

ABORDAJE NOTICIOSO DE LA PRENSA DIGITAL DE ESPAÑA SOBRE EL ISLAM

NEWS APPROACH FROM THE DIGITAL PRESS OF SPAIN ON ISLAM

Roy Mora Vega¹
Javier Johanning Solis²
Carlos Peña Menjívar³
Paulina Pérez Castañeda⁴

Recibido: 22.02.20

Aprobado: 25.07.20

DOI: 10.15517/isucr.v21i44.43941

Resumen

El artículo analiza el enfoque noticioso manifiesto en tres medios de comunicación españoles (*La Razón*, *El País* y *La Vanguardia*), en su edición digital y durante el año 2016, al abordar noticias relacionadas con el islam y las comunidades musulmanas, con el fin de determinar cómo constituyen aproximaciones que contribuyen con la construcción de discursos e imaginarios colectivos que afectan a estos grupos humanos. Se siguió una lógica deductiva, partiendo de un análisis de contenido como técnica de investigación. Así, se identificaron las palabras clave y temáticas más recurrentes en los artículos noticiosos, y se estableció una vinculación de este contenido con las categorías de “islamofobia” y “discursos de odio”. El estudio concluye que los abordajes utilizados por los medios *La Razón*, *El País* y *La Vanguardia*, contribuyen a la creación de visiones islamóforas y discursos de odio hacia las comunidades estudiadas.

Palabras clave: Discurso de odio; islamofobia; Islam; comunidad musulmana; prensa digital.

Abstract

The article analyzes the news approach used by three Spanish media, in its digital edition, during 2016 when addressing news related to Islam and Muslim communities, to determine how these approaches contribute to the construction of collective discourses and imagery that affect these human groups. The study used deductive logic, and content analysis as a research method. The most recurring keywords and themes were identified in the news articles, as well as a relationship between this content with the categories of "Islamophobia" and "hate speech". It is concluded that the approaches used by the media contribute to the creation of Islamophobic visions and hate speech towards the studied communities.

¹ Costarricense. Docente. Universidad Nacional y Universidad de Costa Rica. Correo electrónico: mora.vega.roy@gmail.com

² Costarricense. Docente. Universidad de Costa Rica. Correo electrónico: javier.johanning@ucr.ac.cr

³ Salvadoreño. Docente. Universidad Nacional. Correo electrónico: carlospmenjivar@gmail.com

⁴ Mexicana. Universidad Nacional. paulinapcastaneda@gmail.com

Keywords: Hate speech; islamophobia; Islam; Muslim community; digital media.

Introducción

En los últimos años, a raíz de la globalización, el crecimiento de las Tecnologías de la Comunicación y el aumento de la difusión de artículos noticiosos, se han generado incidencias de distinta índole en la población hasta el grado de poder moldear visiones y formas de pensamiento que reafirman determinados sesgos culturales. En países europeos como España, según la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, el medio de comunicación más importante lo constituye la televisión, con un porcentaje de penetración del 85%, mientras que el internet gana cada vez más espacio y se ubica en segundo lugar con un 77,9%; asimismo, los diarios tradicionales tienen una penetración de sólo un 22,8% (AIMC, 2018). Estos datos reflejan la importancia que está teniendo el internet como plataforma para la generación de contenido y el consumo de información, lo cual ha sido aprovechado por la prensa tradicional para trasladarse a formatos digitales y ampliar su cobertura.

Teniendo en consideración el alcance de los medios de comunicación en España, y particularmente de la prensa digital, se elabora este artículo el cual plantea que algunos de los medios digitales exhiben una tendencia a utilizar abordajes y contenidos que contribuyen a la construcción de discursos e imaginarios sociales que afectan directamente a grupos humanos específicos. Por ejemplo, hechos coyunturales como las migraciones y ataques terroristas ejecutados por parte de personas o grupos radicales denominados yihadistas, han conducido a que diversos medios de comunicación aborden constantemente estos acontecimientos y tópicos de una forma fútil, contribuyendo así a que se generen y validen discursos de odio hacia las comunidades musulmanas.

Se analiza, pues, el enfoque noticioso utilizado por tres medios de comunicación españoles, en su edición digital, durante el año 2016 al abordar noticias relacionadas con el islam y las comunidades musulmanas, para determinar cómo estas aproximaciones pueden contribuir a la construcción de imaginarios y discursos de odio que llevan a situaciones de islamofobia.

Aspectos metodológicos

En el estudio plantea un análisis de contenido de las noticias que abordan tópicos relacionados con el Islam y la comunidad musulmana en algunos medios de comunicación digitales españoles. Para ello, se partió del trabajo realizado por el Observatorio de la Islamofobia, el cual, mediante un estudio publicado en 2017⁵, identificó a los medios de comunicación que más publicaron noticias islamófobas en España (Rojo y Vidal, 2018, p. 74).

