



UNIVERSIDAD DE GRANADA

TESIS DOCTORAL EN EL PROGRAMA DE DOCTORADO EN
ESTUDIOS MIGRATORIOS



**ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA
DE LAS MUJERES INMIGRANTES
MUSULMANAS
EN LA PRENSA ITALIANA**

Presentado por:

D^a FRANCESCA GIARDINA

Tutor:

Prof. Dra ESTHER MÁRQUEZ LEPE

Curso Académico 2022/2023

Editor: Universidad de Granada. Tesis Doctorales
Autor: Francesca Giardina
ISBN: 978-84-1117-777-1
URI: <https://hdl.handle.net/10481/81221>

*Es nuestra mirada la que muchas veces encierra a los
demás en sus pertenencias más limitadas, y es también
nuestra mirada la que puede liberarlos*

Amin Maalouf

ÍNDICE	3
Agradecimientos	6
1. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Posicionamiento como investigadora	9
2. MARCO CONTEXTUAL Y TEÓRICO	12
2.1. MARCO CONTEXTUAL	13
2.1.1. La población extranjera inmigrante en Italia	13
2.1.2. La población musulmana en Italia	16
2.1.3. Los flujos migratorios femeninos hacia Italia	20
2.1.4. La política nacional sobre inmigración en Italia y en Europa	20
2.1.5. La opinión pública en Italia sobre lo musulmán después el 11 de septiembre	23
2.1.6. Laicismo y religión en Italia	28
2.2. MARCO TEÓRICO	31
2.2.1. Los medios de comunicación como constructores de realidad social	31
2.2.2. El islam y los medios: Etnocentrismo e Islamofobia	34
2.2.3. El inmigrado como problema	40
2.2.4. La representación mediática sobre mujeres musulmanas	42
2.2.5. La mujer en los medios de comunicación en Italia	44
2.2.6. Estereotipos y tópicos en torno a la mujer musulmana	47
2.2.6.1. Simbología corporal	51
2.2.6.2. Valores religiosos	54
2.2.7. La importancia de la interseccionalidad en la investigación sobre mujeres inmigradas	56

3. MARCO METODOLÓGICO	62
3.1. Estrategia de investigación	64
3.2. Técnicas de investigación: el análisis documental	65
3.3. El período temporal analizado	67
3.4. Los periódicos analizados	68
3.4.1. La Repubblica	69
3.4.2. Il Resto del Carlino	69
3.4.3. Corriere della sera	70
3.5. Criterios de búsqueda	72
3.6. Estrategias de análisis de la información: la Teoría Fundamentada y el Análisis Crítico del Discurso	73
4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS	80
CONTEXTO DE PRODUCCIÓN	81
4.1. La ubicación de las noticias	81
4.2. La autoría de las noticias	83
4.3. La temporalidad de las noticias	86
CONTEXTO DE SIGNIFICADO	88
4.4. Las temáticas más frecuentes	88
4.5. El análisis de las imágenes	109
4.5.1. La desconexión entre las imágenes y las noticias	110
4.5.2. La mirada patriarcal: cosificación de la mujer como objeto/sujeto pasivo	112
4.5.3. La confrontación con la cultura europea: amenaza, peligro y terrorismo	118
4.5.4. La mirada andro-etnocéntrica: sumisión, exotismo y belleza	124
4.5.5. El burkini	129
4.6. Los conceptos, sus usos y los significados	138

5. CONCLUSIONES	143
6. DISCUSIÓN	148
7. LIMITACIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	160
8. BIBLIOGRAFÍA	163
9. ÍNDICE DE TABLAS y GRAFICOS	178

AGRADECIMIENTOS

En estos últimos años he podido notar observando los medios de comunicación que, cuando se habla de inmigración, las mujeres aparecen raramente y en las ocasiones que si lo hacen, es, fundamentalmente, para hablar de su llegada en pateras y posteriormente desaparecer una vez que han llegado a Italia.

Esta consideración se ha transformado después de unas conversaciones con mi directora de tesis, la profesora Dra Esther Márquez Lepe, en mi objeto de investigación. Gracias a ella he concentrado mi estudio en las mujeres musulmanas desde el punto de vista de la prensa italiana y nació la tesis de doctorado *Análisis de la construcción mediática de las mujeres inmigrantes musulmanas en los medios de comunicación italianos*. Todo esto gracias a ella que con su paciencia, dedicación y profesionalidad me ha ayudado a desarrollar unas ideas críticas y me ha guiado dandome preciosos consejos con su sensibilidad, sus calidades humanas, su competencia que nunca olvidaré.

A mi familia y a mis hijos que con sus paciencia han soportado un período de mi ausencia con mis pensamientos siempre hacia mi tesis doctoral.

Agradezco al profesor Francisco Javier García Castaño catedrático de la Universidad de Granada que con sus seminarios y sus consejos me ha abierto una mirada hacia un mundo nuevo, hacia una nueva manera de pensar.

Al Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones que me ha dado la oportunidad de desarrollar esta tesis doctoral.

A todos gracias siempre.

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son, actualmente, uno de los principales vehículos de producción de modos de entender la realidad social. Producen formas de conocer la realidad social porque no son meros transmisores de información. Como señala Cáceres (1987), los medios de comunicación poseen la virtualidad de que aquello que es difundido – las noticias – usurpe el lugar de la propia realidad a la que hace referencia. Es decir, un periódico, una revista o un noticiero muestran su perspectiva de los hechos a través de la información que publican, pero “al prestar atención a ciertos aspectos a expensas de otros, y al sugerir ciertas soluciones o respuestas en lugar de otras, los mensajes de los medios de comunicación influyen en algo más que en los temas, influyen en el modo en que la gente piensa sobre esos temas” (McCombs y Evatt 1995:31).

La elección del tema acerca de como la prensa italiana habla de las mujeres inmigrantes musulmanas para la realización de esta tesis de doctorado, tiene que ver con mi interés en investigar de qué manera los medios de comunicación informan y representan la realidad de las mujeres musulmanas inmigrantes, ya que son agentes clave en la conformación de la opinión pública sobre una realidad social.

En el caso de la inmigración, el discurso mayoritario de los medios de comunicación, tanto italianos como europeos, se ha caracterizado, como señalan numerosas investigaciones (Solano, 2011, Corte, 2002, Zatti, 2007, Orrú, 2015, Gallotti – Maneri, 1998), por ofrecer una imagen negativa y estereotipada de esta población, presentándola como asunto problemático y conflictivo para el país. Un tratamiento que ha sido criticado y rebatido desde espacios sociales, académicos y hasta institucionales, como señalan en el contexto italiano Orrú (2015), Solano (2011) y Zatti (2007).

Pero incluso desde esta imagen negativa de la inmigración, hay ciertos grupos que resultan aún más desfavorecidos. Es el caso de las mujeres inmigrantes y, concretamente, las musulmanas, que reciben una opinión más parcial y estereotipada que el resto, porque además del etnocentrismo que caracteriza el discurso sobre migración, su narrativa está mediada por otro discurso dominante, el patriarcal. Como señala Creighton (2013), los medios tienen unas matrices bastante rígidas en cuanto a la representación de la migración femenina y éstas no reflejan la complejidad de esta

experiencia. Es frecuente que muchos medios de comunicación, especialmente cuando se refieren a mujeres, narren de forma incompleta y sesgada solo una parte de la historia, lo cual contribuye aún más a su marginalización e invisibilización.

La realización de esta tesis doctoral me ha acercado a la lectura de numerosas investigaciones sobre la construcción de realidades sociales a través de las noticias, sobre las costumbres de la población musulmana, en general, y sobre las mujeres musulmanas, en particular. Una de mis primeras conclusiones ha sido que no hay investigaciones suficientes sobre mujeres musulmanas inmigrantes y prensa. Se habla mucho de los terroristas islámicos, de los inmigrados como colectivo - desde una lectura masculina - pero no se menciona casi nunca el tema de la mujer musulmana inmigrante en los medios de comunicación italianos. Existen pocas investigaciones en las que se vincule prensa y mujeres. El análisis de las representaciones que se hace de lo femenino, de la mujer y de la migración es escaso y la imagen que se trasmite, especialmente de la mujer inmigrante, no se separa de los tópicos que se asocian a ella.

Mi estudio quiere contribuir a ampliar el campo de conocimiento sobre migración y mujeres así como a visibilizar los análisis que desde la perspectiva de género se realizan sobre medios de comunicación y, en concreto, sobre prensa escrita. Para ello pretendo analizar dos cuestiones fundamentales sobre la representación de la mujer inmigrante musulmana en la prensa italiana: en primer lugar, las imágenes y discursos que realizan sobre estas mujeres, analizando los valores y atributos que proyectan sobre ellas y, en segundo lugar, los contextos de producción de dichos discursos, es decir, desde dónde, por quien y cuándo se producen estas representaciones.

Es decir, el objetivo de mi investigación es la construcción mediática que se hace de la figura de las mujeres inmigrantes en la prensa italiana y, en concreto, las mujeres migrantes musulmanas.

Pretendo profundizar en este tema haciendo un análisis comparativo de las noticias de tres periódicos italianos desde el año 2001 hasta 2018. La hipótesis general es que los tres periódicos adoptan un lenguaje y un discurso islámofobo lleno de prejuicios, estereotipos y etnocentrismo que sitúan a la mujer musulmana en una posición subordinada, vulnerable y cosificada.

Este trabajo contiene tres partes fundamentales: un marco teórico, la metodología y los resultados.

El primer apartado se corresponde con la introducción. En el capítulo segundo está desarrollado el marco contextual y teórico, donde se hace una contextualización histórico-social de las migraciones en Italia, la migración femenina y las mujeres musulmanas inmigrantes. También se habla de los medios de comunicación y de las representaciones de las mujeres inmigrantes y musulmanas.

En el tercer capítulo se encuentra el marco metodológico. En él se habla de la estrategia de investigación, la técnica empleada y las estrategias de análisis de la información. Asimismo, se presenta una contextualización de los tres periódicos analizados, la descripción de la técnica, los criterios de selección de la muestra de noticias y el procedimiento de análisis.

El apartado cuarto desarrolla los resultados de la investigación. En total se han analizado 925 noticias y 62 imágenes de tres periódicos italianos, desde Enero de 2001 a Mayo del 2018. El capítulo quinto está dedicado a las Conclusiones y el capítulo sexto a las referencias bibliográficas.

1.1. Posicionamiento como investigadora

Yo vivo en Sicilia, una isla en el centro del Mediterraneo, donde cada día llegan pateras de África llenas de niños, mujeres y hombres migrantes; los hechos de crónica muchas veces relatan naufragios y muertos. El Mediterraneo está lleno de migrantes que mientras intentaban realizar un sueño han perdido sus vidas en el fondo del mar. Estas narraciones en los medios de comunicación me han interesado mucho y así nació mi curiosidad sobre los inmigrantes que llegan a Italia. Como mujer he concentrado mi estudio sobre las mujeres inmigrantes y he notado cómo la prensa habla muy poco de mujeres inmigrantes, por eso he pensado concentrar mi investigación sobre las mujeres musulmanas inmigrantes y como la prensa habla de ellas.

Personalmente he percibido que los medios de comunicación están interesados en hablar de inmigración pero muy poco de mujeres musulmanas inmigrantes. Luego surgió mi interés para analizar unos artículos que hablan de mujeres musulmanas inmigrantes y hacer una comparación entre tres periódicos italianos.

Poco a poco mis ideas se han transformado en mi estudio.

Del año 2001 a 2018 se generaron unos titulares de prensa sobre mujeres musulmanas inmigrantes que reflejan sobre todo la manera de vestir de estas mujeres, su religión, falta de integración y personalidad.

Velo islamico griffato per le atlete-profughe (Corriere della Sera, 21/03/2006)

Va in piscina col burkini le mamme protestano a Verona (La Repubblica, 19/08/2009)

Milano studentessa va in classe col velo (La Repubblica, 27/11/2011)

Psicosi velo, perquisite sul traghetto. Due musulmane dirette da Ischia a Napoli controllate dai Carabinieri. (Il Resto del Carlino, 19/08/2018)

Helen Creighton (2013) escribe que una gran parte de la imagen mental que tenemos de las migraciones tiene que ver con la influencia que ejercen los medios de comunicación en nuestra vida, condicionando en muchos aspectos nuestra configuración del mundo, nuestro lugar en él y el lugar de los demás, conformando valores, actitudes y juicios respecto a la sociedad en que vivimos. En otras palabras, los medios de comunicación juegan un papel sumamente importante en la construcción de la diferencia, en definir quienes somos nosotros/as y quienes son ellos/ellas, en definitiva, en los procesos de construcción de identidad y alteridad. Todos los días estamos ante imágenes sobre inmigración. “No obstante las representaciones de la inmigración en los medios de comunicación narran una historia incompleta, con frecuencia sesgada, y muchas veces una expresión de intereses políticos y económicos” (Creighton, 2013:79). Esta reflexión fue mi punto de partida para desarrollar la investigación.

Mi profesión de profesora en la escuela me pone en contacto continuo con las nuevas generaciones de estudiantes. En los últimos años he podido constatar una mayor presencia de estudiantes extranjeros en mis clases, generalmente son hijos e hijas de inmigrantes que vienen a Italia para residir y que se han integrado en la sociedad italiana. Respetan las leyes, las costumbres italianas y hablan la lengua italiana por lo que las noticias que aparecen en los medios, según mi experiencia, no se corresponden a mi/la realidad de mi entorno. En este sentido, los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la educación de los jóvenes e investigaciones como ésta pretenden servir para visibilizar hasta que punto los estereotipos, prejuicios y valoraciones negativas dominan el discurso sobre migración y, especialmente, migración femenina,

no reflejando la realidad de esta población.

2. MARCO CONTEXTUAL Y TEÓRICO

2.1. MARCO CONTEXTUAL

He dividido este capítulo en dos partes, la primera desarrolla la contextualización de mi objeto de estudio, para ello se explica cual es el contexto demográfico de la inmigración en Italia y en Europa. Posteriormente, se aborda la realidad de la población inmigrante musulmana ilustrando los porcentajes de su presencia en el territorio italiano y los flujos migratorios femeninos hacia Italia. El contexto socio-político, con particular atención a las leyes italianas y europeas sobre inmigración, se desarrolla en la segunda parte para llegar a la opinión pública italiana sobre inmigración.

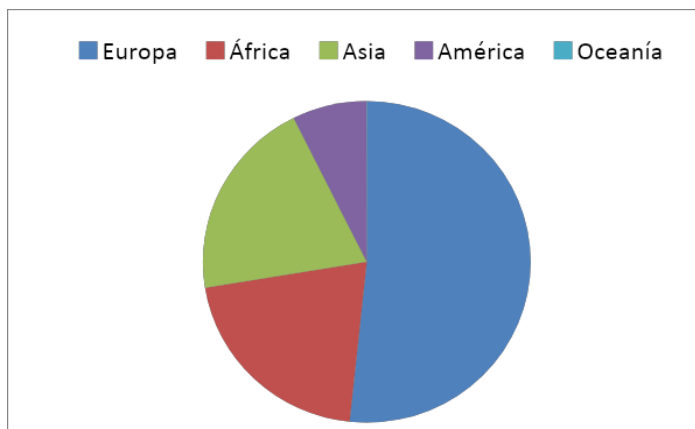
Por último, se realiza una mirada sobre la situación religiosa en Italia, la cultura y los símbolos musulmanes.

2.1.1. La población extranjera inmigrante en Italia

En los últimos veinte años, la sociedad italiana ha experimentado un cambio demográfico muy notable debido a flujos migratorios de alta intensidad. Desde principios de la década de 1990, la población extranjera en Italia se multiplicó por cinco y en 2010 alcanzó el 6% del conjunto poblacional.

Italia experimentó flujos migratorios con una media de 360.000 entradas anuales entre 2002 y 2008 y un máximo de casi 500.000 entre 2007 y 2008. Estos datos se refieren exclusivamente a las entradas de inmigrantes con residencia legal, puesto que las estadísticas oficiales italianas no registran los flujos irregulares (Vintila-Morales, 2018).

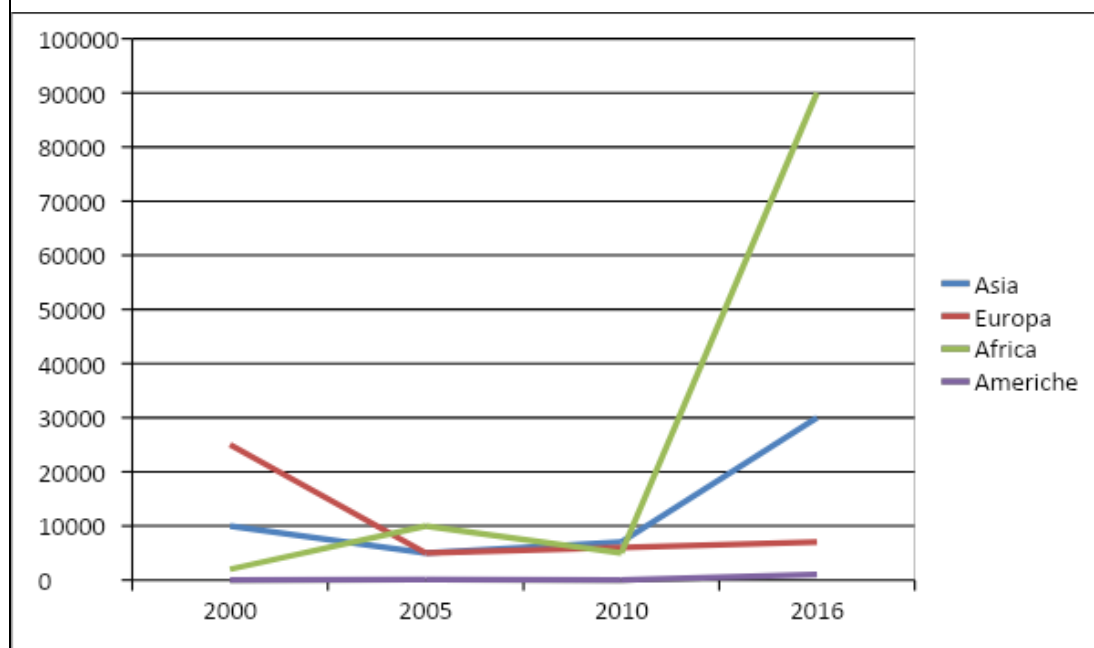
Gráfico I: Extranjeros residentes en Italia por continente de procedencia



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por ISTAT, 2016

A 1 enero de 2016, el 48% de los extranjeros residentes en Italia procedían de África, Asia, América, a pesar de que el porcentaje mayor lo tienen los ciudadanos procedentes de Europa, como se puede evidenciar en el Gráfico I.

Gráfico II: Solicitantes de asilo en Italia



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Ministero dell'Interno, 2017

El Gráfico II ilustra una situación más detallada de la presencia en Italia de los inmigrantes que solicitan asilo. En él se observa cómo hay un porcentaje mayor de solicitantes asilo que proceden de Asia y África. Concretamente, los de Asia en 2016 eran 29.051 con ciudadanos del Pakistan y Bangladesh, que constituyen un 70% del total de los solicitantes asiáticos. Sin embargo, la mayoría de los solicitantes de asilo proceden de África.

En relación a la distribución por sexo de la población extranjera residente hay diferencias significativas. Las mujeres con permiso de residencia por motivos de trabajo son menos numerosas (419.145) que los hombres (820.118), prácticamente la mitad, aunque con un aumento significativo en los últimos años. Esto es probable que se deba a que el mercado laboral italiano tradicionalmente empleaba a las mujeres de manera marginal o en sectores considerados típicamente femeninos. También hay diferencias por nacionalidades. Más del 70% de las mujeres ucranianas, moldavas, ecuatorianas y filipinas residentes en Italia tiene un permiso de residencia por motivos de trabajo,

mientras que la mayoría de las mujeres albanesas (75%) y marroquíes (66%) residen por motivos familiares. Finalmente, hay que destacar que, como en otros países del área mediterránea, la inmigración en Italia es joven: el 48% de los inmigrantes tiene entre 18 y 39 años; el 28%, entre 40 y 64; el 22% entre 0 y 17 años, y el 2% son mayores de 65 (ISTAT, 2018). En cuanto a su distribución geográfica, los grupos foráneos se distribuyen así: “el 52.2% se concentra en el norte, el 29% en el centro y el 18.8% en el sur” según la fuente de *Il Sole24 Ore*, 11 de marzo de 2003, (p. 35), resultado del mayor dinamismo económico del norte italiano.

Como suele suceder en otros países del entorno europeo, en la inmigración predominan los individuos que se encuentran en edad laboral, por lo que la estructura por edades es muy diferente a la de los ciudadanos italianos. La mayoría de los extranjeros radicados en el país está empleado en el sector terciario de la economía, sobre todo en servicios que no requieren gran especialización. Las actividades de comercio ambulante son ejercidas mayoritariamente por inmigrantes musulmanes de sexo masculino, ya sean magrebíes o del África subsahariana, con prevalencia de Senegal. La población procedente de China se especializa en los sectores del textil, el cuero y en la restauración, y la peruana en empresas de transporte (*Il Sole24 Ore*, 2003).

El mayor porcentaje en el sector terciario es de trabajadores de África del Norte, seguidos por los africanos subsaharianos. Junto con el ramo de los “vendedores ambulantes”, la agricultura es considerada el sector más precario y marginado, pues en ella se dan condiciones laborales muy difíciles. Como señala Mendoza (2006), “existen algunas ocupaciones más focalizadas y de menor importancia numérica, como la de pescadores, de los que parte significativa son tunecinos, ocupados en el sur del país, particularmente en Sicilia. Un nicho laboral que en los últimos años ha sido ocupado mayormente por inmigrantes es el de la construcción, en el que los magrebíes han sido rápidamente sustituidos por los este-europeos, encabezados por rumanos y albaneses, seguidos por ucranianos, rusos, polacos, ex yugoslavos y moldavos” (Mendoza, 2006:65). La presencia de trabajadores extranjeros en las ocupaciones de la Tabla I responde a un desajuste entre la necesidad de mano de obra en sectores poco atractivos (los denominados «dirty, difficult y dangerous») y los trabajadores autóctonos poco dispuestos a trabajar en dichos sectores, lo que caracteriza el sistema productivo italiano (Reynieri, 2004 en Cachón, 2011:309).

Tabla I: Ocupaciones de la población extranjera en Italia

TIPO DE TRABAJO	PORCENTAJE DE OCUPADOS EXTRANJEROS	PORCENTAJE DE OCUPADOS TOTAL
Dirigentes y emprendedores	1,3	4,4
Profesiones intelectuales	1,9	10,5
Profesiones técnicas	3,8	20,8
Empleados	2,1	11,1
Ventas y servicios personales	15,3	16,1
Artesanos, obreros especializados, agricultores	29,5	18,7
Obrero industrial	11,8	8,1
Personal no cualificado	34,2	9,1
Ejército	0,0	1,1

Fuente: ISTAT, Rilevazione sulle forze di lavoro, I Trimestre 2009.

En el ámbito de la formación, la población extranjera inmigrante en Italia no tiene de forma general bajos niveles educativos, pues “los movimientos de migrantes provenientes de las regiones urbanas de los países del sur están en parte constituidos por directivos y por libreprofesionistas, víctimas de las políticas de adecuación estructural, y aquellos provenientes de Europa Central y del Este presentan igualmente un nivel de cualificación relativamente elevado” (Mendoza, 2006:65).

2.1.2. La población musulmana en Italia

El desarrollo del Islam en Italia tiene sus raíces en los años setenta cuando en los principales centros universitarios italianos se colocaron las sedes locales del USMI (Unión de los Estudiantes Musulmanes en Italia). La cultura italiana se abrió así a la comunidad musulmana, como señala Pacini (2001), produciendo traducciones en lengua italiana de textos árabes. La mayoría de las asociaciones de matiz islámico se desarrollaron en los años ochenta hasta completar su expansión en los noventa. Hoy se

puede estimar que el número de centros islámicos se ha triplicado, siendo reflejo no solo del aumento de la presencia islámica sino de un proceso de arraigo duradero en el país (Chiodelli, 2015).

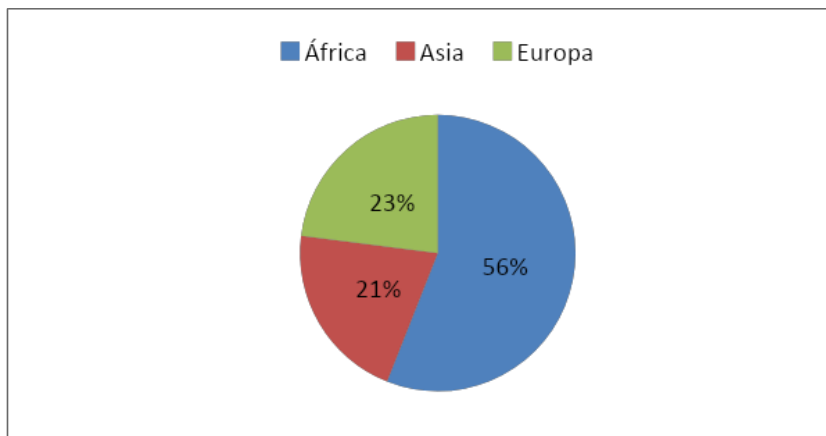
Aún no existen en Italia formas eficaces de estimar la importancia de esta comunidad pero, según Chiodelli (2015), la religión musulmana es la segunda en importancia dentro del país.

En el año 2018, la población musulmana en Italia ascendía a 2,6 millones de personas, lo que supone un 4,3% de la población según el Instituto de estadística Italiano (ISTAT, 2018). Es un porcentaje inferior a la media europea (que ronda el 5%) pero que ha experimentado un ligero aumento con respecto al año anterior en cerca de 100.000 personas, lo que ha supuesto una subida de un punto porcentual desde el 2017. El 56% de la población musulmana que reside en el país tiene ciudadanía extranjera y el 44% posee la nacionalidad italiana (ISTAT, 2018). Las comunidades extranjeras con mayor peso de población musulmana en el año 2017 son la marroquí (34,8%), seguida de la albanesa (15,3%), tunecina (8,3%), rumana (11,7%) y filipina (10,2%). Los datos sobre esta población no aparecen desagregados por sexo, lo que implica que no sabemos el número de mujeres musulmanas que residen en el país, pero si hacemos una extrapolación en base a los datos de población extranjera, cerca del 55% son mujeres¹, es decir, aproximadamente 1,3 millones de mujeres musulmanas residen en Italia en la actualidad.

Se pueden subrayar algunas diferencias entre los musulmanes que viven al norte del país y los que viven al sur, los musulmanes que viven al norte han comprado espacios para desarrollar sus actividades, al sur las comunidades son más pobres. En el país se han desarrollado unos centros islámicos (mezquitas) que tienen una función de agregación permitiendo a las personas asociarse, salir de su aislamiento, pero muchas veces las mezquitas son lugares en que se transmiten mensajes ambiguos y de exaltación del terrorismo. (Zatti, 2007).

¹ Según los datos del Instituto de estadística Italiano (ISTAT), en el año 2018 había 5.000.000 de personas extranjeras residiendo en el país, es decir, un 8,5% de la población total, de la cual, el 55 % eran mujeres.

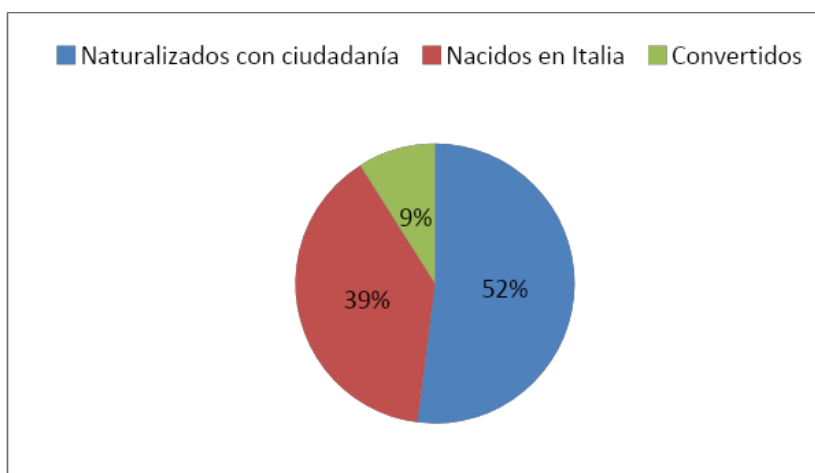
Gráfico III: Población musulmana en Italia por país de procedencia



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por ISTAT 2018

En el Gráfico III se ilustran los países de procedencia de los musulmanes en Italia, se nota que la mayoría de los musulmanes, un 56%, llegan a Italia desde África, un 23% de Europa y solo un 21% de Asia. Se puede considerar que no hay en Italia una comunidad homogénea de musulmanes ya que presentan procedencias diferentes por lengua, cultura y etnia.

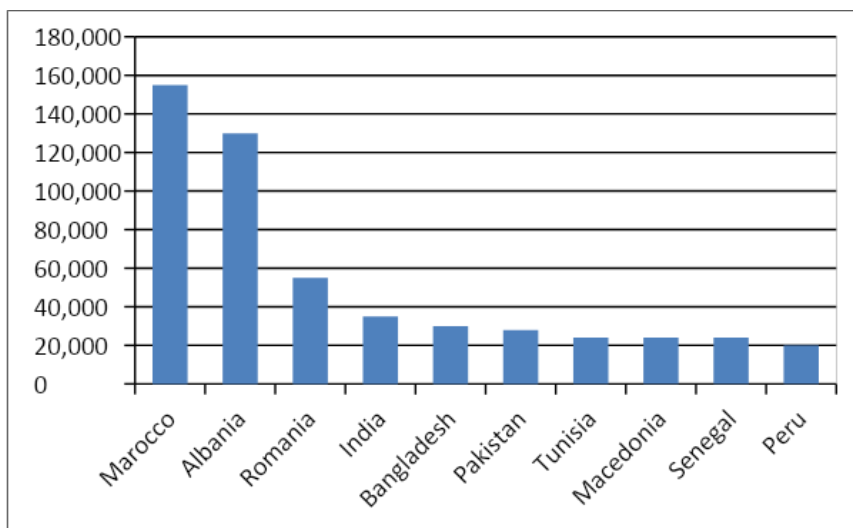
Gráfico IV: Población musulmana con ciudadanía italiana



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por ISTAT 2020

Como se ilustra en este Gráfico IV, la población musulmana italiana se dividen en tres categorías: naturalizados, nacidos ya italianos, es decir, nacidos por una pareja musulmana con padre o madre con ciudadanía italiana y los convertidos. Se estima (según datos aportados por ISTAT) que las ciudadanía obtenidas por parte de la población musulmana dentro de los años 2012 y 2017 son 330.000. Un total de 450.000 ciudadanos extranjeros islámicos naturalizados con ciudadanía de 2000 a 2018 (ISTAT, 2020). Como se puede ver en esta Tabla la presencia de la comunidad musulmana en Italia es muy relevante si consideramos que para obtener la ciudadanía en Italia un extranjero tiene que esperar dos años después de haber presentado toda su documentación y demostrar que vive y trabaja en Italia.

Gráfico V: Población musulmana con ciudadanía italiana según país de procedencia 2012-2017



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por ISTAT, 2018

En el Gráfico V se observa la presencia en el territorio Italiano de población musulmana con ciudadanía italiana y su país de procedencia. Se nota que las dos comunidades más presentes en Italia son la Marroquí y la Albanesa que están viviendo un proceso de italianización más fuerte que otras, lo que supone un cambio de ruta para la sociedad italiana.

2.1.3. Los flujos migratorios femeninos hacia Italia

Como afirma Marchetti (2004), la presencia de las mujeres en la inmigración está en constante aumento en Italia, de forma que podemos pensar en una “feminización de la inmigración”. En este momento estamos en una fase de estabilización de las comunidades de inmigrantes en la que mujer tiene un papel muy importante en la gestión de la vida familiar, pero también como trabajadora e intermediaria cultural. Pero hay también un lado negativo, ya que “en los medios se pueden encontrar prejuicios de belleza o fealdad, atracción o rechazo que crean estereotipos y desprecian determinados grupos de inmigrantes/as” (Marchetti, 2004:15).

Los flujos migratorios hacia Italia no reflejan los flujos generales de inmigración. El porcentaje femenino es menor si consideramos los países de procedencia árabe o islámico, con un 60% de hombres y un 40% de mujeres (fuentes ISTAT, 2014). El análisis de los permisos de residencia con referencia al género de los inmigrantes nos presenta dos diferentes dinámicas de inmigración. Se ha registrado un 51,2% (ISTAT, 2014) de mujeres que migran por motivaciones familiares y el resto lo hacen fundamentalmente para buscar trabajo, empleándose mayoritariamente en sectores de baja cualificación y calidad laboral como el sector servicios, empleadas domésticas o en los sectores artesanos (Monaci- Scacchi, 2016).

2.1.4. La política nacional sobre inmigración en Italia y en Europa

Una parte de la política sobre inmigración en Italia se ha caracterizado por una xenofobia antisémita representada por la Lega Nord, partido de derecha del norte de Italia que entiende que el pueblo está amenazado por los extranjeros que “contaminan” el paisaje nacional. Para la Lega, el Islam es el más peligroso “morbo de la historia” (Guolo, 2003). Además de publicitar al Islam como enemigo, la Lega quiere que las mezquitas sean cerradas, denunciando que son lugares frecuentados por posibles partidarios de Al Qaeda y, junto con organizaciones protectoras de los derechos de los animales, se oponen al sacrificio ritual de la matanza de los animales.

También y muy relevante en Italia es la postura del Vaticano en relación a la migración y el Islam. Juan Pablo II tuvo un papado abierto al diálogo con otras religiones, promoviendo encuentros como el de Asís en 1986 y el de Roma en 1999. Se pronunció

en contra de la intervención militar americana en Irak en 2003, generando una postura de su gestión hacia el diálogo muy criticada también.

El año 2001 marcó un punto de inflexión en el mundo en la política sobre inmigración y en Italia aumentaron los debates sobre la necesidad de leyes más rigurosas, porque la desconfianza hacia la población inmigrada musulmana se había incrementado junto a una mayor hostilidad. Además las autoridades empezaron a controlar a esta población como potenciales terroristas (Cecchetti, 2010). En este clima de desconfianza llegó la ley Bossi-Fini, aprobada en junio 2002, que creó el delito de inmigración clandestina, justificó que la pérdida de trabajo conlleva expulsión y la circularidad de los permisos de residencia y trabajo. Asimismo, incluyó la práctica de fichar a los inmigrantes y tomar sus huellas dactilares (de Lucas, 2002).

Durante este período en Italia hubo una crisis económica con efectos importantes para todo el conjunto de la sociedad, como un aumento de los niveles de desigualdad social y económica, una mayor desconfianza hacia la política por parte de la ciudadanía y un fuerte debilitamiento de los lazos sociales.

A lo largo de estos años ha habido una alternancia de gobiernos de derecha e izquierda en Italia y, junto a ellos, cambios en las leyes sobre la inmigración, como se puede observar en la Tabla II.

Tabla II: Gobiernos y leyes sobre inmigración en Italia de 2001 a 2018

DERECHA	IZQUIERDA	LEYES
Giuliano Amato, 2001		
Silvio Berlusconi, 2001-2006		189/2002 Bossi-Fini
Romano Prodi, 2006-2008		
Silvio Berlusconi, 2008-2011		160/2008 Pacchetto Sicurezza
Mario Monti, 2011-2013		
	Enrico Letta, 2013-2014	
Paolo Gentiloni, 2016-2018		
		46/2017 Decreto Minniti
Matteo Salvini, 2018	Luigi Di Maio, 2018	113/2018 Decreto Sicurezza
Giuseppe Conte, 2018		

En Italia, durante el intervalo temporal en el que sitúo mi investigación, se aprobaron cuatro leyes sobre inmigración con diferente nivel de permisividad y restricción, diferenciadas fundamentalmente por el acceso de la población inmigrante al territorio italiano. En el año 2002 se publicó la ley 189/2002 (Bossi-Fini), que reducía la posibilidad de residencia de los inmigrados en Italia. En el año 2008, la ley 160/2008 “Pacchetto Sicurezza” que introducía el delito sobre inmigración irregular. En el año 2017 la ley 46/2017 (Decreto Minniti) regulaba una simplificación de las notificaciones de los documentos para los refugiados y también otras normas que facilitaban la protección internacional de las personas. La más reciente es el Decreto Sicurezza impulsado por Matteo Salvini como ley 113/2018 sobre inmigración y seguridad. Este decreto desarrolla una serie de normas para restringir la inmigración en Italia y expulsar a la población inmigrante en situación irregular. Considero importante explicar estos hechos porque así se puede entender mejor el contexto de producción de las noticias así como el significado e implicaciones de las representaciones que se difunden a través de las mismas.

En los últimos años en Italia se ha tratado la inmigración solo como problema y por eso las leyes giran siempre sobre dos cuestiones principales: la seguridad social y la lucha a la inmigración ilegal. No hay leyes concretas para la integración de los inmigrados porque los gobiernos y la opinión pública han considerado la inmigración como un hecho temporal (La Mantia, 2019).

Sin embargo, en 2005, al amparo de la política antiterrorista y de un mayor control de la población musulmana, dentro del Ministerio dell’Interno se creó *la Consulta per l’Islam italiano*. A través de ella el gobierno italiano quería conseguir dos objetivos: el primero dialogar con la mayoría de los musulmanes y el segundo aislar los extremistas.

En 2006, Caritas publicó *Cristiani e musulmani. Esperienze di dialogo e di fraternità* en que se evidenciaron unas experiencias de colaboración en áreas pobladas por islámicos y se ofreció ayuda y cercanía a la población inmigrada musulmana en el territorio nacional (Zatti, 2007).

Sin embargo, a pesar de algunos intentos por parte de la sociedad civil en desmontar esta idea sobre la inmigración, la política se ha interesado solo por la población inmigrada como una práctica burocrática y problema para la sociedad de acogida. En Italia se pueden identificar unos núcleos en los cuales las instituciones a través de su

lenguaje produce identidades. Los lugares en que se habla y se trata y controla la inmigración son al exterior del país (la vigilancia de las fronteras, la gestión de CPT/CIE los centros de acogida) y al interior del país (las operaciones de policía – controles, cacheos en la áreas urbanas) (Faucault 1969, Sayad, 2002, Maneri, 1998).

Si analizamos los datos del Ministero degli Interni italiano, el gasto público en el 2004 para la integración de los inmigrados regulares fue de 29 millones de euros contra los 115 utilizados para la lucha contra la inmigración irregular. De estos 115 millones el 92% fue destinado a la expulsión de los extranjeros irregulares. Podemos así deducir que la política en Italia concentró su acción en el control y sanción de los extranjeros irregulares, utilizando para ello muchos recursos financieros ya que considera al inmigrado una amenaza a la estabilidad del Estado (Bernard, 2007).

También la UE sigue esta misma idea. Atendiendo a la reacción de Europa hacia la situación política y la producción de leyes después del 11-S, podemos notar que la agenda europea no parece encaminada avanzar hacia la integración, y desde luego no lo considera una prioridad. En lugar de ello, el pilar internacional parece orientado al objetivo de asociar países extracomunitarios y lugares de origen de migración a una función exclusivamente de policía de fronteras, cuya prioridad es la lucha contra la inmigración ilegal, contra las mafias. Siguiendo a De Lucas (2012) desde el 12 de septiembre y ante la prioridad absoluta de esa “guerra” contra el terrorismo, las políticas de inmigración han desaparecido de la agenda política europea.

2.1.5. La opinión pública en Italia sobre lo musulmán después del 11 de Septiembre

No fue casualidad que tras la guerra del Golfo, la teoría del “choque de civilizaciones” ha tenido un renovado protagonismo. Escrita por el politólogo estadounidense Samuel P. Huntington en 1993, este trabajo se convirtió para muchos en la nueva ideología de la posguerra fría. Lo que planteaba venía a decir “que la fuente principal de conflicto en este mundo nuevo no son ni las diferencias ideológicas ni económicas. Las grandes divisiones del género humano y la fuente predominante de conflicto están fundadas en la diversidad cultural” (Huntington, 1997:125). Es decir, identificaba la islámica y confuciana como civilizaciones competitivas y en conflicto con la occidental.

