

# Islam transnacional y nuevos espacios de libertad religiosa: Las redes sociales en la construcción de una identidad hispano-musulmana.

**Salvatore Madonia<sup>1</sup>**

Revisado: 18 de mayo de 2014

Aceptado: 12 de junio 2014

## Resumen

La expansión del uso de las redes sociales entre los jóvenes musulmanes y los conversos al Islam proporciona la creación de espacios "virtuales" de discusión informal y comunitaria donde la idea de una determinada forma del Islam, a menudo reivindicada por diferentes organizaciones en el espacio "real", empieza a ser puesta en cuestión.

El mundo *online* proporciona una mayor libertad de movimiento ya que se derriban aquellas barreras o controles físicos-emocionales que caracterizan el mundo *offline*. Un *locus* de interacción que permite la activación de una reflexividad colectiva sobre las propias experiencias de vida diaria que rompen y se enfrentan a los discursos institucionales más rígidos y de alcance transnacional.

*Palabras clave:* Islam, Musulmanes Españoles, Identidad Cultural, Redes Sociales, Facebook.

## Abstract

The progressive expansion of use of social networks among the Young Muslims and the converts to Islam provides the creation of "virtual" spaces of informal and communitarian discussion where the idea of a particular form of Islam, often claimed by different organizations in the "real" space, begins to be questioned.

The "online" world allows greater freedom of movement because it breaks down those barriers or physical-emotional controls that characterize the "offline" world. It offers a "locus" of interaction where it is possible a collective reflection on one's daily life experiences to come out, creating different discourses that break and challenge stiffer institutional and transnational discourses.

*Keywords:* Islam, Spanish Muslims, Cultural Identity, Social Networks, Facebook.

## Introducción

El concepto "Islam transnacional" es en sí un concepto polisémico, pues abarca múltiples formas socio-culturales que los procesos contemporáneos de globalización proporcionan a la religión islámica. La progresiva (inter)conexión entre diferentes flujos de individuos, dinero, bienes, información, capital simbólico, sistemas culturales, etc., permiten nuevas y recíprocas influencias y oportunidades entre la población musulmana y su relación con/en Occidente.

John Bowen (2004) y Ralph Grillo (2004) señalan en este sentido tres diferentes formas—que posibilitan otras tantas posiciones analítico-descriptivas— de la dimensión transnacional del Islam: Como movimientos migratorios con su derivada construcción de identidades diaspóricas; en términos de nuevas oportunidades ofrecidas a instituciones y movimientos religiosos de matriz transnacional; como marco de referencia y debate islámico. Los dos autores coinciden en describir esta última como la dimensión más influyente en la futura presencia del Islam en Occidente, ya que posibilita el “desarrollo de los debates y discusiones entre los musulmanes sobre la naturaleza y el rol del Islam en Europa y Norteamérica” (Bowen 2004:882). Un proceso descrito como la adaptación progresiva a las normas, los valores y las leyes de los musulmanes de “aquí”, Occidente, principalmente influido por unos valores islámicos que siguen producidos por los tradicionales expertos y autoridades islámicas situadas “allí”, en los países a mayoría arabo-musulmanes. Donde, sigue Bowen, el “árabe sirve como idioma de fondo, los textos y las normas islámicas son el punto de partida de todos los debates, y las cuestiones locales se discuten contra dicho trasfondo normativo y lingüístico” (Bowen 2004:890) .

En las últimas dos décadas, el progresivo desarrollo de los nuevos medios de comunicación ha ido influyendo profundamente en esta dimensión transnacional de la religión musulmana ya que posibilita nuevas modalidades de creación y participación en una “esfera pública islámica” que se descubre globalizada. La “electronic religiosity”<sup>2</sup> (Cesari, 2004:58) permite la expansión global y pluridireccional de un flujo informativo de contenido islámico; un proceso horizontal “en el que podemos observar diferentes tipos de vínculos e interrelaciones, que conectan los países de origen, los países europeos, las comunidades musulmanas, diferentes actores culturales, y los nuevos medios de comunicación” (Allievi 2003:13) donde “las varias formas del Islam virtual son partes de este Islam globalizado” (Cesari 2007:58).