Teniendo en consideración los medios que, según el Observatorio, dieron un mayor tratamiento islamóforo a sus contenidos, se seleccionó para este análisis a los siguientes: *La Razón*, *El País* y *La Vanguardia*. En este sentido, el estudio revisa si esta construcción discursiva islamófoba se sostiene de forma retrospectiva para el año 2016, dada la limitación temporal de la presente investigación. Se prevé que el proyecto permitirá brindar mayores insumos para identificar si la construcción discursiva y política de la islamofobia en España por parte de estos medios de comunicación es meramente coyuntural, por ejemplo, durante acontecimientos importantes en la vida pública europea como los atentados en 2015 en Francia, o los atentados en 2017 en Barcelona; o si por el contrario, es una práctica institucionalizada, al ser recurrente y sostenida a lo largo del tiempo.

Por otra parte, Fernández (2002, p. 39) establece que existen dos dimensiones a ser consideradas en el análisis de contenido: en la primera “lo que interesa es la asociación (implícita en el mensaje y que el análisis de contingencia permite hacer explícita) entre las palabras claves, temas u otros tipos de unidad de análisis” (p.39). Mientras, que la segunda dimensión busca “poner de manifiesto la toma de posesión del emisor del discurso y los valores subyacentes en él” (p.39). El presente estudio considera ambas dimensiones, y para cumplir con la primera se hizo una identificación de 20 noticias de *El País*, 14 de *La Vanguardia* y 15 de *La Razón*, para un total de 49 noticias digitales, de las cuales se seleccionaron aleatoriamente 25 noticias. Estas fueron procesadas con la herramienta digital Atlas.ti, así como con el software *Nubesdepalabras.es*. A

5. El estudio identifica que más del 60% de artículos de prensa publicados en seis medios de comunicación españoles fueron islamófobos. Se analizaron alrededor de 1,600 artículos de prensa escritos de los medios *La Razón*, *El País*, *El Mundo*, *eldiario.es* y *20 Minutos*. Asimismo, el 90% de estas noticias tenían connotaciones negativas (Rojo y Vidal, 2018, p. 74). Los medios que más publicaron noticias islamófobas fueron *La Razón*, *El País* y *La Vanguardia*, mientras que *eldiario.es* fue el que menos publicó este tipo de noticias, con un 34% (Padilla, 2018, p. 56).

partir del uso del Atlas.ti fue posible el conteo de palabras de todas las noticias identificadas de cada medio, lo cual mostró una imagen de las palabras que estos medios suelen utilizar cuando mencionan la religión islámica. Con el software *Nubesdepalabras.es* se posibilitó observar cuáles palabras se utilizan más, tanto en los títulos como en el contenido total de las noticias.

Para la segunda dimensión, se procedió a vincular el contenido de las noticias de los medios con los principales elementos que componen la islamofobia y los elementos que conforman los discursos de odio (Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia, 2018). Teniendo en consideración esas características, se hizo una calificación de los medios, dándoles un valor entre 0 y 10, siendo 0 ausencia de la característica y 10 alta presencia de las características que identifican a la islamofobia y a los discursos de odio.

Incidencia de los medios de comunicación en la construcción de imaginarios colectivos, discursos de odio e islamofobia

Desde el surgimiento del concepto de globalización, aproximadamente a partir de los años 70, después de la revolución tecnológica que generó lo que Manuel Castells (2010) llama una sociedad red, los medios de comunicación han venido desempeñando uno de los roles sociales más importantes al facilitar el proceso de comunicación entre grupos humanos, generar contenido y transmitir información sobre los acontecimientos que ocurren en una comunidad, un país o a nivel internacional. Son fundamentales como actores sociales con poder de incidencia sobre las personas y las sociedades, debido a su alcance y naturaleza. Asimismo, constituyen un actor fundamental en la construcción de identidad comunitaria (Castells, 2010).

Con el surgimiento del internet, los medios de comunicación han ido variando en sus modalidades, pasando de la radio, la televisión tradicional y la prensa impresa a formas como la televisión digital, redes sociales y prensa digital. En el caso de la prensa digital, se apoya en plataformas interactivas de internet y en las redes sociales, lo que permite ampliar exponencialmente su alcance e impacto. Por otra parte, Edward Said (1981) señala que desde el siglo XVIII la visión europea del Islam ha estado dominada por una perspectiva esencialista, simplificadora y reduccionista, que se puede categorizar como el orientalismo.

Esta visión orientalista es la que actualmente equipara al Islam con terrorismo, intolerancia, fundamentalismo, extremismo, radicalismo, etc., sin tomar en consideración que el Islam es todo

un conglomerado de culturas, pueblos, creencias, costumbres que engloban a más de 1,6 billones de personas dispersas por todas las regiones del mundo, desde el sudeste asiático, pasando por Medio Oriente, África y Europa, hasta el continente americano (Pew Research Center, 5 de abril de 2017). Esta situación se puede explicar partiendo de que algunos medios de comunicación, e incluso sectores de la academia, han validado los intereses geopolíticos de las grandes potencias europeas y norteamericanas, cuyo máximo exponente ha sido Samuel P. Huntington con su llamado Choque de Civilizaciones, y han identificado a la “civilización” islámica como la amenaza más grande al poderío estadounidense, e incluso occidental en general (otro esencialismo), luego de la caída del llamado bloque soviético (Huntington, 1997).