Sin embargo, en realidad, lo que articuló esta teoría fue la justificación del sentimiento de superioridad cultural occidental y su imaginario anti-islámico, en un momento en que una buena parte de la atención internacional se centraba en el Medio Oriente (De lucas, 2012). Sartori (2001) declara a los inmigrantes islámicos no sólo extranjeros culturales, sino también abiertos agresivos enemigos culturales. Por eso, los inmigrantes musulmanes son, para Sartori (2001), literalmente inintegrables (Sartori, 2001).

Todo este universo mental occidental se reforzó de manera preocupante desde los atentados del 11 de septiembre y ha tenido una repercusión determinante para los musulmanes y árabes viviendo en suelo occidental. De hecho, en noviembre de 2002, un informe de Human Rights Watch señalaba que en USA, las agresiones sufridas por la población musulmana habían aumentado en un 1700% desde el 11/9. En Europa, el Summary Report on Islamofobia in the EU after 11/9, elaborado por el European Center against racism and xenophobia en Mayo de 2002, prevenía sobre el alarmante aumento del sentimiento de sospecha y los estereotipos contra los musulmanes en los países de la UE y resaltaba que las nuevas medidas gubernamentales se basaban en acciones policiales indiscriminadas hacia las asociaciones árabes y musulmanas, así como que había aumentado la intransigencia y la agresión contra las mujeres musulmanas que usan el pañuelo en la cabeza (Muñoz, 2016).

La Asociación Jóvenes Musulmanes de Italia (GMI, en italiano) fue la primera organización nacida después del 11 de septiembre 2001 para reivindicar el islam italiano como consecuencia de una elección consciente (Frisina, 2007). Y es que la sociedad italiana, a pesar de tener una fuerte tradición católica, , existe una generación de hijos e hijas de inmigrantes que son italianos y también musulmanes. Hay una minoría activa de jóvenes que “que entran en el espacio público para verse reconocidos, como iguales y para mostrar que ahora Italia es distinta, se ha convertido en un país multicultural y multireligioso” (Frisina, 2007:9).

Como explica Renzo Guolo (2003) en su libro *Xenofibi o Xenofili*, “el islam es un problema para la sociedad italiana y el islam interroga dramáticamente a la sociedad italiana sobre su propia identidad, sobre su propia cohesión, sobre su propia historia...el hombre islámico aparece ante los ojos de muchos italianos como antropológicamente otro” (Guolo, 2003:5).

Actualmente el islam es la segunda religión de Europa y de Italia, según la Fundación

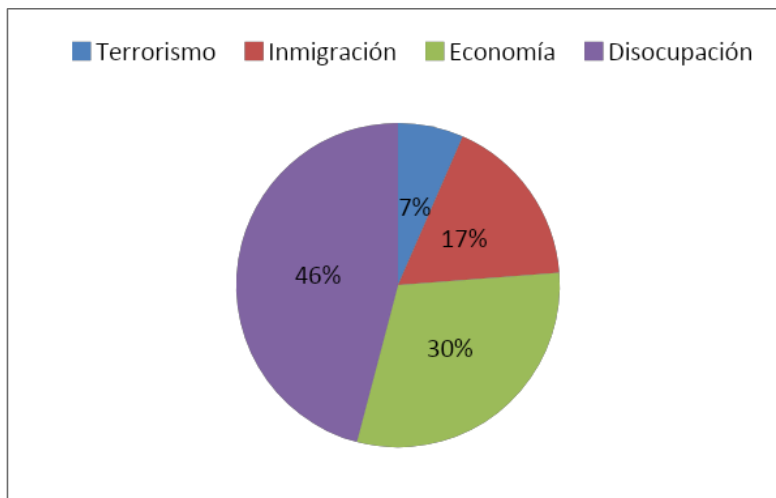
Agnelli. Los jóvenes musulmanes entre 6 y 25 años son alrededor 300.000, de los cuales aproximadamente 140.000 fueron nacidos o escolarizados en Italia. Es decir, en realidad el islam italiano es el espejo de la grande y diversificada comunidad musulmana mundial. Y, como tal, es un Islam plural en el que la mayoría vive su fe individualmente. Como señalaba, Walzer (1998) hoy nos empujan unos sobre los otros en modos nuevos en los que se experimenta la diferencia en primera persona (Walzer, 1998).

Ayaan Hirsi Ali (2005) escribe: “quien quiere poner en práctica la doctrina islámica y al mismo tiempo integrarse en una sociedad occidental tendrá muchas dificultades. En occidente un inmigrante musulmán tiene que relacionarse con un mundo que funciona al revés. Al contrario que en los países musulmanes, en occidente se da mucha importancia a la libertad y a la responsabilidad de los seres humanos, y a la necesidad de construir algo en la vida terrenal. Para lograr eso se da mucha importancia a la educación y al trabajo, no a la religión. En la sociedad occidental no predomina una sola ideología, hay muchas. La constitución es más importante que el Libro Sagrado de Dios y Dios es un hecho privado. Las relaciones entre las personas están reguladas por leyes y reglas establecidas por las personas y pueden mudarse en el tiempo. Todas las personas son iguales delante la ley. Las mujeres pueden ocuparse de todo y la homosexualidad no es un pecado que tiene ser castigado con la pena Capital, es una forma de amor normal. El amor no es solo para las personas casadas, se puede vivir como se quiere” (Ayaan Hirsi Ali 2005: 54,55).

Lo que se puede observar hoy en Italia es que a corto plazo, como señala Signorelli (2011), una parte importante de la población italiana ha demostrado pertenecer al área de los convencidos de su propia superioridad, animados por la desconfianza y el desprecio hacia la población inmigrante e inclinados a considerarles como un “mal necesario”; tolerables sólo si son asignados a tareas concretas y relegados en espacios bien identificados y circunscritos (Signorelli, 2011).

Unos datos muy interesantes relativos a la opinión pública italiana se evidencian en la encuesta del Instituto *Transatlantic Trends Immigration* (TTI, 2010). En las diferentes tablas se analizan los porcentajes sobre la preocupación de los italianos hacia la inmigración en general, si los inmigrados irregulares deberían ser expulsados y si los inmigrados regulares y los musulmanes se han integrado en Italia.

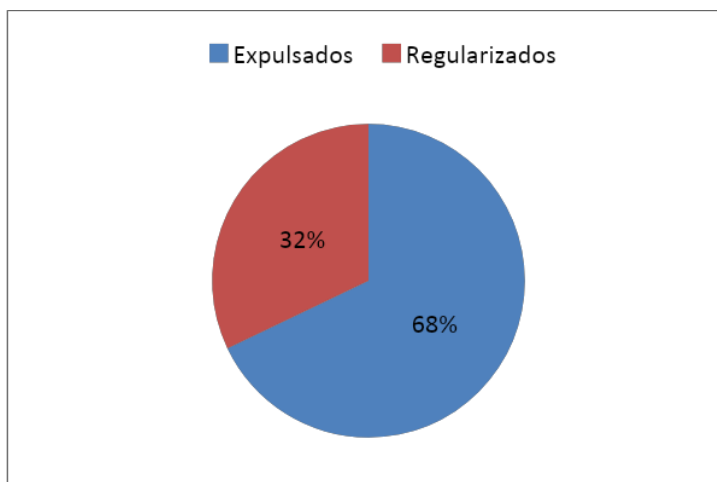
Gráfico VI: Pregunta sobre los principales asuntos que preocupan a la sociedad italiana



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por transatlantictrends 2010

En el Gráfico VI se puede evidenciar que la preocupación de la población italiana hacia los inmigrados es más fuerte en el ámbito económico y social, con un porcentaje mayor de respuestas, que el resto de motivos. Un porcentaje menor tiene miedo de la inmigración en general y un 7% tiene miedo del terrorismo que está asociado a la figura del inmigrado.

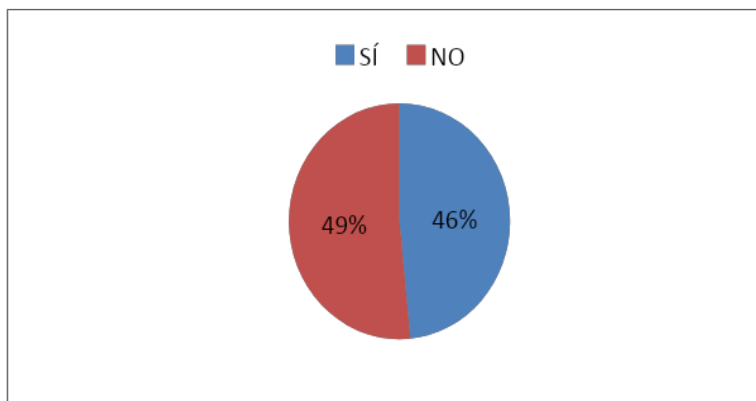
Gráfico VII: Pregunta sobre cual es la situación en la que debería estar la población inmigrante irregular



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Transatlantictrends 2010

Tal como se observa en el gráfico anterior (Gráfico VII), la opinión pública italiana tiene claro que los inmigrantes irregulares deberían ser expulsados.

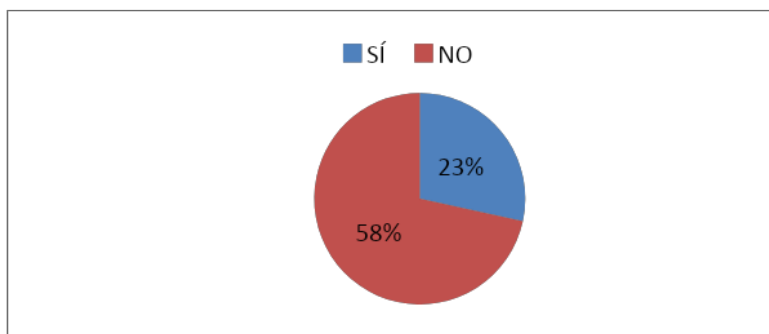
Gráfico VIII: Pregunta sobre la posibilidad de si la población inmigrada puede sustituir a los trabajadores italianos retirados



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Transatlantictrends 2010

Considerando los datos ilustrados en el Gráfico VIII, en la población italiana hay una división entre los que consideran que los inmigrantes pueden sustituir a los trabajadores italianos retirados y los que no creen que sea posible. La sociedad italiana no tiene una opinión mayoritaria sobre el tema en cuestión y los porcentajes de respuesta son muy similares.

Gráfico IX: Pregunta sobre si la inmigración es una oportunidad para la sociedad italiana



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Transatlantictrends 2010

La sociedad italiana no considera la inmigración como una oportunidad y solo un 23% considera la inmigración como una oportunidad para la sociedad italiana

Gráfico X: Valoración sobre el nivel de integración de los inmigrantes regulares y musulmanes



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por Transatlantictrends 2010

Por último, en el Gráfico X, la opinión pública declara que la población inmigrante regular y la musulmana se han integrado en Italia. Se puede subrayar, a la luz de estos tres últimos gráficos, que los italianos perciben la inmigración como un problema social y que los inmigrantes representan una amenaza al orden público y a la economía del país. Pero si consideramos el último gráfico la opinión está dividida en un 50% que considera los inmigrantes musulmanes integrados y un 50% que les considera no integrados.

2.1.6. Laicismo y religión en Italia

Los ataques terroristas a Estados Unidos, Gran Bretaña y España han dado lugar en Europa a manifestaciones de rechazo hacia la comunidad musulmana. Asimismo, en estos años la atención se ha focalizado en la mujer musulmana y su velo como símbolo

de atraso y sobretodo de amenaza a la paz común. De hecho, muchos gobiernos de Occidente han aprobado normas contra la utilización en el espacio público del burka y el nicab, prendas que se caracterizan por cubrir todo el rostro y el cuerpo femenino a excepción de los ojos. Y en muchos estados se han aprobado leyes que prohíben llevar el velo en edificios públicos y usarlo en los documento oficiales de identificación personal o similares. Una situación, como señalan algunos autores, es decir, las continuas polémicas sobre el hijab y su presencia en el espacio público que constituyen un conflicto generado por una forma de representación estereotipada de la alteridad (Aixelá, 2001, Mohuali, 2000, Badran, 2013).

Sin embargo, la utilización del velo no es exclusiva del Islam, muchas mujeres musulmanas lo emplean como parte de su vestimenta habitual. Tradición, cultura y religión integran una amalgama de motivaciones que se entremezclan entre sí (Bedmar, 2009).

La Constitución Italiana de 1948 (CI) consagra en su artículo 19 el derecho de todos a profesar libremente su propia fe religiosa en cualquier forma, individual o asociada, hacer propaganda de la misma y practicar el culto respectivo en privado o en público, con tal de que no se trate de ritos contrarios a las buenas costumbres. Se trata de un derecho, como señala Candalija (2020) que debe ser puesto en común con lo dispuesto por el artículo 3 CI, en el que se establece el principio de igualdad en el ordenamiento italiano, impidiéndose así que puedan producirse situaciones discriminatorias por razón de religión.

En cuanto al desarrollo del derecho de libertad religiosa, a pesar de los intentos de elaboración de una ley de libertad religiosa que pudiera desarrollar lo previsto en este artículo 19, hasta el momento, ninguno de los diferentes proyectos ha podido ver la luz (Candalija, 2020).

Actualmente, las comunidades islámicas, aun en ausencia de un acuerdo con el Estado Italiano, viven y actúan en nuestro ordenamiento a través de asociaciones, cooperativas que están tuteladas por los derechos civiles y sociales (Cavana, 2016:2).

La cuestión del velo se ha desarrollado en Italia en torno a la dificultad de identificación de las mujeres que llevando pañuelo esconden sus caras (Fiorita, 2008). El párrafo 26 de la Carta de valores de la ciudadanía y la integración, documento programático, jurídicamente no vinculante, presentado por el Ministerio del interior italiano el 23 de

abril de 2007, dispone que en Italia no hay restricciones al vestuario de las personas, pero no se aceptan formas de vestir que escondan el rostro, porque no se puede identificar a la persona. En relación a las fotografías para los documentos oficiales, el turbante, Chador y el velo portados por motivos religiosos están considerados parte integrante de las vestimentas habituales si no esconden el rostro.

A través del art. 5 de la Ley 152/1975, de 22 de mayo, de tutela del orden público, es prohibido «el uso, sin motivo justificado, de cascos protectores o de cualquier otra prenda que haga difícil la identificación de la persona» y que hace absoluta esta prohibición en el caso de «manifestaciones que se desarrollen en lugar público o abierto al público, bajo pena de prisión de uno a dos años y de multa de 1000 a 2000 euros». Estas prohibiciones municipales han sido declaradas ilegales por diversas consideraciones legales (formales y materiales) en la Sentencia de 19 de junio de 2008 del Consejo de Estado italiano (Corral, 2011:496).

En la dimensión política, el velo islámico se ha convertido en un supuesto que amenaza la democracia, ya que es percibido como la unión de lo político y lo religioso. Se considera una ofensa a la laicidad y una prueba de la intención por parte de un grupo de población de lograr una gobernanza teocrática del Estado (Arauyo, 2016). Como escribe Yturbe (2006), y esto se fomenta en la mayor parte de los estados democráticos que son laicos, sobre todo en lo que concierne a la libertad religiosa de los ciudadanos, aun cuando no hay inscrito en su Constitución la laicidad del estado: “el modelo laico se ha vuelto prácticamente indispensable en las sociedades religiosamente plurales y diversas, que desean desarrollar un marco de libertades y pacífica convivencia” (Yturbe 2006:69).

2.2. MARCO TEÓRICO

En esta parte se teoriza sobre los medios de comunicación y como son constructores de realidad social. Concretamente explicamos su relevancia en la representación de las mujeres musulmanas inmigrantes y como reproducen estereotipos y tópicos en torno a ellas en la prensa.

2.2.1. Los medios de comunicación como constructores de realidad social

Los medios de comunicación de masas tienen un papel determinante en la creación de la opinión pública. Las noticias, las informaciones, las opiniones emitidas y las representaciones culturales proyectadas, tanto en el ámbito de los medios audiovisuales como de los escritos, configuran un universo de discursos que crean valores, actitudes y juicios respecto a nuestro entorno social, cultural y político (Cáceres, 1987). En el caso del fenómeno migratorio femenino el tratamiento informativo que reciben no refleja su peso real en la sociedad, ya que el discurso periodístico genera un campo de significados a partir del silencio que invisibiliza a las inmigrantes y crea una corriente de opinión pública que minimiza su presencia y reconocimiento.

Ese discurso invisibilizador, como señala Nash (2004) repercute en un imaginario colectivo de la inmigración que tiene consecuencias muy negativas, ya que excluye a las mujeres de un modelo migratorio propio y las ubica falsamente en un modelo masculino en el que destacan los usos del discurso tradicional de género. Es decir, existe un parámetro clave del discurso de género vigente en la prensa: la continua definición de las mujeres inmigrantes desde el prisma de la domesticidad (Nash, 2004). Como señala esta autora, en la medida en que se acentúa la figura de una mujer inmigrante, se destaca su estatus familiar y un modelo tradicional de mujer casada, dependiente, pasiva y limitada al espacio doméstico (Nash, 2004). Así, la presencia de las mujeres inmigrantes se evoca bajo la noción de familia, maternidad y reproducción, con escaso reconocimiento de la individualidad femenina o del destacado papel de las mujeres solas en las trayectorias migratorias.

La homogeneización de la comunidad inmigrante femenina constituye otro recurso discursivo en la representación de este colectivo. Este proceso opera a través del lenguaje. Cuando se habla de las inmigrantes en los medios se difunde la idea de malos tratos, violencia o prostitución, excluyendo la voz de las mujeres en la prensa y dando

protagonismo a una cultura masculina que dificulta el proceso de interculturalidad (Nash, 2004).

Por eso Nash (2004) reflexiona hasta que punto es necesario plantearse cuáles son los mecanismos específicos que se emplean en el proceso de construcción simbólica de la realidad que los medios de comunicación llevan a cabo en el tratamiento de las cuestiones relacionadas con la inmigración y especialmente con las mujeres migrantes.

Según Gutiérrez (2010), el primer elemento que contribuye a forjar la representación mediática de los inmigrantes es el contexto, es decir, el discurso informativo provoca la focalización del fenómeno hacia el terreno de la inmigración irregular, dejando al margen aquellas situaciones de integración satisfactorias. Esto hace que se defina a la inmigración remarcando su carácter ilegal, negativo, vinculándola así con el universo del rechazo y la exclusión. Esta tendencia se acentúa con el empleo de la polarización entre “ellos” y “nosotros” en las noticias, lo cual orienta al lector dentro del esquema “amigo-enemigo” mediante una enfatización de “nuestras” características buenas, mientras, paralelamente, se acentúan “sus” rasgos desfavorables. Por lo tanto, los medios niegan a los inmigrantes la condición de ciudadanos, despojándoles de los derechos que eso implica (Gutiérrez, 2010).

En este mismo sentido, Van Dijk (2008) advierte que los nuevos estudios sobre la representación del Islam y de los musulmanes de la prensa actual, y especialmente después del 11 de Septiembre 2001, muestran que la imagen se hace cada vez más negativa y polarizada (Van Dijk, 2008). La migración y la población migrante es presentada como individuos problemáticos, incapaces de mantenerse unidos ante la adversidad, ya que hacen primar los intereses individuales antes que los colectivos.

Los medios de comunicación, para construir una imagen negativa de los inmigrantes se basan en la articulación de un discurso excluyente cargado de tópicos y de alarmismo sobre el futuro. Van Dijk (2008) subraya que la perspectiva global del discurso es siempre blanca y que en las noticias en la mayoría de los casos, no aparecen declaraciones de los inmigrantes y que el periodista menciona siempre la raza en las noticias si se trata de inmigrantes (Van Dijk, 2008).

Hay que reconocer que para los periodistas no siempre es fácil construir una alteridad exenta de connotaciones negativas ya que, generalmente, reproducen los estereotipos sociales que están vigentes. De forma más o menos explícita, en muchas ocasiones “el

otro” es construido como un ser incompleto y en tanto diferente se nos muestra como deficiente (Alsina, 2009).

2.2.2. El islam y los medios: Etnocentrismo e Islamofobia

La arabista Gema Martín (2001) declara que la cercanía geográfica e histórica crea relaciones complejas, como sucede en el caso del mundo europeo y del mundo musulmán. La rivalidad entre islam y cristianismo ha generado históricamente conflictos y una actitud de demonización hacia el otro (Martín, 2001). Esto, sin embargo, no implicaba la concepción de que una cultura fuese superior a la otra, pero Occidente empezó a relacionarse con los Otros en términos de superioridad (Martín, 2001) en la era moderna. Es decir, una posición de supremacismo “bajo cuyos parámetros se relaciona con los Otros en términos de superioridad, engendrando situaciones reactivas a dicha situación por parte de otros conjuntos geopolíticos que se ven inferiorizados a pesar de su gran bagaje cultural y civilizacional” (Martín, 2001:101). Así, tres momentos históricos marcan la percepción etnocentrista de Occidente: “el descubrimiento de América y la expulsión de los musulmanes y judíos de España, la experiencia colonial y el fin de la guerra fría con su dinámica de mundialización” (Martín, 2001:101).

La misma tesis sigue Edward Said (2005) en su obra *Cubriendo el Islam*, en la que afirma que desde finales del siglo XVIII hasta la actualidad, las reacciones occidentales ante el islam “han estado dominadas por un tipo de pensamiento radicalmente simplificado que [...] puede ser denominado orientalista” (2005:100). Para Said, la base sobre la que se asienta el pensamiento orientalista es una “imaginativa – si bien drásticamente polarizada – geografía que divide el mundo en dos partes bien diferentes: una más extensa, la diferente, llamada Oriente, y otra, también conocida como nuestro mundo, llamada Occidente o el Oeste”. (Said, 2005:100).

Como afirma Alba Rico (2015), Occidente ha contribuido a difundir valores e ideas pero ha impuesto su visión del mundo a través de un discurso “narcisista y violento que ha justificado sus crímenes y legitimado su esclavitud” (Rico, 2015:29). En concreto, este discurso etnocéntrico occidental se basa en la denigración del Oriente y del Islam como “realidad despótica irracional, atrasada, degenerada y bárbara, e incapaz de describirse a sí misma (VV.AA 2010:8-9).

Así, el mundo musulmán se dibuja como incapaz de modernidad y se denigra su cultura, su historia y su civilización. Todos los elementos culturales islámicos son considerados pertenecientes a un mundo atrasado, ignorando la existencia de una cultura que existe en la realidad social de las poblaciones colonizada (Martín, 2001).

De esta manera, la modernización quedaba –y queda– asociada al pensamiento y modelo europeos, dando por válida la supremacía occidental sobre la cultura musulmana y árabe. Bessis (2002) afirma que el etnocentrismo occidental está presente en todos los aspectos de nuestra vida porque reside en profundidad en la conciencia y pensamiento de los individuos y de los grupos. Es decir, en una verdadera cultura de supremacía de Occidente sobre el Otro (Bessis, 2002).

Si esto se extrapola al ámbito de los medios de comunicación, podemos señalar, como también lo hace Hall (1997), que la “capacidad de ciertos grupos de poder de representar a otros de una forma determinada y estereotipada, enfatizando lo diferente” recibe el nombre de poder simbólico (Hall 1997, citado en VV.AA, 2010:9). Según Hall (1997), a través de esta capacidad, a las minorías se les asignan una serie de características que las diferencian de nosotros. Esto, como afirma Foucault, “vincula lenguaje, conocimiento y realidad”(VV.AA, 2010:9).

Los discurso políticos y de los medios de comunicación en relación a la representación del Islam y del mundo árabe en Occidente se refieren a tres formas de discurso (VVAA, 2010):

1. Un discurso etnocéntrico, que sitúa al ‘yo’ del propio grupo en la parte central del discurso. Es el ‘nosotros’ y ‘ellos’, o ‘nosotros’ contra ‘ellos’.
2. Un discurso de dominación, en cuya base está el poder y la influencia y en el que la representación de ‘ellos’ y ‘nosotros’ se basa a en la superioridad del ‘nosotros’ frente a la debilidad o inferioridad de ‘ellos’.
3. Un discurso de demonización, hipócrita y malintencionado, que en el caso que estamos estudiando degenera en un discurso de ‘islamofobia’.

Existe la creencia generalizada que la islamofobia, como fenómeno social, nació con los atentados del 11 de septiembre de 2001 en New York (11-S). En un primer instante, puede parecer que dicho acto terrorista es el impulsor inicial de tal sentimiento de

aversión, pero como hemos señalado anteriormente, lo cierto es que éste ya se hallaba latente en las sociedades occidentales. Sin embargo, no hay duda de que este episodio fue muy significativo en el proceso de desarrollo de la islamofobia (Velasco, 2016).

El término *islamofobia* es “un neologismo que empezó a utilizarse en la década de 1990 para referirse a las percepciones globales negativas y peyorativas sobre el islam y a la discriminación contra los musulmanes por prejuicios y razones de odio racial” (Martín–Muñoz, 2012:167). La islamofobia crea una situación de rechazo, discriminación y persecución hacia los musulmanes que son excluidos de la vida económica, social y pública de una nación (Comission of Bristish Muslims and Islamophobia, 1997 en Mijares-Ramirez, 2008).

Persistiendo en el discurso pronunciado el 7 de Diciembre de 2004 por Kofi Annan – Secretario General de la ONU- citado por Ibarra (2014): “Los principios del Islam son frecuentemente distorsionados y sacados de contexto y se toman actos o prácticas particulares para representar o simbolizar una fe rica y compleja. Algunos afirman que el Islam es incompatible con la democracia o que es irrevocablemente hostil a la modernidad y a los derechos de las mujeres. Y en demasiados círculos se permiten las declaraciones denigrantes sobre los musulmanes sin ninguna censura, con el resultado de que el prejuicio adquiere un barniz de aceptabilidad” (Ibarra, 2014:124).

Un elemento de referencia adicional importante para la definición de la islamofobia son las ocho características que se le atribuyeron en un documento publicado en 1997 por la ONG británica Runnymede Trust, titulado *Islamophobia: A Challenge for Us All* (Islamofobia, un desafío para todos nosotros). En dicho informe, el concepto de islamofobia se define en referencia a los siguientes criterios:

1. Se considera el Islam como un bloque monolítico, estático y reacio al cambio
2. Se considera el Islam como una realidad diferente y “otro”. No tiene valores comunes con las demás culturas, no se ve afectado por estas últimas ni influye en ellas
3. Se considera al Islam como inferior a Occidente. Se le percibe como bárbaro, irracional, primitivo y sexista
4. Se considera al Islam violento, agresivo, amenazador, propenso al terrorismo y al choque de civilizaciones

5. Se considera al Islam como una ideología política utilizada para adquirir ventajas políticas o militares
6. Las críticas a Occidente formuladas por el Islam son rechazadas de forma global
7. La hostilidad con respecto al Islam es utilizada para justificar prácticas discriminatorias hacia los musulmanes y la exclusión de los musulmanes de la sociedad dominante
8. Se considera que la hostilidad contra los musulmanes es natural y normal (Árabe, 2007).

Como señala Ibarra (2014), a propósito de los atentados del 11 de Septiembre, los medios de comunicación se convirtieron en la mejor herramienta de justificación y validación de una política determinada, difusora de ideas trastocadas y estereotipos étnicos y culturales absolutamente sesgados sobre el Islam, los árabes y los musulmanes. La relación entre Islam y terrorismo se reforzó y con ella la confrontación bipolar abandonada durante la guerra fría. Se recuperó la idea de oposición restableciendo una curiosa dicotomía que oponía una zona geográfica, Occidente, con una religión monoteísta, el Islam, que a su vez se identificaba con el mundo árabe como si fuera lo mismo, a pesar de que las comunidades musulmanas más numerosas se encuentran en países no árabes como ella India, el sudeste asiático o Asia Central.

Según este mismo autor, se pueden analizar tres momentos diferentes para interpretar este movimiento de desconstrucción-construcción de la representación del inmigrado en los medios de comunicación (Ibarra, 2014):

- ✓ La aprehensión de la inmigración y del inmigrado a través de un análisis semántico.
- ✓ La observación del referente implícito y explícito del discurso y de las palabras que designan al inmigrado.
- ✓ La identificación de los grupos subyacentes, que son vehículo de ese discurso y que se diferencian como grupo de identidad y grupo de alteridad.

En sociología nos enfrentamos constantemente a la dificultad de nombrar el otro sin esencializarlo, a la preocupación por huir del etnocentrismo ingenuo que acompaña a todo proceso de alterización. En efecto, el análisis semántico se traduce a menudo por

dificultades para nombrar y designar al otro. De hecho, el vocabulario pone de manifiesto las formas de pensar, del mismo modo que esclarece las relaciones sociales y más en particular las relaciones entre una sociedad y esa parte de ella misma que es el extranjero.

Los términos utilizados habitualmente en la prensa son los siguientes (Nash, 2005; Martín, 2010):

- Extranjero
- Inmigrado
- Refugiado
- Minoría

La figura del extranjero se ha construido y se ha fijado jurídicamente con la afirmación del Estado-nación. Por tanto, según la prensa, el extranjero sería:

- Aquella persona que pertenece a otra nación
- Es un huésped de paso que acogemos en casa unos días
- No es conocido
- Extranjero viene de extraño, lo que se sale de lo corriente

En la prensa se asocia frecuentemente el inmigrado con la idea de no pertenencia nacional, con la cuestión de la exclusión social y de la no participación ciudadana. Este concepto de inmigrado parece mantener al margen de la sociedad a hombres y mujeres que, sin embargo, forman parte integral de la misma. Este término está cargado de representaciones presentes y pasadas. A pesar de sus significados muy diferentes, “los términos extranjero e inmigrado se emplean indistintamente. La imagen del inmigrado en la sociedad occidental es por lo general múltiple” (Belarbi, 2004:81-97).

A pesar de parecer sencillas, las expresiones en los medios son finalmente el reflejo de una determinada conciencia que puede servir para crear un equilibrio natural entre el mundo que percibimos y los pensamientos que pueblan nuestra mentes. El estereotipo es un defecto humano y que debemos ser capaces de abordarlo con mucha cautela y precaución. En la época de la información abierta y libre, que ha acercado al mundo de una forma antes inimaginable, sigue habiendo ciertas consideraciones que confirman que, en tanto que medio de conexión, no ha podido en ningún momento salir del marco dirigido y construido sobre las representaciones dominantes en la cultura a la que se

dirige. Su relación con la opinión pública que se consume sigue enturbiada por muchas ambigüedades, lo que dificulta abstraer los medios de comunicación del entorno que les rodea. Esto requiere una lectura detenida de la especificidad de la relación entre la información y la opinión pública.

La representación del árabe se mueve entre la imagen romántica elaborada por los poetas del siglo XVIII, y la del terrorista creada por los modernos medios de comunicación, pasando por la del rico tonto o la del emigrante ignorante. Todas estas imágenes contribuyen, en general, a afirmar la superioridad del occidental, pero, a menudo, esconden un odio auténtico sólo comprensible en el marco de una referencia plagada de luchas. Así pues, la escritura se ha convertido en un meromolde para afianzar todos los sedimentos culturales; porque el periodista debe “escribir de la forma que guste al mayor número posible de gente, puesto que nos dirigimos al gran público. En este contexto, debemos estudiar los mecanismos que apoyan la representación del árabe en el imaginario occidental, con el fin de buscar el hilo que nos delimite el alcance de la importancia del papel de los medios de comunicación en la consagración de la mala imagen (Louassini, 2002:67-73).

Las noticias de un periódico son un subsistema de representación de una sociedad. Y así dice Hall (1997:6) “en el corazón del proceso de sentido dentro de la cultura hay, por tanto, dos sistemas relacionados de representación. El primero nos permite dar sentido al mundo mediante la construcción de un conjunto de correspondencias o una cadena de equivalencias entre las cosas - gente, objetos, eventos, ideas abstractas, etc.- y nuestro sistema de conceptos, o mapas conceptuales. El segundo depende de la construcción de un conjunto de correspondencias entre nuestro mapa conceptual y un conjunto de signos, organizados o arreglados en varios lenguajes que están por, o representan esos conceptos. La relación entre las ‘cosas’, conceptos y signos está en el corazón de la producción de sentido dentro de un lenguaje. El proceso que vincula estos tres elementos y los convierte en un conjunto es lo que denominamos ‘representaciones’”.

Según Hall (1997) las noticias, al igual que el uso del lenguaje y el lenguaje mismo no se producen en un vacío sino en un sistema de referencias y representaciones, con sus reglas, sus límites y sus horizontes de expectativas. En relación a nuestro tema, ello supone que las noticias se crean a partir de la lengua usada en ellas, la sociedad a las que van dirigidas esas noticias y las ideas preconcebidas o precedentes que existen en

esa sociedad y en esa lengua sobre el tema del que tratan las noticias o las informaciones.

En el caso que nos ocupa de la terminología islámica o relativa al islam en los medios, ello supone que los términos y las expresiones tienden a ser usados, no en su significado real dependiendo del contexto y el mensaje, sino en razón de las convenciones sociales acerca del islam y de lo islámico y de la percepción que se tiene de ello en la sociedad y la lengua que reciban la información sobre aquéllos (Gideon, 1995)

Según Angenot (2010) el discurso social como toda expresión escrita u oral en sociedad, pueden definir un sistema que organiza lo decidible, lo narrable, lo opinable (Angenot, 2010, citado en Fino, 2018).

Marková (2003) menciona que el uso de algunas palabras y la asociación de éstas con nuevos significados en los medios de comunicación masiva, como los titulares de prensa, son uno de los aspectos que posibilitan la difusión de representaciones sociales. Cuando el objeto de representación se presenta con un adjetivo, se va transformando en una etiqueta: “se construye un lenguaje específico, se acompaña la formación de una representación. Una vez que esto se logra, las palabras adquieren significados específicos” (Marková, 2003:120).

En el discurso informativo se manifiestan diferentes representaciones del mundo. De forma que “las representaciones sociales están insertas en los significados de las palabras y por eso el discurso público las perpetua” (Marková, 2003:126). Así, a través de los medios de comunicación masiva, como la prensa, se revelan las representaciones sociales que perduran en la sociedad, extendiéndose hacia un colectivo de población muy amplio.

Las representaciones sociales se manifiestan a través del discurso, el cual es elaborado en relación con las condiciones sociales, históricas, institucionales, ideológico–culturales e histórico–coyunturales del enunciador. En cuanto a las representaciones sociales en los medios de comunicación masiva, éstas se proyectan en el discurso de la información, que se compone de la explicación del suceso y la interpretación del articulista, el periodista o redactor del hecho que se da a conocer. La construcción de la realidad social es intersubjetiva; es decir, compartida por otros seres humanos. Así, el mundo es común, porque los significados en éste tienen correspondencia con los individuos que los conocen y los comprenden. El conocimiento de sentido común es el

que se comparte con otros sujetos.

Otros elementos importantes en la construcción de la realidad social son el lenguaje y la comunicación. El lenguaje es una vasta acumulación de significados y experiencias que permiten comprender la realidad social. Con el lenguaje se tipifican las experiencias, se elaboran esquemas clasificados, y se crean nuevos símbolos para explicar y comprender la realidad de la vida cotidiana (Berger & Luckmann, 2001).

2.2.3. El inmigrado como problema

Al discurso sobre la violencia y la inmigración se une la visión de la población inmigrada como personas que viven en situaciones de marginalidad y decadencia social. Dicho con otras palabras, el tema de la inmigración se trata como un problema (Corte 2002; Cospe 2003; Binotto, Martino 2004 en Solano, 2014).

A nivel terminológico, el inmigrado se identifica, en la mayoría de los casos, a través de sus características étnicas, la referencia al país de origen o a su condición de extranjero/inmigrado. Por ejemplo, en el Instituto de Investigación Socio-económico Italiano (Censis) se señala que esto ocurre en el 68,2% de casos, es decir se hace referencia al país de procedencia cuando se habla de inmigrados (Censis, 2002). Se nota que la referencia a su identidad de extranjero está citada más si el inmigrado tiene un problema con la justicia y mucho menos cuando es una víctima. Se asocia el hecho de ser extranjero con hechos criminales como si ser inmigrado tuviera una natural propensión al crimen.

Los medios de comunicación utilizan frecuentemente la palabra clandestino, término que está sustituyendo al de extracomunitario para indicar el aspecto más problemático de la población inmigrada que llega a Italia. Es un término social para indicar el “inmigrado malo”, es decir su condición de clandestino lo hace capaz de cometer crímenes y conductas inadaptadas (Solano, 2011). Otras palabras utilizadas por los medios de comunicación (Cotestà, 1998-1999; Maneri, 2009) para hablar sobre esta población son: emergencia, invasión, desembarque, criminalidad, desesperación, y terrorismo, reforzando la misma idea de inadaptación, violencia y marginalidad (Censis 2002:5).

Los resultados del proyecto *Etnequal Social Communication*, sobre el mundo de los

medios de comunicación en Italia señalan la incapacidad por parte de los medios de tener una comunicación adecuada sobre el tema de inmigración. De forma específica, uno de sus resultados muestra cómo la crónica sobre la llegada a Italia de los inmigrados está más presente en las noticias que narrar cómo viven. Si a ello además se añade que instituciones como el Ministerio degli Interni difunden datos alarmantes sobre la presencia de islamistas en Italia o desembarques continuos de clandestinos, se genera miedo en la población (Bernard, 2004).

Otro de los resultados del estudio muestra como la tendencia en el abordaje de las migraciones ha sido considerar el tema desde la perspectiva del país de acogida, del país de inmigración y no de los países de origen o de la combinación de ambos prismas en conjunto. Es decir, se ha estudiado de forma mayoritaria el fenómeno migratorio en relación con los problemas que se plantean en la sociedad receptora, sin prestar atención a las cuestiones relativas a las causas de la inmigración. También, una constante en los trabajos ha sido la inclinación a considerar la inmigración como problema social y no como problema sociológico, tendiendo a tomar el objeto de estudio tal como es entendido por la sociedad, en el orden del sentido común, sin realizar una conceptualización y una construcción científica del objeto de estudio (Herrera, 1994).

En resumen, existe cierta unanimidad en la academia sobre la representación mayoritaria que han elaborado los medios de comunicación, tanto italianos como europeos, en relación a la población inmigrante, presentándola como asunto problemático y conflictivo para los países de residencia y acogida (Dragoevich y Bodas, 1994; Buisef, 1994; Roiz, 1994; Del Álamo, 1997; Estupiñán, 1997; Peñamarín, 1997; Alsina, 2006; Rizo, 2001; Bañón, 2002; Siurana, 2004; Solano, 2011, Corte, 2002, Zatti, 2007, Orrú, 2015, Gallotti – Maneri, 1998). Tal como señalan Sobrados-León y Sánchez (2008), la práctica periodística sobre este tema se podría resumir en las siguientes características: a) se la ha dado un tratamiento superficial, parcial y reduccionista, b) se ha primado el sensacionalismo y prácticamente desaparece la normalidad, c) han prevalecido los tópicos y estereotipos, d) la inmigración se ha vinculado a problemas como: delincuencia, inseguridad ciudadana, mafias, prostitución, etc. e) ha habido una escasa reflexión y crítica sobre las causas que obliga a migrar a miles de personas, f) se ha dado prevalencia de las fuentes institucionales, silenciando la voz de los inmigrantes, g) se ha dado una falta de especialización por parte de los periodistas. h) y se ha abusado de una victimización de la mujer (Sobrados-León y Sánchez 2008).

Y por ello, no es de extrañar que según una encuesta de la Fondazione Censis (2004) sobre un total de 2000 entrevistados en el territorio nacional italiano emerge que un 68% de los entrevistados considera la inmigración como un problema y solo un 40% considera la inmigración poco relevante en la sociedad italiana (Censis, 2004).