Diferentes autores coinciden en que la progresiva difusión de páginas webs, blogs, chat y foros de discusión con contenidos religiosos en Internet van poniendo en cuestión los centros tradicionales de producción de discursos religiosos y dan pie a nuevas formas y posibilidades de experiencias religiosas (Campbell 2004a; 2006; Brasher 2001; Hadden y Douglas et. al. 2000). En este sentido, en relación a la presencia del Islam en Internet existe hoy en día una amplia literatura dedicada a la evolución de lo que Gary Bunt describe en términos de “entorno ciberislámico”: Una variedad de contextos, perspectivas y aplicaciones de los medios de comunicación por parte de aquellos que se autodefinen como musulmanes (Bunt 2000; 2003; 2009). La proliferación de los centros productores de discursos religiosos, la formación de nuevos actores sociales, la interconexión y formación de networks entre diferentes contextos socio-culturales de interacción, así como el alcance global y translocal de los flujos informativos hacen posible otras visiones del “ser musulmán” que desbordan los confines nacionales dentro de los cuales tales discursos encontraban su legitimación<sup>3</sup>. Además, los primeros productores y consumidores del Islam on-line residen en Norteamérica<sup>4</sup>, lo que ha hecho posible que el inglés se convierta en lengua franca también entre los creadores de páginas web y blogs en países de mayoría arabo-islámica, demostrando así “la voluntad de adaptar este nuevo medio a las condiciones de la diáspora musulmana, donde a menudo las personas tienen poco o ningún conocimiento del idioma árabe” (Cesari 2004:111).

Remontándonos al contexto español, Arturo Guerrero (2008; 2009; 2011; 2012), en su trabajo pionero en este campo de investigación, apunta a la existencia de una “esfera virtual islámica española”. El autor, partiendo de la descripción de los actores institucionales presentes en el espacio público *offline*, propone una primera cartografía de la intrincada red de la webesfera y

blogosfera con contenidos islámicos que en su conjunto forman una “esfera pública virtual islámica hispanohablante”. Entre las dos esferas, en la *on* y en la *offline*, no hay un reflejo directo ya que la primera “no reacciona como la esfera pública *offline*, sino que tiene sus propias dinámicas que la hacen distinta, no sólo por la participación de nuevos actores que no tienen presencia en el *offline*, sino porque presenta características que no se observan en el espacio público *offline*” (Guerrero 2012:277). En general, si bien existe una interconexión entre los diferentes actores que integran la esfera virtual no es posible hablar de una comunidad islámica *online* compacta sino de una “*Umma* virtual española” plural y diversificada en su interior.

En estos últimos años vamos asistiendo a la difusión de un nuevo y todavía poco explorado sistema de comunicación como son las redes sociales que gracias a sus aportaciones tecnológicas permiten al usuario nuevas formas de interacción y divulgación informativa. Una “red de redes” entendida como «espacios virtuales de socialización [que] ofrecen nuevas instancias de comunicación, generación de nuevos códigos comunicativos y sistemas de significación. Asimismo, ofrecen la posibilidad al individuo, en tanto que sujeto, de convertirse en emisor y mensaje de sí mismo» (Aguilar y Said et al. 2010:193). De tal manera, las redes sociales y en particular Facebook<sup>5</sup> permiten a aquellos que se definen como musulmanes estar en el ciberespacio y, a diferencia de las páginas web y de los blogs, poder interactuar más fácilmente con la información que circula en el mismo (Varisco 2010:158).

Alexandra Ainz (et al. 2011), en uno de los primeros estudios relativos al uso de Facebook en el contexto islámico español, se centra en las posibilidades de divulgación de ideas religiosas por medio de las redes sociales. En particular, desarrolla «un análisis del discurso y, en especial, en el papel del discurso en la producción y reproducción del abuso de poder o de la dominación» (p. 6) de un grupo Facebook concreto: “Islam en Español”. Los autores, a través de un análisis textual del contenido teológico de algunas publicaciones en dicha página, denuncian la divulgación de “una ideología de corte fundamentalista” llegando así a la conclusión de que «las redes sociales se tornan fáciles como instrumentos para difundir sin ningún tipo de control ideología de cualquier tipo» (p. 23).