De esta forma es que los ataques terroristas tanto en Estados Unidos como en Europa cobran sentido, desde el 11 de septiembre de 2001, hasta los ataques acaecidos en España en 2004 y en Francia en enero y noviembre de 2015. Inclusive, precisamente por el impacto y magnitud de los ataques en Francia llevados a cabo en enero (ataque al medio Charlie Hebdo) y noviembre (ataque a conciertos en París), es que varios autores han identificado la reaparición de un discurso de odio contra la población musulmana, o islamofobia (Campaniello, 18 de noviembre de 2015; Barreto y Rodríguez, 2016). Partiendo del entendido de que los citados ataques tuvieron repercusiones en numerosos países europeos, es que se escoge el año 2016 para observar los enfoques reproducidos por los principales medios españoles.

Con base en lo anterior, es necesario definir qué se entiende por islamofobia y discursos de odio, ya que será fundamental para el posterior análisis de las noticias digitales publicadas en los medios de comunicación con los que se está trabajando. En este sentido, Pedro Rojo y Mónica Carrión (2018) identifican que la primera vez que se utilizó el término “islamofobia” fue en 1910, por parte de un “africanista francés llamado Maurice Delafosse” (p. 89) para caracterizar la actitud occidental y cristiana de identificar en el islam a un otro, bárbaro, incivilizado, violento, ininteligible. De esta forma, se demuestra que el fenómeno de la islamofobia ha estado presente, al menos en Europa, por ya más de un siglo.

Asimismo, se debe tomar cierta precaución con el uso del término para no caer en errores de apreciación que limiten o atenten contra el referente empírico real del término, pues a diferencia del racismo, la islamofobia no está anclada a aspectos étnicos, sino religiosos, por lo que no puede concebirse en contra de una particular identificación étnica, sino en contra de todos los feligreses

de una religión en específico. Claro está, esto significa que el término se interseca con el racismo en cierta medida para generar un mecanismo de otrorización de lo no europeo, lo no blanco y lo no civilizado. Esta intersección de mecanismos de otrorización y de opresión también se conjugan con la aporofobia, la discriminación y la violencia de género, estando por tanto todos estos fenómenos presentes dentro de la islamofobia (Rojo y Carrión, 2018).

Sin embargo, como bien identifican Rojo y Carrión (2018, pp. 91-92), la islamofobia no es meramente un acto discursivo, sino que promueve, justifica y legitima los llamados delitos de odio, posibilitando con ello la hostilidad, la discriminación, e incluso las agresiones. Así, al partir de que la islamofobia se transmite discursivamente, se entiende que los medios de comunicación son actores relevantes que contribuyen a la construcción de este fenómeno, y por lo tanto, son impulsores de ideas o visiones que pueden llevar a subsecuentes crímenes de odio, que se generen a partir de la reproducción de un discurso negativo contra los musulmanes en sus noticias; es decir, en la construcción de islamofobia.

Carrión y Rojo (2018) elaboran una caracterización de la islamofobia, pero no proponen una conceptualización concreta, por lo que se recurre a la definición que ofrece la Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia, que la entiende como “el sentimiento y actitud de rechazo y hostilidad hacia el islam y, por extensión, a las personas musulmanas y su entorno social y cultural” (Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia, 2018, p. 12). Las principales características que la Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia identifica como pertenecientes a la islamofobia refieren a las siguientes creencias alrededor del islam:

- a) qué el islam es un bloque monolítico, estático y refractario al cambio,
- b) qué el islam es radicalmente distinto de otras religiones y culturas con las que no comparte valores o influencias,
- c) qué es inferior a la “cultura occidental”,
- d) creencia en que el islam es violento y hostil per se,
- e) la idea de que en el islam la ideología política y la religión están íntimamente unidos,
- f) el rechazo global a las críticas a Occidente formuladas desde ámbitos musulmanes,

g) la justificación de prácticas discriminatorias y excluyentes hacia los musulmanes,

h) la consideración de dicha hostilidad como algo natural y habitual (Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia, 2018, p. 12).

Análisis del tratamiento noticioso que dan los medios de comunicación a los asuntos relacionados con el Islam

Resulta fundamental determinar si los medios de comunicación están contribuyendo con la reproducción de los discursos de odio contra la población musulmana en España, sobre todo considerando que esta comunidad representó el 4,9% de la población europea para el 2016, mientras que para ese país ascendía al 2,6% del total, es decir, cerca de 1,180,000 personas (Pew Research Center, 29 de noviembre de 2017). Asimismo, se estima que para el año 2050 esta población representará el 14% de la población europea (Pew Research Center, 29 de noviembre de 2017).