2.2.4. La representación mediática sobre las mujeres musulmanas

Si el discurso mediático y político sobre inmigración en Italia está cargado de estereotipos y prejuicios hacia la población migrante, el discurso hacia las mujeres es aún peor. Las mujeres inmigrantes, consideradas como “las otras”, son vistas como migrantes inactivas y dependientes tanto social como económicamente de la figura del emigrante varón. A menudo, como señala Vicente (2006), viven entre el paternalismo y el rechazo de las sociedades de acogida, que las considera y representa como víctimas de prácticas retrógradas como la boda, el uso del velo, la mutilación genital, la reclusión en ámbitos privados, el abuso o violencia sexual. Como señala Vicente (2006), se suele asociarlas con problemas sociales como el tráfico de personas, la prostitución, el empleo en condiciones inhumanas, dentro de una sociedad europea en que la no aceptación de la diversidad cultural y la exigencia de asimilación sirven como excusa para la exclusión. En tanto que una persona no se asimila perfectamente a la nueva sociedad de acogida, la culpa de su marginación recae sobre ella, precisamente por no “integrarse” (Vicente, 2006).

En la representación mediática sobre las mujeres musulmanas hay un aspecto muy interesante subrayado por Martín Muñoz (2005) que en su trabajo habla de las representaciones más frecuentes en los artículos de prensa refiriéndose a la mujer pasiva, la víctima y la velada (Muñoz, 2005). A través de las representaciones de los medios de comunicación se favorece la percepción reduccionista de las mujeres musulmanas como víctimas de “la violencia machista del islam” o del integrismo islámico, un discurso dominado por las nociones de pasividad y victimización. Esta es una visión muy extendida en las sociedades occidentales que tiende a dificultar la adopción de otros enfoques mucho más complejos que permitirían comprender, por ejemplo, que la negación del derecho a usar voluntariamente el velo puede ser también una manifestación de intolerancia. Estas representaciones orientalistas alimentan igualmente prejuicios como el de considerar una mujer, por el hecho de llevar el

pañuelo islámico, está sometida, cuando en realidad todo depende de los motivos para el uso de esta prenda, que son diversos.

La responsabilidad de los periodistas en no exacerbar estas visiones simplistas, que acaban dificultando la comprensión y la convivencia intercultural, adquiere todavía mayor importancia si se tiene presente que los estereotipos sobre la discriminación de la mujer árabe musulmana constituyen hoy uno de los instrumentos más eficaces para demonizar a sus sociedades y un mecanismo también muy poderoso para legitimar teorías culturalistas como las que afirman que el islam y la modernidad son incompatibles o las que sostienen que, debido a su religión, los musulmanes no se pueden “integrar” en las sociedades europeas.

Es necesario subrayar el efecto pernicioso de poner énfasis únicamente en los aspectos desastrosos y negativos de la situación de estas mujeres, dramatizándolos y generalizándolos casi siempre y, además, sin contextualizarlos. Pues la realidad es múltiple y diversa.

Los factores que influyen en la construcción de las representaciones esencialistas de las mujeres musulmanas son muchos y variados. Entre ellos no sólo están los intereses y la ética periodística de los profesionales de la comunicación, su ideología y su formación en temas como el islam, el mundo árabe y la inmigración, sino también las prácticas dominantes, como el tiempo disponible, la agenda de la información, el predominio de la emoción sobre la explicación, la preferencia por las fuentes de información institucionales, los intereses políticos y económicos de las empresas periodística. En definitiva, estos factores son tan complejos que la diversidad de discursos en el sistema de medios pasa no sólo por un cambio en los tradicionales, sino también, y sobre todo, por la búsqueda de condiciones para que los discursos provenientes de otros sectores sociales tengan una presencia equivalente en la esfera pública. De ahí la importancia del apoyo al acceso de las mujeres inmigrantes, las musulmanas en particular, a los medios de comunicación (García, 2012).

Como escribe Shaw (1972) el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios incluyen o excluyen de su propio contenido (Shaw, 1972).

2.2.5. La mujer en los medios de comunicación en Italia

La mujer, tanto en el contexto italiano como en el español o europeo, siempre ha sido interpretada desde los medios de comunicación a través de una mirada patriarcal y heteronormativa (Sobrados-León y Sánchez, 2008, G. Solano, 2011, Corte, 2002). En el caso de las mujeres inmigrantes a esta mirada se le ha añadido el etnocentrismo occidental. Es decir, en ellas convergen las características de la representación del colectivo migratorio, de las mujeres y de la población musulmana. Es lo que Nash (2007) describe como “la doble alteridad de las mujeres inmigrantes” (Nash 2007:60). Una identidad mediática en la que se muestra la interacción de factores de género y diferencia cultural y, por ello, genera mayor marginalización, cosificación e invisibilización.

En relación al tratamiento de la mujer en la prensa italiana, Simelio (2006) señala que las mujeres han estado muy poco representadas en la información publicada por los medios de comunicación tanto escritos como audiovisuales, recibiendo un tratamiento que a menudo las ha situado como víctimas, personajes marginales o seres débiles e incapaces. Su presencia en la prensa no se ha incrementado proporcionalmente a su incorporación en los escenarios públicos, económicos, políticos, culturales y, cuando han estado, en la mayor parte de las ocasiones han sido caracterizadas como víctimas pasivas y pacientes, dentro de situaciones anecdóticas o como objeto de ironía. En todo caso, como apunta Rovetto (2010), como sujetos que no mudan, que no se desarrollan con el pasar del tiempo.

Esta situación no es exclusiva del contexto italiano ni tampoco novedosa. Los resultados aportados por el proyecto Global Media Monitoring (GMMP) del año 2015 sobre representación de mujeres y hombres en los medios de comunicación en Italia (prensa, radio y televisión), muestran como ha existido de forma generalizada una importante sub-representación de las mujeres en los medios de comunicación. En sus resultados destacan como sólo el 21% de las noticias en los periódicos italianos (*Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Stampa*, *Il Messaggero*, *Il Gazzettino*, *Il Resto del Carlino*), tienen a mujeres como protagonistas frente al 79% en el que son varones. Otro resultado igual de revelador es cómo los medios infrarrepresentan a las mujeres como agentes y las sobrerrepresentan como víctimas (López 2007 y 2005). Esto sucede tanto en temas que afectan por igual a los dos sexos: accidentes, crímenes o guerras, como en las

noticias que afectan particularmente a las mujeres: violencia sexual y violencia doméstica, donde además de recibir muy poca cobertura mediática, suele ser la voz del hombre (64% de los sujetos que aparecen en el discurso de las noticias) la que prevalece (GMMP 2015).

Esto nos lleva a pensar que las diferencias existentes en la representación simbólica de mujeres y hombres en los medios de comunicación responde a hábitos de pensamiento androcéntricos que afectan el enfoque y el tratamiento de la realidad social. Como señala Rovetto (2010), tanto en la sociedad como en los medios persiste una mirada informativa androcéntrica, restrictiva y anquilosada que ha expulsado a las mujeres como protagonistas del debate público. El papel de la mujer en el espacio público ha sido frenado o, directamente, excluido y abortado en largas épocas históricas. Hoy su invisibilidad no supone, como señala Savater (2006), una cuestión de jactancias ni de presunciones o vanaglorias. La visibilidad de las mujeres, tanto en la sociedad como en los medios, es la que hace tangible su existencia y presencia social.

El enfoque marginal, victimizador e invisibilizador hacia la mujer se acentúa cuando interaccionan otras variables como el lugar de procedencia o la clase social. Las mujeres inmigrantes, las víctimas de la violencia doméstica o las trabajadoras sexuales reciben por parte de los medios de comunicación un tratamiento tan negativo que, como advierte Alcoba 2009 en Simelio, 2009), incluso llega al menosprecio.

En el caso de las mujeres inmigrantes, la interacción de los factores género y migración resulta ser un catalizador para una mayor marginalización y invisibilización. Benach y Tello (2005) recuerdan cómo el feminismo occidental, incluso en su defensa de la mujer, no dejaba de estar impregnado de un discurso colonial en el que se afirmaba la superioridad de la cultura blanca al mismo tiempo que generaba una imagen de las mujeres del tercer mundo como un todo homogéneo, un colectivo subalterno, tradicional y sin capacidad de transformación histórica (Salas, 2012).

La representación de estas mujeres se ha hecho desde una caracterización que las entendía como víctimas sin proyecto migratorio (Pérez, 2003) y objeto de una voluntad ajena (Creighton, 2013), por lo que sus voces no han tenido cabida en el discurso público, han sido subalternas. Como subraya Bernardez (2007:275) “las inmigrantes no dicen, sino que son dichas”. Esto ha generado una clara discrepancia entre la feminización de las migraciones y las imágenes y referencias a las mujeres inmigrantes

en la prensa (Creighton, 2013).

Añadido a todo lo anterior, cuando se habla de mujeres inmigrantes musulmanas en la prensa aparecen los tópicos y estereotipos sobre la mujer y el islam. Como señala Bruno (2008), una cuestión transversal que se da en la mayoría de los discursos que se realizan sobre estas mujeres es la de la sumisión femenina. El orientalismo continúa omnipresente con los estereotipos que emergen cada vez que los medios occidentales hablan de mujeres con velo como rehenes de rescatar o sujetos de defender. De ellos se desprende un cierto paternalismo, tanto desde la derecha como de la izquierda, que emerge en relación a las mujeres musulmanas y, en general, hacia los musulmanes considerados como un cuerpo extraño que tiene que integrarse en la sociedad. Todo lo que se refiere a la cultura y religión del Islam es visto como extraño y marginal e interpretado como una amenaza para la manera de vivir de la población italiana (Gaudino, 2019).

En este caso, el prisma de doble alteridad de género y de minoría, como señala Nash (2007), constituye un mecanismo cultural decisivo que niega protagonismo a las mujeres, las supedita a proyectos colectivos y las ‘etniciza’ en términos culturales” (Creighton, 2013). Por ello, considero no sólo necesaria sino urgente una mirada compleja, interseccional, de género y multicultural para abordar el estudio de la representación que se hace de dichas mujeres.

En el ámbito de las investigaciones que se realizan sobre población extranjera se han ubicado mayoritariamente los estudios sobre la comunidad musulmana. Las dos temáticas frecuentes que aparecen en las noticias al hablar sobre esta población han sido el terrorismo de matriz islámica y la llegada de pateras (Solano, 2012). El lenguaje utilizado ha abusado del alarmismo y la metáfora, por ejemplo, a través del uso excesivo de palabras como extracomunitario, subrayando que alguien no pertenece a la Unión Europea, o de otros términos más despectivos como desesperados, pobres o clandestinos, es decir, inmigrantes malos con tendencia al crimen (Solano, 2012).

En general, como afirma Corte (2002), la comunidad musulmana en tanto que con su diversidad y su alteridad enfrentan nuestro mundo y nuestra manera de vivir es entendida como amenaza global, y los medios de comunicación se han movilizad para exorcizarlos, para neutralizarlos de manera simbólica e ideológica, legitimando una distinción entre inmigrados buenos y malos, los que creen en los valores Occidentales

los que no (Corte, 2002).

2.2.6. Estereotipos y tópicos en torno a la mujer musulmana

Como señalaba Martín (2012), ser árabe significaba originalmente ser una persona natural de la península arábiga y otros territorios circunstantes de lengua árabe. El árabe es el octavo idioma más hablado del mundo, también en su versión clásica, es la lengua litúrgica del Islam, pero está claro que los términos árabe y musulmán no coinciden en su significado objetivo (Martín: 2012:8). Si bien es cierto que el centro religioso del Islam es Oriente Medio, la gran masa de seguidores se encuentra fuera de esas tierras. Por lo “tanto conviene recalcar que la mayoría de musulmanes no hablan árabe” (Gil, 2010:2).

Uno de los primeros estereotipos sobre esta población es que toda la población musulmana es árabe y religiosa y, por ello, la religión gobierna todas las esferas de su vida. Esto enlaza directamente con lo que la profesora Gema Martín (2012) llama el fenómeno del “culturalismo” que consiste en ofrecer explicaciones culturales de hechos políticos como estrategia para consagrar e incrementar la sensación de superioridad del Occidente sobre lo islámico (Forga, 2014). Gema Martín (1998) resume la relación directa que el imaginario occidental establece entre Islam y violencia: la religión de los musulmanes es incompatible con la paz. Según esto, la población musulmana no tiene entidad política porque les gobierna solo su cultura y fundamentalmente su religión. En definitiva, “la religión les condiciona de tal modo que les mantiene en un estado de atraso, fundamentalismo y violencia imposible de cambiar” (Martín, 1998:157).

Sin embargo, como señala Nash (2004a), este desencuentro cultural entre Occidente y el Islam ha tenido unas claras connotaciones de género, ya que la mujer musulmana ha sido señalada como uno de los principales objetos de diferenciación cultural (Nash, 2004a). Gema Martín (2010) resume la imagen de Occidente sobre las mujeres musulmanas de este modo: “la imagen dominante sobre la mujer árabe es la de la mujer pasiva, exótica, víctima, velada. Una mujer impersonal cuya representación está rodeada de estereotipos que interactúan como fuente de prejuicios culturales” (Martín, 2010:208).

El victimismo rodea a la mujer musulmana desde la perspectiva de Occidente, un

victimismo que la convierte en pasiva, sumisa, siempre sometida a los designios de los hombres de su comunidad e invisible. Eloy Martín Corrales (2002) resume en tres sustantivos la imagen de las mujeres musulmanas: “ignorancia, sumisión y sensualidad” (Martín, 2002).

Según Gema Martín (2005) “las mujeres no aparecen como individuos que desempeñan un trabajo o buscan la atención de los medios, únicamente como víctimas de sus relaciones familiares” (210-211).

Y es que en la construcción de la diferencia entre Occidente y Oriente –nosotros y los otros- el género posee una dimensión clave y decisiva. Se representa a Oriente como “un conjunto de culturas o civilizaciones especialmente crueles y opresoras con respecto a sus mujeres en el ejercicio del predominio social masculino” (García et al., 2011:286). Por lo tanto, el rechazo a lo musulmán - más allá del aspecto del terrorismo y la violencia - se vehicula a través del asunto de la mujer como víctima de su religión, y la cultura que de ella se deriva. Se da por hecho, pues, “que es el Islam el origen de la discriminación de género” (García et al., 2011:288). Se trata, de un fenómeno discriminatorio a través del cual el eje religioso es analizado “como un factor que intersecciona en la vida de las mujeres musulmanas con otras desigualdades como el origen, la lengua y su estatus legal” (Expósito, 2012:212). De esta forma se refuerzan los estereotipos orientalistas que representan a las mujeres atrasadas y oprimidas aumentando sus dificultades de integración. La religión es un elemento de desvaloración de las mujeres musulmanas respecto a las mujeres de otras procedencias y confesiones (Expósito, 2012).

Los medios de comunicación de masas presentan siempre los casos más extremos y sensacionalistas. Existe una serie de ideas erróneas a la vez que muy integradas, en el imaginario colectivo occidental. El occidental traza un estereotipo en el que sitúa a la mujer musulmana como tradicional y retrasada, frente a la mujer occidentalizada como moderna y empoderada: libre. Si verdaderamente hay una línea divisoria, el eje que separa las mujeres tradicionales y modernas, no es una adhesión religiosa, sino el acceso que han tenido a la educación. De hecho, hay un importante sector de mujeres musulmanas con un alto nivel educativo que se niega a abandonar su fe. Se adhieren libre y deliberadamente al Islam. Ésta es precisamente la cuestión que Occidente no “metaboliza” – le irrita, como señala Martín (2005). Sin embargo, le importuna aun más

que estas mujeres vistan por voluntad propia prendas símbolo de sus creencias (Martín Muñoz, 2005) – más allá de cómo interpreta cada una de ellas tales signos.

Se supone que la única característica de estas mujeres es ser islámicas, es como si la religión las definiera totalmente, como si no existieran más dimensiones en ellas que la que le confieren sus creencias. De hecho, generalmente, cuando se las muestra en los medios vistiendo algún tipo de velo, se las presenta como “ausentes de atributos individuales o personales” (Martín Muñoz, Grosfoguel, 2012:148). En cambio cuando “aparecen mujeres musulmanas occidentalizadas, se les resalta las similitudes culturales occidentales y se les concede un estatuto individual profesional” (Martín Muñoz, Grosfoguel, 2012:148).

Miguel Rodrigo (1996) señala que los estereotipos, en tanto que generalizaciones simplistas que forman parte de un sentido común o comunitario de una cultura determinada, sirven para hacer comprensible un fenómeno del que no tenemos suficiente conocimiento. La sociedad igualmente reemplaza el desconocimiento del otro por los estereotipos, en parte debido a los medios, cuyos informadores basan su interpretación de los hechos a partir de sus propios patrones culturales (Rodrigo en Sobrados-León, 2011). Además como dicen Piñuel y Gaitan (1995:74) “de la realidad social ya no se tiene experiencia sino noticia”. Y es que la mayoría de personas no ha tenido relación con inmigrantes, así que la idea que de ellos se forma tendrá que ver, en gran medida, con lo expuesta que esté a los discursos mediáticos. Cuando mayor sea el desconocimiento de otras culturas, mayor será el peligro de tomar como verdad objetiva la realidad construida mediáticamente. En la mayoría de las noticias sobre inmigrantes se trabaja mayoritariamente con conceptos preestablecidos, estereotipos dominantes, tanto de los propios periodistas como de las fuentes. El periodista parece más preocupado por aportar más detalles del acontecimiento que en explicar las bases estructurales del mismo; a estos resultados contribuye el hecho de que la mayoría de la producción periodística sea de tipo informativo (noticias y reportajes) donde no tiene cabida la interpretación, el análisis, ni la reflexión de los hechos, que aparecen en artículos cuya producción es más limitada (Piñuel y Gaitan, 1995).

Las consecuencias psicológicas y sociales de los estereotipos negativos para la mujer, continúan arrastrándose actualmente y a pesar de la creciente presión social contra la expresión pública de tales creencias, continúan permaneciendo como si fueran retratos

auténticos de las mujeres y los hombres para amplios contextos sociales, siendo una parte muy real de nuestra vida diaria (Macías Vélez, 2018).

Los medios de comunicación, que han comprendido que el estereotipo es fruto de una acumulación de conocimiento asociado con una conciencia que encuentra en él mecanismos defensivos de una situación o de un interés determinado, comprenden perfectamente que es más fácil consagrar estos prejuicios que tratar de cambiarlos. Por ello, recurren, por medio de una lógica objetiva, a establecer “las verdades” que trasciben en un tópico que concuerda con las opiniones cuya veracidad se acepta en la sociedad. El sistema estereotipado es, fundamentalmente, la afirmación de unos valores sobre los que se ha construido el mundo, nuestro propio mundo; porque cada uno de nosotros, incluso cuando pretende ser humilde, es un mundo propio con sus ideas y valores. Eso le empuja a no renunciar ni lo más mínimo a “la verdad” que se ha formado personalmente y que ha contribuido a crear su equilibrio. Así, cualquier ataque contra los estereotipos existentes en nuestras mentes adquiere la forma de agresión contra los fundamentos de nuestro mundo, algo que no consentimos cuando el asunto está relacionado con cuestiones esenciales. Y si hay una cuestión que ha habitado en el imaginario del occidental con respecto al árabe y al musulmán, esa es la que lo asocia con hostilidades prolongadas durante largos siglos, nacidas de luchas sempiternas que la Historia nos ha referido con toda su crudeza. Ello ha impedido una lectura de las situaciones en el mundo árabe alejada de una mentalidad incapaz, hasta el momento, de ir más allá de las Cruzadas (Louassini, 2002).

Para cambiar esta situación de difusión de estereotipos y prejuicios hacia los extranjeros se han puesto en marcha iniciativas como la *Carta de Roma*, es decir el *Protocollo deontologico concernente richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti*. Son un conjunto de indicaciones y consideraciones para conseguir una representación no discriminatoria de la población extranjera por parte de los periodistas escrita por *Il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e della Federazione Nazionale della Stampa Italiana*, en Junio 2008. En este documento se señalan algunas orientaciones como:

- a) Utilizar términos jurídicos apropiados para dar al lector la más correspondencia con la realidad narrada
- b) Evitar informaciones parciales o distorsionadas en referencia a los refugiados,

víctimas de trata o población inmigrada

- c) Tutelar a los refugiados, las víctimas de trata y población migrada que hablan con los periodistas, protegiendo sus identidades o imágenes de manera que resulte difícil la identificación
- d) Consultar a expertos y estudiosas de los fenómenos de inmigración para ofrecer al público una información clara y completa (Orrù, 2015:47).

Ahora bien, si el *Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e della Federazione Nazionale della Stampa Italiana* sintió la necesidad de elaborar un documento que señala las dichas orientaciones podemos deducir que la información que, la prensa italiana ha ofrecido y ofrece a sus lectores no fue y no es siempre deontológicamente adecuada.

2.2.6.1. Simbología corporal

En referencia a los estereotipos de los que se ha hablado antes, por su relevancia en esta temática es importante analizar de forma más concreta la simbología corporal de las mujeres musulmanas, especialmente en relación al uso del velo, ya que esta temática nos ofrece una lúcida reflexión sobre los estereotipos referidos al cuerpo de dichas mujeres.

Cuando hablamos del velo islámico tenemos que considerar su múltiples y variados usos. De forma genérica destacan tres modalidades:

- A. El velo que tiene un significado religioso que no se lleva por una creencia sino por ser víctima de una opresión.
- B. El velo con carácter político. Se obliga su uso dándole una carga simbólica.
- C. El velo como obligación por la propia familia utilizado para educar las hijas que lo vistan en lugares públicos (Bedmar, 2009; Martín, 2004; Benhabib, 2006)

Las mujeres musulmanas que lo visten no llegan si quiera a plantearse sus motivaciones ni sus connotaciones culturales, religiosas, políticas, etc. Su diseño, colores y función varían según la región. Consiste más bien en un aprendizaje por mimetismo y presión social que una imposición (Bedmar, 2009).

El velo separa los hombres de las mujeres. Al hombre está reservado el espacio exterior

(público) y a la mujer el interior (doméstico). Muchas musulmanas en presencia de otros hombres que no son su marido usan vestimentas que cubren su cuerpo y que no revelan ni sus curvas ni su figura. Esta es una actitud muy valorada por los esposos que quieren que sus mujeres le muestran respeto y sumisión (Bedmar 2009).

Las mujeres así como sus cuerpos son los lugares simbólicos donde las sociedades cincelan su orden social (Benhabib, 2006). La norma vestimentaria, que tiene como objeto la normativización del cuerpo femenino, define un sistema clasificatorio de las mujeres (Molina, 2004). Determina quiénes están de un lado u otro del límite de la ciudadanía que separa a las buenas de las malas. Las mujeres malas que desafían la prohibición del pañuelo son definidas como no ciudadanas, porque en sus cuerpos llevan inscritos valores contrarios a la ciudadanía; las otras malas, las que desafían la obligatoriedad de llevarlo, son malas patriotas y malas musulmanas. El pañuelo separa a las buenas mujeres de las mujeres malas. Incluyo también las decenas de normativas y restricciones a las que el cuerpo de las musulmanas se va a ir adaptando. El pañuelo se ha constituido en un elemento fundamental de la subordinación femenina y del ejercicio del poder masculino y colonial. Se trata de una subordinación doble: por un lado, la que regula los cuerpos de las mujeres en buena parte de los contextos musulmanes; por otra, la que crea sujetos coloniales oblatos dependientes e inferiorizados, por medio del control del cuerpo de las mujeres de las “otras” culturas, las no occidentales (Bhabha, 2005).

Las palabras, las imágenes, la escritura y la lengua contribuyen a fortalecer las representaciones estereotipadas y negativas del Islam. Al tono dramático y patético del mensaje oral le acompañan imágenes amenazadoras, escenas de mujeres mudas y aplastadas por los velos que llevan. El sistema mediático puede crear significados y formar una opinión pública caracterizada por la incorporación a determinadas interpretaciones de la realidad. De esta manera se difunde el miedo y el rechazo hacia unas realidades como la del “árabe”, “musulmán”, “integralista”, “terrorista” que se vuelven en sinónimos y visiones estereotipadas de la realidad. Complices de esta transformación, los medios de comunicación son un punto de referencia global en que las representaciones más frecuentes son las del velo, del sufrimiento y sumisión de las mujeres musulmanas, obligadas al silencio, al sufrimiento, a la invisibilidad, a la violencia. (Stano, 2010:26,35).

Como señala Cabré (2001), en algunas sociedades musulmanas vestido y cultura resultan dos lenguajes superpuestos, el primero resulta la visualización del segundo. Al mismo tiempo, esa identificación cultural de las sociedades musulmanas a través del vestido es una manera vista desde Europa de evidenciar una cierta “modernidad”, de forma que el vestido de las mujeres musulmanas, no sólo sorprende sino molesta cuando no ofende. Para “nosotros” es una manifestación pública de una manera de pensar a presupuestos culturales que les son propios y que son los del Islam (Cabré, 2001).

Como subraya Asma Lamrabet (2014) la obsesión con el Hijab en los discursos contemporáneos (ambos occidentales e islámicos) en su significado simbólico, ha contribuido, en una forma compleja, a dibujar un nuevo espacio donde las mujeres musulmanas están trabajando para una redefinición de los términos de su presencia en el espacio público. Al hacerlo, ellas por lo tanto desafían nociones tanto islamistas como orientalistas del Hijab, dándole así un nuevo significado y un nuevo valor simbólico. En las últimas décadas el Hijab se ha convertido en una arena donde islamistas y feministas se han enfrentado. Para los islamistas, el Hijab representa la identidad islámica y es el símbolo de la autenticidad religiosa. Se entiende como un mandato divino que protege a las mujeres y define su lugar en la sociedad (Lamrabet, 2014). Para las feministas laicas, el Hijab representa la opresión de las mujeres, es un mandato patriarcal que niega a las mujeres el derecho a controlar sus cuerpos. En efecto, “el velo” de las mujeres musulmanas es ahora considerado como el marcador de la visibilidad de la islamización de la sociedad tanto en los países musulmanes como en Occidente. Y se considera símbolo de la separación entre el espacio moderno del “desvelarse” y el arcaísmo como un espacio del “velarse” o de la “ocultación”. Mientras que en la visión islámica “velarse” es el emblema de la identidad islámica, es la prueba de la continuidad, la conservación y la preservación del espacio normativo identitario islámico, ponerse el velo es, según la ideología modernista, estar fuera de la modernidad. Pero también, mientras que en la visión islámica velarse es sinónimo de asumir una identidad dentro del espacio de “resistencia” a la occidentalización del mundo, para otro grupo significa emanciparse de algunos de los principios del islam. El hecho es que hoy, el cuerpo de las mujeres musulmanas parece encarnar el lugar de tensión entre las representaciones de la modernidad y las de la antimodernidad (Lamrabet, 2014).

2.2.6.2. Valores religiosos

De todo lo anterior, algunos autores reflexionan sobre como en Europa se están vulnerando los derechos de muchas mujeres por no permitirles vestir como desean. Es decir, bajo el argumento de que se cubren con un velo por obediencia machista, se obvía lo principal, dar voz a las sujetos en cuestión. Como escriben Aixelá, Mohuali y Badran (2013) el rechazo a lo musulmán se vehicula en gran medida a través de la mujer y se ejemplifica a través del hijab, considerado como emblema del Islam y signo de retraso y opresión, negándole la variedad de connotaciones que conlleva y excluyendo a su portadora en amplios ámbitos de nuestra sociedad. De forma que el hijab ciega la vista a cualquier otra cualidad o aptitud de su portadora.

Las continuas polémicas sobre el hijab y su presencia en el espacio público constituyen un conflicto generado por estas formas de representación estereotipada de la alteridad. La mujer musulmana se representa como víctima de una tragedia que la perseguirá desde su nacimiento. Y es que la sumisión femenina y reclusión doméstica atribuidas a las mujeres orientales musulmanas conforma el conjunto que se asocia a la religión islámica y al velo como signo de exteriorización de la diferencia cultural. Esta visión religioso-culturalista tendría según Benhabib (2002) un efecto perverso, ya que cuestionar los comportamientos de estas mujeres desde la perspectiva cultural las dejaría prisioneras del patriarcado del que intentan escapar (Benhabib, 2002). Nos ofende como sociedad moderna e “igualitaria” que algunas de ellas vistan un velo que pone de manifiesto lo que para muchos es el símbolo máximo de su subordinación a los hombres y a la religión islámica. Es decir, vemos que esa “pobre” mujer musulmana también está oprimida cuando se establece en Europa.

Y de nuevo se usa una visión estereotipada, construida desde lo colectivo, desde lo homogeneizante, que se aleja de lo individual y se construye sobre ya antiguos estereotipos sociales: el de la mujer subordinada al hombre, maltratada, sujeta a un matrimonio poligámico, encerrada en el hogar y obligada a vestir el velo por los hombres de su familia. Es invisible la mujer que trabaja tanto en economía formal como informal, la que mantiene a la familia, la que ejerce sus derechos... mientras se visibiliza a la mujer que mantiene ciertas apariencias sobre la perpetuación de la identidad musulmana y un supuesto sistema patriarcal (Cabré, 2001).

Oriente se percibe desde las latitudes occidentales como una realidad lejana, exótica y

cargada de misterio, susceptible de mitificaciones que calan hondo ayudadas por el arte y la literatura, recursos habituales que ayudan a crear el imaginario de un Oriente extraño. Es por ello que el término Orientalismo tiene un doble significado, por un lado, se refiere al estudio de las civilizaciones orientales antiguas, pero también tiene una connotación negativa que hace alusión a la mitificación e imaginario creado en torno a lo que tradicionalmente se ha venido conociendo como “Oriente” (Vega, 2013:1). La mayoría de los relatos periodísticos abordan la inmigración como una amenaza para la seguridad, la cohesión social y pérdida de la homogeneidad cultural pero, sobre todo, observamos un gran desconocimiento de otras culturas a la hora de abordar, por ejemplo, la religión, las costumbres y tradiciones. Rizo y Gaya (2001) dicen que los estereotipos cumplen una función simplificadora que resulta muy útil al periodista que diariamente debe enfrentarse a una información diversa y compleja (Rizo y Gaya en Sobrados - León, 2011) por ello es más fácil identificar a todo un colectivo de forma homogénea que atender a la heterogeneidad intragrupal.

Es decir, la opinión mayoritaria de los medios entiende que llevar el velo es claramente un símbolo religioso dentro del ámbito público, de forma que las jóvenes que llevan el velo lo hacen para obedecer preceptos religiosos y como símbolo de sumisión. Sin embargo, muchos autores y autoras defienden que este tipo de argumentos esocden otros de mayor alcance y determinantes de la situación de desigualdad en el mundo árabe. El islam considera que los valores religiosos son la base del vínculo colectivo, que el estatuto de las personas está reglamentado por preceptos divinos y que la mujer debe respetar unas obligaciones especiales. Su condición civil inferior, que se manifiesta tanto en las obligaciones a nivel de la vestimenta como en las restricciones jurídicas en lo relativo a herencias, matrimonio, etc., no puede ser juzgada por sí misma, sino en función de la propia religión. Este concepto, establecido en los Códigos de Estatuto Personal en todos los países del mundo musulmán es combatido allí vehementemente por los movimientos a favor de la igualdad entre los sexos. Se citan a menudo dos argumentos a favor del velo. El primero, que proponen las mujeres integristas es del tipo “individualista”: “Llevo el velo porque me apetece”. El segundo es “multiculturalista”: el velo es un símbolo cultural que distingue una identidad de las demás. Ambos argumentos son aceptables, pero únicamente si no se oponen a la constitucionalidad de las leyes, es decir a los principios de igualdad y libertad de las personas en los ámbitos público y privado (Sami Nair, 2003).

2.2.7. La importancia de la interseccionalidad en la investigación sobre mujeres inmigradas

La realidad, es que tal como señala Guzmán (2009), la migración de las mujeres deja tras de sí muchas huellas tanto en las sociedades de origen como en las de destino.

El balance del género en los flujos migratorios se ha expresado en una realidad donde la mitad de los migrantes en el mundo son mujeres (Pellegrino, 2003, Zlotnik, 2003). La migración de las mujeres está representando una transformación estructural y como tal estamos ante un fenómeno que exige estrategias de abordajes de estudio en consonancia. De manera que al hablar de procesos migratorios feminizados, no debemos limitarnos a traducir este proceso solamente como un aumento de la participación femenina en los movimientos poblacionales, sino, sobre todo, debemos pensarla como una abertura conceptual de la inmigración femenina (Vicente, 2006).

Se trata pues de un fenómeno de la movilidad humana cuyo género modifica estructuralmente los sistemas de producción y reproducción social por lo que presenta un cambio en las relaciones de género y en ellas mismas.

Sin embargo, la variedad de procesos migratorios dan cuenta de una característica fundamental y es que la migración femenina no es homogénea desde ninguna de sus dimensiones en cuanto a las posiciones o condiciones sociales, es decir, situación económica del lugar de origen y destino, condición étnico-racial, situación de clase, circuitos de migración, tipos de migración o niveles de educación. Lo mismo sucede en las relaciones o vínculos sociales y sus diversos tipos: familiares, afectivos, comerciales, educativos, lúdicos entre muchos otros, que resultan multifactorialmente diversos. El proceso migratorio exagera la diversidad de espacios y experiencias sociales en los que se encuentra la gente porque las personas no estamos situadas en un único orden. No interactuamos sólo con mujeres, como investigadoras, como madres, amigas, inmigrantes, extranjeras, ciudadanas, como acertadamente señala Guzmán (2009), cada uno de estos papeles que nos toca jugar se operativizan de forma variable, unas veces nos ubican en el banco de la exclusión, la desigualdad y la opresión, y otras nos permite disminuir estas experiencias. Es decir, nos movemos en un continuum de posibilidades donde el contexto resulta fundamental para abordar la posición y posicionalidad desde la que se vertebran la estructura de oportunidades de cada sujeto. Posiciones que ofrecen marcos de interpretación de las diferencias de forma diversa.

Hay unanimidad en reconocer que el concepto – como tal – de *Interseccionalidad* fue acuñado por Kimberlé Crenshaw en 1989 y comienza a extenderse en muchos foros e investigaciones femininas a partir de este momento. Este paradigma analiza las conexiones entre estructuras del género, la raza - etnia y la clase, y cómo la intersección de estas estructuras sociales pueden producir un contexto complejo de desigualdad (Andersen, 2006). La interseccionalidad se puede distinguir, por lo tanto, como un marco de síntesis, desde donde se erige la necesidad de comprender lo social a través de las interacciones de las diferencias (la clase social, la “raza”, etnia y género) que posicionan a las personas en lugares distintos. Además, es un marco desde donde se enfatiza la relevancia de una visión convergente y dinámica (Mahalingam, 2008).

Al considerar la intersección de las diferencias en los contextos migratorios se propone resarcir la mirada unidireccional que se ha realizado tanto en los denominados enfoques clásicos de las migraciones internacionales, como en los propios enfoques de género. Dado que, desde los marcos interseccionales se contempla en primer lugar que las diferencias de género, “raza” – etnia y clase producen experiencias únicas cuando se cruzan y esto posiciona a las personas en los contextos migratorios de formas particulares (Anthias, 1998 en Guzmán, 2011).

El concepto de conciencia múltiple se basa en la idea de que las personas no nacen con una identidad definida y establecida, sino con identidades múltiples, parciales y, a veces contradictorias. La identidad nunca es definida, nunca se alcanza permanentemente, sino que es un proceso, un estado de constante y contradictorio devenir en el que participan tanto los contextos sociales como las voluntades individuales (Harris, 1990).

Mover el núcleo de la teoría feminista hacia las periferias y los suburbios – entendidos como sitios físicos, emocionales y teóricos– puede ofrecer perspectivas que son cruciales para reconcebir el género. En particular, permite entender que el género se construye como inherentemente interseccional por la concurrencia de condiciones interconectadas de subordinación, que son experimentadas de manera diferente dependiendo de la raza y etnia, cultura y religión, nivel educativo y ocupacional de las mujeres. La noción de “interseccionalidad” se refiere a los procesos – complejos, irreducibles, variados y variables – que en cada contexto derivan de la interacción de factores sociales, económicos, políticos, culturales y simbólicos (Brah, Phoenix, 2004).

Durante los últimos veinte años, muchas feministas han abrazado la perspectiva de la

interseccionalidad, centrándose en las múltiples dimensiones de la identidad como una categoría central de análisis de la sociedad y las relaciones humanas (Davis, 2008). Se ha convertido en un concepto crucial para examinar las diferentes dimensiones de la vida social que son distorsionadas cuando se adopta un eje de análisis único (Matsuda, 1991).

La interseccionalidad se enfoca en la indivisibilidad y multiplicidad de cada lugar. La raza y la etnia, la cultura y la religión, el nivel educativo y ocupacional están siempre interrelacionados con el género, de forma que luchar contra la discriminación entendiéndola estas categorías por separado han llevado al paradójico y perverso efecto de crear nuevas discriminaciones (Guzmán, 2011).

Esta idea ya es señalada también por Naciones Unidas (2001), que subraya que si bien es cierto que todas las mujeres están, en cierto modo, sujetas a las cargas de la discriminación de género, también es cierto que otros factores relacionados con las identidades sociales de las mujeres, como la clase, casta, raza, color, etnia, religión, origen nacional y orientación sexual son “diferencias que marcan la diferencia” en la manera en que los diversos grupos de mujeres experimentan la discriminación (United Nations, 2001).

Para la comprensión del concepto de género interseccional puede ser útil recuperar la imagen de la “jaula de pajaros” utilizada por Marilyn Frye (1983) para representar la opresión. Si miras muy de cerca a tan solo uno de los barrotes de la jaula, no puedes ver los demás barrotes. Si tu concepción de lo que está delante de ti está determinada por este enfoque miope, podrías mirar un barrote, de arriba a abajo en toda su longitud, y ser incapaz de ver por qué el pájaro simplemente no vuela circundando el barrote cada vez que quiere ir a algún sitio. Más aún, incluso si miopicamente inspeccionaras un barrote cada día, todavía no entenderías por qué un pájaro tendría dificultad en sobrepasar el barrote para llegar a cualquier sitio. No hay ninguna propiedad física de ningún barrote, “nada” que el escrutinio más minucioso pudiera descubrir, que revelara cómo un pájaro puede ser inhibido o dañado por el barrote, salvo de forma muy accidental. Es solo cuando das un paso atrás y dejas de mirar los barrotes uno a uno, microscópicamente, para adoptar una visión macroscópica de toda la jaula, cuando puedes comprender por qué el pájaro no va a ninguna parte y entonces lo ves todo en un instante (Frye, 1983).

Aunque la noción de interrelacionalidad de género no es de ninguna manera nueva y es

utilizada en la teoría feminista desde hace mucho tiempo, como movimiento estratégico esta siendo importante ya que las palabras son herramientas para la creación de conceptos, y los conceptos herramientas para comprender, analizar, interpretar y modelar la realidad social. El uso del adjetivo “interseccional” es parte de una estrategia discursiva que apunta a destacar que el género como categoría de análisis no tiene sentido si no se tienen en cuenta todos los factores que, inter e intra-actuando, diferencian y transforman las identidades de las mujeres (Dewey, Bentley, 1949 en La Barbera, 2010).

Se puede entonces hacer referencia a la interseccionalidad como una metáfora (Garry, 2011, Platero, 2014) usada para mostrar cómo las distintas formas de discriminación interactúan y se constituyen mutuamente una a otra (Winker y Degele, 2011). En resumen, las novedades introducidas por la aparición del término interseccionalidad son:

- ✓ Se ubica el foco de atención en el sujeto que se encuentra en el cruce entre distintos sistemas de discriminación, cuya experiencia de discriminación no puede ser explicada usando las categorías de clasificación social de forma aislada
- ✓ Se coloca el acento en la simultaneidad de los factores de discriminación
- ✓ Se subrayan los efectos paradójicos de análisis, intervenciones y políticas públicas basadas en un solo eje de discriminación que, abordando separadamente raza, género y clase, crean nuevas dinámicas de desempoderamiento

El enfoque interseccional considera las interacciones entre los distintos ejes de discriminación y explora las relaciones entre éstos como una cuestión abierta y vinculada al contexto específico. Leslie McCall (2008) presenta la interseccionalidad como la “contribución más importante que los estudios de las mujeres han hecho hasta ahora” (McCall, 2008) y esto porque los análisis interseccionales ponen de manifiesto dos asuntos realmente significativos en las investigaciones sociales: la multiplicidad de experiencias de sexismo vividas por distintas mujeres y la existencia de posiciones sociales que no padecen ni la marginación ni la discriminación, porque encarnan la norma misma, como la masculinidad, la heteronormatividad o la blanquitud (Dorlin, 2008).