El posicionamiento teórico-descriptivo empleado en el presente artículo se desarrolla a partir de una primera reflexión epistemológica referente a los dos trabajos relativos al ciberespacio español antes expuestos. En el primer caso, la existencia de una “esfera virtual islámica española” nos proporciona un marco de interacción más amplio dentro del cual analizar el uso de las redes sociales por parte de los usuarios. En el segundo caso de estudio, la investigación reducida a un análisis textual de una determinada página de Facebook dificulta averiguar las nuevas e inexploradas posibilidades experienciales introducidas por el desarrollo de las mismas redes sociales<sup>6</sup>. Por ello, este estudio considera necesario implementar otro tipo de técnica investigativa que, como veremos más adelante, nos llevará a preferir un análisis etnográfico entre lo “real” y lo “virtual” orientado a delinear «lo que las personas hacen con la tecnología» (Hine 2000:21) en un contexto dado. Por lo tanto, siguiendo «la estela de las investigaciones sobre cómo el uso y la adquisición de tecnologías de información y comunicación mediatizan la construcción y transformación de identidades» (Lasén 2009:2; Turkle 1995; Holmes 1997; Drusian 2005), el objetivo es adentrarnos en los “espacios de socialización”<sup>7</sup> permitidos por el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes musulmanes y conversos españoles y desentrañar las posibles influencias recíprocas entre lo *off* y lo *online* en el proceso de construcción de una identidad islámico-española.

Un estudio de caso que dentro de la perspectiva teórica del Islam transnacional nos permitirá demostrar cómo el mayor grado de participación introducido por los avances tecnológicos en los sistemas de comunicación permiten al usuario musulmán la adopción de diferentes posicionamientos en relación a la producción y al consumo de los discursos islámicos circulantes en la más amplia “esfera pública islámica virtual”<sup>8</sup>.

## **Internet y religión, enmarcar el debate**

A lo largo de las últimas tres décadas, los estudios sobre la “Computer Mediated Communication” (CMC) aplicados a las religiones han ido atesorando una pluralidad de posturas disciplinares, apuestas teórico-conceptuales y métodos de investigación analítico-descriptivos. En nuestra opinión, la heterogeneidad argumentativa propia de este marco de investigación, más que por divergencias epistemológicas en sí, puede ser considerada un reflejo de una creciente complejidad, *de facto*, intrínseca a las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) y a su progresivo arraigo en el uso cotidiano.

Hasta los años noventa<sup>9</sup> el uso más habitual pero todavía poco difundido de Internet se fundaba sobre la Web 1.0; más conocida como páginas Web. En este primer momento los nuevos medios permitían esencialmente la publicación de información y su lectura pero no había ninguna posibilidad de interacción por parte del usuario (Guerrero 2012:90). Debido a su desarrollo, aún rudimentario, «los primeros trabajos publicados sobre la naturaleza y el impacto social de Internet fueron altamente especulativos» (Dawson 2004:8) ya que la escasez de investigaciones concretas cedía paso a unas reflexiones conceptuales más bien proyectadas hacia las posibles consecuencias futuras derivadas por los avances tecnológicos en el sistema de comunicación. Durante esta primera ola investigadora se concretan dos visiones teóricas opuestas: una más bien “utópica”, donde la atracción por las nuevas potencialidades de un mundo virtual convergían hacia la construcción de aquella “aldea global” profetizada en los años sesenta por McLuhan (1962; 1964); la otra, más bien “distópica”, que preveía el desarrollo de las tecnologías de comunicación en términos de construcción de un mundo virtual artificial, desvinculado de la realidad y poblado por individuos aislados y alienados (Dawson 2004; 2005; O’Leary 2005). En relación a la presencia de las religiones en Internet entonces, «estas investigaciones tempranas tendían ya sea a cantar las alabanzas de las variedades de posibilidades fascinantes de hacer religión en nuevas maneras, o para condenar los presuntos excesos de la vida virtual, a menudo desde la perspectiva de un compromiso religioso más tradicional» (Dawson y Douglas et al. 2004:9).