Para llevar a cabo la meta, se realizó un análisis del contenido de las noticias a nivel de titulares y de desarrollo, con el fin de mostrar la manera en la que los títulos exponen de primera entrada los temas a los lectores, y cómo se aborda y enfoca el desarrollo del tópico en el cuerpo de la noticia (primera dimensión propuesta por Fernández, 2002). En el caso del medio *La Vanguardia*, se analizaron 10 titulares en los cuales se encontraron mayoritariamente palabras como *sectario, integristas, violencia, enemigos, turco y asiático*, así como varios países como *Arabia, Francia, Alemania, Sudáfrica, Irán y Bélgica* (Figura 1). Se refleja, pues, que el medio utiliza con regularidad palabras que relacionan al islam con violencia y sectarismo. Asimismo, parece atañer el islam a países particulares como Arabia Saudí, Irán y Turquía, aunque en menor medida, cuando en realidad la mayor cantidad de musulmanes del mundo viven en la región del Asia Pacífico (Lipka, 9 de agosto de 2017). Esto parece explicarse a raíz de que el acontecer noticioso puede tener un mayor foco de atención es esos países.

Figura 1. Nube de palabras a partir de los títulos de noticias digitales seleccionadas del medio *La Vanguardia* en 2016.



Fuente: Elaboración propia con base en las noticias seleccionadas del medio *La Vanguardia*, utilizando el software *Nubesdepalabras.es*.

En cuanto al análisis de los títulos en las noticias seleccionadas del medio *El País* (un total de 9 noticias), como se puede observar en la Figura 2, sus títulos muestran un contenido menos peyorativo que el observado en *La Vanguardia*. Sin embargo, se identifica contenido despectivo al identificarse palabras como *condena* y *atacar*. Asimismo, se refleja un uso recurrente de los nombres de los presidentes estadounidenses Barack Obama y Donald Trump, lo cual se vincula con la lucha de este país contra el llamado Estado Islámico o *Daesh*. Al ser este uno de sus principales temas de preocupación al abordar el islam, se demuestra un sesgo sobre cómo abordar temas relacionados con él. Sin embargo, esta idea hay que matizarla, ya que se lograron identificar noticias con un contenido positivo sobre el islam, y en denuncia de la islamofobia, lo cual, según el análisis de palabras, como puede verse, es un elemento significativo de los títulos de las noticias de *El País*.

Figura 2. Nube de palabras a partir de los títulos de noticias digitales seleccionadas del medio *El País* en 2016.



Elaboración propia con base en las noticias seleccionadas del medio *El País*, utilizando el software *Nubesdepalabras.es*.

Finalmente, en lo que refiere al análisis de los títulos de las noticias digitales seleccionadas del medio *La Razón* (un total de 6 noticias), se logra identificar que, al menos en el contenido de sus títulos, es el medio que utiliza más palabras peyorativas de todos los analizados. Como se observa en la Figura 3, el uso de palabras como *yihadista*, *ejecutado*, *terror*, *crímenes*, *conflicto*, *islamistas*, *preso*, *detenido*, *atentar*, *guerra*, etc., es recurrente. Ninguno de los títulos muestra una imagen positiva del islam, por el contrario, parece más un islam violento. Por esta razón, se afirma que los títulos de las noticias del medio *La Razón* contienen un mayor grado de elementos que contribuyen a identificar una tendencia a contribuir con imaginarios islamófobos.

Figura 3. Nube de palabras a partir de los títulos de noticias digitales seleccionadas del medio *La Razón* en 2016.



Fuente: Elaboración propia con base en las noticias seleccionadas del medio *La Razón*, utilizando el software Nubesdepalabras.es.

El anterior análisis es importante—aunque no suficiente para determinar el grado de elementos islamóforos en el abordaje dado por los medios analizados—precisamente porque un mundo globalizado e interconectado como el actual ha llevado a la saturación de información, haciendo que las personas lectoras deban optimizar su tiempo para abstraer la mayor cantidad de información posible. Esto provoca que, como lo afirma Dor (2003), los títulos se conviertan en una especie de optimizadores de relevancia, permitiéndoles a las personas lectoras identificar las noticias de mayor relevancia para su interés, y con ello optimizar su tiempo. Sin embargo, esta noción debe ser problematizada con base en los hallazgos de Montejo y Adriano (2018), quienes han encontrado que los títulos de las noticias elaborados por los editores reflejan cómo desean estos que las personas perciban los acontecimientos. Con ello se filtran dentro de los títulos los intereses e ideologías de estos editores. Asimismo, Montejo y Adriano (2018) encuentran que “se seleccionan solamente aquellos discursos o noticias que pueden crear sentimientos sensacionalistas entre los lectores” (p. 70).