Las clasificaciones de género, religión, origen, clase, etnia, edad, orientación sexual,

afectan y condicionan directamente la experiencia de mujeres y hombres migrantes, incidiendo en sus situaciones de inclusión y exclusión social según su nivel de acceso a derechos y recursos.

Existe un gran consenso en el campo de la interseccionalidad en determinar que el género constituye el principal factor de subordinación o dominación para analizar las trayectorias migratorias, sin perjuicio de que existan otros muchos procesos en intersección que confluyen en él profundizando en las desigualdades (Magliano, 2015).

Y es que como Floya Anthias (2012) señala, las experiencias de las mujeres migrantes son cualitativamente incomparables a las de los varones migrantes, ya que las primeras se ven afectadas por un conjunto cultural y normativo de mandatos de género, siendo el sistema patriarcal el principal factor de exclusión común a todas las mujeres del planeta. Aproximándonos al caso de las mujeres migrantes que aquí nos ocupa, hay que destacar que estas han permanecido totalmente invisibilizadas en la literatura sobre migraciones hasta hace aproximadamente tres décadas (Anthias, 2012:103, Magliano, 2015:691-712).

La intersección entre categorías sociales relativas al género, la nacionalidad, la etnia o la clase, genera en el caso de las mujeres migrantes, una situación realmente acuciante de vulnerabilidad y desamparo que es claramente desigual con respecto a la de las mujeres autóctonas; en cuanto migrantes forman parte de un colectivo especialmente afectado por el incremento del desempleo, la precariedad y el riesgo de exclusión en el contexto de una crisis económico-financiera (IOÉ, 2013; Intermón Oxfam, 2012).

Las mujeres migrantes se ven afectadas también en este ámbito por barreras específicas como el desconocimiento de los idiomas oficiales, la situación legal, la discriminación racista (Escudero, 2011). Elementos que no solo las separan y desigualan respecto a las mujeres autóctonas, sino que generan igualmente distinciones de estatus entre las mismas migrantes (McBride y Mazur, 2010).

Si bien hasta ahora la interseccionalidad ha mostrado ser una teoría y una perspectiva política feminista fructífera, no debemos adoptar frente a ella una actitud prescriptiva. Los cuestionamientos teóricos que suscitó el concepto de género en los términos planteados por una de sus primeras teóricas, la historiadora Joan Scott (2010) -cuando subraya que el género solo es útil como una pregunta, y que en tanto tal no encuentra respuesta sino en contextos específicos y a través de investigaciones concretas – son

también válidos para la interseccionalidad.

Por esta razón, no basta con preguntar si se trata de una teoría, de un método, de una perspectiva, de una categoría analítica o simplemente jurídica, se requiere formular interrogantes en función de los objetos de estudio. El reto no es encontrar la metáfora más adecuada para expresar las relaciones entre distintas categorías de dominación y orientar las alianzas políticas que se derivan; el reto es preservar “el principio de abertura a las diferencias como una condición y no como un límite de la interseccionalidad” (Purtschert y Meyer, 2009).

3. MARCO METODOLÓGICO

3. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se explica cual ha sido la estrategia metodológica para desarrollar los objetivos de la investigación y, posteriormente, se comenta la técnica de investigación utilizada y el método de análisis de la misma.

El objetivo general de esta investigación es analizar la imagen que se proyecta sobre las mujeres migrantes musulmanas en tres de los principales periódicos de la prensa italiana. Para ello he contemplado dos objetivos más específicos: analizar los valores y atributos con los que se les representa en los artículos publicados y los contextos de producción de dichas noticias, es decir, desde dónde, por quién y cuándo.

Para realizar estos objetivos he llevado a cabo una estrategia metodológica cualitativa, que considero como la más adecuada para el análisis del discurso y las representaciones sociales. Esta estrategia se encuentra marcada por dos características que tienen que ver con los sujetos y el objeto de mi investigación. En primer lugar, en tanto que hablo de medios de comunicación su análisis está mediado por estructuras de poder. Tal como señala el Análisis Crítico del Discurso, los medios de comunicación son constructores de la realidad mediante las prácticas de selección y tratamiento de las noticias (González y otros, 2004) e influyen de forma significativa en la percepción de la opinión pública sobre un determinado tema al dotarlo de significado. En segundo lugar, al investigar sobre mujeres extranjeras musulmanas tengo que hablar de relaciones de subalternidad, desigualdad y racismo, adoptar un enfoque de género. La perspectiva de género me permite analizar la forma en la que se crean y perduran sistemas sociales a partir de un determinado punto de vista sobre el sexo, el género y la orientación sexual (Novoa, 2012). Asimismo, constituye una herramienta esencial para comprender aspectos fundamentales relativos a la construcción cultural de la identidad personal y entender cómo se generan y reproducen determinadas jerarquías, relaciones de dominación y desigualdades sociales (Martin Casares, 2006).

Asumir estas dos características ha implicado desarrollar un enfoque bi-modal, frecuentemente utilizado por parte de ambas perspectivas, en el que se subraya la importancia de analizar los discursos en dos niveles: el primero, el de las estructuras y acciones cotidianas caracterizadas en términos del tratamiento discriminatorio del 'otro', que podemos observar a través de las imágenes y representaciones que se transmiten en las noticias. El segundo, el relativo a las representaciones mentales

compartidas por amplias capas de la población dominante, como creencias erróneas, prejuicios, ideologías patriarcales, racistas o etnocéntricas y que podemos identificar a través de los contextos de producción de las noticias.

La técnica que he utilizado ha sido el análisis documental, que me ha permitido organizar informaciones obtenidas en períodos de tiempo según áreas temáticas, estableciendo criterios de revisión y clasificación (Villaseñor Rodríguez, 2008; Valencia, 2012; Gómez, 2010).

3.1. Estrategia de investigación

Para describir e interpretar las prácticas discursivas que he comentado en mis objetivos he decidido utilizar la metodología cualitativa que permite describir e interpretar detalladamente fenómenos sociales, como es el tema en cuestión. Este hecho ha permitido a Miles y Huberman (1994) afirmar que en investigación cualitativa hay que hablar más que de técnicas o de fases, de un proceso de investigación: la investigación cualitativa no puede reducirse a técnicas específicas, ni a una sucesión de estadios, sino que consiste más bien en un proceso dinámico que une problemas, teorías y métodos; por consiguiente, el proceso de investigación no es una sucesión bien definida de procedimientos con un diseño claro, sino una interacción imprecisa entre el mundo conceptual y el empírico, donde la deducción y la inducción son simultáneas (Bryman y Burgess 2002).

He desarrollado cinco fases en el trabajo de campo: Definición del problema, Diseño de Trabajo, Recogida de Datos, Análisis de los Datos, Validación e informe.

Cada una de estas fases se ha desarrollado de la siguiente forma:

1. Definición del problema: he planteado los objetivos de mi investigación y he realizado una búsqueda bibliográfica sobre los antecedentes teóricos y empíricos sobre cómo la prensa italiana habla de las mujeres musulmanas inmigrantes;

He elaborado el marco teórico considerando muchos aspectos e impactos que la inmigración de las mujeres musulmanas tiene en nuestra sociedad. He hablado de este fenómeno considerando el prejuicio y los estereotipos de los occidentales hacia los musulmanes, la cuestión del velo, la islamofobia, el etnocentrismo, la libertad de prensa,

la deontología de los medios de comunicación, la manipulación de los medios de comunicación. He establecido el marco teórico actualizado de esta investigación a través del análisis de la literatura sobre el tema objeto de la investigación.

- Diseño de Trabajo: una vez revisada la literatura diseñé la estrategia cualitativa de producción de datos. En primer lugar seleccioné los periódicos que quería utilizar, cerré las fechas de búsqueda de información, por último he seleccionado tres periodicos italianos, La Repubblica, Il Resto del Carlino y Corriere della Sera, eligiéndolos considerando el matiz político de cada uno para tener una visión más heterogénea posible. He definido el período en que buscar los artículos, de 2001 a 2018 y he empezado a buscar los artículos, seleccionando los que hablaban sobre mujeres musulmanas inmigrante.

- Producción de los Datos: hecha la selección, pasé a recopilar todas las noticias que he encontrado en los periódicos on line, he analizado la información obtenida leyendo los artículos y observando la diferencia entre los artículos escritos por las periodistas y por los periodistas sobre el tema en cuestión, he dividido los artículos según estos temas: el velo, el burkini, la moda, la emancipación laboral y otros como: integración, resistencia o asociacionismo. He interpretado los datos en función de mi diseño de trabajo, identificando los estereotipos y prejuicios, la islamofobia y el etnocentrismo.

- Análisis de los Datos: he utilizado el programa Atlas.ti para analizar los datos haciendo referencia a la Teoría Fundamentada y al Análisis Crítico del Discurso de que hablaré en el apartado 3.6.

-Elaboración del informe de resultados: he elaborado un informe con los resultados que se expone a continuación.

3.2. Técnicas de investigación: el análisis documental

El análisis de fuentes documentales es una de las técnicas que he utilizado para conseguir un análisis más detallada de los artículos de los tres periódicos en cuestión. “En líneas generales, el análisis del discurso constituye un marco metodológico para el análisis documental, en el entendido de que los documentos son discursos expresados a través de textos; por consiguiente, su estructura discursiva puede ser abordada a partir de los lineamientos y procesos aplicados en el análisis del discurso. No obstante, el

elemento peculiar del análisis documental radica en su finalidad, que consiste en simplificar el contenido de los documentos y representarlos de una forma diferente a la original, tomando solo sus elementos esenciales o referenciales” (Vera-Morillo, 2007:63). Analizando los artículos sobre las mujeres musulmanas inmigrantes he transformado el discurso en datos, el lenguaje me ha dado unos elementos muy importantes para observar y catalogar y definir, la información recogida se ha materializado en otro discurso más articulado y más detallado que ha dado vida a una serie de consideraciones.

Para conseguir desarrollar el análisis de fuentes documentales he utilizado criterios de búsqueda homogéneos entre los tres periódicos, he utilizado el mismo periodo temporal, he dividido los artículos entre los que estaban escritos por mujeres periodistas y los escritos por hombres periodistas, también los he separado por nacionalidad según su autoría y he seleccionado las imágenes que acompañaban esas noticias. Además he leído los artículos de dos maneras, en un primer momento leyendo superficialmente las noticias para darme cuenta del contenido y después accediendo a los mensajes que ellos contenían.

Mis criterios de lectura y análisis fueron:

- los estereotipos hacia las mujeres musulmanas inmigrantes
- los prejuicios étnicos
- la cosificación de las mujeres inmigrantes musulmanas
- el etnocentrismo
- la desconfianza hacia estas mujeres
- la problematización de la mujer inmigrante en general
- estrategias de integración

La finalidad del análisis de fuentes documentales fue:

- comprender la estructura del sistema de comunicación de la prensa, es decir, como la prensa construye las imágenes sociales de un grupo étnico como las mujeres en cuestión
- comprender el contenido
- descubrir el elemento sobre el cual enfatiza el discurso
- identificar los elementos de discriminación en el discurso
- estructurar nuevos discursos y datos sobre los artículos analizados

Junto a ello he prestado especial atención al lenguaje utilizado por las/los periodistas como elemento fundamental para la comprensión del contenido e identificar los elementos discriminatorios en el discurso. En efecto “la dimensión lingüística del análisis documental está dada por el hecho de aplicarse a contenidos expresados en el lenguaje escrito. Además porque de esa aplicación se construyen otros documentos que reúnen los datos e informaciones más significativas de las fuentes originales. El manejo de las herramientas lingüísticas se hace en forma sostenida desde el momento mismo en que el analista entra en contacto con los documentos, y requiere reconocer en estos su estructura semántica y sintáctica para comprender la esencia de su mensaje y plantear vías sintéticas y precisas de representarlo, teniendo como propósito facilitar el acceso intelectual de los interesados” (Vera-Morillo, 2007:79).

Como afirma Menendez (2009), el uso del lenguaje no es neutro, ni refleja tal cual es la realidad al verbalizarse ésta para su transmisión. Esa es la razón por la cual el discurso mediático no puede nunca reivindicar objetividad, neutralidad o facticidad, pues siempre hay una mirada que transforma el acontecimiento en bruto, la realidad, en acontecimiento construido (verbalizado) y luego en noticia, (ordena, selecciona, realza). Sin embargo, la información periodística es discurso y por tanto una cuestión de lenguaje, y en el uso del lenguaje, la selección léxica es importantísima. En el caso de la inmigración, es realmente relevante observar la creación de estereotipos lingüísticos para designar y referirse a este grupo con valor negativo. Entre otros ejemplos, se puede observar como se emplea con valor designativo — los sin papeles — que no es más que una situación que afecta a algunos inmigrantes aunque se generaliza a toda la colectividad (Ménendez, 2009).

3.3. El período temporal analizado

Se ha tenido en cuenta criterios históricos y sociopolíticos para concretar el período analizado. Este período ha sido desde 1 Enero 2001 al 31 diciembre 2018. La fecha de inicio tiene en cuenta la caída de las Torres Gemelas como hecho muy significativo que ha condicionado la visión que Occidente tiene de Oriente y que ha modificado la historia global y personal de millones de personas. Es interesante ver como la prensa utiliza términos como árabe, islam, musulmanes para explicar un acontecimiento y vehicular el pensamiento de los lectores.

Durante este período en Italia hubo también una crisis económica con muchos efectos, como: tensiones y fracturas de la sociedad civil y la desconfianza hacia la política por parte de los ciudadanos. Y hubo alternancia de gobiernos de derecha e izquierda que aprobaron leyes inclusivas y excluyentes para la inmigración. Por ejemplo, la ley 189/2002 (Bossi-Fini), que reducía la posibilidad de residencia de los inmigrados en Italia; la ley 160/2008 que introduce el crimen de inmigración ilegal; la ley 46/2017, que desarrolló las normas para la protección internacional; y el Decreto Salvini sobre inmigración y seguridad (2018), que se concretó en una serie de normas que restringieron la inmigración en Italia y expulsaron a los inmigrados ilegales. En la Tabla III se ilustra la situación política y las leyes sobre inmigración en Italia.

Tabla III: Leyes sobre inmigración en Italia

LEYES	POLÍTICOS
189/2002 Bossi-Fini	Giuliano Amato 2001 izquierda
	Silvio Berlusconi 2001-2006 derecha
	Romano Prodi 2006-2008 izquierda
160/2008 Pacchetto Sicurezza	Silvio Berlusconi 2008-2011 derecha
	Mario Monti 2011-2013 izquierda
	Enrico Letta 2013-2014 izquierda
46/2017 Decreto Minniti	Paolo Gentiloni 2016-2018 izquierda
113/2018 Decreto Sicurezza	Luigi Di Maio 2018 izquierda
	Matteo Salvini 2018 derecha
	Giuseppe Conte 2018 izquierda

3.4. Los periódicos analizados

He elegido estos tres periódicos (La Repubblica, Il Resto del Carlino, Corriere della Sera) porque son los más representativos del país y cada uno tiene una orientación política diferente.

3.4.1. La Repubblica

Este periódico fue fundado por Eugenio Scalfari en Roma el 14 enero 1976, el nombre fue elegido por un pequeño periódico portugués que en 1974 que había dado voz a la “Revolución de los Claveles”. Scalfari funda este periódico para dar un matiz moderno a la información italiana de izquierda, en efecto el periódico se coloca en la idea de una izquierda laica y reformista. Se ve como un “segundo periódico”: un periódico de profundización, para un público que ha ya leído los acontecimientos del día en otros periódicos. La Repubblica debuta en los quioscos el miércoles 14 de enero 1976. Se presenta al público con un formato belinés, más pequeño que los otros periódicos: seis columnas en cambio de las tradicionales nueve; tiene 20 páginas y sale a los quioscos el martes y el domingo. El punto de fuerza del periódico son los comentarios y también las crónicas que tienen un matiz político. Al final del 1978 La Repubblica produjo 140 000 copias y en 1979, 180 000 copias. El periódico seguía apoyando la izquierda reformista. En abril de 1996, después las elecciones políticas, la gerencia pasa de Eugenio Scalfari que fue su director durante veinte años. El periódico mantuvo una línea editorial de centro-izquierda. Ese mismo mes se ha abrió la versión experimental en el *web* y en 1997 el periódico ya tenía una página de internet (repubblica.it) que será el primer sitio de información italiano. El 19 septiembre de 2007 el periódico se renova profundamente y se divide en dos periódicos: uno dedicado a las noticias y otro a los reportajes sobre los temas de actualidad. La Repubblica ha abierto un sitio web para las escuelas, Repubblica@Scuola, dedicado al desarrollo del periodismo juvenil. ([https://it.wikipedia.org/wiki/La_Repubblica_\(quotidiano\)](https://it.wikipedia.org/wiki/La_Repubblica_(quotidiano))).

3.4.2. Il resto del Carlino

Il Resto del Carlino es el periódico símbolo de Bologna y es uno de lo más antiguos porque fue fundado en 1885. Es el primer periódico de Emilia Romagna y Marche y es el séptimo en importancia y ventas en Italia. Al principio se llamaba *Il Resto del Sigaro* y después fue mudado en Il Resto del Carlino. Il Carlino era una moneda del Estado Papal acuñada de siglo XIII al 1796, al final del Ochocientos no circulaba más. Con la Unidad de Italia y la introducción de la “lira”, la moneda de 10 centavos de “lire” se continuaba a llamarla “carlino”. El periódico se refería a una manera de decir “dar el resto del carlino” que significa “dar a cada uno sus bienes”, “saldar cuentas” y, “atizar

los potentes y matar a los prepotentes”. El primer número fue publicado en 1885 y el editorial de Giulio Padovani se titulaba “?”. El interrogante que escribió en el primer artículo quería resumir la curiosidad de los lectores frente al periódico. Como se señalaba en esta editorial: “Queremos hacer un periódico pequeño para quien no tiene tiempo de leer los grandes: queremos hacer un periódico para la gente que tiene gana de conocer los acontecimientos y las noticias sin retórica sin inútiles divagaciones, un periódico que responda a la pregunta burguesa *¿Qué pasa?*, pregunta que cada hombre hace a los amigos que encuentra cada mañana, un periódico en que el empresario, el trabajador, el artista, la mujer, todos pueden encontrar en poco tiempo las noticias y los acontecimientos más importantes”. En 1886 Zamorani transforma el “Resto del Carlino” en un verdadero periódico de información que asume el tono de los mayores periódicos nacionales y se coloca en un área política, es de las “Asociaciones democráticas” de republicanos y socialistas. En 1890 el *Carlino* se convirtió en el primer periódico de Bologna con 20.000 copias vendidas. A partir del 1923 este periódico adquirió un matiz fascista porque desde 1923 a 1943 lo controlaron nueve directores del régimen fascista que no fueron periodistas. Entre el 1945 y el 1953 el periódico se llamó *Giornale dell’Emilia* y es en este período que se constituye una sociedad con un director (Gino Tabucci) con ideas liberales y se da la oportunidad a unos jóvenes periodistas de colaborar como Enzo Biagi, Luciano Bergonzoni y Federico Zardi. Las copias aumentaron mucho entre los años 1946-47 con 120-130 000 copias vendidas cada día. En el 1953 el director Vittorio Zincone hace un referéndum para restaurar el antiguo nombre *Il Resto del Carlino* que ganó el consenso de todos y llegó con este nombre hasta hoy (www.ilrestodelcarlino.it).

3.4.3. Corriere della Sera

El Corriere della Sera es un periódico italiano histórico, fue fundado en Milán en 1876. Publicado por RCS MediaGroup es el primer periódico italiano que tiene la mayor difusión y la mayoría de los lectores. Su eslogan es: La libertad de las ideas. La sede del periódico fue la central Galleria Vittorio Emanuele en Milano. Esta sede tenía dos cámaras y tres editores, el director y cuatro obreros. Los tres colaboradores de Torelli Viollier eran también sus amigos. El administrador era su hermano Eugenio, Titta Torelli. El periódico se imprimía en una tipografía al exterior en unos locales

subterráneos en la Galleria Vittorio Emanuele. La realización del Corriere, como todos los periódicos en aquel período, era una obra de artesanía: la escritura de los artículos estaba “hecha en casa”, no habían reporteros. La mayoría del trabajo estaba hecha con pluma y tijeras de Torelli Violler, con un tiempo de actualización de 2/3 días para las noticias nacionales y de 10/15 días para las informaciones extranjeras. En 1887 el Corriere firma el primer contrato con un concesionario de publicidad, la empresa Haasenstein & Volgler obteniendo así un beneficio anual permanente. El contrato durará hasta 1915 cuando Luigi Albertini decidirá de gestionar en autonomía la publicidad. De la segunda mitad de los años 80 las columnas del Corriere había de forma estable varias rúbricas diarias, nacidas como prueba en los años anteriores. Las principales eran:

- La Rúbrica Literaria publicada el lunes (nacida en 1879);
- La *Cronaca delle grandi città* realizadas por los enviados en los principales ciudades italianas (del noviembre 1883);
- *La Vita* consejos para la higiene y economía doméstica (en 1885)
- *La Legge* en que un experto de ley respondía a las preguntas de los lectores (1886).

En 1907 el Corriere publicó un reportaje de su periodista más famoso Luigi Barzini sobre el raid Pechino-Paris, los artículos, en primera página, dieron mucho prestigio al periódico y su periodista.

El Corriere della Sera se mostró indiferente ante el hombre político emergente en la Italia del 1922: Benito Mussolini. El 27 de Octubre, antes de la “marcha a Roma”, Mussolini habló con Luigi Albertini pidiéndole que el periódico tuviera una línea más neutral, sin obtener resultado. Por eso, esa misma noche el comando militar fascista se puso delante de la tipografía impidiendo la publicación del periódico. El gobierno de Mussolini fue hostil a la línea política independiente del periódico. De Junio a Noviembre 1925 fueron secuestradas muchas copias del Corriere en muchas partes de Italia. En 1939 fue publicado, en primera página, un artículo firmado por Benito Mussolini en que él hablaba de su idea sobre la historia. El 10 de Junio 1940, Italia entró en guerra. El 14 de Febrero de 1943 la sede del Corriere fue bombardeada y el editor fue obligado a transferir algunas máquinas hacia la perifería. En 1950 el periódico se declara claramente anti comunista y a favor de la OTAN.

En 1988 con sus 715,000 copias vendidas fue considerado el segundo periódico más leído en Italia. En 2004 el Corriere della Sera abrió una sección on line de las noticias en lengua inglesa y ese mismo año fue el periódico más vendido en Italia. Hoy es el periódico más visitado on line con 2,4 millones de lectores cada día y su orientación política moderada y liberal es de centro izquierda (www.corrieredellasera.it).

3.5. Criterios de búsqueda

Para buscar información sobre mujeres musulmanas inmigrantes en los periódicos italianos La Repubblica, il Resto del Carlino y el Corriere della Sera he considerado niveles diferentes. En el web de cada periódico he buscado considerando el léxico en torno a las mujeres musulmanas que se encontraba en los títulos de los artículos. En la primera búsqueda he puesto la palabra musulmanas, en la segunda musulmanas inmigrantes, en la tercera islam.

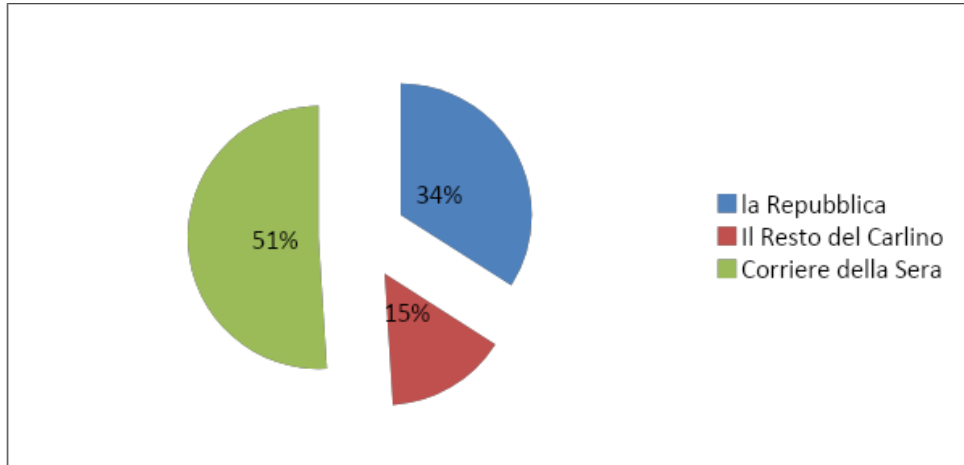
He reagrupado los artículos dividiéndolos por temas: el velo, el burkini, la moda, la emancipación laboral, las tradiciones, el asociacionismo y la integración. Dentro de estos temas he identificado a través de las palabras utilizadas por los periodistas, los estereotipos, los prejuicios, la islamofobia y el etnocentrismo. He buscado en los textos los términos más representativos como las que se refieren al léxico de los vestidos, las costumbres, la religión y la política.

En esta investigación se sigue el siguiente esquema: clasificación de los titulares considerando las palabras contenidas en ellos, división por temas y reagrupación de subgrupos para cada tema. De estas categorías se han determinado los niveles de análisis, el primer nivel fue de lectura superficial de los titulares para individuar los artículos sobre el tema objeto de esta investigación. El segundo nivel fue una lectura más detallada del texto para individuar el léxico sobre “lo musulmán”, el tercer nivel fue la individuación de palabras sobre el etnocentrismo, islamofobia, prejuicio, discriminación, estereotipos que me han dado la posibilidad de entender la matriz de cada artículo.

Los datos que he extrapolado de este criterio de búsqueda fueron diferentes en cada periódico. Se han recogido un total de 925 noticias que se dividen en 309 (34%) en La Repubblica, 141 (15%) en Il Resto del Carlino, 475 (51%) en Corriere della Sera, tal

como se muestra en el siguiente gráfico (Gráfico XI).

Gráfico XI: Porcentaje de los artículos en los tres periódicos



Fuente: Elaboración propia

3.6. Estrategias de análisis de información: la Teoría Fundamentada y el Análisis Crítico del Discurso

Para la elaboración de este trabajo he utilizado también la teoría fundamentada (Strauss y Corbin, 2002; Charmaz, 2000; de la Cuesta, 2006; Denzin, Lincoln, 2006) como el mejor camino para llevar a cabo esta investigación, debido a las posibilidades que ofrece ésta tanto para la creatividad y originalidad como para la flexibilidad de una investigación de estas características (Creighton, 2013). La teoría fundamentada es un proceso en el que hay una interacción constante entre los datos y el investigador, mediante la que la teoría emerge directamente de los datos (Creighton, 2013).

Para conseguir un análisis por medio de esta teoría he recogido 925 artículos y los he dividido en estos temas: el velo, el burkini, la moda, emancipación social, y otros como: integración y asociacionismo. He considerado una distribución temporal de la publicación de las noticias sobre mujeres musulmanas inmigrantes según periódico haciendo así una comparación entre los tres periódicos por medio de tablas y gráficos.

He empleado unos criterios de clasificación que han sido:

- El periódico

- El título
- El autor o autora de las noticias
- La sección donde están ubicadas
- El contenido del artículo
- El tipo de noticia
- El lenguaje empleado
- La fotografía

A través de esta clasificación he podido dividir los artículos y organizar los datos recogidos. He observado la historia de cada periódico, lo que me ha permitido hacer una contextualización y conocer la tendencia política hacia la información que difunden. Analizando el título de cada artículo he podido subrayar elementos útiles para la catalogación de las noticias dividiéndolas en títulos semejantes, observando las secciones donde están ubicadas las noticias he podido imaginar relaciones con la sociedad real, analizando el lenguaje utilizado he recogido datos útiles para los condicionamientos sociales y los prejuicios de género, observando y catalogando las fotografías he visto como las imágenes pueden condicionar el lector.

Los conceptos del análisis del discurso (Van Dijk 1997, 2000, 2001; Barker y Galasinski, 2001) también han sido un punto de referencia importante dado que el estudio y caracterización del discurso periodístico supone una lectura muy profunda no sólo del cuerpo principal del texto, sino también de la información que se menciona en el título, antetítulo, subtítulo, la fecha de publicación, su ubicación en el periódico, el tipo de noticia, el lenguaje empleado y la fotografía que acompaña al texto (Creighton, 2013). Asimismo, (Peñarín, 2007) en la lectura de la prensa se tiene en cuenta en todo momento que “el texto está ubicado en un espacio y un tiempo, un soporte material, unos intereses, unas condiciones y unos modos de producción, de difusión y de uso, unas tradiciones y saberes sociales y culturales” (Creighton, 2013).

Por otra parte, he considerado el uso de fuentes secundarias relacionadas con la migración en su conjunto, el papel de las mujeres en la migración y el papel de los medios de comunicación en la construcción de imágenes y percepciones. La motivación de este trabajo es ver si existe un discurso anti-musulmán de género en los artículos

analizados.

Este trabajo toma también el Análisis Crítico del Discurso como su orientación teórica en el estudio de los artículos llevando a cabo un examen cualitativo para determinar qué enfoque ideológico se reproduce en los periódicos sobre la mujer musulmana inmigrante. Como define Teun van Dijk (1999:23) es “un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente al modo en que el abuso de poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político”. El Análisis Crítico del Discurso tiene su base en la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt y la orientación hacia el estudio del lenguaje y el discurso tiene su origen en la “lingüística crítica” nacida a finales de los años setenta (Mompradé, 2016). Pero el Análisis Crítico del Discurso no es una escuela, sino que se define como un enfoque, una perspectiva, que analiza, de forma crítica, diversos campos de investigación como el discurso del poder, el discurso político, los discursos de los medios de comunicación o el racismo.

Para este trabajo es interesante exponer el estudio de Van Dijk (1999) sobre el discurso y la reproducción del racismo. Para el autor neerlandés, la mayoría de los inmigrantes de Europa y Norteamérica viven en una situación de desigualdad respecto a la población autóctona y seguramente hasta pasadas una o dos generaciones no tendrán el mismo estatus que aquéllos. Esta desigualdad está asentada en un sutil sistema de racismo, que agrava dicha desigualdad social y la redefine como desigualdad étnica (Mompradé, 2016). Como sostiene Van Dijk (1999) este racismo se puede analizar en dos niveles: “El primero es el de las estructuras y acciones cotidianas caracterizadas en términos del tratamiento discriminatorio del ‘otro’. El segundo nivel concierne a las representaciones mentales compartidas por amplias capas de la población dominante, tales como creencias erróneas, estereotipos, prejuicios e ideologías racistas y etnocéntricas”. Es este segundo nivel, compartido socialmente, el que sirve de sustento para el primero, ya que “las acciones discriminatorias están – intencionalmente o no – basadas en las representaciones negativas de los otros y de su posición en la sociedad”. En este punto, el discurso juega un rol primordial, ya que es a través del texto y del habla que se adquieren estas representaciones negativas (Mompradé, 2016). Así, el Análisis Crítico del Discurso analiza cómo se transmiten y reproducen dichas creencias etnocéntricas y racistas a través del discurso. Van Dijk (1999:33-34) establece una serie de aspectos comunes (Mompradé, 2016):

1. Las formas del discurso público que dominan en la mayor parte de las sociedades occidentales son las de la política, los medios de comunicación, la enseñanza, los juzgados y la iglesia. Estos discursos son denominados como discursos de las élites.
2. Las minorías sólo disponen de un acceso reducido a tales formas del discurso público de élite, que forman la mentalidad de la sociedad. En los medios, las rutinas de la elaboración de noticias caracterizan a los grupos minoritarios como de menor importancia y credibilidad. Se los ve poco “noticiables”, salvo si son percibidos como causa de problemas o como responsables de crímenes o violencias.
3. En los medios, las rutinas de la elaboración de noticias caracterizan a los grupos minoritarios como de menor importancia y credibilidad. Se lo ve poco “noticiables”, salvo si son percibidos como causa de problemas o como responsables de crímenes o violencias.
4. Las minorías también son discriminadas cuando intentan entrar en instituciones de élite, cuando intentan encontrar un trabajo. Y si lo consiguen o lo encuentran, tienen dificultades para obtener promoción.
5. A causa del limitado acceso de las minorías al discurso de la élite y al discurso de los medios en particular, tal discurso puede ser más o menos tendencioso, etnocéntrico, estereotipado y cargado de prejuicios o racista. Esto puede producir discursos tendenciosos en todos los niveles de la estructura del texto o del habla mediante la selección de temas estereotipados o el estilo léxico.
6. Dado que la población blanca dispone de poca información alternativa sobre las minorías es propensa a adoptar el discurso de la élite dominante.

De este modo, se fomenta una relación entre el poder de la mayoría y la reproducción del discurso etnocéntrico y racista, que es adoptado y asimilado por el pensamiento colectivo. A su vez, tales representaciones forman la base de la interacción social, perpetuando así la discriminación y el racismo (Mompradé, 2016).

Como afirma Bonete (2000) lo que percibimos de la realidad y de nosotros mismos está condicionado por los medios de comunicación.

Si consideramos los artículos analizados, las fotografías tienen un papel muy interesante y como escribe Romay (2006) podemos hablar de la “galaxia visual” en la que la mayor

parte de la información tiene forma de imagen, sea estática o en movimiento. En el caso que nos ocupa estamos hablando de imagen fotográfica que, efectivamente, a diferencia de las imágenes de televisión, es estática, sin embargo, lejos de convertirse en un impedimento, la posibilidad de congelar y fijar una imagen facilita que quede grabada en la memoria, con lo que la efectividad a largo plazo es mayor. A través de la fotografía se puede percibir una realidad; y seleccionar, ampliar detalles que de otro modo incluso podrían pasar desapercibidos para el receptor (Romay, 2006:10).

Como afirma Vilches (1987) la foto de prensa en mayor grado que el texto escrito es objetiva. La foto es un testimonio fidedigno y transparente de un acontecimiento o de un gesto, pero debemos notar que esto no es así porque se pueden dar muchas interpretaciones a la imagen, aunque es innegable que la fotografía produce una “impresión de realidad” que, en el contexto de la prensa, se traduce en una “impresión de verdad” (Vilches, 1987 en Torres, 2016).

El uso de herramientas informáticas (Legeiwe, 2002:299-300) para el análisis de datos cualitativos ha sido una parte imprescindible de la metodología, utilizadas fundamentalmente para el análisis de los componentes de los artículos de prensa. En concreto, y entre varias opciones, se ha utilizado el programa ATLAS.ti, el cual facilita el análisis cualitativo de grandes volúmenes de datos textuales.

La fortaleza de programas como este está en su capacidad de ayudar en todo tipo de tareas de ordenamiento, estructuración, recuperación y visualización... además de ser útil para crear orden, para visualizar la red de conceptos y relaciones en la teoría que va emergiendo y para llevar un registro sistemático de la teoría que está evolucionando, comenzando con los primeros datos y su codificación preliminar, documentado todos los pasos intermedios hasta concluir con el informe final de la investigación (Creighton, 2013).

La motivación de este trabajo es ver si existe un discurso anti-musulmán de género en los artículos analizados. Dada la cantidad de artículos recopilados (un total de 925 noticias), esta herramienta rendió más fácil todas las etapas de la investigación, posibilitando que se obtuviera una visión en conjunto del objeto del estudio.

El análisis de la información se ha estructurado en diferentes fases:

A) Fase descriptiva: los artículos se organizaron por contenido a través de un rastreo de

fuentes en el archivo de cada periódico. Se dividieron por temas, género del autor/a, nacionalidad del autor/a, tipo de periódico y fecha de publicación.

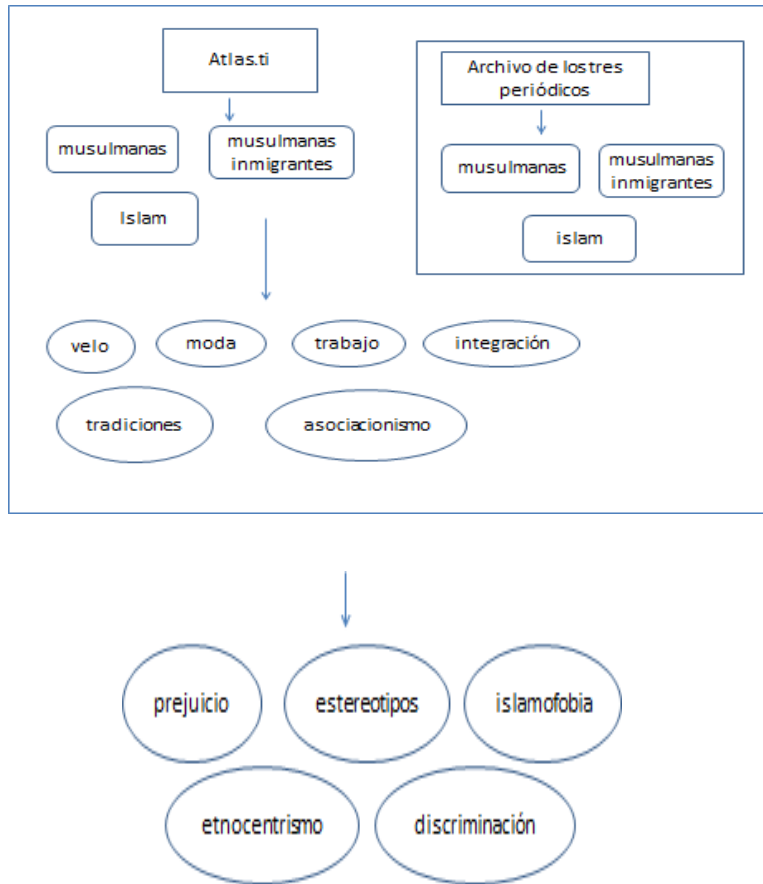
Hubo algunas limitaciones en la recopilación de la información, porque no todos los artículos de los periódicos analizados se pudieron descargar. Algunos se podían solo visualizar.

Para codificar la información se utilizó el programa Atlas.ti, que cumplió un acción fundamental para analizar el contenido facilitando el trabajo interpretativo de las fuentes y simplificando la recogida de datos. Costruido el archivo de los artículos se procedió a la lectura de los grupos de información en función de los temas creando párrafos con trozos de información sobre el mismo tema.

B) Fase de codificación mixta: Utilización de categorías cerradas y otras abiertas. Los temas fueron: vestimenta, moda, trabajo, integración y asociacionismo.

Se realizó una segunda búsqueda sobre temas diferentes (etnocentrismo, islamofobia, prejuicio, discriminación, estereotipos) haciendo un análisis más profundo y diferente de las fuentes creando subcategorías. El uso del programa permitió hacer comparaciones respecto a la categoría inicial creando sus grupos muy interesantes y construir nuevos esquemas de análisis. En el siguiente esquema se ilustra como se ha desarrollado el proceso de recogida de las fuentes

Gráfico XII: Campos analíticos



4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

En este apartado se desarrollan los objetivos de la investigación. En primer lugar, se abordará el análisis del contexto de producción, es decir, la autoría, encuadre y temporalidad de las noticias. En segundo lugar, se analizará en profundidad la información de los artículos y las imágenes considerando las temáticas más frecuentes, los estereotipos y los valores que se asocian a las mujeres migrantes musulmanas.

CONTEXTO DE PRODUCCIÓN

Considerando los resultados a los que hemos llegado en este trabajo, entendemos que para lograr una comprensión global de los significados y representaciones que se elaboran sobre mujeres migrantes musulmanas es necesario realizar un análisis atendiendo tanto a lo que se dice como a desde dónde, por quien y cuándo se dice. Es decir, analizar los significados que se le atribuyen a las mujeres inmigrantes musulmanas en las noticias pero también la tipología de perfiles de autores y autoras, las lógicas de los espacios de publicación de las mismas dentro de los periódicos y los momentos en los que se produce este discurso. Para ello, en este primer apartado se han analizado tres cuestiones: la ubicación de las noticias, la autoría y la temporalidad, es decir, el contexto de producción de los discursos. La ubicación de las noticias es importante para ilustrar donde están colocados estos artículos y entender mejor la línea editorial de cada periódico, la autoría es fundamental para entender mejor a través de los y las periodistas, como los discursos pueden estar condicionados de la procedencia étnica y el género de quien escribe, y, por último, la temporalidad es relevante para ilustrar la tendencia de las noticias en relación al período y a los acontecimientos políticos y sociales.