A mediados de los noventa, la World Wide Web es ya una realidad a gran escala que permite a la gente “surfear” en la Red, creando sus propias páginas Web, subir datos propios y compartir información (Helland 2004). En estos años empieza a desarrollarse y difundirse una nueva tecnología, la web 2.0, que revoluciona la manera de pensar la relación entre Internet y los usuarios en cuanto que facilita la plena interacción del internauta con el medio y entre los internautas mismos (Guerrero 2012:91).

Los estudios sobre religión e Internet/religión en Internet empiezan a ser «más reflexivos y menos irreales, ya que tratan de llegar a un acuerdo entre las diferencias tecnológicas, el contexto de la comunicación, y las transformaciones globales de la tardía sociedad moderna» (Hojsgaard 2005:5).

A diferencia de los medios de comunicación más tradicionales, Internet es ahora un medio interactivo y no un simple medio de difusión; es verdaderamente multimedial, permite la

hipertextualidad, puede ser utilizado por cualquier persona con una relativa facilidad de acceso y de gasto y es un medio de alcance global (Dawson y Douglas et al. 2004: 10). Estas características, sumadas a la estructura horizontal de la Red, que no requiere controles específicos para su acceso, favorecen en pocos años la vasta proliferación de diferentes enfoques, formas, aplicaciones y funciones de la religión en el ciberespacio. En este sentido, Karaflogka (2002) introduce cuatro tipologías de discursos religiosos diferentes que describen maneras diferentes de utilizar Internet por parte de los usuarios: Los discursos de tipo *objetivo*, de impronta didáctico-informativa que corresponden a páginas Web de universidades, instituciones y revistas científicas; discursos *confesionales*, que remiten a las páginas Web oficiales de instituciones religiosas con fines primariamente divulgativos del mensaje religioso; las páginas de tipo *personal*, creadas por parte de individuos que quieren compartir, entamar debates e intercambiar experiencias con otros fieles de la misma u otras religiones; y por último, las Web de grupos religiosos *particulares*, que desarrollan un discurso religioso subjetivo, inherente a la visión particular que ellos mismos tienen y quieren difundir. Además, en relación al uso diferenciado que los usuarios pueden hacer del medio de información, la autora propone una segunda división entre “*religion on cyberspace*”, cuando Internet es utilizado por las instituciones religiosas como herramienta para la divulgación de información ya existente en lo *offline*, y “*religion in cyberspace*” o “*cyberreligion*”, cuando los usuarios utilizan Internet como un espacio virtual en el que crean una determinada expresión religiosa, espiritual o metafísica que existe sólo en el espacio virtual.

Christopher Helland (2000; 2002), por otro lado reconecta estas últimas dos perspectivas con las oportunidades ofrecidas por el medio en sí. El concepto de lo que él define como “*religion-online*” apunta a cómo el diseño de algunas páginas Web permite una comunicación del *one-to-many* que no deja espacio de interacción al usuario final. Por eso «la Web ha sido creada para utilizar la forma tradicional de comunicación para presentar la religión basada en una concepción vertical del control, status y autoridad» (Helland 2002:294). Por otro lado empiezan a difundirse otras páginas Web que se transforman en espacios virtuales en sí, ya que permiten la interacción entre los usuarios en la forma de comunicación del *many-to-many*. Es así posible observar el Website «en una variedad de maneras activas e interactivas, incluyendo la oración *online*, veneración e incluso la meditación» (Helland 2002:294)<sup>10</sup>.

A principios del siglo XXI, la investigación sobre religión e Internet se muestra como un importante campo de estudio que sigue generando un creciente cuerpo de literatura. En paralelo a los estudios centrados en la religión *online* se asiste a un progresivo interés sobre cómo «las prácticas y las interacciones en lo *online* dentro del contexto específico pueden apuntar a cambios culturales de entendimiento más grandes dentro de nuestra sociedad de la información» (Campbell 2006:9).