Una vez visto el contenido de los títulos de las noticias en cada medio analizado, se debe partir al contenido mismo de las noticias, para corroborar si en efecto presentan un contenido que

contribuya a reproducir discursos de odio y visiones islamóforas. Para ello, según se muestra en el Cuadro 1, se elaboró un conteo de las palabras que más se utilizan en la redacción de las noticias seleccionadas para cada medio de comunicación.

Cuadro 1. Conteo de palabras de las noticias seleccionadas para el análisis de los medios *El País*, *La Vanguardia* y *La Razón*, publicadas en el 2016.

El País		La Vanguardia		La Razón	
Número	Palabras	Número	Palabras	Número	Palabras
17	Islamismo	48	Islam	11	Occidente
13	Terroristas	28	Arabia Saudí	10	Siria
13	Yihadismo	24	Francia	10	Islam
12	Atentados	20	Musulmanes	7	Terrorista
12	Musulmán	14	Irán	7	Régimen
12	Chiísmo	10	Atentados	7	Mundo
11	Occidente	10	Violencia	7	Irak
11	Sunismo	9	Religiosos	6	Combatientes
10	Religión	9	Mezquitas	6	Terroristas
10	Muerte	8	Yihadistas	6	Estrategia
10	Siria	8	Religiones	6	Yihadistas

Fuente: Elaboración propia con base en las noticias digitales seleccionadas de los medios de comunicación *La Vanguardia*, *El País* y *La Razón*, publicadas en el año 2016.

A partir de esta información, se observa que el contenido de las noticias de los medios de comunicación escogidos muestra una imagen mayormente negativa del Islam. En lo que refiere al medio *El País*, se evidencia que las principales cuatro palabras utilizadas en el contenido de sus noticias son *islamismo*, *terroristas*, *yihadismo* y *atentados*, en orden respectivo. Sin embargo, al unificar las palabras *terroristas* y *terrorismo*, con 13 y 6 menciones respectivamente, las palabras asociadas con terrorismo pasarían al primer lugar del conteo de palabras, por lo que se demuestra

que el medio está dando una cobertura mayoritaria a temas que pueden generar una imagen negativa del Islam. Así, por ejemplo, la constante asociación entre terrorismo e islam contribuye a formar una imagen en la cual se considera que el primero es una característica inherente al segundo.

Por otro lado, el uso del término *islamismo*, que nunca realmente se define en las noticias, se utiliza en asociación con grupos radicales y violentos que dicen inspirarse en el islam, sin realmente cuestionarse esta supuesta inspiración, por más que el islamismo sea algo muy diferente, como bien encuentra Francois Burgat (2003; 2008).

Para confirmar ello, puede tomarse como ejemplo el contenido explícito de algunas de las noticias de este medio. Así, en la noticia titulada “*Los musulmanes aumentan en España en 300.000 en cinco años*”, se informa que la población musulmana ha ido en aumento en los últimos años en España, y con ello, los atentados radicales yihadistas. El vínculo directo que se realiza deriva de que la inmigración proveniente de países como Marruecos, Nigeria, Senegal, Argelia y Pakistán provoca el aumento de la población musulmana, la cual está propensa a radicalizarse, por lo cual se debe estar especialmente alerta. Asimismo, la noticia afirma que si bien existen conversos radicalizados, lo cierto es que el espacio de radicalización actual es la mezquita, el internet o las redes sociales. Incluso, se menciona que el 6% de todas las mezquitas del país transmiten mensajes radicalizados, y ofrece como fuente de la información a *Europa Press*, sin mencionar la fuente original o primaria de la cual *Europa Press*, otro medio noticioso europeo, obtuvo la información. Así pues, se puede observar uno de los ejemplos más claros de reproducción y transmisión de mensajes conflictivos que contribuyen a generar percepciones negativas sobre el islam.

Por otro lado, el medio *La Razón* también muestra contenido despectivo. Las principales palabras utilizadas por este medio son: *Occidente*, *Siria*, *islam* y *terrorista*, respectivamente. Resulta muy particular la mención tan recurrente de Occidente en relación con el islam a lo largo de sus noticias, precisamente porque contribuye a una construcción de identidad a partir de la otrorización, tal y como bien lo identifica Said (1981). Se expone una imagen de un Occidente superior a un Oriente o un islam inferior u opuesto a lo que representa Occidente. Ambas categorías mostrando reduccionismos, al tomar tanto al islam y a Occidente como bloques monolíticos y contrapuestos. Por otra parte, la mención al terrorismo se incrementa al unificar las palabras *terroristas* y *terrorismo*, ascendiendo, por lo tanto, a 17 menciones en total, posicionándose como la principal referencia cuando el medio aborda el tema del islam.

