



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Reportaje multimedia: El feminismo en el
mundo árabo-musulmán**

Elena Liñán Morillas

Tutora: Pilar Sánchez-García

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América,
Periodismo y Comunicación audiovisual y Publicidad**

Curso: 2021-2022

AUTORA

Elena Liñán Morillas

TUTORA

Pilar Sánchez-García

RESUMEN

Cerca de dos millones de personas en España forman parte del islam, la segunda religión más seguida del mundo. Este singular fenómeno despierta en Occidente toda una barrera de estereotipos y prejuicios que llegan, incluso, a la prohibición de determinados ropajes identificados con las personas musulmanas como el velo, en todas sus variantes.

En los últimos 20 años la islamofobia ha crecido en Europa, al igual que lo ha hecho la reivindicación por la igualdad de los derechos de la mujer. En este contexto se presenta un Trabajo de Fin de Grado en formato de reportaje multimedia con el objetivo de mostrar al lector la realidad en la que muchas mujeres árabo-musulmanas viven en Europa y, por ende, en Occidente. La metodología del presente trabajo de modalidad profesional recurre a la revisión documental, las entrevistas y las historias de vida. El resultado que se obtiene es un reportaje multimedia en el que se refleja el fenómeno mediante videos y audios sobre la historia de las entrevistadas, imágenes elaboradas mediante collage y una encuesta con una muestra de 139 personas, que hablan y exponen el feminismo árabo-musulmán desde dos puntos e historias de vida totalmente diferentes.

PALABRAS CLAVE

Feminismo árabo-musulmán, feminismo en Europa, Occidente, Oriente, mujeres musulmanas, reportaje multimedia

Enlace: <https://preview.shorthand.com/WpsqffojTueIXM27>

AUTHOR

Elena Liñán Morillas

TUTORA

Pilar Sánchez-García

ABSTRACT

Spain has nearly two million people who are members of the Islamic religion, which it is the world's second-largest religion. It is known that this particular phenomenon, in the Western countries, awakens a barrier full of stereotypes and prejudices. It has even reached to the prohibition of certain clothes, as the veil in all its variants, for its relation with Muslims.

Islamophobia has increased in Europe for the past 20 years. However, the growth of demand for equal rights for women has become more and more powerful. With this context, it is presented the Final Degree Project on a media report format. The main purpose is to show the reader the reality that most of the arab-muslim women live daily in Europe and the rest of Western countries. The methodology used for this project resort to documental review, interviews and life stories. The phenomenon is seen through videos and audios about the stories of the interviewees, collage pictures and a survey with a sample of 139 participants.

As for the result, it is achieved a media report where it is exposed the feminism arab-muslim from two different points of view and life stories.

KEY WORDS

Arab-muslim feminism, Feminism in Europe, West, East, Muslim women, Multimedia report

Link: <https://preview.shorthand.com/WpsqffojTueIXM27>

Agradecimientos

A J.M., mi padre, por dejarlo todo para que pudiera seguir estudiando.

A mi madre, por enseñarme a ser una mujer independiente.

A Pablo, por la paciencia y el amor.

A Pilar, por animarme a en mí.

A todas las mujeres a las que no escuchamos,

No vemos,

Y *no* existen.

ÍNDICE

1. Introducción	7
1.1. Justificación personal	7
1.2. Justificación profesional.....	7
1.3. Objetivos e hipótesis	8
2. Marco teórico	9
2.1. Las nuevas narrativas multimedia	9
2.1.1. El reportaje multimedia.....	10
2.1.2. La interactividad y las nuevas audiencias	11
2.2. Periodismo, discursos de género y religión.....	11
2.3. Estereotipos y exclusión del islam y los musulmanes.....	12
2.3.1. El feminismo árabo-musulmán bajo una visión occidental	14
3. Metodología y plan de trabajo	15
3.1. La entrevista	15
3.2. Historias de vida.....	16
3.3. Encuesta	17
3.4. Cronograma de trabajo	18
4. Resultados	20
4.1. Preproducción.....	21
4.2. Producción.....	21
4.3. Postproducción	22
5. Conclusiones	26
6. Bibliografía	27

1. Introducción

1.1. Justificación personal

En Almería tenemos una amplia diversidad de culturas con las que convivimos, siendo una de ellas la musulmana. Desde muy pequeña he tenido compañeros marroquíes en clase a quienes, con toda curiosidad, les preguntaba sobre su familia y cultura.

Cuando cumplí 14 años recibí la noticia de que mi padre se iba a trabajar no solo a otro país sino a otro continente. Él, desde Riad, en Arabia Saudí, me contaba todas las curiosidades y particularidades de la capital y del país en general. Fue entonces cuando empecé a entender, e interiorizar, las grandes diferencias de género que existen en los distintos países musulmanes.

Diferentes entradas para acceder al domicilio, no poder estar en la misma habitación en caso de que algún visitante masculino acudiera a la vivienda o las vestimentas estrictas para las mujeres eran algunas de las cosas que, de antemano, podía intuir. Siempre he sido consciente de que el islam y la cultura musulmana implican una serie de normas y restricciones, sobre todo para las mujeres, pero lo que me sorprendió en aquel momento fue que existiese una universidad únicamente femenina; que las mujeres, entonces, empezaban a poder sacarse el carnet de conducir (con autorización masculina, claro) o que podían ser ejecutadas (mediante lapidación, crucifixión o decapitación, entre otros) si su tutor legal, o cualquier autoridad religiosa, alegaba que habían incumplido alguna de las normas impuestas por la ley islámica (adulterio, homosexualidad, brujería...).

Toda esta nueva consciencia sobre las diferencias de género en el mundo musulmán que adquirí durante los años que mi padre estuvo en Arabia Saudí junto con la época histórica del feminismo (desde una perspectiva occidental) que he vivido estos últimos años y en la que vivo, me han ayudado a comprender la importancia de la igualdad y la libertad independientemente del género, la religión, la cultura o la raza.

Mi trabajo final de carrera versa sobre el feminismo musulmán porque, aunque parezcan dos palabras o conceptos que se contraponen, no es así del todo. Por eso despiertan un gran interés social y cultural. Es una cuestión que se debería tratar más en profundidad en los propios medios de comunicación, derribando todos los estereotipos y la islamofobia creciente que ha habido estos últimos 20 años, dando voz a una cultura que creemos conocer y dejando a un lado la perspectiva occidental con la que miramos al resto del mundo, porque para ellos, nosotros somos “los otros”.

1.2. Justificación profesional

La corriente del feminismo en los países eurocéntricos y occidentales ha homogeneizado a todas las mujeres del mundo como si sus historias y sus vidas fueran las mismas (Talpade, 2008). Por eso, cuando se habla de este movimiento social desde una cultura o una religión determinada choca. Porque, a primera vista, no es compatible, porque los conceptos de subdesarrollo, terrorismo o antidemocracia acompañan a esas sociedades en una primera instancia y viven en un país con unas leyes que les reprimen (Adlbi, 2019).

Existen numerosos estudios, trabajos e investigaciones sobre la historia del feminismo en sus distintas etapas, todo lo que ha implicado en Europa y Estados Unidos, sobre todo desde que a mediados del siglo XIX la lucha por los derechos y la igualdad de la mujer comenzó a organizarse. Ya en el s.XX se empezó a realizar una clara distinción del feminismo en Estados Unidos, en donde este movimiento solo daba voz a las mujeres blancas y que provenían de una buena posición social y económica (Oliva, 2004). Fue entonces cuando se inició una primera distinción dentro del feminismo entre las mujeres blancas y negras o “tercermundistas”, aunque realmente no representaban a ese “Tercer Mundo” tal y como lo conocemos hoy en día. Por eso, filósofas, sociólogas y activistas como Gayatri Spivak, Miriam Hatibi o Chandra Talpade han dedicado parte de su vida a realizar estudios sobre las distintas corrientes del feminismo y hasta qué punto puede existir este movimiento de forma universal sin invisibilizar, discriminar o distorsionar la lucha de los derechos de las mujeres desde otras partes del mundo.

A pesar de este etnocentrismo constante a lo largo de la historia, dentro de este feminismo “tercermundista” u “orientalista” sigue habiendo diferencias ya que hacen referencia a los casos africanos y a países como India o China, como ocurre en el artículo *Las mujeres del “tercer mundo” y el pensamiento feminista occidental* de Stephen Morton.

Aun así, existen estudios sobre la mujer en el islam y el debate social, entre el movimiento social (feminismo) y la religión (islam), pero sobre todo se habla de cómo la época colonial, imperialista y la Guerra entre Irán e Irak significaron un antes y un después para el desarrollo de todas estas sociedades orientales y en muchos casos no positivamente. Además de la construcción orientalista que se ha realizado desde occidente hacia esa cultura y la constante victimización de la mujer (Oliva, 2004).

