido hablando a lo largo del texto. Observamos titulares en *El País* como “Una localidad de Indonesia prohíbe a las mujeres montar a horcajadas en moto” del 2 de enero de 2013, “La ira islamista acorrala a cristianos en Egipto” del 23 de agosto de 2013, “Las mezquitas como campo de batalla” del 17 de agosto de 2013, o, uno de los más llamativos, “Un buen chico con malas compañías”, publicado el 24 de mayo de 2013. A través de la publicación de titulares de este tipo, los casos aislados se convierten en “la norma” del islam. El último titular toma sentido tras la lectura del cuerpo de la noticia: versa sobre el recurrente tema durante el año 2013 del asesinato terrorista en Londres. A lo largo de la noticia se explica cómo el protagonista, antes cristiano, perteneciente a una buena familia cristiana, comenzó a juntarse con “chavales” musulmanes en el barrio en el que habitaba. El titular se permite el uso de adjetivos calificativos para calificar de “buenas” las prácticas cristianas del joven antes de su conversión y culpa del asesinato cometido al islam, a esas “malas compañías” musulmanas con las que el asesino se juntó. *La Razón* publicó también, sobre este mismo tema, una noticia con el siguiente titular: “Un alumno brillante que usó el islam como arma contra sus padres cristianos”. La primera estrategia de manipulación consiste en comparar la religión musulmana con un arma. La segunda, en el uso del término *cristianos* para referirse a la familia del joven. ¿Es más impactante el crimen, es causa de más dolor para sus padres porque estos sean cristianos antes que musulmanes? Es un término que no aporta información necesaria para el entendimiento de la historia y que solo incide en la polarización.

El titular de una de las noticias que habíamos incluido como positiva en el apartado sobre “Temática” también esconde un significado oculto. Es el titular de la noticia publicada en *El País* el 12 de abril de 2013 como “Devotas de Alá... y de Armani”. El uso de puntos suspensivos, la insistencia de nombrar a Alá cuando la noticia versa únicamente sobre un blog de moda cuya responsable es musulmana es la clara muestra de cómo hasta los temas positivos son presentados y expuestos teñidos de connotaciones negativas. Ese rasgo positivo, en vez de ser enfocado desde un ángulo normalizador, es presentado como un rasgo atípico. Por otro lado, ¿nombraríamos a Dios, si el objeto de nuestro reportaje fuera una persona católica?

Conclusiones

Tras la realización del trabajo creemos documentada suficientemente la presencia de una tendencia islamofóbica en los dos periódicos nacionales examinados, *La Razón* y *El País*. Además, podemos afirmar que, a pesar de las diferencias ideológicas que supuestamente separan a estos dos diarios, mantienen un comportamiento discursivo muy similar en el tema analizado aquí. Este trabajo, en suma, avala la tesis de que los medios de comunicación tienen una parte considerable de responsabilidad en las actitudes racistas y xenófobas difundidas ampliamente en el cuerpo social.

Ello se concreta en el empleo de toda una serie de estrategias discursivas (e icónicas). La selección de la temática que va unida al mundo islámico va a tener siempre (o casi siempre) connotaciones negativas. Se eligen temas en los que se homogeneiza al

total de la población islámica en un grupo casi siempre violento, antidemocrático, irascible, fanático y machista. Los medios obvian la inclusión de noticias positivas sobre temática cultural, económica, social, etc. Incluso cuando leemos una noticia sobre el islam que aparentemente presenta un trato positivo, se encuentran en ella matices que nos vuelven a llevar a una relación presentada como problemática. Suele enfocarse este tipo de noticias desde un prisma paternalista en el que se acentúa todavía más la polarización existente entre Ellos y Nosotros y se confunde el significado productivo de integración con un significado de autoridad.

Se tiende a islamizar a todo árabe sin dar espacio a aquellos árabes, por ejemplo, que no sean creyentes o que sean musulmanes pero no practicantes. También se aprecia una tendencia por marcar una frontera lingüística entre Ellos y Nosotros. El discurso en la prensa pretende silenciar “nuestros” defectos. Aunque sean los mismos que los “suyos”. Los elementos más reaccionarios del islamismo –observables, por lo demás, en mayor o menor medida, en todos los grupos humanos– son expuestos ante el mundo como si fueran una norma aplicable a toda persona adscrita a la fe islámica. Sus virtudes y sus aciertos son silenciados como si no existieran.