Una noticia que muestra un grado alto de contenido peyorativo es la titulada “*La conexión española de la cúpula del terror yihadista*”. Es posiblemente la más relevante para identificar la postura política del medio como tal, al ser un editorial del medio. Incluso, se evidencia que ya con su título busca generar sentimientos sensacionalistas en sus lectores, mediante la asociación del islam con violencia, pero el editorial va más allá, y afirma:

No hay gobernante sensato en el mundo occidental, con sentido de la realidad que aprecie los valores de la democracia y la vida frente a la muerte que considere que el terrorismo yihadista es, a estas alturas, el resultado del colonialismo de las grandes potencias de principios del siglo pasado. En estos momentos, el islamismo radical es una maquinaria de adoctrinamiento y fabricación de odio hacia lo que seguimos considerando el «mundo libre», el que respeta la libertad de opinión, las opciones políticas y las creencias religiosas. Los atentados más recientes, en París y Bruselas, pero también la saña primitiva con la que eliminan con brutales decapitaciones de los adversarios en Siria e Irak, nos dan una buena muestra de que sólo buscan el exterminio total de nuestro sistema de vida (La Razón, 5 de abril de 2016).

Nuevamente, se refleja que el medio tiene un sesgo al abordar temáticas que pueden inducir a una relación falaz entre islam y visiones estereotipadas de este. Ahora bien, en relación con el medio *La Vanguardia*, es el que demuestra un contenido menos peyorativo, lo cual no implica que parte de su contenido no contenga elementos que contribuyan a posicionar discursos islamófobos. Las principales palabras utilizadas por el medio en sus noticias son *islam*, *Arabia Saudí*, *Francia* y *musulmanes*, respectivamente. No se hallaron menciones sobre terrorismo, pero sí se identificaron menciones sobre *atentados* (10), *violencia* (10), *yihadistas* (8), *radicales* (6) y *salafismo* (6). Por lo tanto, se continúa asociando islam con violencia en el contenido noticioso del medio.

En el caso de *La Vanguardia*, se toma como ejemplo un editorial escrito por el medio, con el fin de comprender de mejor forma su posición política con respecto al islam, y cuyo título es “*Mitad de ciudadanos de origen turco en Alemania antepone el islam a las leyes*”. Este editorial, aunque se fundamenta en datos de un estudio de la Universidad de Münster, evidencia unas afirmaciones cuestionables, al vincular a la población musulmana de origen turco en Alemania, con creencias intolerantes y fundamentalistas. El editorial afirma:

El estudio muestra, según sus autores, que una parte considerable de ese colectivo comparte unas actitudes "fundamentalistas" difícilmente compatibles con una sociedad moderna y que un 7 % llega a afirmar que la violencia está "justificada" si se trata de difundir el islam (La Vanguardia, 16 de junio de 2016).

Incluso se llega a afirmar aquí que esta población está de acuerdo con que se prohíban libros o películas que vengan a ofender los “sentimientos religiosos” de los musulmanes; situación que si bien está fundamentada en datos, no es exclusiva de las personas que practican esta religión, ya que existen otras creencias como las cristianas que asumen posiciones similares. Ahora, para completar el análisis de contenido, y de acuerdo con la segunda dimensión de Fernández (2002), se partió de un razonamiento sobre cómo los medios de comunicación estudiados parecen entender ciertos términos clave. Estos fueron identificados luego de la lectura de las noticias de cada medio, y de esta forma se construyó una definición de lo que cada uno refleja entender por dicho concepto. En otras palabras, lo que se buscó fue explicitar los significados que utilizan los medios de comunicación para determinadas categorías clave de uso cotidiano, las cuales, de acuerdo con el análisis llevado a cabo, se usan recurrentemente cuando se aborda el islam. Esta información se puede apreciar en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Descripción del abordaje de categorías clave usadas en común por los medios de comunicación estudiados, en sus notas sobre el islam

Categoría	Medios de comunicación		
	La Vanguardia	El País	La Razón
Occidente	Cultura opuesta a la islámica, aparentemente superior respecto a sus valores y creencias. Víctima principal del terrorismo.	Conjunto de Estados que sufren las hostilidades de la alta tensión en el islam.	Principal actor en la lucha contra el terrorismo. Principal afectado y objetivo primordial de las acciones del terrorismo.
Islam	Corriente religiosa fundamental.	Corriente religiosa con distintas ramas.	Corriente político-religiosa fundamental.

Musulmanes	Comunidad donde se originan las corrientes terroristas.	Comunidad que va en aumento dentro de Europa, donde se originan los mensajes radicales, corrientes terroristas y comportamientos de odio.	Comunidad donde se originan las corrientes terroristas.
Chiitas	Rama del islam	Rama del islam	Rama del islam
Sunitas	Rama del islam	Rama del islam	Rama del islam
Terrorismo	Acción violenta efectuada por la comunidad musulmana.	Acción radical y violenta de la comunidad musulmana para infligir terror y su religión a Occidente.	Acción violenta efectuada por la comunidad musulmana en contra de Occidente con el objetivo de exterminar.
Religión-Política	Orígenes históricos y pilares del islam.	Sustentos contemporáneos del islam.	Pilares y motores del islam.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de las noticias digitales publicadas en los medios de comunicación españoles *El País*, *La Vanguardia* y *La Razón* en 2016, a partir de la herramienta Atlas.ti.