Todas las investigaciones observadas hasta el momento analizan el origen histórico de este fenómeno, estudian su evolución a lo largo de las décadas y llegan a una conclusión basada en un pensamiento que quiere romper con el modelo eurocéntrico de la globalización, pero sin llegar a romper con él. Mezclando conceptos, cayendo en tópicos y en la megalomanía del salvador occidental, contribuyendo a aumentar los estigmas que existen contra esta cultura, obstaculizando e invisibilizando su desarrollo natural.

Por ello, es fundamental no solo educar en un feminismo que no esté basado en una perspectiva eurocéntrica, sino que se trate este tema desde la rigurosidad científica que el periodismo permite, de forma objetiva, derribando los prejuicios y estereotipos que existen contra las personas que forman parte de esta cultura y asentando unos principios básicos para combatir uno de los grandes enemigos del periodismo: la desinformación.

1.3. Objetivos e hipótesis

Este proyecto, que se presenta bajo el formato de un reportaje multimedia, pretende hacer un *zoom* sobre el feminismo musulmán en el siglo XXI y establece tres objetivos clave que guiarán toda la investigación del Trabajo Fin de Grado.

- O1. Visibilizar la historia y la situación de la mujer en determinados países de cultura musulmana.
- O2. Analizar la visión del feminismo musulmán y los estereotipos occidentales al respecto.
- O3. Distinguir entre el movimiento social, feminismo, y la religión musulmana.

Estos objetivos han sido elaborados a partir de las siguientes preguntas:

- P1. ¿Cómo se ve a la mujer musulmana desde el feminismo occidental?
P2. ¿Por qué se habla de diferentes ramas del feminismo?
P3. ¿Deben las personas de cultura musulmana renunciar a su identidad dentro de la religión o es la religión la que debe modernizarse?

Aunque pueda parecer innecesario, dado que se trata de una pieza periodística este trabajo no deja de ser una investigación. Por eso, es necesario redactar una serie de hipótesis que se pretenden corroborar o refutar a través de documentación académica, encuestas, entrevistas en profundidad e historias de vida. Además, estas ayudarán al periodista a lo largo de la investigación a detectar con mayor facilidad la información que necesita buscar, organizar el material y defender su historia (Hunter, Sengers y Thordsen, 2013).

- H1. Las mujeres árabo-musulmanas reclaman la visibilización de su lucha feminista, limitando los estereotipos de la visión occidental.
H2. El etnocentrismo occidental refleja que la mujer en esta cultura está oprimida y no puede tomar sus propias decisiones, por lo que no creen posible un feminismo árabo-musulmán.
H3. Los expertos señalan que el origen de los estigmas y prejuicios vienen de la desinformación y la falta de conocimiento sobre la realidad de un sector femenino musulmán.

2. Marco teórico

2.1. Las nuevas narrativas multimedia

La narrativa como acción de contar una historia es necesaria para el desarrollo de la sociedad y, por tanto, la búsqueda de estas nuevas narrativas surge de la necesidad del ser humano por expandir su conocimiento (Vázquez-Herrero, 2021). Los rápidos cambios tecnológicos han ayudado a que la información tenga más fluidez, por eso, en el momento que Internet irrumpe en el mundo cambia la forma de hacer periodismo que se había concebido hasta entonces, y a pesar de ser tan joven confiamos en él para volcar todas las esperanzas de futuro (Masip; Díaz-Noci; Domingo; Micó-Sanz; Salaverría. 2010). Pasamos de confeccionar piezas periodísticas para los medios más tradicionales (prensa, radio y televisión) a adaptar los elementos característicos de cada uno de ellos y formar nuevas estructuras que se ajustan a la nueva era digital (Marrero, 2008).

Teóricos como Kevin Moloney (2012) apuntan a que todas estas nuevas estructuras que surgen en la Red aportan factores sociales y humanos a este nuevo periodismo y, además, permiten llegar a un mayor número de lectores. De esta manera, el periodista puede escoger entre un sinnúmero de posibilidades multimedia (audio, video, fotografía fija, GIF, etc.) que mejor se adapten a cada una de las partes de su investigación (Irala, 2014).

El desarrollo de la hipertextualidad, el uso de multimedia y la interactividad son tres características que dan vida a esta nueva forma de contar historias (George-Palilonis, 2012). Y a la vez que estas nuevas características se suman a la hora de hacer periodismo, también lo hacen la búsqueda de encontrar nuevas vías de difusión y la mayor profundización posible en la historia. Pilar Irala añade que todas las nuevas piezas periodísticas multimedia se basan en: “largas investigaciones con profundas documentaciones, inmersiones en el contexto del acontecimiento, diferentes puntos de vista y una historia principal salpicada de subhistorias” (2014: 151).

Otro de los factores que acompañan a las nuevas narrativas multimedia y que surgen desde la aparición de Internet son las nuevas audiencias, de las que se hablará más detalladamente en los

siguientes puntos. La opción de la multimedialidad ofrece no solo la universalización y visibilización de nuevos contenidos e informativos, también permite la interacción por parte del usuario con la distribución de mensajes sobre cualquier tema, generando una participación mucho más activa (Peñañiel, 2016).

Lo que produce que esta evolución constante de las tecnologías deje rastro y aporten otros rasgos sumidos por el siguiente proyecto. Por otro lado, estos últimos años se ha buscado la experiencia del usuario influyendo en el rumbo de la tecnología hacia los móviles, que se unen a esta nueva forma de hacer periodismo ya que ahora todo tiene que estar pensado para poder presentarlo en un microformato para las redes sociales y con la medición de un algoritmo (Vázquez-Herrero, 2021).

2.1.1. El reportaje multimedia

Desde que los medios de comunicación hicieron su aparición en Internet en los años 90 han tenido que reinventarse continuamente, convirtiéndose en los actuales cibermedios y adaptando los géneros y estilos periodísticos que había hasta el momento. La experimentación con los géneros y estilos más tradicionales en estos primeros años del periodismo en Internet han permitido que sea más abierto e inmediato, con estructuras más combinables y participativo (Marrero, 2008).

Los géneros periodísticos son los mismos desde hace años, pero con el tiempo, las nuevas tecnologías y la crisis de los medios más tradicionales se han intentado buscar otros sistemas que se adapten mejor a la información que el periodista quiere transmitir. Es entonces cuando surgen los géneros híbridos que, además de comunicar, también nacen con el objetivo de entretener, persuadir o motivar con las herramientas que permiten al profesional ser lo más creativo posible y marcar su propio estilo (Avegno, 2021).

La aparición de estos géneros híbridos, al existir tantas posibilidades de desarrollo, fue mucho más humilde de lo que esperaban los expertos. De hecho, la tendencia fue replicar los modelos que ya existían del periodismo anterior a internet (Salaverría, 2019). Es por ello por lo que el reportaje tradicional, independientemente del formato, incluye cada uno de los códigos de los medios tradicionales. Asimismo, en su versión multimedia, Larrondo (2009) consolida que el reportaje ofrece flexibilidad y gran capacidad de diversificación, además de nuevas maneras de contar. Denominado como “el género por excelencia de la interpretación y del tratamiento informativo profundo o documentado, el género periodístico más (...) camaleónico” (Gifreu, 2015: 1665). El reportaje multimedia o “hipermedia”, tal y como denomina la terminología española, permite también crear piezas periodísticas que tengan la posibilidad de ser actualizadas y ampliadas, convirtiéndolo en el más útil para Internet (Larrondo, 2009).

Este género periodístico se encuentra en pleno proceso de desarrollo de la mano de la evolución del periodismo digital, por esa razón se pueden encontrar en Internet desde los reportajes más tradicionales que tan solo integran texto e imagen fija, hasta los reportajes multimedia que comienzan a destacar por los elementos de la comunicación que se pueden utilizar en la red (Marrero, 2008). Además, el reportaje, ya sea tradicional o multimedia, tiene y cumple con una función más pausada y reflexiva de la información en contraposición a la instantaneidad de la noticia en internet, que acaba por ser mucho más complicada de asimilar por el bombardeo constante de los medios interactivos (Gifreu, 2015).

Por ello, la versatilidad y la posibilidad de unir elementos de los medios más tradicionales con las nuevas tecnologías, como se comentaba en el anterior apartado, hacen de este género uno de los más adecuados para la realización de este Trabajo Fin de Grado. Lo que hace de la combinación de

elementos visuales, narrativos e interactivos el cóctel perfecto para profundizar en este fenómeno y exponerlo de forma clara, educativa y reflexiva.

2.1.2. La interactividad y las nuevas audiencias

Las nuevas narrativas multimedia han creado un escenario de “conversaciones” en donde la participación, actividad e interés del usuario es más importante que nunca. Como se expone en el apartado anterior, la interactividad forma parte de uno de los tres retos comunicativos como explica Salaverría (2004). Partiendo de este nuevo escenario comunicativo y estas nuevas audiencias, La estructura que conocíamos hasta ahora de la noticia se ve modificada, pasamos de utilizar la clásica pirámide invertida al nuevo “cubo de Rubik” en donde no solo entran en juego lo multimedia y lo interactivo, “también se trastoca el esquema clásico de la comunicación para situar a emisor (arquitecto de la información) y receptor (prosumidor) en planos intercambiables e influenciados en un contexto colaborativo de múltiples capas y flujos y de verdadera y efectiva convergencia” (Trillo y Alberich, 2017: 1097).