El bombardeo de noticias de este tipo sobre el musulmán es continuo y se ha convertido en causa diaria de sufrimiento para las personas que padecen islamofobia. Por ello, es imprescindible que el periodismo cumpla con su labor social, que ayude a generar una información equitativa y contextualizada. De este modo podrá generarse una opinión pública con elementos de juicio ecuanimes. Tal vez sería necesario un refuerzo de los códigos deontológicos y la creación de comités que defiendan una forma imparcial y veraz de comunicar sobre las minorías.

Se han utilizado durante todo el trabajo los vocablos “Ellos” y “Nosotros” para que la explicación que se pretendía llevar a cabo sobre la separación que el discurso mediático ha creado pudiera entenderse de forma adecuada. Sin embargo, este trabajo pretende también hablar sobre una necesidad. La necesidad de que el periodismo dé un giro a su discurso y preste mayor atención a la información que publica sobre minorías sociales. También sobre la necesidad de que la población de Occidente, “tan democrática” como la prensa pretende hacernos ver, se esfuerce por conocer el significado productivo y genuino de la palabra integración y, sobre todo, por llevarla a cabo en práctica.

Bibliografía

- AA. VV (2012). *Informe SOS Racismo sobre islamofobia año 2012*. San Sebastián: Tercera Prensa-Hirugarren Prensa.
- CRESPO FERNÁNDEZ, Eliecer (2008). “El léxico de la inmigración: atenuación y ofensa verbal en la prensa alicantina”, en María MARTÍNEZ LIROLA (ed.). *Inmigración, discurso y medios de comunicación*. Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert, Diputación Provincial de Alicante: 45-64.
- EL PAÍS (2002). *Libro de estilo*. Madrid: Ediciones El País.
- GRANADOS MARTÍNEZ, Antolín (2006). “Medios de comunicación, opinión y diversidad (social y cultural). Reflexiones en torno al fenómeno migratorio”. En M. LARIO BASTIDA (ed.). *Medios de comunicación e inmigración*. Alicante: CAM Obra Social: 61-83.

- EL-MADKOURI MAATAOUI, Mohamed (2006). "El Otro entre Nosotros: el musulmán en la prensa". En M. LARIO BASTIDA (ed.). *Medios de comunicación e inmigración*. Alicante: CAM Obra Social: 98-123.
- y Mustapha TAIBI (2006). "Medios de comunicación, opinión y diversidad (social y cultural). Reflexiones en torno al fenómeno migratorio". En M. LARIO BASTIDA (ed.). *Medios de comunicación e inmigración*. Alicante: CAM Obra Social: 126-143.
- MARTÍNEZ LIROLA, María (2008). *Inmigración, discurso y medios de comunicación*. Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert, Diputación Provincial de Alicante.
- MARTÍN CORRALES, Eloy (2002). *La imagen del magrebí en España. Una perspectiva histórica siglos XVI-XX*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- NASH, Mary (2005). *Inmigrantes en nuestro espejo*. Barcelona: Icaria.
- RODRIGO ALSINA, Miguel (2006). "Medios de comunicación, opinión y diversidad (social y cultural). Reflexiones en torno al fenómeno migratorio". En M. LARIO BASTIDA (ed.). *Medios de comunicación e inmigración*. Alicante: CAM Obra Social: 38-57.
- SANTAMARÍA, Enrique (2002). *La incógnita del extraño. Una aproximación a la significación sociológica de la "inmigración comunitaria"*. Barcelona: Anthropos.
- SARTORI, Giovanni (2001). *La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*. Madrid: Taurus.
- VAN DJIK, T. A (2008). "Escribir y hablar la inmigración". En María MARTÍNEZ LIROLA (ed.). *Inmigración, discurso y medios de comunicación*. Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert, Diputación Provincial de Alicante: 13-15.
- WAGMAN, Daniel (2006). "Los medios de comunicación y la criminalización de los inmigrantes". En M. LARIO BASTIDA (ed.). *Medios de comunicación e inmigración*. Alicante: CAM Obra Social: 202-213.