Como se puede apreciar en el Cuadro 2, al explicitar el abordaje dado a las categorías identificadas de uso recurrente y común por parte de los tres medios de comunicación, se evidencia a su vez su carga peyorativa. De esta forma, se puede observar cómo se define Occidente a partir de lo que no es, o mejor dicho, dice no ser, en una clara identificación por otrorización en relación con lo oriental, concebido como inferior, tal y como también lo encontró Edward Said (1981) en su análisis de medios de comunicación norteamericanos. El islam, en este sentido, es concebido como una corriente religiosa fundamentalista, y las personas musulmanas son aquellas que siguen este fundamentalismo, que degenera muchas veces en terrorismo.

El terrorismo, por tanto, no se entiende como una táctica político-violenta que emplean una multiplicidad de actores en el mundo, sino que se considera circunscrita al islam, a pesar de que el llamado terrorismo islámico es de muy reciente data para una religión y cultura que posee más de 14 siglos de existencia. Este terrorismo islámico o yihadismo sirve a su vez para posicionar a Occidente como víctima principal del barbarismo oriental, sin cuestionarse en primer lugar qué se

entiende por Occidente, aplicando una visión reduccionista y simplista de este, y, en segundo lugar, obviando e invisibilizando las claras relaciones de dominación y subordinación en las que Occidente, o mejor dicho, determinadas potencias internacionales, han subyugado no solo al llamado “Oriente”, sino también al resto del mundo.

Finalmente, se concibe al islam bajo un prisma occidental, ligándolo a una religión totalitaria. Sin embargo, se debe entender que, como lo demuestra Burgat (2003), no se puede aplicar el concepto de religión a un fenómeno como el islam, que va más allá de religión en una mezcla con las expresiones culturales, políticas, económicas, y en general sociales, de los pueblos en donde se ha instalado. Asimismo, el islam no atravesó un proceso de secularización como sí lo hizo Europa, por lo que aplicar los mismos conceptos históricos y sus implicaciones no es más que imponer una versión de modernidad ajena a la realidad histórica del islam.

A partir de este análisis, se procedió a realizar la calificación de los medios tomando en consideración qué tanto sus enfoques coinciden con la caracterización realizada por Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia (2018), en relación con la islamofobia y los discursos de odio, donde 0 es ausencia de la característica y 10 alta presencia de la característica. Los resultados se presentan en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Calificación de los medios de comunicación escogidos, según las características de discurso de odio e islamofobia para las noticias digitales seleccionadas publicadas en el año 2016

Nº	Criterio	La Vanguardia	La Razón	El País
Relacionados con variantes de Discurso de Odio				
1	Muestra una Actitud de Rechazo y hostilidad hacia el Islam	3	9	8
2	Generaliza el discurso frente a toda la comunidad musulmana	7	8	9
Relacionados con características de Islamofobia				
3	Señala al islam como un bloque monolítico, estático y refractario al cambio	8	9	9
4	Resalta la distinción del islam frente a otras religiones y culturas	10	6	10

5	Señala al Islam como inferior a la cultura occidental	5	5	7
6	Expone su creencia en que el Islam es violento y hostil <i>per se</i>	8	10	9
7	Sostiene la idea que el islam une la ideología política y la religión	8	10	8
8	Considera que existe un rechazo global hacia las críticas a Occidente desde ámbitos musulmanes	8	9	10
9	Justifica prácticas discriminatorias y excluyentes hacia musulmanes	4	9	7
10	Considera la hostilidad como algo natural y habitual en el islam	9	10	8
Total identificado		70	85	85

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de contenido de las noticias seleccionadas, y la definición de islamofobia y discurso de odio provista por la Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia (2018).

Visto lo anterior, se puede identificar que los medios *El País*, *La Razón* y *La Vanguardia* presentan elementos propios de la caracterización utilizada para determinar la islamofobia en sus noticias digitales del año 2016. De los tres medios de comunicación, como se ha visto a lo largo de este estudio, el que presenta un menor grado de estos elementos es *La Vanguardia*, aunque sigue presentando un alto grado de ellos al presentar una calificación de 70.

A partir de la observación en cuanto al modo en el que los medios de comunicación realizan abordajes de contenido mayoritariamente negativo sobre temas relacionados con el Islam, se evidencia que tienen un grado de responsabilidad en la reproducción de discursos de odio y de visiones islamófobas. Además, cobra sentido cómo a partir de estos se contribuye a posicionar y difundir un mensaje negativo que puede llevar a la discriminación e incluso a crímenes de odio. Como lo indica Wainberg (2015) y Montejó y Adriano (2018), los medios de comunicación tienen un rol fundamental en la consolidación de los valores del público, a través del uso de argumentos racionales, combinados con alusiones a emociones.