En otras palabras, el ecosistema de los medios cambió en el momento en que la interactividad y la colaboración de los internautas favorecieron a la circulación de los textos en las distintas plataformas y redes sociales. Obteniendo una mayor rapidez de difusión y una mayor visibilidad (Scolari, 2012). Asimismo, para que exista este nivel de interactividad el periodista debe de conocer una serie de elementos que integran la propia interactividad, la hipertextualidad, los elementos multimedia, la instantaneidad y el público, ya que sus contenidos se verán condicionados a este (Navarro, 2009). Es decir, a través de los *trending topics*, los asuntos más votados y visitados, las audiencias han comenzado a generar contenidos en sus propios medios mediante las redes sociales. De esta manera el público tiene la posibilidad de “encuadrar, enfocar, transformar o reinventar esa realidad al poder compartir o buscar otras informaciones, otras opiniones y de otras personas más allá de los propios profesionales” (Meso, Rivero, Tous y Larrondo, 2014: 464).

Por eso, una de las principales ventajas de la interactividad es que va desde el elemento más básico de intercambio hasta la participación más activa de los usuarios. Además, en el reportaje multimedia, el lector, tiene la gran posibilidad de poder “navegar por los distintos núcleos de este, acceder a otros sitios, a recursos multimediales, sistemas de búsqueda, archivos digitales, descarga e impresión” (Marrero, 2008: 4). De esta forma se establece una comunicación mucho más directa entre los creadores de contenido y los usuarios que los consumen. A su vez, esta intervención constante por parte de las audiencias ha invocado nuevas teorías sobre la *agenda setting*, ya que la forma clásica en la que los medios tienen el poder de mediar la información está cambiando (Meso, Rivero, Tous y Larrondo, 2014).

Por lo tanto, este nuevo público está compuesta por nativos digitales acostumbrados a esta interactividad constante, a lo que los medios no hacen más que adaptarse a lo que necesitan, y en este caso es sentirse parte de lo que acaban de leer o visualizar, ayudando de esta manera a la difusión y distribución del contenido y las plataformas en donde se alojan.

2.2. Periodismo, discursos de género y religión

El papel de los medios de comunicación como agentes socializadores en nuestra sociedad es innegable y debido a su gran influencia para la construcción de significados e imaginarios sociales, muchos aspectos y situaciones se ven invisibilizadas, discriminadas (Ramírez, 2016) y, desde los medios, se transmite un mensaje reducido al aspecto más negativo de determinadas culturas (Sánchez y Padilla, 2013). En muchas ocasiones, los medios informativos llevan a confusión utilizando

términos como “islamista”, generando una alarma social cuya finalidad es dividir a las personas que forman parte de esta cultura en dos categorías: buenos y malos (Adlbi Sibai, 2016).

La ‘Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing’ de 1995 fue un punto de inflexión para la igualdad de género a nivel mundial, con la Declaración y Plataforma de Acción se elaboró un programa cuyo objetivo y logro era la igualdad de género (ONU, 1995). Sin embargo, en los sitios geográficos en los que estas normativas están más desarrolladas siguen sin lograr acabar con las situaciones que vulneran los derechos de las mujeres, y dado el momento actual en el que vivimos es necesario reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación como agentes educadores, ya que son parte del “camino hacia la igualdad real, la inclusión y el respeto a las diversas formas de vida y la superación de las categorías impuestas por el patriarcado y reproducido por los propios medios de comunicación masivos” (Ramírez, 2016: 8).

Aunque atendiendo al lenguaje y las terminologías empleadas, encontramos que muchas de estas se han popularizado por los medios informativos y se han empleado de forma confusa, como “género”. Su nacimiento tiene lugar con las identidades sexuadas, que hacen referencia a la distinción entre hombres y mujeres en el trabajo (Puleo, 2007), pero que con los años este término se ha seguido utilizando en diversas piezas para clasificar y visibilizar la desigualdad, la discriminación y las relaciones de poder, dejando a un lado factores tan importantes, que acaban oprimiendo, como la raza o la clase (Tornay y Oller, 2016).

Con el nacimiento del discurso de las minorías y la creciente publicidad en prensa, radio y televisión se lanzaron una serie de iniciativas a principios de los 2000 para combatir la discriminación hacia la población extranjera, actuando como medios de integración (Lario Bastida, 2008). La realidad es que toda la discriminación de Occidente hacia otras culturas viene de mucho más lejos. Tal y como señala Sirin Adlbi (2016), el punto de partida se encuentra en los colonialismos y en el intento de la supremacía occidental en traducir las lenguas de los pueblos que invadieron basándose en un lenguaje cristianizado y que ha llevado, y sigue llevando, a confusiones lingüísticas entre lo que creemos que significa y lo que realmente significa una palabra para ese pueblo y esa cultura en concreto. No se permite una traducción exacta del lenguaje, sino que se amolda a los conceptos que ya se conocen en la sociedad.

Esta interpretación del lenguaje, junto con la era de la globalización, ha llevado a los medios de comunicación al error de generalizar sus contenidos y noticias sobre religión, contribuyendo a una creciente intolerancia y racismo hacia, en este caso, el islam y los musulmanes (Islam, Peters y White, 2007, como se citó en Sánchez y Padilla, 2013). Por ello, la religión tiende a llenarse de clichés y acciones, dentro del marco informativo, que no son para nada respetuosas a ojos de sus creyentes (Sánchez y Padilla, 2013).

Con este contexto, estudiosas como Sirin Adlbi (2016) proponen la necesidad de revisar críticamente el lenguaje y la historia anterior al colonialismo. En este sentido, este trabajo académico y periodístico pretende hacer una aproximación al debate expuesto para poder ahondar en el objeto de estudio en los siguientes apartados.

2.3. Estereotipos y exclusión del islam y los musulmanes

El creciente fundamentalismo islámico en algunos países junto con los atentados de los últimos 20 años en Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia y España, entre otros, ha dado lugar a una serie de manifestaciones y rechazo hacia los “inmigrantes” árabes y musulmanes. Aunque históricamente venga representado por el discurso imperialista de Europa respecto a Oriente, los expertos señalan un

problema serio con el islam y toda su esfera: civilización, cultura, religión, lo que nuestra sociedad genera como incompatible (García; Vives; Expósito; Pérez-Rincón; López; Torres; Loscos, 2012).

Cómo ya se ha mencionado varias veces a lo largo del presente trabajo, la creencia de Occidente es que Oriente es todo lo contrario por lo que los musulmanes se constituyen, bajo “nuestra” mirada como pobres económicamente, que vienen de sociedades poco desarrolladas, asociados a la ignorancia y aferrados a un fervor religioso irracional (Mohanty y Russo, 1991). Este orientalismo, cuya definición base viene dada por Said (2002), no es más que la manera de Occidente de intentar “dominar, reestructurar y tener autoridad sobre Oriente” (Said, 2002, citado en Calvo Barbero, 2018). Sin embargo, toda esto se ve oculto por “los discursos de la empresa civilizadora universal, la misión de salvación o la pretensión de que el Otro (refiriéndose a Oriente) cumpla sus mismas etapas de desarrollo histórico” (Adlbi Sibai, 2016: 27), o lo que el filósofo, Dussel (1994), denomina como “la falacia desarrollista”. Esta idea se amplía más profundamente en el siguiente apartado.

Pero ¿de dónde viene esta exclusión hacia el mundo árabo-musulmán? ¿qué es la islamofobia? Según la Real Academia Española (RAE) la islamofobia es la repulsión/aversión/odio hacia el islam, los musulmanes o lo musulmán y, aunque, pueda parecer un término moderno que parte desde la Segunda Gran Guerra, su origen va mucho más allá ya que también parte como forma de colonialismo y racismo cultural desde hace 500 años (Grosfoguel y Mielants, 2006). Aún así, este odio sí que surge con mucha más fuerza a partir de los años 80, relacionado con la aparición de los discursos de desarrollo y feministas, pero mucho más dirigida hacia los musulmanes. Partiendo de esta base, se puede decir que la islamofobia se construye alrededor de distintos discursos coloniales como el orientalismo, terrorismo, feminismo, desarrollismo o la democracia según la politóloga Sirin Adlbi Sibai (2016) y que va a girar entorno a la crispación del velo de la mujer musulmana.

Entonces, se puede decir que la principal polémica e islamofobia viene cuando los musulmanes exteriorizan esa identidad religiosa y, más concretamente, las mujeres que utilizan esta vestimenta. Desde 2010 han sido muchos los países que se han sumado a la prohibición de este tipo de ropa: en Bélgica entró en vigor en 2011; en Dinamarca en 2018; y en ocho estados federales de Alemania, mientras que, en España, a pesar de los intentos no ha llegado a aprobarse (Rodríguez, 2019). Lo que lleva a la siguiente cuestión, ¿en qué momento transmitir una cultura se ha convertido en un obstáculo a la integración?