4.1. La ubicación de las noticias

En el análisis de los artículos de los periódicos italianos se ha considerado la ubicación de las noticias como elemento significativo de este análisis porque identificando las secciones donde están ubicadas las noticias se puede entender mejor la línea editorial de cada periódico y como estas noticias están presentadas a los lectores.

Las principales secciones en la que están incluidos los artículos analizados dentro de los periódicos son: extranjero, actualidad, crónica, política y moda, como se puede ver en el la Tabla IV².

Tabla IV: Ubicación de las noticias analizadas según periódico y sección.

	LA REPUBBLICA	IL RESTO DEL CARLINO	CORRIERE DELLA SERA
Extranjero	51	42	26
Actualidad	78	60	9
Crónica	49	11	188
Política	63	19	218
Moda	68	9	34
Total	309 (34%)	141 (15%)	475 (51%)

Como observamos en la tabla superior (Tabla IV), la distribución de noticias entre los tres periódicos es muy desigual, siendo el Corriere della Sera el que más noticias ha publicado sobre mujeres migrantes musulmanas, con un 51%, seguido de La Repubblica, con un 34% y, en tercer lugar, Il Resto del Carlino, con solo un 15% de las noticias analizadas. La distribución de los artículos entre diferentes secciones es bastante heterogénea, llegando a ser opuesta en algunos casos. Para no infravalorar los resultados de los periódicos con menor cantidad de información se hace necesaria una valoración individual. En el periódico La Repubblica las secciones de actualidad y moda son las más representativas. En Il Resto del Carlino también la sección de actualidad es la que acumula más artículos pero seguida de la sección de extranjeros. Estas dos secciones, actualidad y moda, se caracterizan por la publicación de noticias desde una óptica sensacionalista, mayoritariamente orientada a comentar acontecimientos significativos de la sociedad italiana. Frente a ellos, el Corriere de la Sera presenta una distribución opuesta, ya que las dos secciones más importantes son las de Crónica y Política, que utilizan mayoritariamente una óptica gubernamental y

² En la lengua italiana el nombre de la sección es esteri, la traducción es literal extranjero.

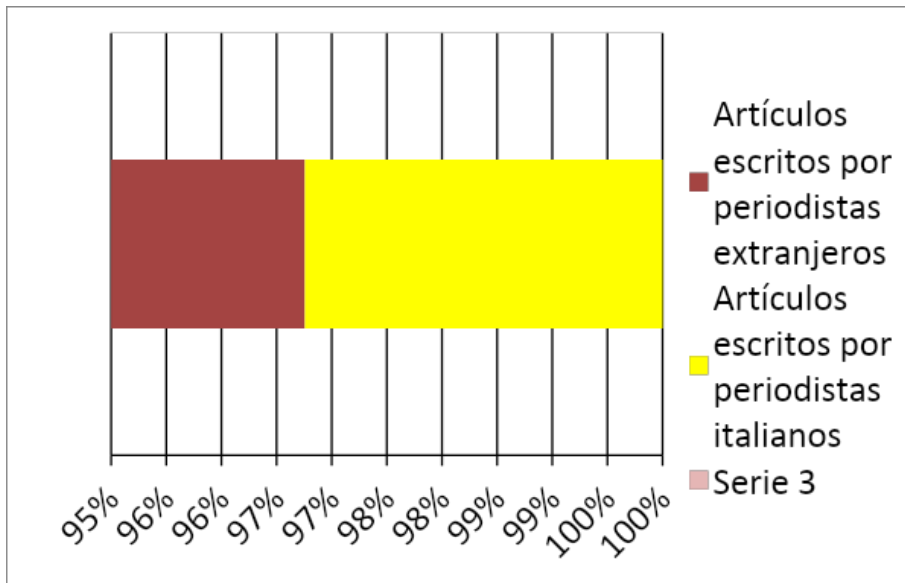
legislativa para hablar sobre mujeres migrantes musulmanas. Las categorías que tienen menor volumen de información también difieren según el periódico. En La Repubblica la sección de crónica es la que menos noticias presenta, en Il Resto del Carlino la de moda y en el Corriere de la Sera la de actualidad. Las ubicaciones de las noticias en los diferentes periódicos y la proporción de las mismas dentro de cada sección reflejan apuestas por trabajar esta temática desde un marco de sentido diferente, en el caso del Corriere della Sera más vinculado a una dimensión institucional, en La Repubblica a noticias de impacto social y en Il Resto del Carlino a la actualidad.

En resumen, si observamos La Repubblica, en este periódico la mayoría de la información se concentra en la Actualidad y Moda, esto significa que los y las periodistas y sobre todo la línea editorial de este periódico se concentra en acontecimientos cotidianos y de tendencia en relación a las mujeres musulmanas, lo mismo ocurre en el periódico Il Resto del Carlino, donde la sección con mayoría de noticias es la de Actualidad. En el periódico Corriere della Sera la mayoría de las noticias se concentran en la sección Crónica y Política y esto significa que la información se dirige sobre todo a ilustrar la reacción de la política y de la ciudadanía hacia el tema de las mujeres musulmanas inmigrantes.

4.2. La autoría de las noticias

En relación a la autoría de las noticias he analizado dos variables: la procedencia étnica y el género. Con respecto a la procedencia étnica, el porcentaje de personas extranjeras que escriben noticias sobre mujeres musulmanas del total de documentos analizados es realmente residual, solo un 5% del total de noticias analizadas han sido escritas por periodistas con procedencia étnica extranjera, el resto son autores o autoras italianas. Es un dato común a los tres periódicos y las diferencias entre ellos son imperceptibles. Esto significa que el discurso que se escribe sobre extranjeras está elaborado fundamentalmente por periodistas nacionales, con el fuerte componente etnocéntrico que ello implica.

Gráfico XIII: Procedencia étnica en la autoría de las noticias de los periódicos italianos

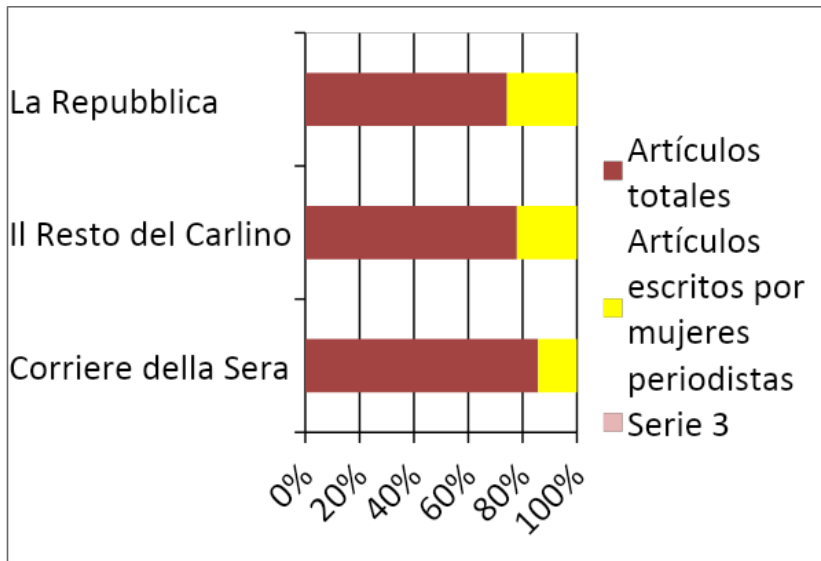


Fuente: Elaboración propia

La procedencia de los y las periodistas de nacionalidad extranjera se circunscribe al continente europeo y norte de África (alemana, argelina, inglesa, marroquí y francesa) y a pesar de que hay un muy bajo porcentaje de noticias con autoría extranjera (solo 30 noticias), éstas son significativas porque el tratamiento que hacen de la información es algo diferente al mayoritario. Por ejemplo, en el caso de artículos escritos por periodistas argelinos o marroquíes la solidaridad con el mundo árabe es una constante: *Le donne musulmane: no alla censura su Van Gogh* (Allam Magdi Cristiano, Corriere della Sera 19/04/2005) o *Noi, ragazze musulmane anti-jihad* (Tahar Ben Jelloun, La Repubblica 28/03/2017).

En relación al género, tal como se puede ver en el Gráfico XIII, del total de las noticias analizadas solo un 24% han sido escritas por mujeres. Llama la atención que aunque existen diferencias ideológicas entre los tres periódicos, en ninguno la participación de mujeres periodistas sube del 35%.

Gráfico XIV: Género en la autoría de las noticias de los periódicos italianos



Fuente: Elaboración propia

Es decir, existe de forma generalizada una infrarrepresentación de mujeres periodistas en la publicación de noticias sobre mujeres extranjeras con respecto a los hombres. En el caso del periódico La Repubblica, solo un 34% del total de las noticias (107 sobre 309) han sido escritas por mujeres, en el caso del Il Resto del Carlino este porcentaje desciende a un 28% (40 de 141) y en el Corriere della Sera aún baja más, hasta un 16% (79 de 475) sobre el total. Es decir, aún la voz del hombre sigue siendo la que se utiliza de forma mayoritaria para hablar sobre mujeres.

Otro resultado en relación a la variable género es que no se observa una correlación manifiesta entre la orientación política del periódico (eje izquierda/derecha) y un aumento o disminución en la autoría de género de las noticias analizadas. Es cierto que la Repubblica, un periódico de izquierda, tiene el mayor porcentaje de periodistas femeninas que escriben sobre mujeres (un 34%), pero el Corriere della Sera, que es un periódico de centro-izquierda, presenta el porcentaje inferior con solo un 16% de mujeres periodistas que han publicado sobre la temática objeto de esta investigación.

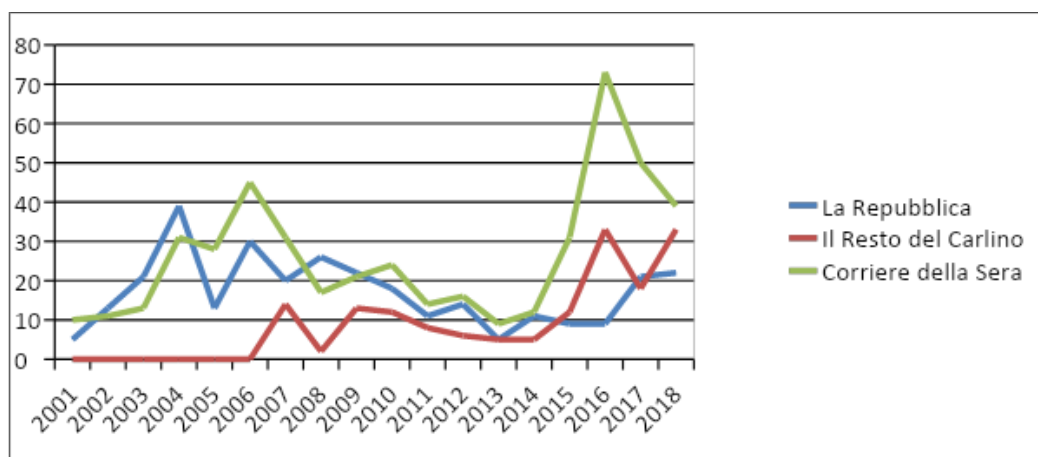
Sin embargo, sí que he observado diferencias significativas en la forma de abordar las noticias y temáticas según la autoría en función del género. Concretamente, los artículos escritos por mujeres suelen dar voz a las mujeres musulmanas en mayor medida que los hombres, muestran una mayor solidaridad con esta población y abordan cuestiones

como la emancipación laboral, autonomía, superación, desigualdad o discriminación jurídica: “Integrazione come valore” (03/08/2011, La Repubblica), “Il coraggio delle islamiche”. “Basta violenze e soprusi” (02/04/2017 Il Resto del Carlino), Halima Aden “Orgogliosa di essere diversa” (10/10/2017, La Repubblica). Estas temáticas y perspectivas también se observan en noticias escritas por voces masculinas, de ahí que no se pueda hablar de discursos diferenciados según género, pero las formas de abordaje mas empáticas, solidarias y cuestionadoras del status quo, así como la noticias que han incluido temáticas no discriminatorias y menos estereotipadoras han sido escritas por mujeres.

4.3. La temporalidad de las noticias

En último lugar se observa la dimensión temporal en la publicación de noticias sobre mujeres musulmanas a lo largo de estas dos décadas. Como apreciamos en el Gráfico XV, existen momentos marcados de incremento y descenso en la publicación de artículos sobre esta población.

Gráfico XV Distribución temporal de la publicación de noticias sobre mujeres inmigrantes musulmanas según periódico



Fuente: Elaboración propia

Tal como vemos en el Gráfico superior (Gráfico XV) existen ciertas similitudes entre los tres periódicos en la existencia de picos y valles en periodos temporales concretos.

Así observamos como en el bienio 2006-2007 en los tres periódicos empieza a decrecer el número de noticias sobre mujeres musulmanas al igual que a partir del 2014 se empieza a incrementar. Si bien la cantidad de artículos es diferente entre los noticiarios, podemos observar cierta correspondencia entre estos dos momentos y los cambios de leyes sobre migración. Así vemos como a partir el año 2001 se inicia un período progresivo en la publicación de noticias que termina, según el periódico de referencia, en el bienio 2004-05 y que vuelve a subir en el año 2006, un periodo en el que se publica y termina la ley Bossi-Fini. Junto a ello observamos un descenso generalizado en la información durante varios años hasta el año 2013-14, con un pico en el año 2016, en el que se publica el Decreto Minniti. Los valles los observamos desde el año 2008 hasta el 2014, periodo en que no se publicaron nuevas leyes y se mantuvo el Pacchetto Sicurezza del Gobierno Berlusconi. Una ley muy restrictiva que introdujo el delito sobre inmigración irregular.

Un último apunte que resulta significativo es que no observamos esta misma correlación si atendemos a las elecciones políticas que fueron en los años 2001, 2006, 2008, 2013, 2018. En estos años no identificamos picos significativos de forma regular, por lo que inducimos que en Italia las modificaciones legislativas han influido de manera más decisiva en la producción de discurso sobre mujeres inmigrantes musulmanas que las elecciones generales.

CONTEXTOS DE SIGNIFICADO

En estos párrafos se analizan los significados, imágenes y representaciones que se elaboran sobre mujeres musulmanas inmigrantes. En primer lugar, abordaremos un apartado que trata sobre las temáticas más frecuentes como elemento esencial para ilustrar los resultados del análisis de los tres periódicos, en segundo lugar analizaré las fotografías de los artículos, los estereotipos y los prejuicios. Las temáticas que he considerado son: el velo, el burkini, la moda, emancipación laboral y otros. Al final trataré el uso que los y las periodistas hacen de algunas palabras para ilustrar el mundo de las musulmanas.

4.4. Las temáticas más frecuentes

El análisis del contenido de las noticias ha mostrado cuatro grandes temáticas en torno a las que se ha organizado el discurso sobre mujeres inmigrantes musulmanas en la prensa italiana: el velo, el burkini, cuestiones de moda y emancipación laboral. La distribución según el periódico podemos verla en la siguiente tabla (Tabla V).

Tabla V: Temáticas más frecuentes en los artículos de los tres periódicos

	La Repubblica	Il Resto del Carlino	Corriere della Sera
El velo	190	62	248
El burkini	89	46	132
La moda	68	9	34
Emancipación laboral	4	1	9
Otros: Integración, Asociacionismo, violencia.	9	3	21

Como podemos ver en la Tabla V, la prioridad de temáticas entre los tres periódicos es la misma a pesar de que el volumen de noticias es desigual. Este hecho resulta llamativo porque a pesar de la diferente orientación política existente entre los tres periódicos hay un alto grado de consenso en relación a los tópicos principales sobre los que se discursa.

La Repubblica ofrece información de carácter político o como crónica en la mayoría de los artículos, como se puede ver en la Tabla V. En el periódico Il Resto del Carlino se ha observado que durante el período de 2001 a 2006 (Gráfico XV) no existen artículos sobre el tema tratado y cuando se ha hablado se ha hecho desde una perspectiva muy superficial, sin profundizar en la cuestión. Por último, en el periódico Corriere della Sera sí que observamos una visión más heterogénea de estas mujeres a través de la inclusión de una mayor cantidad de temáticas y puntos de vista (Tabla V). Es decir, por un lado se ha hablado de otros tópicos como su emancipación laboral, su poder de resistencia o la reivindicación de su identidad y, además, se habla desde otras posiciones, dándoles voz y protagonismo dentro de sus historias.

Tal como hemos señalado anteriormente, las tres principales temáticas sobre la que han hablado los tres periódicos cuando han discursado sobre mujeres inmigrantes musulmanas han sido el velo, seguido del burkini y otras cuestiones de moda. A pesar de que las tres temáticas aparentemente pertenecen al mismo ámbito, las dos primeras se diferencian de la tercera en el tipo de valoración que reciben por parte de la prensa y por eso las he diferenciado.

a) El velo y el burka

En el caso del velo y especialmente del burka se habla sobre ellos frecuentemente para referirse a estas prendas de vestir como distintivos de la cultura musulmana, exponentes de la sumisión y de la relación de dominación del hombre sobre la mujer en esta confesión religiosa. Así se observa en los siguientes artículos:

Il velo copre le donne. E nasconde il resto (23/02/2014, Corriere della Sera)
“Hijab, chador, burqa, niqab [...] in Occidente sono simboli di sottomissione delle musulmane”

Lettere (17/10/2001, La Repubblica)

“Il burqa è diventato un simbolo perché ha caratteristiche d’immagine particolarmente adatte: è sinistro, oppressivo rende le donne simili a ombre cieche, a sagome indistinte e informi e privandole dell’espressione, dello sguardo, le rende oggetti, merce interscambiabile”

Intesa bipartisan sul burqa, il Consiglio provinciale: “No al velo integrale” (15/02/2010)

“Il velo integrale è simbolo di umiliazione, di oppressione e di sopraffazione dell’uomo sulla donna”

Emiro in Versilia con l’harem, donne velate in mare (21/08/2016, Il Resto del Carlino)

“Non desiderano o forse sono costrette a non far vedere le loro forme in costume da bagno, neppure quelli più castigati. Arrivano sulla spiaggia all’alba, con velo e abiti avvolgenti, e si immergono in acqua completamente vestite, per poi tamponarsi con gli asciugamani e tornare in hotel prima che il sole attiri i turisti”

Islam a testa bassa (25/05/2018, Corriere della Sera)

“La vita delle ragazze musulmane cresciute in Italia ma costrette a fronteggiare le loro famiglie, pronte alla violenza per imporre la tradizione: dai vestiti fino ai matrimoni combinati”

Marini interviene sul velo, il caso in Parlamento (25/10/2006, Corriere della Sera)

“Il velo è come la stella gialla degli ebrei, è uno strumento di sottomissione. Le donne non mettono il velo per convinzione ma per costrizione, hanno paura, sono obbligate”

Si tratta di un simbolo culturale bisogna riflettere prima di vietarlo (10/10/2007, Corriere della Sera)

“Sia ben chiaro che io non voglio le donne con il burqa perché penso che può essere una forma di oppressione”

Le donne dell’Islam un mondo che cambia in fretta (04/10/2017, La Repubblica)

“Spesso l’inferiorità femminile è un dato scontato”

Burqa a scuola, stop della Carfagna. E’ un simbolo di sottomissione (13/10/2009, La Repubblica)

“Ostacolano una politica di integrazione dunque burqa e niqab dovrebbero essere vietati a scuola”

I tanti volti del rapporto donne-Islam (13/01/2016, Il Resto del Carlino)

“La donna affiora come sottomessa [...] Per gli occidentali sono aspetti che fanno parte di una cultura inconciliabile, per gli islamici possono essere comportamenti di vita”

Islamica fotografata in strada con il burqa. Ma quante di loro sono sottomesse? (16/01/2010, Il Resto del Carlino)

“La presenza di donne costrette ad indossare quell’abito, sintomo di sottomissione e segregazione”

Aquí se nota como los y las periodistas evidencian que las musulmans que llevan velo son sumisas, no tienen identidad. El velo es visto como símbolo de la opresión de las mujeres musulmanas y es difícil entender si las mujeres son libres para llevarlo. El problema del velo no es llevarlo sino el sentido que transmite a quien lo mira. Los y las periodistas transmiten al lector una imagen muy negativa de la mujer musulmana. Se carga una vestimenta de una simbología muy fuerte no dando la información adecuada a los lectores, todo parece exagerado como para impresionar.

El mensaje que se transmite a través de estas noticias es muy claro, no hay posibilidad de integración en nuestra cultura mientras no se renuncie a estas prendas en tanto que suponen la imposición de unos valores contrarios a la cultura europea occidental. Valores como la sumisión, el machismo y la desigualdad se atribuyen a estas mujeres y a la sociedad que representan a través de una prenda de vestir como es el pañuelo, sirviendo de marcador de pertenencia para un grupo u otro.

Asimismo se muestra mucha desconfianza hacia las mujeres que llevan esta vestimenta ya que se asocia a violencia y terrorismo. Esta idea ha sido recurrente en muchos de los artículos que he analizado. Por ejemplo:

Parigi, ristorante caccia via le ragazze col velo: "Musulmani tutti terroristi". Polemica (28/08/2016, Il Resto del Carlino)

"Tutti i terroristi sono musulmani e tutti i musulmani sono terroristi".

Psicosi velo, perquisite sul traghetto (19/08/2017, La Repubblica)

"L'allarme dei passeggeri per una cintura sospetta"

Il prefetto di Treviso: "il burqa è illegittimo". Il sindaco: "E se nascondesse un kamikaze?" (09/10/2007, Il Resto del Carlino)

"Il burqa è un travestimento, significa non far vedere la propria faccia, mascherarsi per non farsi identificare. Sotto il burqa potrebbe esserci un malavitoso o anche un attentatore"

Velo, bufera sulla Santanchè "scattano misure di sicurezza" (22/10/2006, La Repubblica)

"c'è la legge 152 del 1975 che vieta, per ragioni di terrorismo, di andare in giro mascherati"

Ramadan: no al velo, ma niente restrizioni (30/10/2006, La Repubblica)

"Il problema del velo non è tanto nell'indossarlo, quanto nella percezione che esso crea in chi lo vede e non è sicuro della sua identità"

En estos artículos se puede evidenciar una manera de presentar “el problema musulmanas” como un elemento discordante con la sociedad italiana. Se hace una clara referencia al peligro que los musulmanes llevan en las sociedades occidentales a través del recuerdo de los atentados de la Torres Gemelas junto a la violencia de los terroristas islámicos que está siempre presente en la memoria de los periodistas que relatan sobre la reacción de una sociedad delante la posibilidad que una mujer pueda llevar burqa con la intención de esconder algo que puede amenazar la incolumidad de los italianos. La representación de estas mujeres por parte de los y las periodistas es dirigida a crear alarma social sobre el tema del terrorismo por parte de los islámicos que nada tienen que ver con los civilizados europeos. Estas mujeres que se esconden y se enmascaran, no se acomodan a la sociedad italiana. Se pueden subrayar expresiones como “todos los terroristas son musulmanes”, “el burka es una máscara para no ser identificados”, estos son elementos muy importantes para subrayar como el uso de un lenguaje cargado de estereotipos y prejuicio puede crear una situación de alarma social.

La mujer musulmana está considerada sumisa y genera sospecha en la sociedad occidental que la ve como una posible terrorista porque lleva burka. Para describir las musulmanas los y las periodistas utilizan expresiones como “la cara está encerrada en el pañuelo negro”, “la mujer musulmana está satisfecha con lo que le ofrece la sociedad en la que vive”, “aquel vestido signo de sumisión y segregación”, “hay la mujer embarazada a la que preguntan si tiene bomberos en su estómago”. Todos estos son discursos muy discriminatorios, cargados de sentido negativo para describir a estas mujeres y una de las referencias más radicales en relación a esta idea de alarma es cuando el burka se menciona para hablar de la posibilidad de su uso como lugar donde esconder el explosivo para perpetrar atentados. Una idea utilizada de forma frecuente, como podemos observar a través de estos titulares

Chaima e le umiliazioni delle musulmane d'Italia: “Siete tutte figlie di Bin Laden” (18/11/2017, La Repubblica)

“C’è la ragazza incinta in fila al comune alla quale chiedono se in pancia ha delle bombe. [...] C’è la signora che entrando in banca sente l’impiegata dire

alla collega: odio una marocchina, una terrorista”

Burqa vietato in Francia, Carfagna: “presto anche da noi” (27/01/2010, Il Resto del Carlino)

“Altra questione è quella della sicurezza, cioè dell’esigenza di individuare persone con il volto coperto”

Otra de las ideas que son recurrentes cuando se habla sobre velo o burka es la de falta de respeto e intolerancia de estas mujeres hacia la cultura occidental. Esta idea es especialmente evidente cuando se habla del burkini. El uso por parte de las musulmanas del burkini para ir a la playa o en la piscina es utilizado como una exagerada manifestación de su propia cultura, una falta de respeto de las reglas de un país occidental y de paso se desliza la idea de suciedad o falta de aseo. Asimismo, el burkini es considerado un símbolo de sumisión a la autoridad familiar.

L’Italia e il burkini in piscina, tra imbarazzi e dubbi sui divieti (17/08/2016, La Repubblica)

“I casi in cui più si è parlato in Italia riguardano soprattutto l’uso del burkini in piscina, con donne musulmane tutte coperte negli impianti pubblici viste più volte, quasi sempre contornate da sguardi perplessi, talvolta invitate a non presentarsi più”

In piscina col chador Forza Italia interroga la Regione (20/04/2007, Il Resto del Carlino)

“Per denunciare che alcuni musulmani, che sono vincolati da particolari prescrizioni religiose, hanno l’abitudine di buttarsi vestiti di tutto punto nella piscina”

Burkini, Salvini: “L’Italia segua l’esempio della Francia” (17/08/2016, Il Resto del Carlino)

“Non è un costume da bagno ma l’espressione di un’ideologia basata sull’asservimento della donna. [...] perché il burkini è un simbolo di arroganza, di sopraffazione e violenza nei confronti della donna”

A Varallo “burkini” vietati in piscina e nei fiumi (23/08/2009, Il Resto del Carlino)

“Non ci inchiniamo rispettosi verso usanze e atteggiamenti che non sono propri della nostra civiltà perché non dobbiamo per forza essere sempre tolleranti”

Burkini oltre i divieti (10/10/2017, La Repubblica)

“Noi non imprigioniamo le donne dentro un tessuto. [...] Nel mondo occidentale di oggi è raro imbattersi in atteggiamenti simili, che possono davvero tradursi in una sorta di prigionia. [...] il modo migliore per aiutare le donne a sottrarsi all’autoritarismo familiare è incoraggiarle a vivere pubblicamente: nelle scuole, negli uffici e sulle spiagge”

Hay unas consideraciones etnocéntricas en los artículos en que se promueve la cultura italiana como respetuosa de los derechos de las mujeres a llevar lo que quieren. La intención de los periodistas es siempre la de evidenciar la separación entre dos culturas que consideran las mujeres de manera completamente diferente. Se utilizan expresiones con un fuerte etnocentrismo como: “nuestros no cerramos las mujeres dentro de un paño”, “nosotros no respetamos las costumbres que no pertenecen a nuestra sociedad” hay expresiones discriminatorias como “ellos tienen la costumbre de bañarse vestidos”.

Otra de las ideas a las que se asocia el velo y el burka con más frecuencia es la religiosa. Hay siempre una referencia a la religión cuando se habla de la cuestión del velo o del burkini y se describe una mujer velada que se conforma a la religión islámica en la sociedad y también en su casa. La mujer musulmana es una mujer religiosa que no pretende nada, no tiene deseos, ni sueños y se conforma con lo que le impone la religión, pero sobre todo, lo que quiere es complacer a su marido por lo que sabe ser sensual a la vez que obediente.

Burqa d'Occidente/1 (26/06/2009, La Repubblica)

“Il difficile è capire se le donne barricate dentro un abito della tradizione religiosa lo facciano per libera scelta [...] invece le due somale erano state costrette dai mariti ad infagottarsi [...] per molte ragazze il velo è quasi un costume tradizionale”

Dietro il burqa oro, tulle e swarovsky tutto per sedurre (10/10/2007, La Repubblica)

“La seduzione c'è ma è solo per il proprio marito. E' una questione culturale, religiosa. Fa parte della tradizione”

Quando si combatte in nome di Dio (24/02/2006, La Repubblica)

“Lo scontro tra civiltà occidentale e quella islamica non rappresenta solo un conflitto esterno, ma si produce all'interno stesso del mondo occidentale. L'Europa con oltre 20 milioni di immigrati musulmani, si è attirata in casa questo conflitto”

L'altra metà del velo. Le donne e le religioni tra pudori e femminismi (20/09/2007, La Repubblica)

“Il mondo musulmano non è compatibile con la democrazia”

Ma la legge del Corano non impone il velo (22/01/2004, La Repubblica)

“Le società musulmane sono ossessionate dalla questione dell'impurità; e il velo tende simbolicamente a preservare le frontiere fra puro e impuro. [...] Il velo esprime un malessere generalizzato nelle società islamiche, il conflitto fra islam e occidente, il conflitto dell'islam con se stesso e il conflitto fra diritto e cultura”

Intervista a Souad Sbai. “Per l'Islam tutte le donne sono inferiori. Le cristiane valgono ancora meno” (08/01/2016, Il Resto del Carlino)

“Il Corano considera la donna un essere inferiore. Se è cristiana e occidentale vale ancora meno”

Volevano sembrare più belle la loro voglia di integrazione (30/11/2006, La Repubblica)

“La donna musulmana velata, quella più attenta ai dettami religiosi, si accontenta di quello che le fornisce la società in cui vive. Generalmente anche in casa ha un atteggiamento composto, a meno che non sia sola col marito. Queste donne sicuramente sanno essere sensuali con il proprio uomo anche nei paesi d’origine”

La imagen de la mujer musulmana está tan cosificada en torno a su vestimenta, que incluso cuando se diseñan muñecas para representarlas, también cumplen con el protocolo que manda la tradición religiosa de ir con la cabeza y el cuerpo tapados, reforzando las ideas señaladas por los periódicos en torno a la relevancia de la religión para las mujeres.

Velo, pudore e un piccolo Corano, è Razanne la Barbie musulmana (31/10/2003, la Repubblica)

“La Barbie non si addice alle bambine musulmane [...] Ma lo scrupolo religioso si è trasformato in business: ed è Razanne, la risposta, islamicamente corretta alla bambola occidentale. [...] Incoraggia un comportamento conforme ai precetti islamici, aiuta a costruire identità musulmana e l’autostima, favorisce un gioco interattivo, rappresenta un esempio di rigore islamico”

La rivolta delle figlie (17/09/2009, La Repubblica)

“Una religione vissuta essenzialmente come cultura o secolarizzati [...] nelle loro nicchie etniche e religiose rafforzate da riflessi identitari e da meccanismi di esclusione culturale possono coltivare la loro separatezza e le loro coercitive visioni della donna”

Incluso la imagen de la Barbie musulmana es un ejemplo de estereotipización de la mujer musulmana, ya que representa lo que tiene que ser la mujer velada, ejemplo de rectitud y rigor islámico. El velo representa la división entre mujer y varón y esta

división es narrada por los y las periodistas a través del velo como símbolo de humillación y opresión. Como se puede evidenciar en expresiones “el velo integral es símbolo de opresión”, “la Barbie no es para las niñas musulmanas”, “el velo es expresión de autoexclusión, separación”, la narración que se hace de estas mujeres es siempre muy negativa.

I vescovi: l'Islam non rispetta i diritti delle donne (18/10/2008, La Repubblica)

“I diritti delle donne, nel matrimonio e nella famiglia, che tra i musulmani non hanno la considerazione prevista dalla Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo delle Nazioni Unite”

Se anche l'Islam avesse un Freud (03/08/2008, La Repubblica)

“Il fanatismo religioso ruota attorno a un'ossessione: non toccare la mia donna, moglie, sorella, ragazza o madre [...] Il mondo musulmano avrebbe bisogno di un Freud radicato nella cultura orientale che sapesse definire con parole precise il male (la malattia) che insidia buona parte della società musulmana”

Indossare il velo non è segno di libertà (21/03/2017, Corriere della Sera)

“Quella testa coperta e fasciata vuol dire a chi incrocia per strada: io sono musulmana. Si tratta di un'asserzione di fede”

Algunas veces los y las periodistas prefieren referirse al Corán para dar más credibilidad a sus afirmaciones en torno a las mujeres musulmanas, en efecto citan las leyes Coránicas que no permiten socialización ni libertad a estas mujeres y que consideran las mujeres en general seres inferiores.

A través del relato sobre las mujeres veladas que andan en las calles con burkas se crea un atmósfera de misterio, el velo representa el conflicto entre oriente y occidente y estas mujeres misteriosas quieren vivir marginadas porque no se pueden integrar en la sociedad occidental en que viven. El tono de misterio se crea a través de expresiones como “se mueve como una sombra ausente y misteriosa”, la inferioridad está certificada por la consideración que “el Corán considera la mujer un ser inferior”. La discriminación, el prejuicio y los estereotipos pasan a través del aspecto psicológico de

la cuestión musulmana, los musulmanes debería haber un psiquiatra importante capaz de civilizarlos. La libertad religiosa de llevar velo es narrada aquí como fanatismo, exageración, un exhibicionismo religioso y cultural. “El fanatismo religioso”, “la cabeza vendada” son expresiones que remandan a una modalidad de ilustrar los musulmanes siempre como religiosos y atrasados.

Senza velo se gli occhi delle donne possono cambiare l'islam (25/05/2018, La Repubblica)

“Il volto è una miniatura imprigionata nel foulard nero che fa da cornice ovale e che cancella i capelli e il collo”

Che cosa c'è dietro quel velo (27/01/2010, La Repubblica)

“Chi si traveste in quel modo si muove come un'ombra, assente e misteriosa. [...] le giovani che indossano il burqa non sono poi tanto diverse dai tanti emarginati volontari, veri e falsi a un tempo di cui rigurgitano le nostre società”

Ma il velo non è la minigonna (23/10/2003, la Repubblica)

“Il velo delle ragazze musulmane ha un ben diverso significato, è un'affermazione forte d'autoesclusione, d'identità [...] il velo, versione addolcita del chador o del burka, sta a indicare nella cultura islamica la separazione dei sessi e la sottomissione della donna all'uomo”

L'Italia che convive col velo (11/11/2003, La Repubblica)

“Una commessa che spiega perché non si assumono musulmane: il velo è castigato, non fa vendere”

Una moschea delle donne per spezzare l'isolamento (03/11/2010, La Repubblica)

“Per loro, madri e mogli le occasioni di svago sono poche. Devono badare ai figli e sbrigare le faccende domestiche in casa e alla mancanza di tempo si aggiungono i timori per un Paese dalle abitudini ancora poco conosciute”.

L'inferno delle donne musulmane così musulmane che in Italia vivono nel terrore
(19/08/2006, La Repubblica)

“Le donne musulmane oggi vivono nel terrore, sì, nel terrore. I documenti gli vengono sottratti dai mariti o padri all’arrivo in Italia, o peggio ancora non viene richiesto per loro il rinnovo del permesso di soggiorno per ridurle in clandestinità”

Se porto il velo non trovo lavoro (14/02/2004, La Repubblica)

“L’Europa è nata in contrapposizione all’Islam. L’immigrato marocchino risveglia i grandi fantasmi delle nazioni un tempo sottomesse all’Islam [...] la metà degli immigrati non ha il permesso di soggiorno”

Telefono verde per musulmane. Violenze in famiglia record di chiamate
(14/07/2008, La Repubblica)

“Nella maggior parte dei casi sono di nazionalità marocchina e non hanno alcun titolo di studio. E’ l’identikit delle donne immigrate di cultura islamica”

Jihadiste emancipate (28/12/2017, Il Resto del Carlino)

“La musulmane apprezzano la libertà delle nostre donne e il loro ruolo crescente nella nostra società. Cosa che, se qualcosa non cambia, loro non avranno mai”

Apriamo le scuole la sera per le islamiche (06/04/2007, Corriere della Sera)

“Contro la strage delle innocenti [...] riconoscere i diritti di sicurezza e libertà delle donne musulmane oppresse dai mariti fondamentalisti [...] E’ una strage degli innocenti.

En los artículos analizados se subraya muchas veces la procedencia de las jóvenes mujeres musulmanas de familias patriarcales que no entienden los deseos de integración de sus hijas en la vida social italiana. Se las presenta como familias muy violentas que imponen sus costumbres islámicas. Las mujeres musulmanas están representadas como aisladas y víctimas de sus familias de origen, mujeres que no saben como integrarse y tienen miedo de una sociedad muy diferente de sus tradiciones que muchas veces las

mira como unos animales raros. Los y las periodistas para subrayar la situación de violencia y patriarcado que viven las mujeres musulmanas escriben: “las chicas musulmanas obligadas a ir contra la violencia de sus familia”, “ellas, madres, mujeres, no se pueden divertir tienen que cuidar a los niños y a la casa”.

Se hace siempre referencia a acontecimientos muy negativos en torno a la vida de las mujeres musulmanas, se habla de las violencias en familia, de sus aislamiento social, que no han nunca estudiado y que no tienen cultura y esto se puede evidenciar por frases “no tienen título de estudio”, “viven con terror”.

La Lega attacca le due madri mai sposare un musulmano (17/08/2002, La Repubblica)

“I musulmani hanno un diritto di famiglia incompatibile col nostro e una concezione della donna lontanissima dalla nostra, fino ad ammettere e praticare la poligamia”

Ai confini del velo (24/09/2007, La Repubblica)

“Daniela Santanchè firma una proposta di legge per impedire che le ragazze possano entrare a scuola con il volto coperto. [...] una sorta di orrore per i valori dell’Occidente”

E la Lega vieta lo stile arabo (20/08/2004, La Repubblica)

“Gli immigrati non sono più poveri, ci sono anche i padroncini, e quelli che hanno guadagni irregolari possono essere anche molto ricchi”

I giudici: vietare il velo non è discriminazione (30/05/2017, Corriere della Sera)

“Divieto di accesso a viso coperto in uffici ed enti pubblici “

Milano la Lega apre il caso burqa. Impediamo alle donne l’uso del velo
(21/09/2004, Corriere della Sera)

“In quella zona conferma Salvini ci sono troppe vie che somigliano a Kabul. Aiutiamo le donne musulmane a liberarsi di questa condizione autonomamente”

Tutti contro il burqa ora il Parlamento apre un'inchiesta (24/06/2009, La Repubblica)

“Il burqa non è il benvenuto sul territorio della Repubblica. Non si tratta di un problema religioso, ma di dignità della donna. E' un segno di asservimento, di avvilitamento”

Sul burqa usiamo il buon senso ma non dobbiamo farci intimidire (15/05/2010, Il Resto del Carlino)

“La nostra è una società globale, per ragioni economiche, culturali, religiose ed è sempre più pluralista e multi-etnica. La differenza è notevole: più abituati alla democrazia, noi abbiamo maggiore attenzione nel rispettare usi, costumi e culture di tutti, specie dei nostri ospiti extraeuropei”

Según hemos visto en la mayoría de noticias, la política también se ha interesado mucho por la cuestión del velo, especialmente algunos partidos como el de Matteo Salvini leader de la Lega, un partido de derecha, que ha pregonado por las calles de Milano que demasiadas mujeres musulmanas andan libremente llevando burka. Para Carfagna que es un político de derecha, debe ser vetado en las escuelas porque es un obstáculo a la integración y Santanchè, también un político de derecha, habla del velo como una tragedia para los valores occidentales. El burka no es bienvenido en el territorio de la República. También la iglesia ha hablado contra el burka porque no respeta los valores de la familia y los derechos de las mujeres. Frases como “los musulmanes tienen un Derecho de Familia incompatible con el nuestro”, “el velo es un horror para los valores occidentales”, “el mundo musulmán no es compatible con la democracia”, los musulmanes no tienen la consideración que hay en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas”, “burka y niqab obstaculan la política de integración” insisten en la misma idea de incompatibilidad y rechazo a la par que lanzan un mensaje etnocentrista sobre el valor superior de la cultura y valores occidentales. Hay una exaltación de los valores occidentales a través de la narración de estos

musulmanes como de un pueblo incivilizado, bárbaro, que no sigue las normas democráticas y que es incompatible con la ciudadanía occidental.