Conclusiones

Este estudio ha buscado indagar sobre el contenido de las noticias de tres medios españoles, *La Vanguardia*, *La Razón* y *El País*, en relación con su posible contenido islamófobo, y la construcción de un discurso de odio. A partir del análisis de contenido realizado, se ha demostrado que los medios publican, y en muchas ocasiones priorizan, abordajes negativos sobre el islam al relacionarlo constantemente con categorías como terrorismo. Esto contribuye a posicionar en el imaginario colectivo de sus lectores una visión despectiva del islam y de quienes lo practican, situación que, aunada a otras variables, contribuye a la consolidación de discursos de odio y situaciones de islamofobia.

En los tres medios analizados se encontró un alto componente de elementos que coinciden con la caracterización utilizada para definir la islamofobia, siendo los que más presentaron *La Razón* y *El País*, y el que menos presentó, *La Vanguardia*. Asimismo, se buscó indagar si el abordaje negativo de las noticias de los medios de comunicación obedece a una situación coyuntural, como lo fueron los atentados perpetrados en Francia en el 2015 por el *Daesh*. Los medios de comunicación son actores relevantes en la construcción del imaginario de las sociedades, por lo que pueden contribuir al sustento de expresiones de odio y discriminación.

Referencias

- AIMC. (2018) Resumen general de resultados estudio general de medios (EGM): Febrero a noviembre de 2018. Recuperado el 5 de febrero de 2019 de <https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/>
- Barreto, R. y Rodríguez, J. (2016). Francia y la *islamofobia*. Conflicto histórico y contemporáneo. *Revista Ciencia Política*, 11(2), pp. 99-129. Doi: : <https://doi.org/10.15446/cp.v11n22.60613>
- Burgat, F. (2008). *Islamism in the Shadow of Al Qaeda*. Austin: University of Texas Press.
- Burgat, F. (2003). *Face to Face with Political Islam*. New York: I.B. Tauris.
- Campaniello, H. (18 de noviembre de 2015). Los atentados de París relanzan la islamofobia en Francia. *Telam, Internacional*. Recuperado de:

<http://www.telam.com.ar/notas/201511/127589-los-atentados-de-paris-relanzan-la-islamofobia-en-francia.html>

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. West Sussex: United Kingdom.

Huntington, S. (1997). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York: First Touchstone Edition.

Lipka, M. (9 de agosto de 2017). Muslims and Islam: Key Findings in the US and Around the World. Pew Research Center. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>

Montejo, G. y Adriano T. (2018). A critical discourse analysis of headlines in online news portals. *Journals of Advances in Humanities and Social Sciences*, 4(2), pp. 70-83.

Padilla, J. (2018). Porcentajes reveladores: las cifras de la islamofobia en la prensa escrita. En Rojo, P. y Vidal, L. (2018). *Una Realidad Incontestable: Islamofobia en los Medios. Observatorio de la Islamofobia*. Recuperado de: <https://www.iemed.org/publicacions-es/historic-de-publicacions/coedicions/una-realidad-incontestable.-islamofobia-en-los-medios>

Pew Research Center. (5 de abril de 2017). *World's Muslim population more widespread than you might think*. Recuperado de: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/31/worlds-muslim-population-more-widespread-than-you-might-think/>

Pew Research Center. (29 de noviembre de 2017): *Europe's Growing Muslim Population*. Recuperado de: <http://www.pewforum.org/2017/11/29/europes-growing-muslim-population/>

Plataforma Ciudadana Contra la Islamofobia. (2018). Informe Anual: Islamofobia en España 2017. Recuperado de: <http://www.observatorioislamofobia.org/wp-content/uploads/2018/03/Informe-Islamofobia-en-Espa%C3%B1a.-PCCI-Informe-Anual-2018.pdf>

Rojo, P. y Carrión, C. (2018). A vueltas con una definición: ¿qué es islamofobia?. En Rojo, P. y Vidal, L. (2018). *Una Realidad Incontestable: Islamofobia en los Medios. Observatorio de*

la Islamofobia. Recuperado de: <https://www.iemed.org/publicacions-es/historic-de-publicacions/coedicions/una-realidad-incontestable.-islamofobia-en-los-medios>

Rojo, P. y Vidal, L. (2018). *Una Realidad Incontestable: Islamofobia en los Medios*. *Observatorio de la Islamofobia*. Recuperado de: <https://www.iemed.org/publicacions-es/historic-de-publicacions/coedicions/una-realidad-incontestable.-islamofobia-en-los-medios>

Said, E. (1981). *Covering Islam. How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World*. New York: Vintage Books.

Wainberg, J. (2015). Headlines, emotions and utopia. *Intercom—RBCC Sao Paulo*, 38(1), pp. 191-2