La Declaración de los Derechos Humanos (1948) es uno de los recordatorios que quedan de que tanto la libertad de expresión como la de creencias y religión han sido sumamente importantes a lo largo de toda la historia. Atendiendo a sus artículos 18 y 19 que expresan lo siguiente:

“Artículo 18. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de religión o de creencia, así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia.

Artículo 19. Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.” (Asamblea General de la ONU, 1948)

Por ello, como derechos inalienables de todas las personas sin importar su raza, religión, sexo, color o ideología (Declaración de los Derechos Humanos, 1945), resulta sorprendente que países “más desarrollados” prohíban este tipo de identidad religiosa como es el famoso velo árabe, alentando a la exclusión y creación de estereotipos tanto de la religión como de la cultura árabo-musulmanas.

2.3.1. El feminismo árabo-musulmán bajo una visión occidental

Desde la visión occidental del feminismo se habla de un movimiento tercermundista basado en una visión orientalista de todo lo que no es Occidente (Oliva, 2004). Así, el universalismo etnocéntrico feminista, tal y como lo define Talpade (1991).

“Tiende a juzgar las estructuras económicas, legales, familiares y religiosas tomando como referencia los estándares occidentales, y definiendo estas estructuras como subdesarrolladas o “en desarrollo”, con lo que el único desarrollo posible parece ser el del Primer Mundo, invisibilizando así todas las experiencias de resistencia, que se consideran marginales” (1991: 73).

De esta manera, la creencia de que las mujeres árabo-musulmanas son sumisas, analfabetas y oprimidas crece y se establece en Occidente, estereotipando y haciendo conjeturas de todas las mujeres que forman parte de esta cultura y que llevan el velo islámico. Haciendo origen de todos sus males a la religión, en lugar de buscar las causas de estos en la política de Estados correspondientes o en la herencia sociocultural patriarcal de sus sociedades (Moualhi, 2000). Aunque también hay que destacar que parte de esta percepción de las mujeres árabes-musulmanas es así porque “son estudiadas, analizadas, percibidas y construidas a partir de los patrones y criterios del feminismo hegemónico occidental” (Adlbi Sibai, 2016; 55).

Aún así, en la política de género se utiliza el término *interseccional* para incluir todas las realidades sociales que envuelven el feminismo, pero ¿es realmente así? Este término cobró mucha más fama con el feminismo negro en Estados Unidos a mediados del siglo XX, pero esto no quiere decir que fuese la primera vez que se trataba el tema (Magliano, 2015). Lo complejo del término radica en la multitud de enfoques que inspiran sus trabajos y los términos que se escogen para catalogarlos. En muchas de estas ocasiones los términos que se emplean para intentar generalizar este feminismo son equívocos, por ello es necesario historizar y contextualizar el modo en el que las relaciones de género ocurren, para evitar el universalismo feminista (Adlbi Sibai, 2016).

Esta situación genera una distorsión de la esencia del feminismo y, por tanto, genera dudas a la hora de catalogar este movimiento en otras esferas sociales, naciendo términos como “feminismo musulmán”, “feminismo árabe” o “feminismo islámico o islamista”. El principal problema de estos es que genera el llamado feminismo “de área”. Es entonces cuando nace el “feminismo árabo-musulmán” que incluye a todo el mundo árabe (Ramírez Fernández, 2008).

Existen dos tipos de agentes sociales entorno a esta cuestión: por un lado, se encuentran los portavoces de la supremacía cultural en occidente, convencidos de que la igualdad, los derechos y la democracia son la prueba irrefutable de su superioridad (Oliva, 2004). Por otro lado, esa supremacía que comparten muchas feministas musulmanas genera la idea de que como son nociones occidentales, deben suprimirlas para preservar su cultura, mostrándose más reticentes a la hora de formar organizaciones autónomas de mujeres, pero expresando este feminismo mediante las luchas de liberación nacional, de la agitación obrera y de las rebeliones campesinas, tal y como documenta Kumari Jayawardena (1986).

Lo que genera el posible peligro, reconocido por Spivak (1987), de que el feminismo sea percibido como un movimiento social, político y cultural únicamente occidental. Por lo que la socióloga Marnia Lazreg (1988) se cuestiona “¿Hasta qué punto puede el feminismo occidental prescindir de una ética de la responsabilidad cuando hable de mujeres diferentes?” (Marnia Lazreg, 1988, citada en Oliva, 2004: 24).

El feminismo árabo-musulmán es visto a nivel internacional como una reflexión sobre la compatibilidad entre el islam y el feminismo (Oliva, 2004), cuando la opresión de la mujer se da en todas las religiones donde esta se ve siempre como inferior. En su lugar, debería abordarse por su verdadera lucha: la islamofobia y el patriarcado árabe (Adlbi Sibai, 2016).

3. Metodología y plan de trabajo

En las investigaciones, tanto académicas como periodísticas, existen dos tipos de metodologías: cuantitativas y cualitativas. Las primeras se utilizan para profundizar en el tema en cuestión y las segundas para analizar una serie de datos en relación con la investigación que se está llevando a cabo. La combinación de ambas muestra una visión mucho más completa del fenómeno, ya que ofrecen mucha más “amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de la comprensión” (Delgado, Gadea y Vera-Quiñonez, 2018: 164).

Por ello, la metodología que se ha escogida para realizar esta investigación periodística incluye diferentes técnicas cualitativas y cuantitativas como: la revisión bibliográfica y académica, las entrevistas en profundidad, las historias de vida y la elaboración de encuestas.

3.1. La entrevista

Las entrevistas como metodología también se denominan como “entrevistas abiertas”, “entrevistas en profundidad” o “entrevistas cualitativas”, que no deja de ser una conversación entre entrevistador y entrevistado. Este método se utiliza, y es adecuado, cuando se quiere recoger una visión personal, buscando los diferentes puntos de vista personal en lugar de uno común (Ribot, Fernández y García, 2000). Aunque Izcarra y Andrade (2013) señalan más ampliamente que las entrevistas en profundidad son especialmente idóneas cuando “los intereses de la investigación son (...) claros y bien definidos; los escenarios o personas no son accesibles de otro modo; el investigador tiene limitaciones de tiempo; la investigación depende de una amplia gama de escenarios o personas, y el investigador quiere esclarecer experiencias subjetivas” (2003; 13).

Cómo buen profesional habrá que examinar primero las ventajas y desventajas que esta metodología presenta, ya que a pesar de que como resultado es una muestra pequeña y no representativa en términos estadísticos, sí que es bastante útil ya que se pueden llegar a conocer las motivaciones que mueven al entrevistado (en relación con el objeto de investigación), obteniendo respuestas libres y no preestablecidas como ocurriría en una encuesta (Varguillas y Ribot, 2007). Además, es esencial que el profesional que está realizando la entrevista mantenga una mente abierta, flexible y tenga presente en todo momento el objetivo de su investigación para evitar reaccionar de forma impulsiva en caso de que no coincida, o no le guste, las respuestas del entrevistado con lo que tenía pensado.

Por ello, para poder desarrollar este método con éxito es necesario que ambas partes establezcan un sentido básico de confianza o *rapport*. De esta forma, el entrevistador mantiene el ritmo y la dirección de la entrevista, guiando de alguna forma al entrevistado para que encuentre en la entrevista abierta un medio para expresarse (Izcara y Andrade, 2003). De este modo, se asegura que sigue un modelo de conversación entre iguales sin que el encuentro se reduzca a un mero intercambio formal de preguntas y respuestas. Además, a lo largo de la entrevista le pueden ir surgiendo preguntas al entrevistador a partir de las respuestas del entrevistado, con las cuales puede llegar a entrar en detalles, profundizando en el tema que está estudiando (Blasco y Otero, 2008).

3.2. Historias de vida

La creencia de que conocemos una cultura por haber convivido con ella gran parte de nuestra vida no significa que conozcamos toda su realidad. Por ello, es importante para el objeto de estudio de este trabajo conocer diferentes puntos de vista sobre la situación de la mujer musulmana y cómo es la lucha feminista (o si existe para *ellas*) desde los distintos países que representan esta cultura desde Oriente. La historia de vida, como metodología, es una de las más puras y potentes para acceder y conocer cómo los individuos perciben y reflejan el mundo que les rodea (Hernández, 2009). Asimismo, desde una perspectiva humanista, este método intenta comprender la conducta humana utilizando a las propias personas como referencia, construyendo la realidad social mediante “definiciones individuales o colectivas de una determinada situación, es decir, se interesa el entendimiento del fenómeno social desde la visión del actor” (Chárriez, 2012: 51). Además, este método ofrece un enlace directo a con lo “vivido” de las personas.