La visión etnocéntrica de los y las periodistas emerge muchas veces porque es fácil comparar de forma estereotipadora la moderna democracia occidental frente a la atrasada ley islámica. A ello se añade siempre la inconciliable condición de las mujeres veladas que eligen la sumisión con las mujeres occidentales modernas que aprecian la libertad. El fundamentalismo que no acepta nuestras costumbres se subraya poniendo de relieve el occidente tolerante hacia otras culturas. A pesar de la problematización general que se realiza tanto sobre la vestimenta de estas mujeres como sobre ellas, de forma minoritaria observamos otros posicionamientos más críticos con esta situación. Es el caso del *Il Corriere de la Sera*, que le da mucha importancia a como reacciona la política frente a un problema muy complejo como es el uso del velo islámico, destacando sus implicaciones morales en tanto que puede suponer un problema a la libertad de las mujeres. Sin embargo, en los artículos analizados de este periódico a pesar de fomentar una crítica hacia estos planteamientos reaccionarios no encontramos propuestas sobre posibilidades de encuentro ni de aceptación por lo que la única vía para la integración que se desprende de las mismas es la uniformidad, al menos en la vestimenta, con la moda occidental de las mujeres italianas.

En la *Repubblica* el discurso es más homogéneo. Fundamentalmente está orientado desde un punto de vista gubernamental y pivota en torno a la cuestión de cómo regular la vestimenta de estas mujeres, ya que se entiende que llevar esta ropa supone no sólo una falta de libertad para con ellas sino una continua visibilización de su obediencia y supeditación a sus maridos. Eliminar el uso de estas prendas de vestir supondría, desde este posicionamiento, una forma de equipararlas al estatus de las mujeres italianas, salvándolas de la obligación impuesta por una cultura patriarcal y machista.

Musulmana rifiuta il consulto medico voleva essere visitata da una donna
(26/01/2009, *Il Resto del Carlino*)

“Un extracomunitario ha accompagnato la moglie, coperta dal burqa, al pronto soccorso rifiutando di farla controllare dal dottore perché non era una donna”

L'integrazione in corsia così i grandi ospedali si aprono agli immigrati
(20/10/2010, La Repubblica)

“Ci sono tante donne islamiche che non si fanno visitare dal ginecologo se non in presenza del marito”

Francia ginecologi aggrediti: Non potete visitare le musulmane (28/01/2007, la Repubblica)

“Proteste, minacce e anche violenze in ospedale contro i ginecologi uomini che visitano le loro donne”

Musulmani in strada come a casa; Borgo Allegri, cittadini esasperati (30/08/2013, Il Resto del Carlino)

“la comunità musulmana nel corso degli anni è aumentata di numero e parallelamente è peggiorata la situazione nella zona: risse, rumori notturni, gente che mangia sul marciapiede o si lava nella fontana del giardino antistante il luogo di preghiera, episodi di illegalità”

Los periodistas han puesto la atención también sobre unos acontecimiento de crónica en que algunos médicos fueron agredidos por hombres musulmanes porque querían visitar a sus mujeres. En los artículos no se explica el porqué de esta situación ni tampoco se da voz a las mujeres musulmanas, se utiliza un lenguaje que nos introduce a la autodiscriminación de estas mujeres porque no quieren conformarse a la sociedad occidental en que viven. Se pone al acento en la reacción violenta de los maridos para ilustrar la inferioridad de los hombres musulmanes. Con expresiones como “un extracomunitario ha acompañado su mujer al hospital y no dio el permiso de visitala porque el médico no era una mujer”, “las mujeres musulmanas se hacen visitar por el ginecólogo solo en presencia de su marido”, “violencias contra los ginecólogos hombres por parte de los musulmanes” se subraya la cultura inferior de los musulmanes que no se integran a la sociedad en la que viven creyendo que sea escandaloso que un hombre médico visita a una mujer. Continúa la narración sesgada y estereotipada de los inmigrados que crean conflictos y no se conforman con las leyes del país de acogida y sigue con las mujeres musulmanas que son obligadas a llevar el velo que es un símbolo

cultural de inferioridad.

Se subraya que los musulmanes en general son un pueblo bárbaro y violento porque hacen mucho ruido durante la noche. Los y las periodistas se refieren a “la comunidad musulmana es aumentada de número y son peores: hacen ruido durante la noche, comen en las calles o se lavan en las fuentes”

b) La moda

La moda es la segunda temática en importancia del discurso sobre mujeres inmigrantes musulmanas. La prensa Italiana habla de ella como objeto de estilistas, mostrando especial interés por llegar a su segmento de consumo. Al utilizar prendas de vestir diferentes a las utilizadas por las mujeres occidentales se habla de hijab, burka, burkini en clave muy moderna y se menciona cómo A. Ferretti o Dolce e Gabbana presentan sus prendas a mujeres muy ricas. En estos casos, las referencias al velo y la vestimenta musulmana se realiza en términos de consumo, ocio y clase social. Se habla de mujeres que llevan burkas preciosos pero que debajo de éstos visten de forma occidental, con prendas muy costosas diseñadas por famosos estilistas italianos.

Nike lancia il velo sportivo, ecco l'hijab per le atlete musulmane (08/03/2017, Il Resto del Carlino)

“Con questa iniziativa, il colosso americano auspica di convertire sempre più musulmane allo sport”

La moda islamica nuova frontiera dell'integrazione (21/06/2017, La Repubblica)

“La moda modesta è alla base dell'abbigliamento delle donne musulmane”

Se lo stilista decide di vestire le musulmane (09/07/2016, Il Resto del Carlino)

“La legittima aspirazione di due stilisti di vestire anche l'altra parte dell'universo femminile, quella che per scelta o imposizione non porterà mai la minigonna. Alle donne orientali poi il lusso piace e, lontane da occhi indiscreti, molte sfoggiano look all'ultima moda”

Francia, in vetrina spopola il look islamico (30/03/2016, Il Resto del Carlino)

“Trovo vergognoso il comportamento di questi marchi. Dovrebbero esaltare la libertà e non servirsi di donne che sono asservite”

Sessualità, moda, tecnologia. “Cosa può fare una donna islamica?”(20/09/2008, La Repubblica)

“Le scarpe coi tacchi? Una musulmana le può indossare. Basta che il tacco non sia troppo alto, sennò la camminata diventa ondeggiante e questo non sarebbe dignitoso”

Dolce e Gabbana presentano la prima collezione per donne musulmane (07/01/2016, Il Resto del Carlino)

“Quello delle signore che nei loro paesi indossano il burqa, niqab, hijab e chador è un mercato ricchissimo che nasconde sempre sotto gli enormi mantelloni neri e le teste velate borsette e scarpe stiletto da urlo, tailleur Chanel impeccabili, trionfi di look Louis Vuitton e Prada”

Incluso cuando se habla de moda, los prejuicios y los estereotipos siguen estando presentes hacia estas mujeres porque se da por sentado que la mujer musulmana es una mujer simple que no pretende nada, que no quiere vestirse bien y que no le gusta el lujo. Por eso, en estos artículos se hace una narración muy rica y se hace mucho énfasis al comentar que también a las musulmanas les gusta el lujo a pesar de que nadie las va a ver llevar prendas de moda. Los y las periodistas consideran a las mujeres musulmanas otra parte del universo femenino, más atrasada que las occidentales ya que nunca llevará una mini falda. Siguiendo esta idea de recato y decencia, sostienen que pueden llevar tacones pero no muy altos, si no la manera de andar podría ser demasiado sensual, y una mujer musulmana puede ser sensual solo para su marido.

Por otro lado, se presenta frente a esta mayoría de mujeres una minoría de mujeres ricas que siguen el Emir y visten con prendas firmada por famosos estilistas debajo de los burkas. En este caso, se reproduce el mito clásico del Emir que tiene poder, dinero, muchas mujeres sumisas y devotas que le siguen y que se pueden comprar lo que

quieren, mujeres misteriosas a las cuales les gusta el lujo. En estos casos la moda si se identifica con belleza y estilo, se habla de las dificultades que tienen las mujeres musulmanas en ser aceptadas por su manera de vestir e incluso en algunas noticias se menciona cómo es una forma de evidenciar la particularidad e identidad personal.

c) El ámbito laboral

La penúltima temática en volumen de noticias del total de artículos analizados ha sido el ámbito laboral. Es la tercera en importancia pero realmente solo se han encontrado catorce artículos entre los tres periódicos. En ellos se habla de mujeres que han emprendido negocios propios pero se hace abordándolo como un acontecimiento extraño. Por ejemplo, es el caso de una chica musulmana que abrió una tienda de pañuelos en Bologna. En esta noticia se resalta el coraje y valor de esta mujer por crear un negocio propio en un lugar extranjero pero como si fuera una anomalía dentro de su comunidad. También se menciona la creación de plataformas y foros en los que las musulmanas reivindican su derecho a ser reconocidas como ciudadanas y trabajadoras, pero no deja de contemplarse como algo anecdótico, con un tratamiento superficial que no ahonda o investiga la verdadera situación de estas mujeres.

Shirin Neshat “Il mio film parla di donne capaci di cambiare il mondo”
(28/10/2018, La Repubblica).

Nuova imprenditoria musulmana, ragazza apre negozio di veli (16/04/2018,
Il Resto del Carlino)

Il Corano, l’Islam, le donne, il lavoro (18/10/2002, Corriere della Sera)

Il forum delle musulmane: non siamo fantasmi (27/01/2007, Corriere della
Sera)

Podemos subrayar que sobre esta temática los y las periodistas no dan muchas informaciones a los lectores. Como los artículos son tan pocos podemos subrayar que no hay interés por la prensa italiana en la emancipación laboral de dichas mujeres, parecen desaparecer cuando se tratan temas como la inserción laboral o el empleo autónomo, como si ellas no fueran capaces de buscar un trabajo y a

través de esto realizarse.

d) Emancipación y discriminación

Por último, aunque minoritarias, es importante destacar otras temáticas diferentes a las anteriores que abordan otros artículos. En ellos se habla sobre discriminación y emancipación de las mujeres musulmanas.

Milano studentessa va in classe col velo (27/11/2011, Il Resto del Carlino)

Con o senza velo lasciamo decidere alle donne musulmane (03/03/2014, Il Resto del Carlino)

Il coraggio delle islamiche. “Basta violenze e soprusi” (02/04/2017, Il Resto del Carlino).

La comica musulmana: “scherzo su Bin Laden” (21/10/2001, Corriere della Sera)

Sotto quei veli la battaglia delle donne musulmane (17/08/2008, Corriere della Sera)

Le donne velate sfidano il divieto: arrestate (12/04/2011, Corriere della Sera)

En ellos si se da voz a las propias mujeres, se habla desde un posicionamiento crítico evidenciando su posición de desigualdad y se visibiliza su diferencia como valor. También se habla sobre derechos y emancipación de las mujeres musulmanas. Muchos de estos artículos están escritos por mujeres periodistas. Es decir, hemos encontrado diferencias al analizar de forma específica los artículos escritos por mujeres y hombres sobre mujeres. En la mayoría de estos artículos observamos un tono más solidario y temáticas más heterogéneas.

Io felice e onorata di indossare il niqab (11/02/2010, La Repubblica)

Integrazione come valore (03/08/2011, Corriere della Sera)

Sara, crocerossina col velo: “Io, l’Islam e il volontariato” (24/09/2014, Corriere della Sera)

Halima Aden “Orgogliosa di essere diversa” (10/10/2017, La Repubblica)

Shirin Neshat “Il mio film parla di donne capaci di cambiare il mondo”
(28/10/2018, Il Resto del Carlino)

Cinzia Sciuto “Fede e identità non vanno insieme. Servono diritti uguali per tutti”
(24/11/2018, Il Resto del Carlino)

En un artículo en particular se habla de Halima Aden, una mujer musulmana que ha llevado burkini en concursos de belleza y se ha convertido en una modelo famosa. El relato es de salvación y rescate social porque ella procedía de un campo de refugiados y ha llegado a ser Miss Minnesota y a pesar de este carácter ejemplarizante, su excepcionalidad en los discursos muestran la escasez de historias de superación y ascenso social al referirse a esta población con respecto a otras.

4.5. El análisis de las imágenes

En este apartado se analizan las fotografías que hemos encontrado en los artículos objeto de la muestra. Estas imágenes son importantes para entender mejor como la prensa italiana presenta a estas mujeres. Del total de noticias analizadas solo hemos encontrado 62 fotografías diferentes. En todas aparecen las mujeres veladas, concretamente, en 45 aparecen con el velo o el burka y en 17 con el burkini.

La imagen es muy importante porque completa el artículo y la información llega al lector de manera más directa, no es simplemente un complemento secundario sino un elemento en algunos casos determinante para ilustrar de forma completa una situación o un acontecimiento. Se introduce el contenido del artículo al lector a través de la fotografía que está situada en primer plano, generalmente bajo del título, para atraer la atención sobre un tema o ilustrarlo.

En relación a nuestro trabajo, las fotografías que acompañan los artículos constituyen un elemento importante en el análisis de las representaciones de estas mujeres, porque a través de ellas podemos realizar una interpretación más completa. La narración que se puede hacer a través de las imágenes nos conduce a una serie de reflexiones sobre la manera de representar a dichas mujeres y los estereotipos que emergen a través de ellas

de forma más gráfica y contextualizada.

4.5.1. La desconexión entre las imágenes y las noticias

Como hemos dicho, todas las fotografías analizadas presentan a la mujer inmigrante musulmana de forma velada, en la mayor parte de las ocasiones con velo y/o burka (72%) y en menor proporción en burkini (28%). La ausencia de otro tipo de representaciones de mujeres es llamativa y, sin duda, establece un modelo visual de mujer musulmana en la sociedad italiana.

Una de las primeras reflexiones en la primera revisión de las fotografías fue observar como, en muchas ocasiones, las fotografías utilizadas no se correspondían con el texto que las acompañaba. Es decir, se utilizaban fotografías de archivo que se repetían en varios artículos aunque la temática no tuviera que ver directamente con la imagen. Por ejemplo, las siguientes imágenes no se pueden asociar ni a los titulares que las acompañan ni tampoco al contenido de los artículos.



Chaimaa e le musulmane d'Italia: "siete tutte figlie di Bin Laden" (La Repubblica, 18/11/2017)

Milano, imam a lezione di rispetto delle donne. Lo spot "se non ti picchia non ti ama" (La Repubblica, 01/03/2016)

En estas fotografías hay una mujer en burka de colores que sonrío y una mujer con un hombre, pero no son representativas del tema de los artículos que tratan acerca de los estereotipos y prejuicios que se dan en la sociedad italiana sobre estas mujeres. Otros ejemplos de lo que señalamos son, por ejemplo, las imágenes que mostramos a continuación. En la primera se presenta a la mujer con burka pero para hablar sobre la

mujer islámica que no tiene estudios y, la segunda noticia habla de una niña cristiana que fue dada en adopción pero como podemos ver las imágenes están decontextualizadas.



Quattro islamici su 10: la donna non deve studiare (Il Resto del Carlino, 20/09/2017)



Londra, bimba cristiana affidata a famiglie musulmane (Il Resto del Carlino, 28/08/2017)

En otras, directamente se utilizan imágenes de archivo para hablar sobre algún tema vinculado a estas mujeres. Por ejemplo, en esta imagen el título no corresponde con la fotografía porque el artículo se refiere a las mujeres que eligen llevar burkini pero no hay contextualización, la mujer está en una habitación y detrás de ella hay una biblioteca, elementos que nunca se refieren al uso del burkini.



Dachan, milioni donne scelgono il burkini (Il Resto del Carlino, 19/08/2016)

La desconexión entre las imágenes y el texto en algunas ocasiones es tan evidente que se utilizan imágenes de mujeres veladas en otros países cuando lo que se hace referencia es a la vida de estas mujeres en Italia. Pero este tema es especialmente evidente cuando son noticias que abordan cuestiones en las que estas mujeres reivindican sus derechos de forma activa o en las que defienden su integración dentro de la vida italiana.

En los siguientes artículos se comenta la historia de mujeres que van contra a una sociedad en la que son discriminadas o que se manifiestan contra el terrorismo, pero no hay ninguna imagen de protesta civil en la que se las vea también participar junto a las italianas, incluso en los titulares los y las periodistas se refieren a ciudades italianas pero en las imágenes parece que ellas están en sus países de origen.



“La Pace sia con voi”, i musulmani di Genova in piazza (La Repubblica, 21/11/2015)

Bruxelles, le tre sorelle musulmane contro il terrorismo: “Jihadisti, pentitevi” (La Repubblica, 26/03/2016)

La desconexión entre las imágenes y las noticias representa la manera poco profesional de los periodistas de presentar a las mujeres musulmanas inmigrantes al mundo occidental. Esto significa que la escasez de informaciones asociadas a imágenes desconectadas ofrece a los lectores una información parcial y, en algunos casos, distorsionada de la realidad.

4.5.2. La mirada patriarcal: cosificación de la mujer como objeto/sujeto pasivo

Otra de las ideas que nos ha generado una importante reflexión ha sido la mirada androcéntrica de las noticias sobre estas mujeres. En primer lugar, lo hemos observado a través de la utilización de fotos de mujeres con burka para narrar su sumisión y atraso.



“Svergognata, ti vesti all’occidentale”, 37enne marocchina picchiata a Faenza (Il Resto del Carlino, 16/07/2016)



“Noi musulmani finiremo rinchiusi nei lager” (Il Resto del Carlino, 02/08/2016)



I diritti negati alle donne dell'islam. "Obbedire sempre e tenere il velo" (Il Resto del Carlino, 27/01/2016)

Paralelamente a esta idea, se observa como son representadas casi siempre en grupo o con otra compañera, lo cual refuerza la idea del grupo y de la escasa capacidad individual de estas mujeres, además de conseguir uniformar la imagen de todas ellas. En muchas ocasiones, las imágenes no son claras y generalmente la cara está oculta, lo cual supone una forma de entenderlas como un colectivo homogéneo, iguales, solo mujeres con burka. No es posible considerarlas individualmente porque una persona con su burka parece igual a otra.



Germania, Tar dice no a insegnante in niqab (Il Resto del Carlino, 22/08/2016)

El burka sirve de excusa para despersonalizar más aún a la mujer musulmana y al tratamiento tan generalista y estereotipado que se hace de las mismas. En la medida en que están escondidas debajo de una ropa parece que no tienen identidad. Su personalidad desaparece detrás de su vestimenta. Por ello no es extraño que las mismas imágenes sirvan para artículos con diferentes temas, porque una persona con su burka

parece igual a otra. Esto refuerza la idea de representar las mujeres musulmanas inmigrantes también a través de las fotografías como un colectivo, como una única mancha negra.



Niqab vietato in Danimarca, prima multa a una 28enne (Il Resto del Carlino, 05/08/2018)



Anche il Califfo ora vieta il burqa. “Può nascondere nemici kamikaze” (Il Resto del Carlino, 07/09/2016)

Especialmente, esta práctica de utilizar las mismas fotografías para hablar sobre diferentes temas, nos llamó la atención a través de esta noticia. La particularidad es que el periódico Il Resto del Carlino utiliza la misma imagen en cuatro artículos diferentes con fechas diferentes, uno en el mes de Febrero, uno en el mes de Marzo y dos en el mes de Abril. Se utiliza la imagen de la mujer velada para hablar de hechos negativos, prohibición, segregación, rechazo. Se utiliza una imagen de mujer velada en primer plano para descontextualizarla, esta imagen es universal, no se puede colocar, es como si quien la ha elegido quiere imprimir en el lector la idea que la mujer musulmana es una cabeza velada. No se ve el cuerpo ni el contexto, no se sabe como verdaderamente

es.



Rimini segregata da marito. Giunta si tassa per pagarle gli studi (Il Resto del Carlino, 24/02/2018)

“Rasata perché senza velo? Mia figlia aveva i pidocchi” (Il Resto del Carlino, 02/04/2017)

Bologna, ragazza rasata dalla madre. Il tribunale deve decidere (Il Resto del Carlino, 03/04/2017)

Tolta alla famiglia la ragazzina che rifiuta il velo, le reazioni (Il Resto del Carlino, 31/03/2017)

Solo en algunas ocasiones, se reflejan primeros planos de estas mujeres. Es la oportunidad de poner rostro a un grupo que frecuentemente aparece de forma lejana o de espaldas. Sin embargo, las imágenes más recurrentes cuando hay primeros planos suelen ser los ojos de estas mujeres.



Niqab vietato in Danimarca, prima multa a una 28enne (Il Resto del Carlino, 05/08/2018)

A través de estos primeros planos, se transmite la idea de que son seres oprimidos a los que hay que salvar y rescatar, porque están encarceladas a través de esta vestimenta. Son mujeres que a través de su mirada piden auxilio, seres indefensos que necesitan ser salvadas y protegidas. La información relacionada con estas imágenes atrae la atención del lector siempre en el mismo campo visual, la mirada se dirige a las figuras de negro vestidas con sus caras en primer plano con ojos negros. El cuerpo es un pretexto para hablar de una diferencia o de la superioridad de occidente sobre oriente. La mujer con los ojos pintados ofrece muchas consideraciones, no se sabe quién es pero es como si todos la conocieran: es la clásica mujer musulmana con los ojos que te miran detrás del burka, ojos que pueden pertenecer a una mujer cualquiera pero que representa todas las mujeres musulmanas que necesitan ser ayudadas.

Incluso cuando se narran acontecimientos en los que ellas toman el control o deciden reclamar sus derechos, las imágenes parecen transmitir lo contrario. En esta imagen se habla de rebelión de las mujeres musulmanas y se ve una cara con burka.



La ribellione delle donne islamiche. Tante denunce contro il velo (Il Resto del Carlino, 05/04/2017)

Nos llama la atención que en los artículos que comentan alguna noticia en la que estas mujeres deciden manifestarse, asociarse para defender algún derecho o tomar la iniciativa en alguna actividad son ridiculizadas, minimizando el impacto de sus acciones o resaltando otra característica de la imagen que no tiene que ver directamente con el objetivo de lo que hacen. Este hecho se observa claramente en el siguiente artículo, cuando en la imagen se ve a mujeres manifestándose en bicicleta se habla de ellas como “las bicicletas musulmanas”.



Milano, la bicicletta delle donne musulmane contro la violenza e le discriminazioni (La Repubblica, 16/03/2016)

La ridiculización de las mujeres musulmanas se hace patente cuando los periodistas hablan de ellas acercándolas a la realidad occidental haciendo así una comparación entre dos mundos: el moderno occidental y el atrasado oriental. El juego de las imágenes asociadas a los artículos vehícula el pensamiento del lector, los ojos negros en primer plano, la cabeza escondida en el pañuelo negro son todos símbolos a los cuales los periodistas recurren para crear algo sensacional, algo exótico y sobre todo muy lejano. La mirada patriarcal se desarrolla a través de unas fotografías de mujeres en grupo con burkas negros, sin cara, sin personalidad; la actitud de los periodistas hacia la presentación de estas mujeres es muy superficial en efecto representarlas con las dichas características no permite al lector entender el mundo de las mujeres musulmanas.

4.5.3. La confrontación con la cultura europea: amenaza, peligro y terrorismo

Otra de las ideas recurrentes en el uso de fotos para hablar sobre mujeres musulmanas es la utilización de fotos que generan sospecha y miedo y otras que hacen evidente la confrontación o relación problemática entre la cultura musulmana y los valores europeos.

En relación a la confrontación de valores, nos ha resultado muy llamativo el uso de colores para ilustrar una cultura y otra. Los colores son muy importantes y podemos notar como el negro de los burkas está en contraposición al blanco o de los colores

claros de las mujeres occidentales y también de los lugares. El blanco como el color negro no son colores sino la representación de la presencia de la luz o su ausencia, son símbolos. El blanco es el símbolo de la pureza, la luz, la libertad, la espiritualidad y el negro de la noche, del misterio, del inconoscible. En la fotografía siguiente se nota que las mujeres musulmanas están vestidas de negro y la sociedad italiana con colores muy claros para subrayar la diferencia entre el mundo musulmán “oscuro” y la realidad democrática italiana con colores claros como para indicar la libertad.



L'Italia ammette l'identità coperta. I tribunali hanno fermato i comuni (Il Resto del Carlino, 21/08/2016)

Símbolo de la noche, del misterio, de la oscuridad el color negro es muy potente porque absorbe todos los colores y se lo asocia a algo negativo, oculto y misterioso, en el mundo occidental representa el luto, la tristeza, la muerte. En efecto si consideramos las fotografías, podemos notar que esta contraposición entre el color negro de las mujeres musulmanas y los colores de los occidentales podemos deducir que hay una intención en crear unas diferencias fuertes entre el mundo musulmán atrasado, misterioso, de sumisión, sin posibilidad de integración y el mundo moderno del occidente blanco.



Tagikistan, la polizia ferma e controlla otto mila donne perché non portano bene il velo (La Repubblica, 20/08/2017) “Cosa dirà la gente”, un’adolescente divisa tra morale islamica e modernità (La Repubblica, 03/05/2018).

Para resaltar y justificar la diferencia de valores entre una cultura y otra, en algunas ocasiones se señala las consecuencias que tienen las mujeres que se atraven a cuestionar las normas religiosas musulmanas. Estas veces si se utilizan imágenes muy contextualizadas, como la que se muestra a continuación, donde salen dos mujeres cumpliendo condena.



A Raqqa, nel carcere delle donne della Jihad (La Repubblica, 28/09/2017)

O esta otra, en la que por fin vemos a una chica musulmana vestida de forma occidental, pero como señala la noticia, ha sido arrestada por hacerse un selfie para twitter.



Arabia Saudita, 20enne arrestata per foto in pubblico senza velo su twitter (Il Resto del Carlino, 12/12/2016)

Se subraya lo que ocurre a una mujer musulmana si no lleva velo o son contrarias a la moral islámica. A ellas las llaman las mujeres de la Jihad, mujeres en la cárcel en Raqqa. Pero es especialmente en el burka, donde se “exterioriza” el discurso de rechazo y problematización hacia la cultura musulmana a través de estas mujeres. Nos ha llamado mucho la atención la cantidad de veces que se representa a las mujeres musulmanas a través del burka a pesar de que las noticias no trataran sobre ello.



“Biciclette musulmane”: a Milano donne col velo pedalano contro la discriminazione femminile (La Repubblica, 08/03/2016)

Y la cantidad de noticias que aluden a la prohibición de llevar burka en diferentes países occidentales, en las calles o para ir al trabajo, como muestran los siguientes ejemplos.



Corte di Giustizia Ue: vietare il velo islamico al lavoro si può (La Repubblica, 14/03/2017)

La Francia vieta il burqa, e Strasburgo le dà ragione: nessuna violazione dei diritti (La Repubblica, 01/07/2014)



Quebec vieta niqab e burqa in uffici (Il Resto del Carlino, 18/10/2017)

La prohibición del uso del velo en la sociedad italiana se subraya a través de estas imágenes en las que las mujeres siempre llevan burka, como si los y las periodistas quisieran ilustrar a los italianos como van vestidas las musulmanas y, como es natural, una vestimenta tan coercitiva suscita dudas, debates y valoraciones negativas.

El velo así representado, puede considerarse una simple prenda cultural o representativo de una identidad específica, sin embargo, al ver estas imágenes se puede percibir de forma amenazadora porque el velo esconde. El burka borra la identidad y crea una situación de aislamiento en quien lo lleva, el cuerpo cubierto anula la posibilidad de ser identificado y por eso las relaciones sociales y la integración parecen imposibles, la idea de un cuerpo femenino que no existe es desconcertante, sobre todo si el lector está acostumbrado a unos modelos femeninos, en que la exaltación del cuerpo está en el

centro de muchas campañas publicitarias y la comparación entre el cuerpo femenino oriental que no se ve y lo de las mujeres occidentales que se muestra se hace patente.



Germania, Tar dice no a insegnante in niqab (Il Resto del Carlino, 22/08/2016)

Una de las primeras implicaciones que tiene llevar el burka es el rechazo de otras religiones, es decir, el integrismo por parte de la mujer que lo lleva. La siguiente noticia habla sobre una mujer con burka dentro de una iglesia católica. El título subraya que todos miran y nadie controla, y en las palabras utilizadas se sugiere la idea de la mujer musulmana como peligro, como alguien que no se conforma con la realidad, y especialmente con la realidad religiosa del país.



Con il burqa dentro San Petronio. Tutti guardano, nessuno controlla (Il Resto del Carlino, 21/08/2016)

Además de amenaza, también en algunos titulares se desliza la idea de violencia y terrorismo.



Anche il Califfo ora vieta il burqa. “Può nascondere nemici kamikaze” (Il Resto del Carlino, 07/09/2016)

Los periodistas continúan a representar la contraposición entre el mundo musulmán y el occidental, poniendo unas fotografías en que hay una fuerte contraposición entre el color negro y el blanco jugando con esta diferencia para crear símbolos. La narración describe casi siempre acontecimientos negativos y las mujeres están representadas como integristas generando símbolos y estereotipos.

4.5.4. La mirada andro-etnocéntrica: sumisión, exotismo y belleza.

Y de forma conjunta a lo que hemos identificado en los apartados anteriores sobre ese rechazo manifiesto a la musulmán junto a la mirada patriarcal, las mujeres son relegadas a un papel secundario en las noticias y en sus vidas. Cuando se habla de matrimonios y parejas, es habitual encontrar fotografías y noticias sobre poligamia y matrimonios forzados.



“Emiro in Versilia con l’harem, donne velate in mare” (Il Resto del Carlino, 21/08/2016)

En esta fotografía se muestra la clásica imagen que aparece en la mente de los occidentales cuando alguien habla de un Emir y sus mujeres. Esta imagen no hace justicia a la información que se quiere ofrecer ni tampoco a las mujeres musulmanas que están de nuevo estereotipadas. El Emir vestido de blanco y las mujeres de negro, del Emir podemos ver la cara y de las mujeres vemos solo unas figuras negras sin identidad. Una representación del machismo árabe. El tema de la sumisión se aquí se hace más patente, porque las mujeres son guiadas por un hombre, sus caras ocultas y sus bocas tapadas por un velo coercitivo. Y de nuevo los colores son utilizados para visibilizar dos mundos, el hombre de blanco que representa la libertad y las mujeres de negro que representa la opresión.

Y cuando se las representa de forma positiva es solo para hablar de belleza, de lo efímero como símbolo de identidad de la mujer y de la importancia que para estas mujeres tiene su apariencia.



Germania, la svolta senza veli del sex shop online conforme alla sharia (La Repubblica, 22/12/2014)

Sucede en muchas ocasiones que en los titulares y en las imágenes se sugiere algo misterioso sobre estas mujeres. Se habla de la mirada detrás del velo y de un sex shop para musulmanas subrayando de nuevo la diferencia entre las mujeres occidentales y las musulmanas que necesitan un sexy shop para ellas, porque no pueden mezclarse a otras mujeres occidentales. El velo se utiliza como una metáfora exótica porque estas imágenes recuerdan al mundo imaginario de Mil y unas Noches, un sueño oriental, dando la idea de una realidad lejana. Remarcan la sensualidad de las mujeres árabes que

tienen el pelo largo y los ojos negros pintados y una prenda que esconde el cuerpo creando un sentido de misterio.



Quello sguardo dietro il velo (La Repubblica, 22/05/2013)

Es en las noticias sobre belleza y moda en la que encontramos fotografías diferentes de estas mujeres. La moda de las mujeres musulmana atrae mucho la curiosidad de los lectores y está presentada por los y las periodistas de forma sensacional, como algo nuevo, y es que las musulmanas pueden llevar prendas de lujo.



Veli e tuniche firmati DeG: ecco la prima collezione per le donne musulmane (La Repubblica, 06/01/2016)

Un hijab per le atlete musulmane: Nike lancia il velo islamico per lo sport (La Repubblica, 08/03/2017)

Nike lancia il velo sportivo, ecco l'hijab per le atlete musulmane (IL Resto del Carlino, 08/03/2017)

En otras ocasiones también se muestran imágenes de mujeres musulmanas maquilladas

para hacer evidente que junto al velo o incluso el burka, el deseo de la mujer es ser bella, estar guapa.



Halima Aden “Orgogliosa di essere diversa” (La Repubblica, 27/03/2017)



Usa, Nura Afia è la prima testimonial per cosmetici in hijab (Il Resto del Carlino, 07/11/2016)



Playboy, la prima volta della modella con il velo islamico (Il Resto del Carlino, 28/11/2016)

Estas tres imágenes son muy diferentes de las otras nos ilustra el mundo de las mujeres musulmana como en evolución, hay la mujer que está orgullosa de ser musulmana, otra mujer que publicita un cosmético y la modelo de Playboy. Parece como si ahora el mundo pudiera ser cambiado a través de la sonrisa de las musulmanas. Las imágenes aparecen coloreadas, pero si se observa con detalle las palabras de los titulares se puede intuir un trato discriminatorio, porque los y las periodistas utilizan palabras que crean diferencia entre las mujeres musulmanas a través de expresiones como “orgullosa de ser diferente” o “los cosméticos para el hijab” como si se pudiera distinguir entre unos cosméticos para mujeres musulmanas y otros para las occidentales.

Y justo es también en el ámbito de la moda donde encontramos noticias de mujeres que han decidido montar su propio negocio. En este caso una tienda de burkinis con una fotografía en donde la mujer aparece de forma sonriente, feliz.



Niente costrizioni, il mio burkini è per donne che amano lo sport (La Repubblica, 21/08/2016)

O este otro, en el que una chica joven musulmana, también con velo, decide montar un negocio propio.



Nuova imprenditoria musulmana, ragazza apre negozio di veli (Il Resto del Carlino, 16/04/2018)

Estas dos noticias con sus fotografías pueden considerarse la única prueba de que las mujeres musulmanas pueden trabajar y abrir un negocio. Ambas sonrien satisfechas y son fotografías hechas de sus rostros, de mujeres con nombre propio y con una historia que contar.

La narración sigue el hilo de la desconfianza hacia estas mujeres que aparecen como unos animales raros cuando se acercan a la belleza de la moda y de los cosméticos, siempre desde una perspectiva masculina en la que prevalece el cliché de la mujer sumisa por hombres muy ricos y potentes. Los periodistas eligen las imágenes que acompañan los artículos como si hubieran la intención de avalorar la visión andro-etnocéntrica en que los temas principales son la sumisión, el atraso con un mixto de exótico y misterio confundiendo los lectores y no dándoles informaciones claras. La narración está casi suspendida porque es el lector que la completa con sus consideraciones vehiculadas por los titulares y las imágenes, un mundo en que todo parece simple y directo a los ojos de un lector cualquiera pero si se analiza el contenido escrito y visual de manera profunda se entiende bien que todo está construido para condicionar la opinión pública, no podemos haber la presunción de saber si esta es la precisa voluntad de los periodistas pero, analizando la prensa, podemos deducir que nada es dejado al caso y que todo parece como construido como para facilitar la acción de quien escribe porque difunde solo una información superficial y parcial sin preocuparse de fornir datos, hechos reales y justificaciones. Los lectores confían en la

prensa como medio para aprender la realidad y crearse una opinion, pero esto, a la luz de este estudio, no es suficiente para crearse una opinión independiente; la atención del lector se atrae siempre en el mismo campo visual donde no hay posibilidad de concentrarse sobre acontecimientos útiles para una visión completa de la realidad.

4.5.5. El burkini

Hemos decidido hacer un apartado especial del burkini por la importancia que ha tenido el mismo dentro de las fotografías. En la mayor parte de las imágenes de mujeres con burkini podemos notar que ellas aparecen casi siempre en la playa con otras personas occidentales que llevan traje de baño, muchas veces con otras mujeres musulmanas o con niños.



“Burkini, nostra cronista velata in spiaggia. Tra paura e divieti” (Il Resto del Carlino, 18/08/2016)



L'uomo che paga le multe: “E’ un diritto delle donne, sbagliato cedere alla paura” (La Repubblica, 27/08/2016)

“Burkini consiglio di stato francese sospende il divieto” (Il Resto del Carlino, 12/08/2016)

Polemica sul burkini, il corpo delle donne nuovo simbolo della paura francese (La Repubblica, 18/08/2016)

Si consideramos las dos imágenes de arriba crean a los ojos del lector una visión dualística: el mundo musulmán vs el mundo occidental, los occidentales desnudos y modernos, las musulmanas vestidas y atrasadas. El hombre occidental que gira su cabeza para mirar a la mujer vestida de negro, resalta en una playa de cuerpos blancos y puede transmitir al lector sorpresa, repulsión o miedo. Se trata de una mujer que, en ambas fotografías vemos de espaldas, no podemos ver su cara o su expresión, no sabemos si está feliz de estar a la playa. La primera imagen está puesta en la sección crónica y la segunda en la sección extranjero. En el título del primer artículo se puede entender que la periodista hizo un experimento social vistiéndose como una mujer musulmana y paseando en una playa, el efecto fue muy interesante si consideramos que el hombre se vuelve a mirarla con curiosidad aunque hay otras personas que parecen no darse cuenta de ella.

La segunda imagen fue utilizada tres veces en dos periódicos diferentes en Il Resto del Carlino el 12/08/2016 y en La Repubblica el 18/08/2016 y 27/08/2016. El título de la segunda imagen se refiere a lo que ocurre en Francia cuando se ha suspendido el derecho de llevar burkini y la mujer, siempre de espaldas, entra en el agua completamente vestida en un mar donde hay solo niños. Como se puede ver el poder comunicador de la imagen fotográfica es incuestionable y la capacidad de lectura de esas imágenes por parte de la opinión pública va más allá que otros sistemas de comunicación, ya que nos habla de una amplia capacidad de interpretación subjetiva que nos pone frente a otras culturas.

Otro aspecto muy interesante es también el color del vestido árabe que resalta con el paisaje y con otras personas en la imagen, como si a través del color negro, la mujer musulmana fuera una mancha en la sociedad, algo negativo que se pone en evidencia si consideramos los titulares de los artículos que acompañan dichas imágenes.



“Burkini in spiaggia: libertà di scelta per le donne, salviamo le marionette”(Il Resto del Carlino, 18/08/2016)

Esta imagen es más fuerte porque se pueden ver las caras de la mujer y del hombre occidental que miran a una mujer islámica en burkini. Sus expresiones ponen en evidencia una falta de aceptación y de herramientas para entender otra cultura, ellos parecen sorprendidos y casi ridiculizan estas mujeres porque las miran como si fueran animales raros. El título es particular porque habla de marionetas que tienen que ser salvadas y es una clara referencia a las mujeres musulmanas tan oprimidas, que tienen que ir a la playa vestidas y ser salvadas por los occidentales modernos.



“La legge contro il burkini è un regalo agli estremisti islamici” (La Repubblica, 19/08/2016)

La división entre las dos culturas es más evidente en esta imagen en que las dos mujeres son casi puestas en comparación y es emblemático que no se miran como para subrayar sus diferencias. El artículo está puesto en la sección cultura y el título subraya la diferencia entre el bikini y el burkini y el sentido del pudor en referencia a las musulmanas. Hablar del pudor es como referirse a algo antiguo que no se utiliza en la sociedad actual y es también una manera de representarlas como pertenecientes a otra cultura atrasada y lejana de la nuestra.



“L’Italia e il burkini in piscina, tra imbarazzi e dubbi sui divieti” (La Repubblica, 17/08/2016)



“Sì al burkini in spiaggia purché sia una scelta” (Corriere della Sera, 01/09/2016)

En estas imágenes se hace siempre referencia a la libertad de la mujer de llevar burkini pero sobretodo a las leyes sobre el uso del burkini. Siempre en las fotografías se las compara con la mujer occidental o con hombres que pueden ir a la playa sin cubrir totalmente el cuerpo.



Sesto San Giovanni, musulmane in vasca: piscina off limits (Il Resto del Carlino, 27/01/2015)

En algunas se expresa que el burkini es una expresión de libertad de la mujer musulmana pero a la par se recuerda a los políticos italianos el debate sobre la prohibición del velo. De hecho, las fotografías no transmiten al lector la idea de libertad porque casi siempre estas mujeres aparecen con niños (labores de cuidado) o de forma comparada a otras personas en traje de baño, que si actúan en libertad.



L.Turco, se burkini è scelta no condanna (Il Resto del Carlino, 18/08/2016)

Lo mismo sucede con esta otra imagen. En ella se retrata el rechazo de la mujer musulmana hacia los cuerpos desnudos de dos mujeres occidentales. La idea es crear una contraposición entre la mujer musulmana atrasada, sumisa, que no sabe y no puede integrarse y las mujeres occidentales libres y desinhibidas. La cultura musulmana frente a la occidental.



Burkini, l'Onu critica la Francia: "Così stigmatizzate i musulmani" (La Repubblica, 30/08/2016)

La representación de un mundo dual es un clásico en este tipo de fotografías que subrayan siempre la diferencia. Diferencia en la prenda, en la manera de ubicarse en la sociedad, entre el mundo femenino y masculino, y entre nosotras y ellas. Y junto a ello, se desliza la idea de incompatibilidad con nuestros valores y por tanto la incapacidad para integrarlos.



Francia: anche Valls contro il burkini. “Incompatibile con i nostri valori” (La Repubblica, 17/08/2016)

Burkini, anche Nizza lo vieta sulle spiagge (Il Resto del Carlino, 19/08/2016)

Burkini? Alfano: “In Italia c’è libertà di culto” (La Repubblica, 18/08/2016)



Bruno-Nassim Aboudrar: “Vietare il burkini rischia di fomentare l’islamofobia” (La Repubblica, 17/08/2016)

Burkini, burkini e senso del pudore (La Repubblica, 19/08/2016)

Una idea, la de la incompatibilidad de integración o el choque cultural, que es representada especialmente a través de la imagen del burkini, como también sucedía con el velo o el burka en el apartado anterior. Y de la misma forma en la que a través de estas prendas analizábamos la mirada etnocéntrica y patriarcal, en el burkini esto se hace de forma aún más evidente.

En primer lugar, por el uso de las mismas imagenes para diferentes noticias con contenidos diferentes. Esta imagen de mujer en burkini fue utilizada en cuatro artículos

diferentes en dos periódicos diferentes, La Repubblica y Il Resto del Carlino. Otra imagen fue utilizada en dos artículos en los dos mismos periódicos.



Burkini, Alfano: da noi libertà di culto. In Germania pronti divieti per il burqa (Il Resto del Carlino, 18/08/2016)

En segundo lugar, representando a la mujer como un sujeto que necesita ser cuidado y vigilado. La mujer cuando va a la playa debe ser acompañada por un hombre o por alguien del ámbito familiar



Hind Lafram: “Burkini, sbagliato imporre regole, così si creano solo barriere” (La Repubblica, 18/08/2016)

La imágenes de las mujeres acompañadas por hombres refuerzan la cultura patriarcal en la que viven, donde es el hombre que se ocupa y guía a la mujer en la sociedad pero, naturalmente, no en el sentido de cuidado sino de control. La idea de las mujeres sumisas se hace patente en estas imágenes porque las mujeres no son representadas con un sentido de libertad sino como seres ajenos al contexto en que se mueven, demasiado diferentes a la sociedad en que viven.

En tercer lugar, representándolas de forma ajena a la sociedad en la que viven. Se las muestra como sujetos que no encuentran su lugar, están ausentes y solo son capaces de relacionarse con personas de su misma nacionalidad o religión.



Integrazione, la bagnina: “teniamo d’occhio le musulmane che fanno il bagno” (Il Resto del Carlino, 01/09/2016)

Y por último, y a diferencia del velo o del burka, en el burkini también confluye la idea de suciedad, o al menos, de falta de higiene. En algunas noticias se subraya la cantidad de ropa que necesitan para ir a la playa o la piscina para poder disfrutar de un baño.



Sesto San Giovanni, la piscina che chiude agli uomini per permettere alla donne musulmane di nuotare (La Repubblica, 23/10/2014).

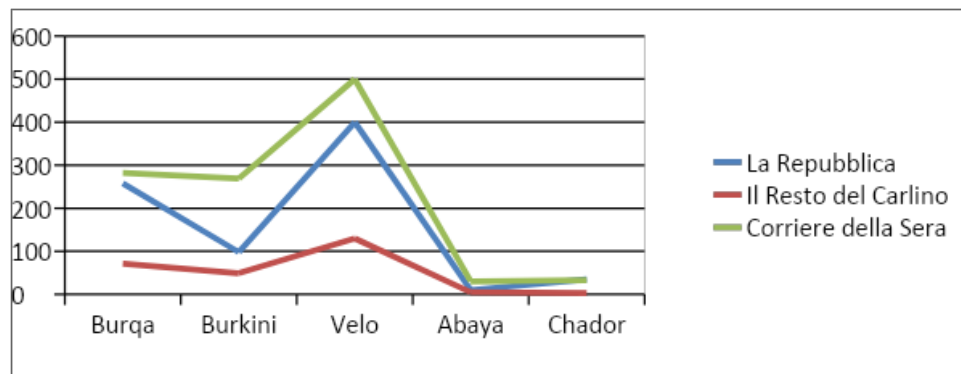
4.6. Los conceptos, sus usos y los significados

Como se ilustra en estos dos gráficos posteriores (XVI y XVII), podemos considerar que la mayoría de los y las periodistas cuando hablan de mujeres musulmanas utilizan de manera mayoritaria las palabras: velo (en 400 artículos en La Repubblica, en 130 en Il Resto del Carlino, 500 en Corriere della Sera), inmigrante musulmana (en 300

artículos del periódico La Repubblica, 120 Il Resto del Carlino y 250 en el Corriere della Sera) y extracomunitaria (en 280 artículos en La Repubblica, 103 en Il Resto del Carlino, 110 en Corriere della Sera). En relación a la vestimenta de las mujeres, se puede notar que en el ámbito semántico hay una buena presencia de artículos con las palabras burqa y burkini y una minoría de palabras como abaya o chador, lo que nos indica que por parte de los y las periodistas no hay voluntad de utilizar un lenguaje específico y más detallado para representar a las mujeres musulmanas inmigrantes. Parece como si hablar de burqa y burkini fuera más fácil y directo que utilizar palabras más específicas y dar explicaciones técnicas a los lectores. De esta forma se uniforma la información y se consideran las mujeres musulmanas inmigrantes como un colectivo sin identidad y sin diferencias, es decir, se agrupa a las mujeres en torno a tres tipologías: mujeres que llevan solo el chador, las que llevan chador y abaya, y las completamente veladas.

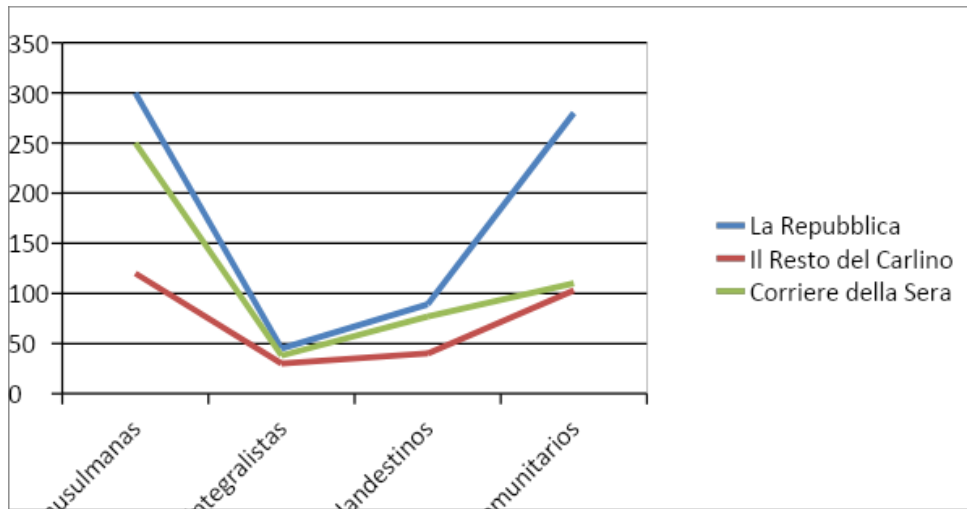
En resumen, las palabras se mueven desde un ámbito semántico del vestido oriental a la caracterización de los musulmanes y las musulmanas como se puede evidenciar en estos dos Gráficos (XVI, XVII).

Gráfico XVI: Representación de las palabras sobre la prenda oriental



Fuente: Elaboración propia

Gráfico XVII: Palabras que caracterizan los musulmanes



Fuente: Elaboración propia

En el objeto de esta investigación las palabras tienen una importancia muy relevante porque los y las periodistas se sirven de ellas para vehicular la información, para ilustrar acontecimientos, explicar hechos y emociones, describir y difundir lo que ocurre en las sociedades desde múltiples puntos de vistas y cuando la información llega a los lectores o simplemente a los oyentes esto puede modular las opiniones, por eso utilizar palabras apropiadas para describir situaciones concretas debería ser la tarea principal de cada periodista. Sin embargo, como se evidencia en esta investigación la realidad es otra y por eso las palabras que los y las periodistas italianos e italianas utilizan para hablar de las mujeres musulmanas inmigrantes no sirven solo para informar sino condicionan el lector y lo dirigen hacia un sentido de alarma y confusión a través de un discurso etnocéntrico y hacia un sentido de rechazo y sospecha a través de un discurso cargado de estereotipos y prejuicios.

Considerando el análisis de los 925 artículos de los tres periódicos La Repubblica, Il Resto del Carlino y Corriere della Sera se puede afirmar que la información que llega al lector a través de las palabras es una información heterogénea en la que los temas sobre las mujeres musulmanas inmigrantes son casi siempre los mismos tratados con las mismas palabras pero con perspectivas diferentes. Consideramos que el lenguaje se refiere, en la mayoría de los artículos, a la manera de vestirse de las mujeres musulmanas, por eso hay una serie de palabras que rodean entorno al ámbito semántico

del vestido oriental. Las palabras empleadas son muy simples y no sirven para dar al lector explicaciones sobre la cultura musulmana, no se utiliza un lenguaje especializado y los titulares se presentan resumidos o en forma de simple eslogan.

En muchas ocasiones para referirse a las mujeres musulmanas sin citar la palabra mujer o musulmana, dicen simplemente burkini, burqa o velo y ya se deduce que se está hablando de la mujer musulmana. Aquí algunos ejemplos: “Velo, scattano le misure di sicurezza” (La Repubblica, 22/10/2006), “l’Italia che convive col velo” (La Repubblica, 11/11/2003), “l’Italia e il burkini in piscina” (La Repubblica, 17/08/2016), “il burkini è un simbolo di arroganza” (Il Resto del Carlino, 17/08/2016), “Burkini oltre i divieti” (La Repubblica, 10/10/2017), “Burqa d’Occidente” (La Repubblica, 26/06/2009).

Algunas veces se habla de mujer velada, kamikaze, terrorismo, harem, Corán, Jihadismo para hablar sobre algo musulmán como por ejemplo: “Emiro in Versilia con il suo harem” (Il Resto del Carlino, 21/08/2016), “il burqa illegittimo...e se nascondesse un kamikaze?” (Il Resto del Carlino, 09/10/2007), “Il Corano, l’islam, le donne , il lavoro” (Corriere della Sera, 18/10/2002), “Jihadiste emancipate” (Il Resto del Carlino, 28/12/2017).

Como se puede observar el uso de estos términos crea una caracterización de los musulmanes y de las mujeres musulmanas que genera una asociación en el lector entre unos términos y las personas en cuestión, que no da espacio a otras interpretaciones.

Para referirse a los/las musulmanes/as se utilizan palabras que no se conforman con la sociedad en que estas personas viven, ellos/as son siempre los extranjeros, las extranjeras, los islámicos, las islámicas, los musulmanes, las musulmanas, las mujeres veladas, las que llevan pañuelo, los integralistas, las integralistas y los/las periodistas se refieren a ellos/as utilizando unos términos relativos al campo semántico de la ilegalidad como clandestino, patera, extracomunitarios, invasión. Hay una estigmatización del extranjero sobre todo de las mujeres musulmanas que se describen con términos como: pobres, atrasadas, religiosas, mascaradas, sumisas, oprimidas : “Il burqa è un travestimento...” (Il Resto del Carlino, 09/10/2007), “Hijab, chador, buqa, niqab sono i simboli di sottomissione ...” (Corriere della Sera, 23/02/2014), “Il velo integrale è simbolo di oppressione” (Il Resto del Carlino, 15/02/2010). A través de las mismas transmiten un mensaje implícito al lector que condiciona la imagen de estas mujeres, tan diferentes y ajenas de las mujeres occidentales.

Se ha podido constatar que a través del lenguaje los y las periodistas promueven algunos valores que reflejan estructuras de poder sobre la discriminación y la desigualdad a través de un lenguaje que atraviesa toda la insatisfacción de la gente hacia unos gobiernos que no saben mantener el orden público y dar servicios esenciales, por eso el tema de la inmigración, sobre todo islámica, se transforma en elemento clave para criticar la incapacidad de los gobiernos en organizar la vida social de los ciudadanos y sobre todo de los extracomunitarios. Palabras como inmigrado/a, clandestinos/as, irregulares, extracomunitarios dan la idea de como se da un sentido negativo a este tipo de información, se crea una “deshumanización” de los inmigrados creando en la mente del lector una imagen colectiva de las personas que emigran; a través de estas palabras no se considera el individuo sino el grupo de inmigrados, un grupo de personas sin origen, sin nombre, sin historia, son simplemente una masa que se mueve y va a ocupar un sitio que no es suyo. Esto crea una situación de miedo y alarma social porque cuando un pueblo no puede identificar los que llegan en su país se siente amenazado. La repetición de palabras con sentido negativo construye una imagen cristalizada de los inmigrados que son protagonistas siempre de acontecimientos negativos o de comportamiento inadecuado como por ejemplo cuando se habla de las mujeres musulmanas se subraya que no se adecuan a la sociedad de acogida. Hay así, a través de las palabras una amplificación de la situación de los/las musulmanes/as en Italia considerados/as casi siempre un problema, esto se puede subrayar en el contenido de algunos artículos: “hanno l’abitudine di buttarsi vestiti di tutto punto in piscina” (Il Resto del Carlino, 20/04/2007), “la comunità musulmana nel corso degli anni è aumentata di numero e parallelamente è peggiorata la situazione nella zona: risse, rumori notturni, gente che mangia sul marciapiede o si lava nella fontana del giardino antistante il luogo di preghiera, episodi di illegalità” (Il Resto del Carlino, 30/08/2013), “siete tutte figlie di Bin Laden” (Il Resto del Carlino, 18/11/2017). Los términos y expresiones utilizados son ilegalidad, ruido durante la noche, nadan vestidos, Bin Laden, todas ellas remiten a la suciedad, la falta de respeto y el terrorismo.

La sociedad de acogida de las musulmanas está condicionada por las palabras que rodean entorno a la narración de lo que son y lo que hacen estas mujeres como en estas partes de unos artículos: “ci sono tante donne islamiche che non si fanno visitare dal ginecologo” (La Repubblica, 20/10/2010), “nella maggior parte dei casi sono di nazionalità marocchina e non hanno alcun titolo di studio” (La Repubblica,

14/07/2008), “La donna musulmana velata, quella più attenta ai dettami religiosi, si accontenta di quello che le fornisce la società in cui vive. Generalmente anche in casa ha un atteggiamento composto, a meno che non sia sola col marito. Queste donne sicuramente sanno essere sensuali con il proprio uomo anche nei paesi d’origine” (30/11/2006, La Repubblica), “La donna affiora come sottomessa” 13/01/2016, Il Resto del Carlino) en este caso las palabras utilizadas son: no tienen ningún título de estudio, sumetidas, religiosas, siempre palabras que estigmatizan la mujer musulmana.

A través de estas palabras se presenta el perfil de estas mujeres como analfabetas, no tienen formación y no visitan a los ginecólogos. En este caso el uso de las palabras es muy significativo porque manipula la información que el lector recibe y así modula la percepción que hace del mundo que rodea a la mujer musulmana. Es decir, la palabra con su potencia dirige el pensamiento de los lectores.

5. CONCLUSIONES

5. CONCLUSIONES

El tema de mi investigación *Análisis de la construcción mediática de las mujeres inmigrantes musulmanas en los medios de comunicación italianos* se desarrolla a través de una serie de capítulos y apartados muy significativos que explican como he analizado mi objeto de estudio.

El trabajo empieza con los agradecimientos y la introducción en la que he explicado mi interés por las mujeres musulmanas inmigrantes en la prensa italiana, hablando de mi posicionamiento como investigadora.

El objetivo de esta investigación fue analizar las representaciones discursivas que se han proyectado sobre las mujeres migrantes musulmanas en tres de los principales periódicos italianos. Se han considerado tres periódicos: La Repubblica, Il Resto del Carlino, Corriere della Sera como los más representativos del país. El periodo analizado ha sido desde 1 de Enero 2001 al 31 diciembre 2018, y el total de noticias recogidas han sido 925, que se pueden dividir el 51% perteneciente al Corriere della Sera, el 34% a La Repubblica y el 15% al Il Resto del Carlino.

Para analizar los artículos seleccionados se ha utilizado la técnica del análisis documental, la teoría fundamentada y el análisis crítico del discurso para conseguir un análisis más detallado. El uso de herramientas informáticas para el análisis de datos cualitativos ha sido una parte imprescindible de la metodología, utilizados fundamentalmente para el análisis de componentes de los artículos de prensa. En concreto, y entre varias opciones, se ha utilizado el programa ATLAS.ti, el cual facilita el análisis cualitativo de grandes volúmenes de datos textuales. Esto no fue posible para todos los artículos porque algunos no se pudieron descargar, como mencionaremos en el apartado posterior de limitaciones.

En relación a la autoría de las noticias, he analizado dos variables: la procedencia étnica y el género. Con respecto a la procedencia étnica, el porcentaje de personas extranjeras que escriben noticias sobre mujeres musulmanas del total de documentos analizados es realmente residual, solo un 5% del total de noticias analizadas han sido escritas por periodistas con procedencia étnica extranjera, el resto son autores o autoras italianas. Es un dato común a los tres periódicos y las diferencias entre ellos son imperceptibles. Esto significa que el discurso que se escribe sobre extranjeras está elaborado fundamentalmente por periodistas nacionales, con el fuerte componente etnocéntrico

que ello implica.

Junto a ello, existe de forma generalizada una infrarrepresentación de mujeres periodistas en la publicación de noticias sobre mujeres extranjeras con respecto a los hombres. En el caso del periódico *La Repubblica*, solo un 34% del total de las noticias (107 sobre 309) han sido escritas por mujeres, en el caso del *Il Resto del Carlino* este porcentaje desciende a un 28% (40 de 141) y en el *Corriere della Sera* aún baja más, hasta un 16% (79 de 475) sobre el total. Según estos resultados podemos afirmar que aún la voz del hombre sigue siendo la que se utiliza de forma mayoritaria para hablar sobre mujeres.

En el segundo capítulo, a través del marco contextual y teórico, he realizado una aproximación a la realidad de la población extranjera en Italia, la población musulmana en Italia, los flujos migratorios femeninos, la política nacional sobre inmigración y he ilustrado, a través tablas y gráficos, la presencia de extranjeros y musulmanes/as que viven en Italia. He hablado también acerca de cómo la opinión pública ha cambiado después el 11 de septiembre y cómo la religión puede ser fuente de contradicciones y prejuicios sociales.

De forma particular, he analizado la política italiana sobre inmigración. A través de su análisis hemos visto cómo desde el año 2001 al 2018, que es el arco temporal considerado para investigar sobre mujeres musulmanas inmigrantes y prensa, se han alternado en Italia gobiernos de derecha e izquierda con consiguiente cambios en las leyes sobre inmigración. Durante este período se aprobaron cuatro leyes sobre inmigración con diferente nivel de permisividad y restricción, diferenciadas fundamentalmente por el acceso de la población inmigrante al territorio italiano. En el año 2002, se publicó la ley 189/2002 (Bossi-Fini), que reducía la posibilidad de residencia de los inmigrados en Italia. En el año 2008, la ley 160/2008 “Pacchetto Sicurezza” introduce el delito sobre inmigración irregular. En el año 2017 la ley 46/2017 (Decreto Minniti) regula una simplificación de las notificaciones de los documentos para los refugiados y también otras normas que facilitan la protección internacional de las personas. La más reciente es el Decreto Sicurezza impulsado por Matteo Salvini como ley 113/2018 sobre inmigración y seguridad. Este decreto desarrolla una serie de normas para restringir la inmigración en Italia y expulsar a la población inmigrante en situación irregular.

Además de estas leyes y cambios normativos se ha analizado la opinión pública italiana sobre inmigración durante estas dos últimas décadas. Según los datos analizados la inmigración es hoy uno de los principales problemas para la sociedad italiana, especialmente en el ámbito económico y social, donde son considerados como una amenaza laboral, que puede quitar el trabajo a la población italiana y generar mayor desempleo. En la opinión pública italiana está claro que los/las inmigrantes/as irregulares deberían ser expulsados y no representan una oportunidad para la sociedad. Sin embargo, la opinión pública italiana cambia positivamente cuando la pregunta se centra en el ámbito de los/las inmigrantes/as y de los/las musulmanes/as regulares. En ese caso, la aceptación de esta población es mayor.

Después de haber explicado en general cual es la situación italiana frente a los/las inmigrantes/as, he considerado como los medios de comunicación construyen la realidad social y, concretamente, como construyen la imagen de las mujeres musulmanas inmigrantes. Para ello he hablado del etnocentrismo y de islamofobia y sobre cómo la sociedad italiana considera el inmigrado un problema. He considerado como los medios de comunicación italianos escriben sobre la mujer en general y como el discurso se carga de estereotipos y tópicos cuando se habla de la mujer musulmana inmigrante. He considerado las investigaciones sobre la prensa italiana e inmigración como un ejemplo que ha podido enriquecer mi investigación y la importancia de la interseccionalidad para investigar sobre mujeres.

En el tercer capítulo he escrito sobre el marco metodológico, en el que he explicado mis técnicas de investigación, el período analizado, los periódicos considerados, los criterios de búsqueda y la teoría fundamentada así como sobre el análisis crítico del discurso. Este capítulo fue fundamental para explicar en que dirección quería orientar el análisis de los artículos de los periódicos elegidos y sirvió para ilustrar como se han desarrollado las diferentes fases de trabajo y que técnicas he elegido para conseguir los resultados. Para realizar los objetivos de mi investigación he llevado a cabo una estrategia metodológica cualitativa que considero la más adecuada para el análisis del discurso y las representaciones sociales.

El cuarto capítulo habla de los resultados del análisis, en él he explicado la ubicación de las noticias, la temporalidad y la autoría de las mismas. También el uso de términos específicos y las fotografías como medio para entender mejor un artículo, las temáticas

más frecuentes, los estereotipos y los prejuicios hacia las mujeres musulmanas inmigrantes.

El análisis del contenido de las noticias ha mostrado cuatro grandes temáticas en torno a las que se ha organizado el discurso sobre mujeres inmigrantes musulmanas en la prensa italiana: el velo, el burkini, cuestiones de moda y el ámbito laboral. A pesar de que las tres primeras temáticas aparentemente pertenecen al mismo ámbito, las dos primeras se diferencian de la tercera en el tipo de valoración que reciben por parte de la prensa y por eso las he diferenciado, si consideramos el caso del velo y del burkini se habla sobre ellos como distintivos de la cultura musulmana, símbolo de sumisión y de dominación del hombre sobre la mujer. Sobre estas temáticas se han considerado los prejuicios y los estereotipos a través del análisis del lenguaje y de las fotografías.

Si consideramos los 925 artículos analizados en los tres periódicos La Repubblica, Il Resto del Carlino, Corriere della Sera, solo 62 artículos (7%) tienen fotografía, por eso se puede deducir que los y las periodistas no consideran las imágenes un elemento comunicador muy importante cuando tratan el tema de las mujeres musulmanas inmigrantes. Solo un 7% del total de noticias tienen alguna fotografía y en la mayoría de los casos las fotografías representan mujeres en burqa y en burkini produciendo un efecto de homogeneización de dichas mujeres. Dividiendo las fotografías entre velo/burka y burkini se ha ilustrado la manera en que los y las periodistas han representado estas mujeres. Las imágenes han acompañado una información en la que se ha podido identificar los estereotipos y los prejuicios hacia estas mujeres a través de los principales tópicos. Asimismo, también se ha evidenciado la forma de representar a estas mujeres como un colectivo sin cara ni personalidad o acompañadas de varones, presentándolas como sumisas y atrasadas.

Junto a las imágenes se ha analizado el uso de términos concretos en los artículos. A través de los mismos se ha podido observar una caracterización de estas mujeres donde los elementos negativos emergen en la mayoría de los casos.

6. DISCUSIÓN

6. DISCUSIÓN

La investigación sobre el análisis de la construcción mediática de las mujeres inmigrantes musulmanas en los medios de comunicación italianos ha permitido evidenciar unos aspectos muy interesantes sobre la cuestión de la inmigración en general y, en particular, sobre la inmigración de las mujeres musulmanas en Italia.

En relación a los contextos de producción del discurso, uno de los hallazgos que me resultan más significativos de esta investigación es la interrelación entre la prevalencia mayoritaria de la voz masculina para hablar sobre mujeres y el uso de la mirada institucional como una de las principales vías para abordar el conocimiento de esta realidad. Y al igual que ha venido ocurriendo en la prensa italiana cuando se habla de forma general sobre mujeres (Proyecto GMMP, 2015), el discurso sobre migrantes musulmanas ha estado producido fundamentalmente por periodistas masculinos. Del total de noticias analizadas solo el 24% (de media) ha sido escrito por mujeres, y este hecho, si bien no es novedoso, influye tanto en la forma de abordar la noticia como en la elección de las temáticas, como he observado en mi investigación.

Asimismo, además de masculino, el discurso mayoritario ha sido occidental, caracterizándose por representar a las mujeres desde una mirada patriarcal, etnocéntrica y heteronormativa, como señalaban Sobrados-León y Sánchez (2008), Solano (2011) o Corte (2002) para otras investigaciones. En ella las mujeres han ocupado una posición de sumisión y subalternidad continua (Gaudino 2019 y Chiappelli 2009).

La representación mediática sobre mujeres musulmanas ha ilustrado como las informaciones crean unos valores, actitudes y juicios respecto a nuestro entorno social, cultural y político, y cómo los medios de comunicación pueden contribuir a la difusión de estereotipos generando unos prejuicios hacia una determinada etnia. Y junto a ello crear un discurso etnocéntrico en que el Occidente superior se contrapone al Oriente inferior, actuando una demonización de una parte y una dominación de otra parte en cuya base están el poder y la influencia.

Con los atentados del 11 de Septiembre, los medios de comunicación se convirtieron en la mayor herramienta de justificación y validación de una política determinada, difusora de ideas trastocadas y estereotipos étnicos y culturales absolutamente sesgados sobre el Islam, los árabes y los musulmanes (Belarbi, 2004).

La representación del árabe se mueve entre la imagen romántica elaborada por los poetas del siglo XVIII, y la del terrorista creada por los modernos medios de comunicación, pasando por la del rico tonto o la del emigrante ignorante. Todas estas imágenes que hemos visto en los artículos analizados contribuyen, en general, a afirmar la superioridad del occidental, pero, a menudo, esconden un odio sólo comprensible en el marco de una referencia plagada de luchas. Así pues, la escritura se ha convertido en un mero molde para afianzar todos los sedimentos culturales; porque el periodista debe “escribir de la forma que guste al mayor número posible de gente” (Louassini, 2002:67-73).

El discurso sobre los inmigrados, sobre todo sobre los/las inmigrados/as musulmanes/as se desarrolla a través de una representación problemática, que convierte la dimensión del inmigrado irregular en una amenaza para la seguridad social o el terrorista islámico. Si consideramos la representación que los y las periodistas italianos/as hacen de las mujeres musulmanas inmigrantes podemos notar un tratamiento muy superficial y reduccionista que las entiende fundamentalmente como problema, al igual que sucede en el contexto europeo. Y esto se manifiesta de diferentes formas.

En primer lugar, se ha detectado en todos los artículos analizados una ausencia de contextualización o traducción de términos arabo-islámicos como, por ejemplo, abaya, burka, burkini, niqab, hijab o chador. Éstos se han utilizado de forma frecuente sin mencionar en ningún momento que significan, que uso han tenido y cuál es su función actual, por lo que consideramos que su empleo más que ayudar a entender el fenómeno islámico ahonda en su estereotipación, respondiendo así al papel que en las actuales sociedades occidentales se le ha asignado al islam y a los musulmanes (Iglesias Santos, 1999).

En el caso que nos ocupa de la terminología islámica y relativa a las mujeres musulmanas, ello supone que los términos y las expresiones tienden a ser usados no en su significado real dependiendo del contexto y el mensaje, sino en razón de las convenciones sociales acerca el islam y de lo islámico y de la percepción que se tiene de ello en la sociedad y la lengua que reciban la información sobre aquéllos. Es decir, que las noticias están sometidas a ciertas “normas” de producción con respecto al tema de que se trata. En el caso del periodista o redactor de noticias que usa una terminología especializada o relativa a un tema determinado, debería asegurarse de poseer un

conocimiento suficiente de las expresiones y terminología. En los artículos analizados los periodistas utilizan expresiones y un lenguaje que gira en torno a todo lo que es musulmán, fomentando el prejuicio a través del uso de estereotipos y términos que refuerzan el etnocentrismo, especialmente cuando se refieren a las mujeres musulmanas con expresiones de rechazo y consideraciones sobre el velo. Asimismo también se abusa de comentar hechos negativos sobre los musulmanes en general y, en particular, sobre las costumbres de las mujeres musulmanas. Sólo en raras ocasiones se utilizan expresiones lingüísticas positivas.

Se puede considerar que la información que llega al lector a través de las palabras es una información heterogénea en que los temas sobre las mujeres musulmanas inmigrantes son casi siempre los mismos tratados con perspectivas diferentes. Consideramos que el lenguaje se refiere, por la mayoría de los artículos, a la manera de vestirse de las mujeres musulmanas, por eso hay una serie de palabras que rodean entorno al ámbito semántico del vestido oriental. Las palabras utilizadas por los y las periodistas para hablar de las mujeres musulmanas inmigrantes son: burqa, burkini, abaya, velo, chador o pañuelo. Todo ello entorno al aspecto exterior de las mujeres. Incluso en algunas ocasiones, estas palabras sirven para referirse a las mujeres sin citar la palabra mujer o musulmana. Es decir, simplemente se habla de burkini, burqa o velo para saber que se está hablando de ellas.

Para referirse a los/las musulmanes/as se utilizan palabras que no se conforman con la sociedad en que estas personas viven, ellos/as son siempre los extranjeros, las extranjeras, los islámicos, las islámicas, los musulmanes, las musulmanas, las mujeres veladas, las que llevan pañuelo, los integralistas, las integralistas y los y las periodistas se refieren a ellos/as utilizando unos términos relativos al campo semántico de la ilegalidad como clandestino, patera, extracomunitarios, invasión. Hay una estigmatización del extranjero sobre todo de las mujeres musulmanas que se describen con palabras como pobres, atrasadas, religiosas, mascaradas, sumisas, oprimidas.

En segundo lugar, observamos una mirada patriarcal en la representación que se hace de estas mujeres. Ha sido desde esta perspectiva desde donde se ha interpretado las necesidades que tienen estas mujeres y como consecuencia de ello las soluciones que necesitan. Por un lado, se las ha sobrerrepresentado como víctimas, pasivas y sumisas a merced de la voluntad de sus maridos y de una religión opresiva de la que debían ser

salvadas. Se las ha caracterizado como seres débiles e incapaces de tomar las riendas de su vida por lo que las ocasiones en que lo consiguen han sido interpretadas como excepción y novedad.

Encontramos un uso abusivo de la imagen como atributo principal de la identidad de estas mujeres. En los tres periódicos analizados es muy revelador que del total de 925 noticias, el 54% tratan el tema de la cuestión del velo el 28% el burkini y el 12% la moda. La asociación de la imagen de la mujer con su aspecto físico y corporal es una de las constantes en la representación que se ha hecho tradicionalmente de las mujeres. En el caso de las musulmanas a esta identificación se añade la simbología cultural por lo que a la atribución de género se añade la religiosa-cultural. De esta forma no se rompe con la tradición de entender a la mujer a través de su imagen pública sino que a ello se le añade su representación cultural. El velo y el burkini son utilizados como símbolos de una cultura que identifica a todas las mujeres que lo portan. De esta forma son entendidas como todo homogéneo, un colectivo subalterno, tradicional y sin capacidad de transformación histórica (Salas, 2012). Asimismo, su reticencia a dejar de llevar esta vestimenta las responsabiliza de su poca capacidad de integración, de manera que responsabilidad y culpa se entrelazan sin posibilidad de distinción.

En tercer lugar, podemos evidenciar una mirada fundamentalmente etnocéntrica hacia esta población y hacia las mujeres, en particular. Lo que emerge del discurso analizado es que la cultura occidental es evolucionada y la cultura musulmana atrasada, fundamentalista e ignorante, que no respeta a los derechos humanos.

A la luz de los artículos analizados se pueden tener en consideración muchos factores que influyen la manera que tiene la sociedad italiana de relacionarse con las mujeres musulmanas inmigrantes. Parece como si los periodistas nunca dieran una posibilidad de rescate social a estas mujeres de las cuales hablan casi siempre como un conjunto de expresiones negativas para los modernos europeos. Analizando los artículos de los tres periódicos italianos se puede evidenciar una falta de artículos sobre la evolución, la integración o los procesos de transformación y cambio que impulsan estas mujeres. Se da siempre una mirada de tipo político sobre esta cuestión sin considerar el valor social y cultural de una mujer de otra cultura que actúa en una sociedad diferente de la suya. A la luz de la información que he analizado se puede considerar que los periodistas no dan información clara ni racional sobre la presencia de estas mujeres en el

territorio italiano, es como si estas mujeres fueran un mundo a parte que no puede relacionarse con la sociedad italiana. Se nota que algunas veces se culpabiliza a estas mujeres para no ser capaces de integrarse, de vivir de forma occidental, por lo que coincidimos en nuestros resultados con las siguientes afirmaciones de Van Dijk (2008):

- “Los periódicos europeos casi no tienen periodistas no-europeos
- Las fuentes de las noticias son casi siempre las instituciones y autoridades “blancas”, también si se trata de inmigración o de eventos “étnicos”
- La cobertura se limita a algunos temas muy estereotípicos, como la inmigración (definida como un problema, cuando no como una invasión), los problemas – exagerados – de la integración cultural (como la cuestión del velo de algunas mujeres musulmanas), y por supuesto la delincuencia y hoy en día sobre todo el terrorismo
- Como también en los demás discursos dominantes de la sociedad, como en el discurso político, los libros de texto, la investigación y la jurisprudencia, casi no se habla sobre lo que es un problema fundamental para Ellos: el racismo, y sobre todo nuestro racismo cotidiano” (Van Dijk, 2007:18-19).

Las noticias de un periódico son un subsistema de representación de ese sistema de representación de una sociedad. Y las noticias sobre un tema determinado en un periódico son, a su vez, otro subsistema de representación. Y así escribe Hall (1997): “en el corazón del proceso de sentido dentro de la cultura hay, por tanto, dos “sistemas relacionados de representación”. El primero nos permite dar sentido al mundo mediante la construcción de un conjunto de correspondencias o una cadena de equivalencias entre las cosas – gente, objetos, eventos, ideas abstractas, - y nuestro sistema de conceptos, o mapas conceptuales. El segundo depende de la construcción de un conjunto de correspondencias entre nuestro mapa conceptual y un conjunto de signos, organizados o arreglados en varios lenguajes que está por, o representan esos conceptos. La relación entre las “cosas”, conceptos y signos está en el corazón de la producción dentro de un lenguaje. El proceso que vincula estos tres elementos y los convierte en un conjunto es lo que denominamos “representaciones” (Hall, 1997:6).

Analizando en profundidad el contenido de las representaciones que aparecen en los periódicos he podido considerar los estereotipos sobre las mujeres musulmanas

inmigrantes y puedo evidenciar que el lenguaje es una parte muy importante en esta análisis porque en efecto es a través del lenguaje que los periodistas explican, ilustran la realidad que nos rodea y pueden condicionar los lectores Hall (1997).

Como se puede deducir de todos los artículos analizados, las expresiones que se utilizan para referirse a estas mujeres mayoritariamente hacen referencia a estereotipos evidentes. Nunca se dan informaciones claras sobre el uso del velo, no se justifica a través informaciones histórico-sociológicas, no se habla nunca desde un punto de vista neutro sino se procede el cuento y la descripción de estas mujeres por medio de unos estereotipos que facilitan el mensaje pero no se da una visión racional de lo que son los musulmanes en general y en este caso específico quien son las mujeres musulmanas. La información está llena de un lenguaje que condiciona al lector haciendole ver solo la parte negativa de estas mujeres con términos que remiten a la sumisión sobre todo en la esfera familiar donde el patriarcado es la única visión que se trasmite al lector. Los periodistas difunden una idea muy rigida de estas mujeres y no hay espacio para la reflexión por parte del lector frente a una cultura diferente.

Se pone en evidencia casi siempre la inferioridad de los musulmanes y sobre todo de las mujeres musulmanas que no siguen los valores Occidentales de libertad e independencia. Hay una tendencia por parte de los periodistas de considerar el mundo musulmán incompatible con la democracia porque no se da espacio a los derechos de las mujeres.

Hay también artículos en los que se justifica la conversión de mujeres italianas al Islam, que llevan pañuelo con conciencia y lo llevan porque es su convicción y no una imposición, pero esto se hace de forma minoritaria. Se puede evidenciar, en los artículos analizados, un rechazo hacia los costumbres de las musulmanas y la justificación de las leyes contra el velo como un acto para salvar estas mujeres de la opresión. El velo es narrado como incompatible con nuestra sociedad y es visto como un obstaculo para la integración. El etnocentrismo se desarrolla a través de las palabras de los periodistas que subrayan la superioridad de la cultura occidental con su historia de democracia y respeto de los valores de los seres humanos.

El rechazo hacia las musulmanas está construido en la prensa de una manera sutil empezando por el Corán y continuando con la actitud de las musulmanas de nadar en piscina con el burkini. Nuria Benach y Rosa Tello (2005) recuerdan cómo el feminismo

occidental, “impregnado de un discurso colonial afirmaba la superioridad de la cultura blanca” (Ana Salas Rodríguez, 2012). En efecto hay muchos artículos en que se puede evidenciar una actitud etnocéntrica por parte del periodista y también por parte de la sociedad italiana.

Hay un rechazo que llega al lector a través de las palabras que cuentan acontecimientos extraños e incivilizados por parte de los musulmanes hacia una sociedad civil y moderna como Europea. Esto se subraya con el cuento de mujeres musulmanas que no quieren, no pueden ser visitadas por médicos hombres, con los musulmanes que hacen ruido en las calles, con los musulmanes descritos como los que atentan al orden público con sus mujeres que se esconden en los burqas para no ser identificadas y se mueven en la sociedad como unas marginadas. En los artículos se habla de la colonización del Italia por parte del Islam, de los terroristas árabes que hemos acogido en nuestro suelo, que no es seguridad permitir a las mujeres llevar el burqa porque pueden esconder unos explosivos para los atentados. Lo que se puede deducir es que no hay seguridad con los musulmanes que viven en Europa. Se puede subrayar un actitud islamofoba por parte de la prensa italiana que puede condicionar el lector con cuentos cargados de miedo y desconfianza hacia este pueblo.

Algunos de los estereotipos que se repiten de forma mayoritaria en los tres periódicos analizados son: los musulmanes son pobres e ignorantes, las musulmanas pueden llevar zapatos de tacones pero estos no tienen que ser altos. Las musulmanas ricas bajo sus burkas llevan vestidos muy costosos. Las musulmanas para hacer deporte llevan vestidos particulares. Las musulmanas no pueden desnudarse por eso tienen que hacer el baño al mar o en la piscina llevando el burkini o el burqa. El burkini es un símbolo de sumisión. El velo es símbolo de sumisión, exclusión, opresión, segregación, humillación. Las musulmanas no pueden llevar vestidos cortos. Todos/as los/las musulmanos/as son terroristas. Las musulmanas no pueden trabajar y son todas amas de casas que se ocupan del marido y de los hijos. Las mujeres que llevan burqa son como objetos. Hay una Barbie musulmana que representa la verdadera musulmana que tiene que llevar velo y Corán. Las musulmanas son mujeres simples que se conforman con la sociedad en que viven. Las musulmanas son capaces de seducir solo a su propio marido.