A pesar de que este método hace *zoom* sobre la experiencia personal de un informante en particular y cuyo enfoque es puramente biográfico, no hay que confundir la historia de vida con la biografía, por eso el profesional debe de saber extraer la información (sin manipular la historia de vida) para la construcción de su trabajo (Hernández, 2009). Además, la biografía se centra en un personaje y su vida en particular, mientras que la historia de vida busca aspectos importantes de la sociedad en la que el individuo vive y se desarrolla, revelando rasgos de la colectividad en la que se engloba (Veras, 2010).

La historia de vida implica también que el periodista tenga una serie de cualidades personales como saber forjar un vínculo de confianza con el informante, del cual ya se ha hablado en la entrevista en profundidad; tenga la capacidad del saber escuchar y dirigir e involucrar de manera natural a las personas hacia el objeto de la investigación (Ferrarotti, 2007). Lo que se podría confundir también con un testimonio personal ya que al investigador “solo le interesan los acontecimientos que vengán a insertarse directamente en el trabajo. Y la elección es hecha únicamente con base en este criterio” (Pereira de Queiroz, 1991: 7). Sin embargo, la diferencia fundamental radica en que la historia de vida se interesa por la experiencia del entrevistado, y es él mismo quien establece lo que es relevante o no para compartir su historia en relación con la investigación (Veras, 2010).

Asimismo, el periodista debe tener en cuenta los aspectos y elementos éticos que forman parte de esta metodología, teniendo en consideración “la complejidad, la ambigüedad, la flexibilidad, la singularidad y la pluralidad, (...), lo contradictorio y lo afectivo” (Chárriez, 2012: 59) que son parte de la subjetividad del individuo, por ello el profesional ha de plantear la manera de abordar todos estos elementos para la construcción de su investigación.

3.3. Encuesta

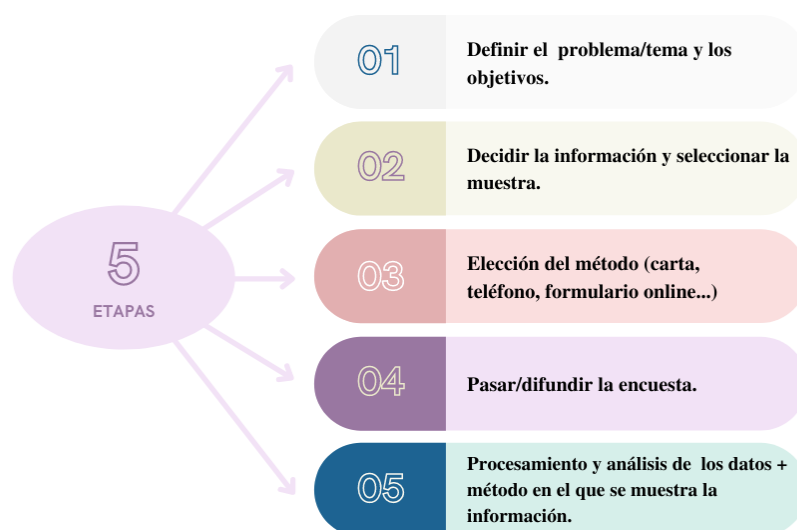
La encuesta es una metodología que lleva muchos años desarrollándose y perfeccionándose, y su objetivo es reunir información de una muestra representativa de la población para obtener unos resultados concretos bajo los métodos muestrales más adecuados (Alvira Marín, 2011). Entre sus principales características encontramos algunas como: la variedad y flexibilidad de aplicaciones, comprensión, precisión y su relación costo-eficiencia, entre otras (López Romo, 1998).

Existen dos tipos de encuestas en función de cómo se quieren enfocar los resultados: encuestas cuantitativas y encuestas cualitativas. Las primeras buscan describir mediante distribuciones numéricas las variables que existen en la población, mientras que la intención de las segundas es determinar la diversidad de un tema de interés dentro de la población (Jansen, 2012). Aunque esto sea más teórico que real, ya que en la práctica no se excluyen la una a la otra, sino que se combinan a la hora de analizar los resultados (Bisquerra, 2009)

Otro de los aspectos para tener en cuenta cuando se vaya a realizar una encuesta dentro de una investigación, son los denominados por Rafael Bisquerra (2009) *estudios de desarrollo* que pueden diferenciar entre: estudios transversales o estudios longitudinales. En los primeros, su principal característica es que se lanzan sola una vez, durante un tiempo delimitado y dirigido a una población en concreto. Mientras que los segundos, son mucho más extensos, ya que siguen la evolución de un sujeto, o grupo de sujetos, durante un largo periodo de tiempo.

Para realizar una encuesta con éxito se deben de asegurar una serie de garantías (como el anonimato, en caso de que fuera necesario) para las personas que la responden y un proceso que se divide en diferentes etapas. Estas fases están sumamente ligas al proceso de investigación que se ha realizado a lo largo de este trabajo, aún así todavía quedarían las dos últimas fases en las que se desarrolla el cuestionario y se analiza toda la información que se ha recogido (López-Roldán y Fachelli, 2015).

Figura 1. Fases desarrolladas en la preparación de la encuesta.



Fuente: elaboración propia.

En resumen, la combinación de la encuesta cualitativa y la encuesta cuantitativa son el estudio de la diversidad en la población (Jansen, 2012). Por ello, se convierte en una de las metodologías clave para tratar el feminismo en el mundo árabo-musulmán y su conexión con las relaciones sociales en el sistema-mundo que conocemos.

3.4. Cronograma de trabajo

Para poder elaborar el presente TFG dentro de los plazos marcados ha sido necesaria una rigurosa organización. Por ello, el trabajo que se ha realizado en estos meses se refleja en el cronograma que se presenta a continuación. En él se recogen tanto la memoria académica como el trabajo profesional y los logros y dificultades que se han dado en todo este tiempo.

Tabla 1. Cronograma de dificultades y logros del trabajo académico y proyecto periodístico.

	Memoria académica y proyecto periodístico	Dificultades y logros.
NOV 21	Seminario 1. Entrega de un primer borrador del índice del trabajo y un listado bibliográfico .	Para la búsqueda de bibliografías no se encuentran dificultades ya que hay multitud de estudios que se acercan y versan sobre el tema de estudio.
DIC 21	Seminario 2. Se incorporan los estilos de letra y portada . Se redacta la introducción y el primer apartado del marco teórico .	Los errores que se marcan en este segundo borrador se encuentran tanto en los objetivos , ya que todavía no estaban del todo claros y faltaban las preguntas e hipótesis, como el primer apartado del marco teórico se debía ampliar.
ENE 22	Búsqueda bibliográfica y lectura de estas para completar el marco teórico.	No se completa el marco teórico ya que dos de los puntos son parecidos y causan confusión. Además, el orden de los apartados que se establece en un principio no es correcto .
FEB 22	Seminario 3. Entrega del marco teórico con las correcciones del anterior borrador .	Los errores marcados en este tercer borrador son sobre todo en cuanto a la forma de citar y la ampliación de algunos apartados que siguen incompletos.
MAR 22	<ul style="list-style-type: none"> • Nueva búsqueda bibliográfica para la elaboración del apartado de “metodología”. • Las lecturas de trabajos, libros y estudios para el apartado 2.3 continúan. • Se envían varios correos a fuentes expertas y organizaciones para su posible entrevista. • Conferencia de Zaina Erhaim sobre las dificultades de ser una mujer periodista árabe en Oriente Medio. • Seminario 4. Entrega de la metodología con correcciones del anterior borrador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se hallan nuevas lecturas, importantes para completar el apartado 2.3. Motivo por el que no se entrega el marco teórico completo. • No se obtiene respuesta de ninguna organización o fuente experta. • Sí que responden al correo: Pilar Palacios y Antonio Oliva, que pueden contar su experiencia viviendo en países árabes y poner en contacto con gente allí. • Se corrigen los errores del borrador 4, que se concentran en la forma de citar a las fuentes en la bibliografía y falta de algunos párrafos introductorios en el apartado “metodología y plan de trabajo”

ABR 22	<ul style="list-style-type: none"> • Se envía correo a Laura Jiménez, profesora de inglés en Malasia y Arabia Saudí. • Se completan las lecturas y el apartado 2.3. • Desarrollo cuestionario. • Seminario 5. Primera tutoría individual. No se realiza la entrega a tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aún no se obtienen respuestas de las fuentes contactadas. • En la tutoría se ven las opciones que hay.
MAY 22	<ul style="list-style-type: none"> • Se entrega el borrador 5. • Correcciones y entrega • Se envía mensaje a Belén Torchiaro (politóloga) • Se contacta con Iman • Seminario 6. Explicación de últimos apartados (resultados y conclusión) y entregas. • Elaboración del reportaje periodístico mediante collages en Photoshop. 	<ul style="list-style-type: none"> • Laura Jiménez contesta, conoce bien la situación de las mujeres en estos países. • Entrevista a Laura Jiménez • Charla/entrevista con Belén Torchiaro donde se aclaran términos y dudas. • A la hora de realizar el reportaje algunas de las entrevistas no se han grabado bien (audio completamente plano). • Entrevista a Sukaina
JUN 22	<ul style="list-style-type: none"> • Se continúa con la elaboración del reportaje mediante herramientas como Photoshop, Audacity, Premiere y Shorthand. • Elaboración y redacción del reportaje. • Redacción de últimos apartados: resultados, conclusión, resumen y agradecimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a Iman, antigua alumna de erasmus en la UVa.

Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

La elaboración de este reportaje multimedia ha pasado por diferentes etapas, las cuales se explican en los siguientes apartados. Aun así, se puede acceder al resultado del proyecto periodístico final en el siguiente enlace:

<https://preview.shorthand.com/WpsqffojTueIXM27>

Así pues, también se ha seguido todo el trabajo mediante un cuaderno en el que se detallan: las actividades realizadas a lo largo de todo este tiempo, preguntas de entrevistas y un largo proceso creativo mediante bocetos sobre el resultado final y la estética de conjunto del reportaje. Las fases que de elaboración del reportaje han sido tres: preproducción, producción y postproducción.

4.1. Preproducción

La búsqueda de información ha sido una de las principales tareas dentro de la preproducción, así como la recopilación de las fuentes que encajen con la investigación. De esta manera, las lecturas académicas y la elaboración del marco teórico se dilatan durante todo el curso por la gran cantidad de información y el tiempo requerido para su asimilación.

Como se puede ver en el anterior cronograma se empiezan a contactar con las fuentes desde marzo, aunque la mayoría de ellas no responden y de las cinco entrevistas que se realizan (cuatro historias de vida y una fuente experta) solo se llegan a incluir dos en el reportaje por fallos a la hora de la grabación. En este apartado también se debe incluir la preparación de la encuesta realizada a lo largo de mayo y junio, aunque las preguntas y respuestas se exponen más adelante (Anexos 2).

Figura 2. Esquema de los contactos.



Fuente: elaboración propia.

4.2. Producción

La etapa de producción comenzó con las entrevistas en mayo y la preparación de las imágenes (collages, que se pueden ver en el anexo) para el proyecto periodístico. Fue una etapa complicada por la cantidad de horas en el ordenador que se requirieron, además de que tres de las cinco entrevistas (Figura 3) que se grabaron no se han podido utilizar ya que se encontraban completamente planos.

Figura 3. Fuentes consultadas para el reportaje multimedia.



Fuente: elaboración propia.

Así mismo, los equipos que se ha utilizado para la elaboración de estas entrevistas constan de dos móviles (ambos Xiaomi Redmi 9) y dos portátiles (Lenovo Legion 5 y Lenovo Ideapad S145).

4.3. Postproducción

Esta última etapa ha servido para construir la narrativa del reportaje multimedia. Toda la información que se ha recopilado a lo largo de la preproducción, así como la obtenida en la producción por las fuentes han sido de gran utilidad para el proyecto periodístico. Además, a lo largo de todo este proceso se han utilizado una serie de herramientas, plataformas y programas de edición

indispensables para la edición de videos, la elaboración de collages e infografías. Seguidamente, se detallan cada una de ellas (Figuras 4 y 5).

Figura 4. Herramientas utilizadas para la elaboración del reportaje.

HERRAMIENTAS



Adobe Photoshop. Esta herramienta permite editar y crear fotos e ilustraciones. Con ella se elaboran todos los collages que conforman el reportaje multimedia.



Youtube. Se escoge la plataforma de Youtube como medio para subir los videos de las entrevistas porque ya se ha utilizado en otras ocasiones y se conoce a la perfección.



Adobe Premiere. Editor de video con el que se cortan los videos y se realiza el montaje de los mismos.



Shorthand. Aunque es una herramienta que se desconocía, se elige por su fácil funcionamiento y su intuitiva interfaz.



Audacity. Esta aplicación ya se conocía y se dominaba. Ha sido de gran ayuda para la edición de los audios que forman parte de este proyecto periodístico.



Canva. Esta plataforma ha sido de gran utilidad para poder elaborar las diferentes infografías y esquemas que se encuentran en la memoria del presente trabajo.



Genially. Es la primera vez que se utiliza esta plataforma para generar contenido interactivo, se consiguen plasmar las afirmaciones de la encuesta.



Soundcloud. Es una plataforma que ya se conocía y se había utilizado con anterioridad. Es donde se alojan los audios para más tarde insertarlos en el reportaje.

Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Plataformas con imágenes sin derechos de autor.

IMÁGENES SIN DERECHOS DE AUTOR



Unplash, Pexels y Picjumbo.
Son las principales plataformas de imágenes sin derechos de autor que se utilizan para la elaboración de los collages.

Aunque también se recurren a **The British Library** y a **The New York Public Library**, dos de las plataformas más grandes a nivel mundial de fotos históricas sin derechos de autor.

BRITISH LIBRARYCatalogues & Collections | Discover & Learn | What's On | Visit | Business Support | Shop | Join |

British Library Images Online

Find and buy pictures from our unique collections

🔍

A public domain remix by Brian Foo of NYPL Labs, using the data released by NYPL. [View source code.](#)



Robert N. Dennis collection of stereoscopic views (42,190)

Group by:

Century Created

Genre

Collection

Color

Todos esos cuadrados son fotos.

Fuente: elaboración propia

5. Conclusiones

Este Trabajo de Fin de Grado parte de una serie de objetivos e hipótesis que han ayudado a guiar el proyecto periodístico a lo largo de estos meses. En primer lugar, se alcanzan los dos primeros objetivos -visibilizar la historia y situación de la mujer en determinados países de cultura musulmana y analizar la visión del feminismo árabo-musulmán y los estereotipos occidentales al respecto- mediante las lecturas académicas que se han llevado a cabo y la realización del reportaje multimedia, con las historias de vida y la consulta a la fuente experta. Por otro lado, el tercero y último de los objetivos -distinguir entre el movimiento social, feminismo, y la religión musulmana- también se cumple, estableciendo unas bases tanto del movimiento social como de la religión con las lecturas previas a la elaboración del reportaje multimedia.

Partiendo de estos objetivos, a continuación, se desglosa si todo el conjunto del Trabajo de Fin de Grado permite confirmar las hipótesis de las se partían.

La primera hipótesis se confirma al comprobar que “las mujeres árabo-musulmanas reclaman la visibilización de su lucha feminista, limitando los estereotipos de la visión occidental”. Gracias a las historias de vida recogidas en el reportaje se pueden conocer los estereotipos de Occidente hacia la mujer árabo-musulmana y cómo estos las limitan e invisibilizan en la sociedad.

En cuanto a la segunda hipótesis, se cumple en parte. Se trata del “etnocentrismo occidental refleja que la mujer en esta cultura está oprimida y no puede tomar sus propias decisiones, por lo que no creen posible un feminismo árabo-musulmán”. Sin embargo, a pesar de que las lecturas académicas y las fuentes expertas hayan mostrado la veracidad de esta hipótesis, la encuesta que se ha realizado a una mayoría occidental en donde se exponían una serie de afirmaciones con respecto a la mujer árabo-musulmana confirma que se equivocan porque sí que creen que la mujer árabo-musulmana puede llegar a tener su propia autonomía.

La tercera y última de las hipótesis hace referencia a que “los expertos señalan que el origen de los estigmas y prejuicios vienen de la desinformación y la falta de conocimiento sobre la realidad de un sector femenino musulmán” queda confirmada. Tanto los expertos, como las historias de vida en el reportaje, indican que lo que se muestra en los medios de información occidentales sobre la cultura y la religión no tienen nada que ver con la realidad. Visibilizando únicamente estereotipos en series y películas de televisión occidentales, como atentados terroristas o la típica historia en la que se refleja que la mujer musulmana se quiere quitar el velo por la opresión de su familia.

Cabe destacar que tanto el desarrollo de la memoria y como del reportaje, han sido un proceso de aprendizaje constante. Conforme más información se ha obtenido, surgía el interés por plantear y destacar otros temas relacionados. Aún así, ha sido complicado encontrar testimonios y alimentar visualmente la narrativa multimedia del reportaje.

Para finalizar, conviene puntualizar que el fenómeno de estudio es un tema complejo y que se debería de abordar desde otras perspectivas en el futuro que planteen contextos políticos, sociales y culturales mucho más extensos y detallados. Al igual que no existe un único feminismo, no hay un solo contexto para todas las mujeres árabo-musulmanas.

6. Bibliografía

Adlbi, Sirin (2016). *La cárcel del feminismo. Hacia un pensamiento islámico decolonial*. Ediciones Akal.

Alvira, Francisco (2014). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Centro de Investigación Sociológicas.

Asamblea General de la ONU (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Naciones Unidas, 217 (III) A.

Avegno, Rommy Jeomira (2021). Nuevas narrativas híbridas como género periodístico en plataformas digitales. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Técnica de Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/10942>

Bizquera, Rafael (Coord.) (2009). *Metodología de la investigación educativa*. La Muralla.

Blasco, Teresa y Otero, Laura (2008). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: la entrevista (I). *Nure Investigación*, marzo(33), s.p. <https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/408/399>

Bocos Gañan, Irene (2018). Evolución de la integración social y laboral de las mujeres musulmanas en la sociedad española. [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid de España]. Repositorio UVaDOC. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/32534>

Bolado, Alfonso Carlos (2006). *Visiones del Islam: Diez Años de la Biblioteca del Islam Contemporánea*. Ediciones Bellaterra.

Chárriez, Mayra (2012). Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa. *Revista Griot*, 5(1), 50-67.

Delgado, K., Delgado, W. F. y Vera-Quíñonez, S. (2018). *Rompiendo barreras en la investigación* (165-184). Ediciones UTMACH. http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15178/La_utilizacion_de_una_metodologia_mixta.pdf?sequence=2

Durán, Rafael (2019). El encuadre del islam y los musulmanes: La cobertura periodística en España. *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, (26), 156-181. <http://hdl.handle.net/10486/688021>

Ferrarotti, Franco (2007). Las historias de vida como método. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 14(44), 15-40. <https://www.redalyc.org/pdf/105/10504402.pdf>

García, A., Vives, A., Expósito, C., Pérez-Rincón, S., López, L., Torres, G. y Loscos, E. (2011). Velos, burkas... moros: estereotipos y exclusión de la comunidad musulmana desde una perspectiva de género. *Investigaciones Feministas*, 2, 283-298. https://doi.org/10.5209/rev_INFE.2011.v2.38556

García de la Cruz, Laura. (2018). Feminismo Islámico. Una apertura de horizontes. [Trabajo de Fin de Grado, Universitat Jaume I]. Repositorio institucional de la Universitat Jaume I <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/176532>

Garzón Machín, Cristina (2018). La integración de la mujer musulmana en la sociedad actual: Análisis del uso de Instagram. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio UVaDOC. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/31070>

Gifreu, Arnau (2014). El periodismo como elemento clave de la no ficción interactiva y transmedia. Análisis comparado de géneros y formatos. En: S. Cortiñas-Rovira, A. Elduque, F. Alonso-Marcos y M. Darriba (eds.) *Periodismo actual y futuro: investigación, docencia e innovación*. (1661-1684). <https://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas%20XX%20Congreso%20SEP%202014.pdf>

Irala, Pilar (2014): “Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 147-158. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45224>

Izcara, Simón P. y Andrade, Karla L. (2003). *La entrevista en profundidad: teoría y práctica*. Universidad Autónoma de Tamaulipas. [https://www.researchgate.net/publication/271516834_LA_ENTREVISTA_EN_PROFUNDIDAD T EORIA_Y_PRACTICA](https://www.researchgate.net/publication/271516834_LA_ENTREVISTA_EN_PROFUNDIDAD_T EORIA_Y_PRACTICA)

Jansen, Harrie (2012). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas*, 5(1), 39-72.

La Barbera, María Caterina (2016). Interseccionalidad, un “concepto viajero”: orígenes, desarrollo e implementación en la Unión Europea. *Interdisciplina*, 4(8), 105-122. <http://revistas.unam.mx/index.php/inter/article/view/54971/48820>

Larrondo Ureta, Ainara (2009), La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. *Comunicación y sociedad*, XXII(2), 59-88.

López Romo, Heriberto (1998). La metodología de encuesta. En: L. J. Galindo Cáceres (Coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (33-73). Logman.

López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). II.3. El método de la encuesta social. En: P. López-Roldán y S. Fachelli (Eds.), *Metodología de la investigación social cuantitativa* (5-33). Universidad Autónoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/record/129382>

Magliano, María José (2015). Interseccionalidad y migraciones: potencialidades y desafíos. *Revista Estudos Feministas*, 23(03), 691- 712. <https://doi.org/10.1590/0104-026X2015v23n3p691>

- Marrero Santana, Liliam. (2008). El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 348-367. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006029>
- Masip, Pere; Díaz-Noci, Javier; Domingo, David; Micó-Sanz, Josep-Lluís y Salaverría, Ramón. Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El profesional de la información*, 19(6), 568-576. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.02>
- Martínez Lirola, María. (2008). Inmigración, discurso y medios de comunicación. [Grupo de investigación de Análisis Crítico del Discurso Multimodal, Universidad de Alicante]. Repositorio institucional de la Universidad de Alicante. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/16236>
- Meso Ayerdi, Koldobika; Rivero, Diana; Tous, Anna y Larrondo, Ainara (2014). Del porqué las redes sociales revolucionan la agenda setting de los medios. En: S. Cortiñas-Rovira, A. Elduque, F. Alonso-Marcos y M. Darriba (eds.) *Periodismo actual y futuro: investigación, docencia e innovación*. (460-475). <https://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas%20XX%20Congreso%20SEP%202014.pdf>
- Mir-Hosseini, Ziba. (2011). Islam y feminismo: la apertura de un nuevo diálogo. *Boletín ECOS*, 14, 1-7.
- Morton, Stephen (2010). Las mujeres del «tercer mundo» y el pensamiento feminista occidental. *La manzana de la discordia*, 5(1), 115-125. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/53740>
- Oliva, Asunción (2004). Feminismo postcolonial: la crítica al eurocentrismo del feminismo occidental. *Cuaderno de trabajo*, 6, sp.
- Paronnaud, Vincent. (2007). *Persépolis* [película]. Celluloid Dreams; CNC; France 3 Cinéma; The Kennedy/Marshall Company; Région Ile-de-France; Sony Pictures Classics.
- Peñafiel, Carmen (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 12, 163-182. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.10>
- Rodríguez Martínez, M. (27 de febrero de 2019). ¿Qué países europeos prohíben burka? *Euronews*. <https://es.euronews.com/2018/08/08/-que-paises-europeos-prohiben-el-burka->
- Salaverría, Ramón (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Chasqui*, 86, 38-45. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i86>

Salaverría, Ramón (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(1), 1-27. http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/ene/01_es.pdf

Salem, Sara. (2014). Feminismo islámico, interseccionalidad y decolonialidad. *Tabula Rasa*, (21), 111-112. <https://www.redalyc.org/pdf/396/39633821006.pdf>

Sánchez, Pilar y Padilla, Graciela (2013). La importancia del tratamiento de la religión en medios de comunicación. El caso del islam en España. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(marzo), 449--457. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42052

Scolari, Carlos (2012). Comunicación digital. Recuerdos del futuro. *El profesional de la información*, 21(4), 337-340. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.jul.01>

Soage, Ana. (2017). El cambiante rostro del feminismo en el mundo musulmán. *Revista de Libros*, pp 1-18. https://www.researchgate.net/profile/Ana-Soage/publication/312472643_El_cambiante_rostro_del_feminismo_en_el_mundo_musulman/links/587df0d308ae4445c06f4879/El-cambiante-rostro-del-feminismo-en-el-mundo-musulman.pdf

Talpade Mohanty, Chandra (2008). Bajo los ojos de occidente. Academia Feminista y discurso colonial. En: L. Suárez Navaz y A. Hernández (Eds.), *Descolonizando el Feminismo: Teorías y Prácticas desde los Márgenes*. Cátedra.

Varguillas, Carmen S. y Ribot, Silvia (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Laurus*, 13(23), 249-262. <https://www.redalyc.org/pdf/761/76102313.pdf>

Veras, Eliane (2010). Historia de vida: ¿un método para las ciencias sociales? *Cinta moebio*. (39), 142-152. DOI: [10.4067/S0717-554X2010000300002](https://doi.org/10.4067/S0717-554X2010000300002)

7. Anexos

Anexo 1. Preguntas y resultados de la encuesta.

La encuesta se divide en un total de tres secciones: una primera en la que se solicitan una serie de datos personales como el género o la edad (Imagen 1), una segunda parte en la que ese introduce el tema (Imagen 2) y una tercera en la que se exponen una serie de afirmaciones sobre las mujeres y el feminismo árabo-musulmán (Imagen 3).

Imagen 1.

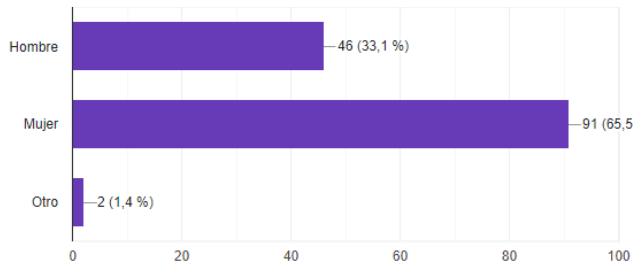
Sección 1 de 3

El feminismo en el mundo árabo-musulmán

A continuación se presenta un cuestionario con diversas preguntas sobre feminismo y feminismo árabo-musulmán. Los datos recogidos se utilizarán de referencia para la elaboración de un reportaje multimedia como Trabajo de Fin de Grado de la Universidad de Valladolid. Por favor, responda con sinceridad. ¡Muchas gracias!