Si consideramos la representación mediática sobre las mujeres musulmanas a la luz de estos estereotipos, la posibilidad que el lector pueda modificar su opinión en relación a la

narración que se hace en la prensa, es muy poca. Este discurso mediático nos pone delante al objetivo de mi investigación o sea visibilizar que la prensa crea realidades sociales. Los y las periodistas son responsables en parte importante de la opinión que adopta el público y para el caso de la mujeres musulmanas inmigrantes en Italia podemos considerar que son responsables de fenómenos como el etnocentrismo, el prejuicio y el rechazo de dichas mujeres.

El relato que han construido sobre la población musulmana ha generado una imagen de la que es complicado despegarse. Una imagen en la que se ha transmitido la sensación de la suciedad de las mujeres que se bañan vestidas, el desorden de los musulmanes que hacen ruido y comen en las calles, la barbarie de los musulmanes que no permiten que sus mujeres sean visitadas por médicos hombres, el retraso cuando se ha hablado de las mujeres que llevan burqa por miedo y religión, o la alarma social cuando han escrito sobre los/las musulmanes/as como potenciales terroristas.

Y en concreto, sobre la mujer musulmana, se ha elaborado un discurso en donde no hay espacio para ellas porque parecen que no evolucionan, que no se dieran cuenta de la sociedad en la que viven, parecen como encerradas en un propio mundo sin posibilidad de cambiar o de afirmar su personalidad. La descripción que se hace de estas mujeres es muy discriminatoria y sexista, no se dan ejemplos positivos de integración, no se tranquiliza la opinión pública con reportajes sobre el fenómeno musulmán en Italia como ejemplo de integración, no se da voz a estas mujeres porque no hay entrevistas, no se dan nunca informaciones claras o científicas sobre el fenómeno de la inmigración en Italia. Y por eso el lector es guiado en un mundo que tiene sentido solo a través del discurso de los y las periodistas, en un mundo creado para promocionar una parte política u otra.

Se las ha significado como meras reproductoras de una cultura a través del uso del velo y el hiyab. Elementos que han sido identificados como ofensivos, cuando no directamente amenazantes para la convivencia en la sociedad italiana actual, por lo que sus portadoras también han pasado a serlo. No es casual que la mayoría de las noticias analizadas traten sobre el velo y el burkini como símbolo no solo de la mujer musulmana sino de la musulmanidad. Su visibilización en el espacio público se ha utilizado como justificación de choque cultural, asociando su uso a la idea de confrontación y conflicto.

Los estereotipos se encuentran también en las fotografías de los artículos analizados. Se puede evidenciar que las imágenes generalmente son siempre las mismas y representan mujeres con burqa o con burkini casi siempre comparadas a las mujeres occidentales. Esta comparación subraya la diferencia y la distancia cultural. Se ha evidenciado también que los titulares asociados a las imágenes completan la idea estereotipada de la mujer musulmana. Las imágenes constituyen un elemento muy importante en el análisis de los artículos porque el patrimonio visual ayuda a los lectores a concretizar las ideas relatadas por los y las periodistas en sus artículos. Las imágenes tienen la potencia de la concreción o sea de permitir a los lectores de ver, observar, meditar, impresionarse, ser indiferentes o sea asociar el imagen a su sentido y ponerla en relación a las palabras.

La interpretación que se hace observando estas fotografías es la total diferencia entre mujeres y hombres musulmanes, el hombre que es libre de mostrar su cara y la mujer que debe esconder su cuerpo. El hombre es un Emir con su harén y esto ya transmite al lector la idea de un hombre potente con mujeres sumetidas, después se añade la idea de mujeres veladas a la playa con la frase: “*donne velate in mare*” dando una idea de sensacionalismo porque mujeres musulmanas deben ir a la playa vestidas porque sumisas al Emir.

Merece la pena subrayar que las mujeres musulmanas están casi siempre fotografadas en contraposición con las mujeres occidentales, por ejemplo, en el mar, piscina o en los espacios públicos. Con ello se puede pensar que la intención del/la periodista no sea la de informar a través de las imágenes sino de imprimir en la mirada del lector un marco de desaprobación y compasión. Hoy en día en que la comunicación y la información es más rápida con el uso del web y las noticias viajan velozmente en las calles y en los móviles de la gente, la imagen que se proyecta de esta población es muy potente. Como afirma Simelio (2006) estos resultados validan la hipótesis de que la mayoría de las noticias proporcionadas por los periódicos, en lugar de orientarnos en el mundo en que vivimos y proporcionarnos datos y criterios para valorar los acontecimientos, construyen una información más opaca, más alejada de la realidad, más deshumanizada (Rovetto, 2010).

Asimismo, se puede evidenciar una sobreexposición de la mujer musulmana ya que la tendencia es focalizar la atención del lector hacia su aspecto exterior. Un aspecto invariable e intercambiable en el que no se consideran las diferencias de edad, cultura,

lengua, nacionalidad, el contexto en que vive o la religión. Por todo ello estoy de acuerdo en que como señalaba Nash (2007) en ellas convergen “la doble alteridad de las mujeres inmigrantes”. Una identidad mediática en la que la interacción de factores de género y diferencia cultural genera una mayor marginalización, cosificación e invisibilización.

En efecto, se puede subrayar que en los periódicos analizados, los y las periodistas construyen una información más opaca de la realidad en la que hablan de la mujer musulmana inmigrante casi siempre en la esfera de los crímenes, de la prostitución, de la violencia en general, de terrorismo. No se da dignidad a estas mujeres, no se las reconocen independencia cultural e ideológica. No se las contextualizan, se habla de ellas como si no hubieran un lugar de partida y de destino, no se las coloca en un contexto social, se habla de ellas como si fueran en un mundo a parte y no se hace referencia a la realidad italiana donde ellas viven. Sólo en algunos artículos se hace referencia a la rebelión de las mujeres musulmanas inmigrantes pero también en este caso todo es narrado con muy poca concreción, no se contextualiza su rebelión y solo se dice que ellas quieren llevar burqua. No hay una referencia a las asociaciones de mujeres que luchan por eso, no hay manifestaciones concretas de la expresión de sus deseos, no se da voz a estas mujeres. Los periodistas y buena parte de la sociedad italiana, como resultado de la difusión de este tipo de noticias, miran con sospecha las mujeres musulmanas o actitud de compasión.

Como subraya también Moreno (2004) sigue persistiendo en los medios una mirada informativa androcéntrica, restrictiva y anquilosada, que ha expulsado a mujeres como protagonistas del debate público y una falta de sensibilidad para dar cuenta de las transformaciones sociales que han protagonizado las mujeres, especialmente en los treinta últimos años (Rovetto, 2010).

Por ello coincidimos con Lippmann (2011) que escribe que el ser humano fabrica sus opiniones y juicios, y, por lo tanto, sus comportamientos. No los construye sobre un conocimiento o experiencia particulares, sino sobre representaciones que crea o que recibe de los demás. Esto significa que los comportamientos del individuo, sus desvelos, sensaciones y opiniones, están estrechamente relacionados con el medio por el que imagina que son el fundamento del mundo que le rodea. Así, la noticia adquiere una importancia extrema a la hora de determinar las orientaciones de la opinión pública,

porque ya no es posible imaginar unos hechos trascendentales sin que éstos sean seguidos por los medios de comunicación.

La imagen que tenemos del extranjero es la imagen de alguien muy diferente de nosotros, porque no ha nacido en nuestra tierra, no tiene nuestra cultura, no habla nuestra lengua, es una imagen de rechazar. Para entender como las personas perciben a los otros es necesario pensar en el proceso de categorización social. Una vez que se atribuye al “otro” una distinta categoría social, algunos datos estereotipados asociados a esta categoría pueden dominar nuestros juicios (Pendry, Sacrae, Hewstone, 1997). He citado este aspecto de la categorización porque en este trabajo puedo subrayar que en efecto hay una discriminación hacia las mujeres musulmanas inmigrantes como mecanismo para favorecer el grupo en que se pertenece. Si tenemos en consideración que nosotros estamos condicionados por nuestra cultura podemos tranquilamente afirmar que hacia el extranjero hay una actitud de rechazo. Algunas veces las personas ententando de obtener una imagen más clara posible de un fenómeno, de un grupo o de una persona recurren a los estereotipos y a los prejuicios. Esta imagen de la mujer musulmana inmigrante está narrada por los medios de comunicación y por eso analizar unos artículos significa observar un medio de comunicación que cada día hace una relación más o menos detallada, más o menos verdadera de la realidad en que vivimos.

Según Cotestà (1998) si nosotros no nos hemos nunca encontrado, hablado, o socializado con una mujer musulmana, son los medios de comunicación los que nos permiten construirnos una imagen sobre ellas. La construcción y la difusión de la imagen de los inmigrados en general y de la mujer musulmana en particular, es un hecho muy importante para interpretar los conflictos étnicos. Cada periódico elige una manera de comunicar el mensaje a través del uso de las metáforas en los títulos, las dimensiones de los caracteres, la manera de escribir (Redlich, Moritz, Wulfsberg, 2018).

7. LIMITACIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

7. LIMITACIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación sobre el análisis de la construcción mediática de las mujeres inmigrantes musulmanas en los medios de comunicación italianos ha aportado sugerencias y reflexiones sobre un tema muy interesante como es la prensa y mujeres, pero sobre el que no hay un marco teórico amplio ni muchas evidencias de estudios empíricos, como se puso de manifiesto en la revisión del marco teórico. Esto ha supuesto algunas limitaciones en tanto que hemos avanzado en la investigación sin tener un marco referencial amplio, evidencias sobre cuales podrían ser los mejores criterios para el análisis de la información desde una perspectiva de género e interseccional, ni tampoco la posibilidad de comparar los hallazgos de este trabajo con otros de similares objetivos. Pero de la misma forma que lo vemos como limitación también lo entendemos como una oportunidad, ya que consideramos necesario visibilizar trabajos como éste para hablar sobre temas ausentes del debate público.

Otra de las limitaciones que se pueden evidenciar en esta investigación tiene que ver con la imposibilidad de descargar todos los artículos analizados en el programa de análisis, lo que supuso en muchas ocasiones el análisis manual de la información. Algunas veces, la base de datos de los periódicos creaba una serie de protecciones que no permitía la grabación del material. Esto se resolvió pasando algunos archivos a formato imagen, después a PDF y después a word. Sin embargo, hubo información que no se convirtió del todo bien, por lo que el análisis en muchas ocasiones se ha realizado de forma manual.

Por último, queremos también destacar como tercera limitación la escasez de fotografías en los artículos analizados y el alto nivel de repetición de las mismas, lo que hizo que el análisis fuera más generalista y menos desarrollado que con los discursos escritos.

A pesar de ello, consideramos que ninguna de ellas afecta a la rigurosidad ni a la validez de la información o los análisis, por lo que las hemos abordado como futuras estrategias que resolver en trabajos posteriores.

En relación a futuras líneas de investigación, muchos de los hallazgos encontrados nos invitan a considerar una comparación entre como la prensa italiana habla de las mujeres musulmanas inmigrantes y como habla de las mujeres italianas para ampliar la perspectiva y considerar hasta que punto y de que forma la prensa tiene un discurso común a las mujeres o están en mayor medida condicionada por la etnia del pueblo que

está tratando.

Junto a este trabajo, otros dos que se podría considerar serían ampliaciones de esta investigación a los autores o autoras de las noticias y a las sujetos. Es decir a los y las periodistas y a las mujeres musulmanas.

El primero podría ser un trabajo cualitativo en el que entrevistar a los y las periodistas para saber que piensan cuando hablan de mujeres o de mujeres inmigrantes y si están condicionados por la línea editorial del periódico o por otro tipo de cuestiones cuando escriben sobre esta realidad. La segunda se podría dirigir a mujeres musulmanas inmigrantes para ver que piensan de la representación que se hace de ellas en la prensa de ellas y hablar sobre sus perspectiva hacia la sociedad de acogida.

En definitiva, hay muchos aspectos que se podrían tratar y desarrollar en torno a este tema a través de otras perspectivas y ampliar el conocimiento, lo que refleja hasta que punto es una realidad que necesita ser abordada y estudiada de forma rigurosa y compleja, lejos de tópicos y estereotipos y con perspectiva de género.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

8. BIBLIOGRAFÍA

- Alcoba, S. (2009). *Lengua, comunicación y libros de estilo*. Madrid: Digital Edition.
- Alsina, M. R. (2006). El periodismo ante el reto de la inmigración. *Medios de comunicación e inmigración, 11*, 37-58.
- Alsina, M. R., & Bravo, P. M. (2009). Los medios de comunicación en contextos interculturales. *Sociedad y discurso, (16)*.
- Andersen, M. L. (2006). Race, gender, and class stereotypes: New perspectives on ideology and inequality. *Norteamérica. Revista Académica del CISAN-UNAM, 1(1)*.
- Angenot, M. (2010). El discurso social. *Los límites históricos de lo pensable y lo decible, 1*.
- Anthias, F. (2012). Transnational mobilities, migration research and intersectionality. *Nordic Journal of Migration Research, 2(2)*, 102-110.
- Arabe, C. (2007). *Musulmanes en la Union Europea: discriminación e islamofobia. Percepciones sobre discriminación e islamofobia: voces de miembros de las comunidades musulmanas en la UE*.
- Araujo Erazo, M. F. (2016). *El uso del hiyab en países europeos un dilema entre la libertad religiosa y la seguridad en democracia* (Bachelor's thesis, Quito: USFQ, 2016).
- Ayaan, H. A. (2005). *Non sottomessa. Contro la segregazione della società islamica*. Einaudi Stile Libero.
- Badran, M. (2013). *Feminism in Islam: Secular and religious convergences*. Oneworld Publications.
- Bañón, A. M. (2002). *Discurso e inmigración: propuestas para el análisis de un debate social*. Editum.
- Barker, C. y Galasinski, D. (2001) *Cultural Studies and Discourse Analysis: A Dialogue on Language and Identity*, London.
- Bedmar, V. L. (2009). Utilización de signos religiosos en los centros escolares de

- Alemania y Reino Unido: el velo islámico. *Educación XX1*, 12, 97-121.
- Belarbi, A. (2004). La dinámica de las representaciones sociales en una situación de inmigración. *Revista Cidob d'Afers Internacionals*, 81-97.
- Benach, N. y Tello, R. (2005). Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos de Mary Nash. *Lectora: revista de dones i textualitat*, 11, 283-289. Recuperado de: <https://ddd.uab.cat/pub/lectora/20139470n11/20139470n11p283.pdf>
- Benhabib, S. (2006). *Las reivindicaciones de la cultura: igualdad y diversidad en la era global*. Katz Editores.
- Benhabib, S. (2018). The claims of culture. *The Claims of Culture*. Princeton University Press.
- Berger, P. L., Luckmann, (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bernard, S. (2007). L'immigrazione in Italia: un'indagine sulle politiche emergenziali. *Storicamente*, 3.
- Bernárdez Rodal, A. (2007). *Mujeres inmigrantes en España. Representaciones en la información y percepción social. Informe técnico*. M. Madrid: Fragua. Recuperado de https://eprints.ucm.es/11482/1/libro_de_ASUNCIO_BERNARDEZ.pdf
- Bessis, S., & Peyrou, F. (2002). *Occidente y los otros: historia de una supremacía*. Alianza Editorial Sa.
- Bhabha, H. K. (2005). *The location of culture*. Routledge.
- Brah, A., & Phoenix, A. (2004). Ain't IA woman? Revisiting intersectionality. *Journal of international women's studies*, 5(3), 75-86.
- Bruno, M. (2008). *L'Islam immaginato: Rappresentazioni e stereotipi nei media italiani*. Roma: Guerini scientifica.
- Bryman, A., & Burgess, R. G. (2002). Reflections on qualitative data analysis. *Analyzing qualitative data* (pp. 230-240). Routledge.
- Buisef, D. (1994). Medios de comunicación y visiones del Magreb. La percepción

Norte/Sur en la prensa española. *Voces y Culturas*, 6, 11-21.

Cabré, Y. A., & de Barcelona, M. E. (2001). ¿Qué nos ofende de los” moros”? Discursos sobre los musulmanes y sus prácticas sociales. *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 5.

Cáceres, M. D. (1987). Estrategias representativas del acontecer y su estructura en el periodismo radiofónico. *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 11, 77-85.

Cachón, L. (2011). Inmigración y conflictos en Europa. *Aprender para una mejor convivencia*. Barcelona: Hacer.

Candalija, R. V. (2020). La prohibición del velo integral en Italia y España: el caso lombardo y el catalán. *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*.

Caridi, S. C. (2000). Libertà di abbigliamento e velo islamico. *Musulmani in Italia: La Condizione Giuridica delle Comunità Islamiche*, 223-234.

Casares, A. M. (2006). *Antropología del género: culturas, mitos y estereotipos sexuales* (Vol. 89). Universitat de València.

Cavana, P. (2016). Prospettive di un'intesa con le comunità islamiche in Italia. *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*. Rivista telematica (www.statoechiese.it), n. 23/2016 27 giugno 2016 ISSN 1971- 8543

Cecchetti, F. (2010). *L'immigrazione tra politica, media e opinione pubblica*. Tesi di laurea Università di Pisa.

Censis, F. (2002). L'immagine degli immigrati e delle minoranze etniche in Italia. *Rapporto finale 2002*.

Chiappelli, T. (2009). Qui in Italia tutto è diverso...: religione e religiosità nelle storie di vita di donne musulmane immigrate in Italia. *Religione e Società*, XXIV (64), 1000-1007. Recuperado de https://www.academia.edu/24926976/Qui_in_Italia_e_tutto_diverso_Religione_e_religiosita_nelle_storie_di_vita_di_donne_musulmante_immigrate_in_Italia.

Chiodelli, F. (2015). La spazialità islamica nelle città italiane: rilevanza, caratteristiche

ed evolución. *Archivio di Studi Urbani e Regionali*, 2. doi: 10.3280/ASUR2015-113004.

Corral, B. A. (2012). Reflexiones jurídico-constitucionales sobre la prohibición del velo islámico integral en Europa. *Revista Brasileira de Direitos Fundamentais & Justiça*, 6(18), 53-96.

Corrales, E. M. (2002). *La imagen del magrebí en España: una perspectiva histórica siglos XVI-XX*. Eds. Bellaterra.

Corte, M. (2002). *Noi e gli altri. L'immagine dell'immigrazione e degli immigrati sui mass media italiani*. Peacelink. Telematica per la pace. Recuperado de: <https://www.peacelink.it/migranti/a/>

Cotesta, V. (1998). *Fiducia, cooperazione, solidarietà: strategie per il cambiamento sociale*. Liguori en Redlich, T., Moritz, M., & Wulfsberg, J. P. (Eds.). (2018). *Interdisziplinäre Perspektiven zur Zukunft der Wertschöpfung*. Springer Gabler.

Creighton, H. (2013). (De) construir la otredad: las mujeres inmigrantes en la prensa escrita española. *Revista de Paz y Conflictos*, (6).

De Lucas, J. (2002). Sobre las políticas de inmigración en la Unión Europea un año después del 11 de septiembre de 2001. Inmigración, derechos, ciudadanía. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho*, 6.

Del Álamo, M. (1997). *Detrás de los titulares...: migraciones: realidades y tópicos en los medios de comunicación escritos*. Nau llibres.

Dorlin, E., & Wallace, M. (2008). *Black feminism: anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000*. Editions L'Harmattan.

Dragoevic, A., & Bodas, J. (1994). *El mundo árabe y su imagen en los medios*. Madrid: Comunica

Escudero, E. (2011). La realidad de las mujeres inmigrantes ante las intervenciones socio-sanitarias, educativas y laborales en la CAE.

Estupiñán, L. M. (1997). Las minorías culturales en los medios de comunicación españoles. *Mugak*, (2), 37-41.

- Expósito Molina, C. (2012). ¿Qué es eso de la interseccionalidad?: Aproximación al tratamiento de la diversidad desde una perspectiva de género en España. *Investigaciones Feministas*, 3, 203-222.
- Fiorita, N. (2008). Libertà religiosa e società multiculturali: il caso del velo islamico. *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*.
- Fino, C. (2018, February). El discurso de la información como objeto de estudio. Enunciación, mercado y discurso social. In *V Congreso Internacional de Letras*.
- Forga Martel, M. (2014). *La presentación/construcción del "otro" frente a los estereotipos occidentales sobre el mundo arabomusulmán a través de documentales del siglo XXI producidos desde el mundo árabe*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Frisina, A. (2007). *Giovani musulmani d'Italia* (Vol. 287). Roma: Carocci
- Frye, M. (1983). *The politics of reality: Essays in feminist theory*. Crossing Press feminist series.
- Gallotti, C., & Maneri, M. (1998). Elementi di analisi del discorso dei media. Lo'straniere'nella stampa quotidiana. Tabet P., Di Bella S. (a cura di). *Io non sono razzista ma... Strumenti per disimparare il razzismo*. Torino: Anicia, 63-88.
- García, A., Vives, A., EXPÓSITO, C., Pérez-Rincón, S., López, L., Torres, G., & Loscos, E. (2011). Velos, burkas... moros: estereotipos y exclusión de la comunidad musulmana desde una perspectiva de género. *Investigaciones Feministas*, 2, 283-298.
- García, L. N. (2012). Islamofobia y sexismo. Las mujeres musulmanas en los medios de comunicación occidentales. *La islamofobia a debate*, 141.
- Garry, A. (2011). Intersectionality, metaphors, and the multiplicity of gender. *Hypatia*, 26(4), 826-850.
- Gaudino, U. (2019). La stampa italiana e il burkini: una rappresentazione orientalistica dell'Islam. *Iriad Review. Studi sulla pace e sui conflitti*, 43-55.
- Gideon, T. (1995). The Nature and Role of Norms in Translation. *Id., Descriptive Translation Studies and Beyond, Amsterdam-Philadelphia (PA), John Benjamins*, 53-69.

- Gil Pérez J. (2010) *Conceptualización del Islamismo. El observatorio de la islamofobia*. Instituto Universitario General Gutiérrez Mellado, Rabat.
- GMMP (Global Media Monitoring Project). (2015). Who Makes the News?.
- Gómez, L. (2010). Un espacio para la investigación documental. *Revista Vanguardia Psicológica Clínica Teórica y Práctica*, 1(2), 226-233.
- Grosfoguel, R. (2014). Las múltiples caras de la islamofobia. *De Raíz Diversa*, 1, 83-114.
- Guolo, R. (2003). *Xenofobi e xenofili. Gli italiani e l'islam* (pp. 1-168). Laterza.
- Gutiérrez Vidrio, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y sociedad*, (14), 169-198.
- Guzmán Ordaz, R. (2011). De la perspectiva de género al paradigma interseccional. Aportaciones para el análisis de las migraciones feminizadas. In *Investigación y género, logros y retos: III Congreso Universitario Nacional Investigación y Género, [libro de actas].(pp. 865-877)*. Unidad para la Igualdad, Universidad de Sevilla.
- Hall, Stuart (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage Publications. Traducción del capítulo I, pp. 13-74, realizada por Elías Sevilla Casas.
- Harris, A. P. (1990). Race and essentialism in feminist legal theory. *Stanford law review*, 581-616.
- Herrera, E. (1994). Reflexiones en torno al concepto de integración en la sociología de la inmigración. *Papers: revista de sociologia*, 71-76.
- Huntington, S. P. (1993). The clash of civilizations?. *Foreign affairs*, 22-49.
- Ibarra, Esteban. (2014). *La Europa siniestra*. Madrid: Catarata en Velasco
- Iglesias Santos, Monserrat (1999) : *Teoría de los polisistemas*, Madrid: Arco Libros.
- Ioé, C. (2013). La población inmigrada ante la crisis:¿ mirando hacia otro lado?. *Boletín Ecos*, 24, 1-10.
- La Barbera, M. C. (2010). Género y diversidad entre mujeres. *Cuadernos Kóre*, 1(2),

55-72.

La Mantia, S. (2019). *Politiche di integrazione degli immigrati: confronto Italia Francia: confronto tra le politiche migratorie nel modello italiano e nel modello francese*.

Lamrabet, A. (2014). El velo (el hiyab) de las mujeres musulmanas: entre la ideología colonialista y el discurso islámico: una visión decolonial. *Tabula Rasa*, (21), 31-46.

Legeiwe 2002 in Creighton, H. (2013). (De) construir la otredad: las mujeres inmigrantes en la prensa escrita española. *Revista de Paz y Conflictos*, (6).

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2000). *Paradigmatic controversies. Contradictions and emerging confluences*. NK Densin & YS Lincoln. (Eds). *Handbook of qualitative research*.

Lippmann, W., & Aznar, H. (2011). *Libertad y prensa*. Madrid: Tecnos.

López, P. (2005). Los medios de comunicación y la publicidad como pilares fundamentales para lograr el respeto a los derechos humanos de las mujeres. In *Las mujeres en la Constitución europea: estudios multidisciplinares de género* (pp. 67-90). Diputación de Salamanca.

López, P. (2007). Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y tratamiento informativo de la violencia de género. *Gobierno de Cantabria: Vicepresidencia Dirección General de la Mujer*.

Louassini, Z. (2002). La imagen del árabe en los medios de comunicación occidentales (I). *Miscelánea de Estudios Árabes y Hebraicos. Sección Árabe-Islam*, 51, 67-90.

Macías Vélez, M. M. (2018). *Los juguetes infantiles y la incidencia en los roles de género* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Maestría en Educación Inicial).

Magliano, M. J. (2015). Intersectionality and Migrations: Potentialities and Challenges. *Revista Estudos Feministas*, 23(3), 691-712.

Mahalingam, R., Balan, S., & Haritatos, J. (2008). Engendering immigrant psychology: An intersectionality perspective. *Sex Roles*, 59(5-6), 326-336.

- Maltone-Bonnenfant, C. (2011). L'immigrazione nei media italiani. Disinformazione, stereotipi e innovazioni. *Line@ editoriale*, (3), 62-78.
- Maneri, M. (2009). I media e la guerra alle migrazioni. S. Palidda (a cura di), *Razzismo democratico. La persecuzione degli stranieri in Europa* (pp. 66-86). Milano: Agenzia X
- Marchetti, S. (2004). *Le donne delle donne*. DonnaWomanFemme, 1-2, 68-98.
- Marchetti, S. (2004). Le Donne delle donne. *DWF DonnaWomanFemme*, (1-2), 68-98.
- Marková, I. (2003). La presentación de las representaciones sociales: diálogo con Serge Moscovici. *Representaciones sociales, problemas teóricos y conocimientos infantiles*. Barcelona: Gedisa, 111-151.
- Martín Muñoz, G. (2005). Mujeres musulmanas: entre el mito y la realidad. *Mujeres en el camino: el fenómeno de la migración femenina en España*, Barcelona, Icaria, 193-220.
- Martin Muñoz, Gema (2004) "Los occidentales ignoran casi todo del mundo árabe" Entrevista de Fabián Bosoer, en Clarín (suplemento Zona), edición del 30 de septiembre.
- Matsuda, M. J. (1991). Beside my sister, facing the enemy: Legal theory out of coalition. *Stan. L. Rev.*, 43, 1183.
- Mcbride, Dorothy E. y Mazur, Amy (2010). The politics of State Feminism. *Innovations in Comparative Research*. Philadelphia: Temple University Press.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). *Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting*. Comunicación y Sociedad, 8 (1)
- Méndez García de Paredes, E. (2009). Lengua y manipulación en el discurso de la información periodística. *El español en contexto. Actas de las XV Jornadas sobre la lengua española y su enseñanza* (pp. 53-85). Granada: Universidad de Granada.
- Mendoza, I. C. (2006). Destino Italia: nuevas pautas migratorias. *Migraciones internacionales*, 3(3), 107-134.
- Mijares, L., & Ramírez, Á. (2008). Mujeres, pañuelo e islamofobia en España: un estado de la cuestión. In *Anales de historia contemporánea* (Vol. 24, pp. 121-135).

- Miles, M. B., Huberman, A. M., Huberman, M. A., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Molina, I. P. (2004). La normativización del cuerpo femenino en la Edad Moderna: el vestido y la virginidad. *Espacio Tiempo y Forma. Serie IV, Historia Moderna*, (17).
- Mompradé Vázquez, L. (2016). *La islamofobia y el etnocentrismo en la prensa escrita: el discurso periodístico de La Razón, Le Figaro y The Daily Telegraph durante los cuatro días posteriores a los atentados de París*.
- Monaci, L. S. (2016). Genere e pregiudizio: l'atteggiamento delle donne italiane verso le donne immigrate. *Scienze e Ricerche*, 37(15), 8-18
- Moualhi, Djaouida. 2000. Mujeres musulmanas: estereotipos occidentales: versus realidad social. *Papers: Revista de Sociología*.
- Muñoz y Ramón Grosfoguel: *La islamofobia a debate. La genealogía del miedo al islam y la construcción de los discursos antiislámicos*. Madrid: Casa Árabe-IEAM.
- Nair, S. (2003). Explicar y convencer. *El País*, 15
- Nash M. (2004a) *El Discurso sobre la inmigración en la prensa española de los años 90*.
- Nash, M. (2004). *Mujeres en el mundo: Historia, retos y movimientos*. Alianza editorial.
- Nash, M. (2007). Repensar las representaciones mediáticas de las mujeres inmigrantes. *Quaderns de la Mediterrània*, 7, 59-62.
- Novoa, M. M. (2012). Diferencia entre la perspectiva de género y la ideología de género. *Dikaion: revista de actualidad jurídica*, 21(2), 337-356.
- Orrú, P. (2015). *Razzismo quotidiano: la rappresentazione dello straniero nella stampa italiana (2000-2010)*. Tesis Doctoral. Cagliari: Università MIGRACIONES 52 (2021). ISSN: 2341-0833 1-30 La representación de la mujer migrante musulmana en la prensa italiana 29 degli studi di Cagliari. Recuperado de https://iris.unica.it/retrieve/handle/11584/266401/345837/PhD_Thesis_Orru_Paolo.pdf
- Pacini, A. (2000). I musulmani in Italia. Dinamiche organizzative e processi di interazione con la società e le istituzioni italiane. En Ferrari, S. (Ed.) *Musulmani in*

Italia. *La condizione giuridica delle comunità islamiche* (pp. 21-39). Bologna: Il Mulino.

Peña Vera, T., & Pirela Morillo, J. (2007). La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad*, (16), 55-81.

Peñarín, C. (1997). El análisis de textos en una nueva clave. Discursos e Imágenes Sobre la Inmigración en El País. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 3, 145-166.

Pendry, S., H., 1997 in Moscovici, S. (Ed.). (1997). *La relazione con l'altro*. Cortina.

Pérez, C. (2003). *Las inmigrantes en la prensa: víctimas sin proyecto migratorio*. *Mugak*, 24. Recuperado de <http://www.mugak.eu/revista-mugak/no-24/las-inmigrantes-en-la-prensa-victimas-sin-proyecto-migratorio>

Piñuel Raigada, J. L., & Gaitán Moya, J. A. (1995). Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social. *Madrid: Síntesis*.

Platero Méndez, Raquel (Lucas). (2014). Metáforas y articulaciones para una pedagogía crítica sobre la interseccionalidad. *Quadernos de psicología*, n° 16 (2014).

Purtschert, P., & Meyer, K. (2009). *Différences, pouvoir, capital: réflexions critiques sur l'intersectionnalité*.

Puig Velasco, J. I. (2016). Islamofobia e islamofobia y género: Una aproximación.

Revista de Derechos Humanos y Diversidad Cultural y Religiosa. Musulmanes en Europa. www.apdha.org 2008.

Rico, S. A. (2015). *Islamofobia: nosotros, los otros, el miedo*. Icaria.

Rizo, M. (2001). Miedo y compasión: dos estrategias de movilización afectiva en el discurso informativo sobre el inmigrante. *Revista Comunica*, 2. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n89/0210286_2n89p169.pdf

Rodrigo, M. (1996). *Etnocentrismo y medios de comunicación*. En voces y culturas, n° 10, II Semestre, (pp. 51-58).

Roiz, M. (1994). La Construcción de la diferencia cultural de los inmigrantes en los

medios de comunicación. *Documentación Social*, 97-177.

Romay, E. T. (2006). El tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M Terrorismo y violencia en la prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9(61), 0.

Rovetto, F. L. (2010). La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. El caso de las mujeres inmigrantes. *Nómadas*, 28 (4). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18118913006.pdf>.

Said, E. W. (2005). *Cubriendo el Islam: cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo*. Debate.

Salas, A. (2012). *Aportaciones del feminismo islámico como feminismo poscolonial para la emancipación de las mujeres musulmanas*. Trabajo de fin de Máster, Máster universitario en estudios feministas. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de https://eprints.ucm.es/16838/1/TFM_ANA_SALAS_SEPT._2012.pdf

Sartori, G. (2001). *La sociedad multiétnica* (p. 23). Madrid: Taurus.

Sayad, Abdemalek (1999). *La double absence. Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré*. Paris: Éditions du Seuil.

Scott, J. W. (2010). Gender: Still a Useful Category of Analysis? *Diogenes*, (1), 5-14.

Shaw. Teoría del establecimiento de la agenda. Wikipedia. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_establecimiento_de_la_agenda.

Signorelli, A. (2011). Etnocentrismo, racismo y relativismo en un país 'civil': Italia al inicio del tercer milenio. *Revista Andaluza de Antropología*, 1, 99-109.

Simelio i Solà, N. (2006). *Prensa de información general durante la transición política española (1974-1984) pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales*. Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-0327107-160534/nss1de1.pdf>

Simelio, N. (2009). Información y género: la representación de las mujeres en la prensa. Diagnóstico y propuestas. *Lengua, comunicación y libros de estilo*, 323-335.

Siruana, J. C., y Gracia, J. (2004). *Análisis ético. La inmigración en la prensa valenciana*. Valencia: Centro de Estudios para la Integración Social y Formación de

Inmigrantes. Recuperado de
<https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n89/02102862n89p169.pdf>.

Sobrados-León, M., & Sánchez Gonzales, H. (2008). Ellas víctimas, ellos delincuentes. La imagen de los inmigrantes en los medios de comunicación. *Comunicacion, identidad y género* (pp. 380-393).

Sobrados-León, M. (2011). La inmigración como problema. Percepciones sociales y representaciones mediáticas. *Prisma social: revista de ciencias sociales*, 6,(pp. 26).

Solano, G. (2012). *L'immigrazione nelle notizie dell'Ansa. Informe de investigación*. Recuperado de https://www.academia.edu/3160111/L_immigrazione_nelle_notizie_dell_Ansa.

Stano, S. (2010). *Sotto il velo dei media. Semiotica dell'hijab tra Oriente e Occidente*.

Strauss, A. L., Corbin, J., & Zimmerman, E. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (p. 341). Medellín: Universidad de Antioquia.

Trends, T. (2014). Transatlantic trends: Mobility, migration and integration. *Key Findings From*.

Torres, E. P. (2016). EL TRATAMIENTO DE LA IMAGEN EN LOS ATENTADOS DE ETA. TERRORISMO Y FOTOGRAFÍA EN LA PRENSA. In *Comunicación y Desarrollo Social: Actas del I Congreso Internacional Comunicación y pensamiento* (pp. 755-772). Egregius.

United Nations, Economic and Social Council, Commission on the Status of Women. *Report on the forty-fifth session*. Official records, n.7, E/2001/27-E/CN.6/2001/14, 2001, recuperado <http://www.un.org/womwnwatch/daw/csw/e2001-27.pdf>.

Valencia, V. E. (2012). *Revisión documental en el proceso de investigación. Informe técnico*. Universidad Tecnológica de Pereira. Recuperado de <https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf>

Van Dijk, T. A. (1997). *Opinions and ideologies in the press*.

Van Dijk, T. A. (1999). *Ideología: Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona:

Gedisa.

Van Dijk, T. A. (2000). *El estudio del discurso* (pp. 21-66). Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, T. A. (2001) "Principles of Critical Discourse", en Margaret Wetherall, Stephanie Taylor y Simeon Yates, eds. (2001), *Discourse Theory and Practice*, London, Sage, pp. 300-317.

Van Dijk, T. A. (2007). El racismo y la prensa en España. *Discurso periodístico y procesos migratorios*, 27-80.

Van Dijk, T. (2008). Racismo, prensa e Islam. *Derechos Humanos y Diversidad Cultural y Religiosa*, 5, 18-20.

Vega Carrasco, M. (2013). *El Orientalismo* Fuente electrónica. Papel de Periódico. En <http://papeldeperiodico.com/2013/01/28elorientalismo>.

Vicente, T. L. (2006). Importancia de los flujos migratorios de mujeres. *Migracione. Nuevas movilidades en un mundo en movimiento*, Barcelona, *Anthropos*, 206-233.

VILCHES, L. (1987). Teoría de la imagen periodística. Ed.

Villaseñor Rodríguez, I. (2008). Metodología para la elaboración de guías de fuentes de información. *Investigación bibliotecológica*, 22(46), 113-138.

Vintila, D., & Morales, L. (2018). La representación política de las personas de origen inmigrante en España e Italia. *Papers. Revista de sociologia*, 103(4), 1-30.

VV.AA. (2010). *La Imagen del Mundo Árabe y Musulmán en la Prensa Española*. Edita: *Fundación Tres Culturas del Mediterráneo*. Disponible en línea: <http://www.tresculturas.org/wp-content/uploads/2010/05/Informe-CICAM.pdf>

Walzer, M. (1998). *Tratado sobre la tolerancia* (No. 179.9 W223t). Barcelona, ES: Paidós.

Winker, G., & Degele, N. (2011). Intersectionality as multi-level analysis: Dealing with social inequality. *European Journal of Women's Studies*, 18(1), 51-66.

Yturbe, C. (2006). El principio de laicidad: el caso del velo islámico. *Diánoia*, 51(56).

Zaros, A. A. (2014). Discursos e imágenes de la alteridad: reflexiones sobre el Islam

italiano. *Question*, 1.

Zatti, G. (2007). L'Islam d'Italia: racconto di un percorso. Islam of Italy: tale of a journey). *Islamochristiana*, 33, 163-197

Zlotnik, H. (2003). The global dimensions of female migration. *Migration information source*, 1, 2003.

9. INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

9. INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tablas

Tabla I: Ocupaciones de la población extranjera en Italia	pág. 16
Tabla II: Gobierno y leyes sobre la inmigración en Italia de 2001 a 2018	pág. 21
Tabla III: Leyes sobre inmigración en Italia	pág. 68
Tabla IV: Ubicación de las noticias analizadas según periódico y sección	pág. 82
Tabla V: Temáticas más frecuentes en los artículos de los tres periódicos	pág. 88

Gráficos

Gráfico I: Extranjeros residentes en Italia por continente de procedencia	pág. 13
Gráfico II: Solicitantes de asilo en Italia	pág. 13
Gráfico III: Población musulmana en Italia por país de procedencia	pág. 18
Gráfico IV: Población musulmana con ciudadanía italiana	pág. 18
Gráfico V: Población musulmana con ciudadanía italiana por país de procedencia 2012-2017	pág. 19
Gráfico VI: Pregunta sobre los principales asuntos que preocupan a la sociedad italiana	pág. 26
Gráfico VII: Pregunta sobre cual es la situación en la que debería estar la población inmigrante irregular	pág. 26
Gráfico VIII: Pregunta sobre la posibilidad de si la población inmigrada puede sustituir a los trabajadores italianos retirados	pág. 27
Gráfico IX: Pregunta sobre si la inmigración es una oportunidad para la sociedad italiana	pág. 27
Gráfico X: Valoración sobre el nivel de integración de los inmigrados regulares y musulmanes	pág. 28
Gráfico XI: Porcentaje de los artículos en los tres periódicos	pág. 73
Gráfico XII: Campos analíticos	pág. 79
Gráfico XIII: Procedencia étnica en la autoría de las noticias de	

los periódicos italianos	pág. 84
Gráfico XIV: Género en la autoría de las noticias de los periódicos italianos	pág. 85
Gráfico XV: Distribución temporal de la publicación de noticias sobre mujeres inmigrantes musulmanas según periódico	pág. 86
Gráfico XVI: Representación de las palabras sobre la prenda oriental	pág. 138
Gráfico XVII: Palabras que caracterizan los musulmanes	pág. 139