Género 139 respuestas Copiar

Hombre
 Mujer
 Otro

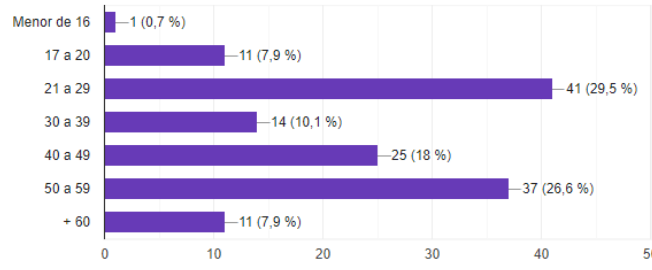


Género	Contador	Porcentaje
Hombre	46	33,1 %
Mujer	91	65,5 %
Otro	2	1,4 %

Edad *

Menor de 16
 17 a 20
 21 a 29
 30 a 39
 40 a 49
 50 a 59
 + 60

Edad 139 respuestas Copiar



Edad	Contador	Porcentaje
Menor de 16	1	0,7 %
17 a 20	11	7,9 %
21 a 29	41	29,5 %
30 a 39	14	10,1 %
40 a 49	25	18 %
50 a 59	37	26,6 %
+ 60	11	7,9 %

Ciudad, provincia o país de residencia *

Texto de respuesta corta

Después de la sección 1 [Ir a la siguiente sección](#)

Imagen 2.

¿Cuántas de estas activistas, figuras o estudiosas feministas ha oído hablar? *

- Olympe de Gouges
- Gayatri Chakravorty Spivak
- Mary Wollstonecraft
- Chandra Talpade Mohanty
- María Lugones
- Sirin Adlbi Sibai
- Mimunt Hamido Yahia
- Clara Campoamor
- Virginia Woolf
- Ninguna

¿Cuántas de estas activistas, figuras o estudiosas feministas ha oído hablar?

139 respuestas

Activista	Respuestas	Porcentaje
Olympe de Gouges	20	14,4 %
Gayatri Chakravorty Spivak	3	2,2 %
Mary Wollstonecraft	21	15,1 %
Chandra Talpade Mohanty	9	6,5 %
María Lugones	15	10,8 %
Sirin Adlbi Sibai	13	9,4 %
Mimunt Hamido Yahia	8	5,8 %
Clara Campoamor	111	79,9 %
Virginia Woolf	106	76,3 %
Ninguna	19	13,7 %

¿Qué entiende por feminismo? *

Texto de respuesta corta

¿Cree que existe un feminismo único y global? *

No

Sí

¿Cree que existe un feminismo único y global?

139 respuestas

Respuesta	Porcentaje
No	82%
Sí	18%

¿Por qué? *

Texto de respuesta

¿Conoce el término "interseccional"? *

Sí

No

¿Conoce el término "interseccional"?

139 respuestas

Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Sí	49	35,3 %
No	91	65,5 %
Relaciona diferentes luchas al comprender que una problemática subyacente a tod...	1	0,7 %

¿En qué ámbito lo ha escuchado? *

Texto de respuesta corta

¿Alguna vez ha oído hablar del feminismo árabe, musulmán, islámico o árabo-musulmán? *

Sí

No

¿Alguna vez ha oído hablar del feminismo árabe, musulmán, islámico o árabo-musulmán?

139 respuestas

Respuesta	Porcentaje
Sí	48,2%
No	51,8%

Después de la sección 2 Ir a la siguiente sección

Imagen 3.

Las mujeres que utilizan ropas árabo-musulmanas (niqab, hijab, burka, chador...) no pueden ser feministas. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Las mujeres árabo-musulmanas reciben más islamofobia. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

El islam y el feminismo no son compatibles. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 totalmente de acuerdo

Prohibir el velo en Europa va en contra de los Derechos Humanos. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Oriente (subdesarrollo, terrorismo, antidemocracia...) es todo lo contrario a Occidente. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

El feminismo interseccional incluye todas las realidades. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

Las mujeres árabo-musulmanas son sumisas y analfabetas. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

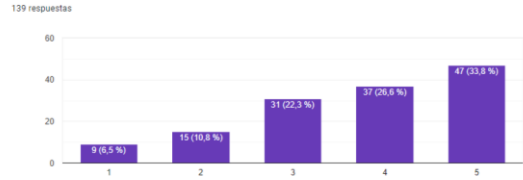
El feminismo es un movimiento social, político y cultural únicamente occidental. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

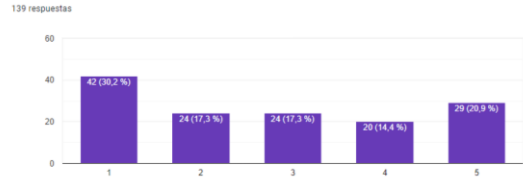
El feminismo árabo-musulmán nace contra la islamofobia y el patriarcado árabe. *

Nada de acuerdo 1 2 3 4 5 Totalmente de acuerdo

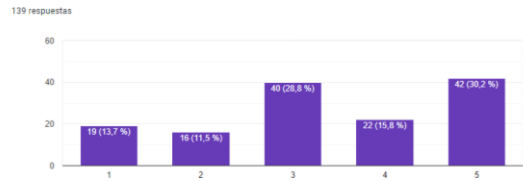
Las mujeres árabo-musulmanas reciben más islamofobia. Copiar



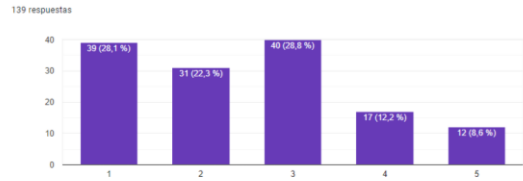
El islam y el feminismo no son compatibles. Copiar



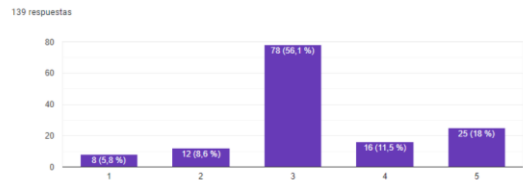
Prohibir el velo en Europa va en contra de los Derechos Humanos. Copiar



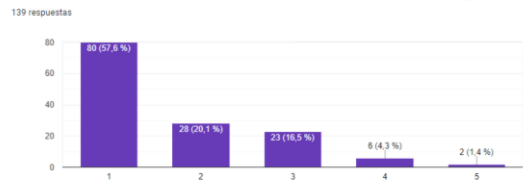
Oriente (subdesarrollo, terrorismo, antidemocracia...) es todo lo contrario a Occidente. Copiar



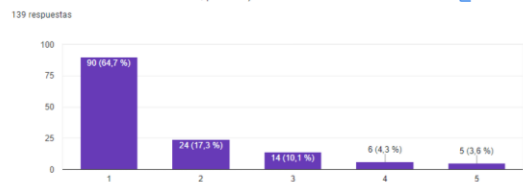
El feminismo interseccional incluye todas las realidades. Copiar



Las mujeres árabo-musulmanas son sumisas y analfabetas. Copiar



El feminismo es un movimiento social, político y cultural únicamente occidental. Copiar



El feminismo árabo-musulmán nace contra la islamofobia y el patriarcado árabe. Copiar

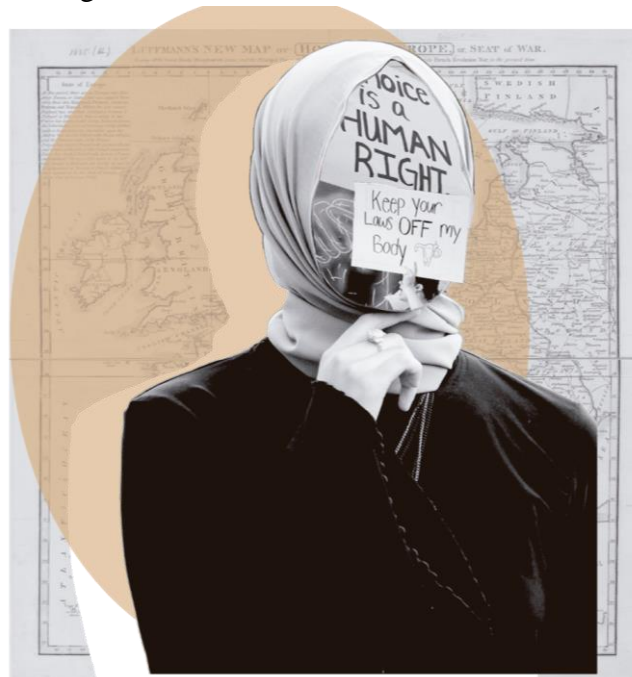


Anexo 2. Collages elaborados para el reportaje multimedia.

Collage 1. Portada.



Collage 2. Los Derechos Humanos.



Collage 3. La voz de la infiel.



Collage 4. Transición 1.



Collage 5. Transición 2.



Collage 6. Fondo utilizado para las entrevistas.