La creciente difusión de los *blogs*, *chat rooms*, y de las tecnologías de redes de interacción permiten la construcción de espacios virtuales en los cuales los internautas religiosos pueden, todavía más, poner en común el desarrollo colectivo de información de contenido religioso. De allí que las preguntas sobre la influencia de los avances tecnológicos en la construcción de identidades religiosas (Alonso y Oiarzabal et. al. 2010; Brinkerhoff 2009; Lövheim 2004a; 2004b; 2005) y sobre el desarrollo de diferentes comunidades virtuales (Campbell 2004b; 2005; Dawson 2004; O’Leary 2004) se vuelven centrales en el desarrollo teórico-descriptivo de los estudios actuales.

Las relaciones entre lo privado y lo público, lo individual y lo colectivo, lo tradicional y los nuevos centros productores de discursos religiosos vienen marcados de manera transversal por los nuevos vínculos entre lo “virtual” y lo “real” permitidos por los avances tecnológicos. Por eso, «la dicotomía dibujada entre *religion online* y *online religion*, si bien es útil para distinguir entre dos tipos de actividad religiosa encontradas en Internet, necesitan ser conceptualizados de tal manera que estas puedan ser entendidas en un contexto de relación complementaria entre sí» (Dawson y Douglas 2004:105).

En estos últimos años, la evolución de las redes sociales, «servicios basados en la Web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto» (Orihuela citado por: Díaz 2011:5), está provocando un giro importante a la hora de abordar la relación entre usuarios e Internet, hasta el punto de convertirse «en el estandarte de la Web 2.0, [ya que] hablar de redes sociales es referirnos al siguiente estadio de Internet, como en su momento fueron los blogs» (Flores 2009:73).

La diferencia fundamental introducida por parte de las Social Network Sites (SNS) respecto a las páginas Web dedicadas a comunidades virtuales es la de permitir al individuo crear sus propias redes de relaciones que no están vinculadas con temas o discusiones predeterminados. En este sentido, la posibilidad de instaurar conexiones con otros usuarios y con diferentes grupos temáticos permite la creación de “red de redes” estructuradas alrededor del individuo que se transforma en el centro de su propia comunidad virtual (Orihuela 2008; Boyd y Ellison 2007).

Como se expone en la introducción, el objetivo principal de este trabajo es adentrarse en el uso de las redes sociales por parte de internautas musulmanes dentro del contexto español. Por lo tanto, el vínculo entre las redes virtuales y físicas se vuelve central puesto que «aunque ambas mantengan un funcionamiento y comunicación diferente, lo que existe es una complementariedad. De hecho, lo que ocurre en el espacio virtual (comentarios, noticias, conversaciones) afecta de forma determinante al individuo en el espacio físico y viceversa» (Díaz 2011:11). Por ello, más que un análisis textual de determinado contenido islámico circulante en las redes sociales, se cree necesario el empleo de una observación participante, etnográfica, que al lado de los jóvenes musulmanes y de los conversos al Islam nos permita profundizar el proceso de construcción de dichas redes, sus contenidos, sus diferentes posibilidades de acción y experiencia tanto en lo *on* como en lo *offline*.

## ¿Etnografía versus ciberetnografía?

El desarrollo metodológico de la investigación se inserta en dos proyectos de investigación de más amplio alcance. Un primer estudio, desarrollado entre los años 2008 y 2010<sup>11</sup>, sobre el proceso de conversión vivido por parte de mujeres españolas conversas al Islam y una segunda investigación, iniciada en 2010<sup>12</sup>, relativa a la construcción de una identidad islámico-española por parte de jóvenes musulmanes en el contexto español. En los dos casos han sido empleadas técnicas de investigación cualitativas, así como entrevistas en profundidad, grupos de discusión y observación participante. La producción de los discursos relativos a los temas abordados se hizo deliberadamente con una actitud de «work in progress» por parte del investigador, de modo que la conformación de los bloques temáticos de las entrevistas y grupos de discusión han ido desarrollándose de manera espontánea y casual a través de varios y progresivos encuentros con los diferentes participantes en la investigación<sup>13</sup>.

Este particular posicionamiento etnográfico, proactivo y participante, ha permitido instaurar vínculos de relación más o menos fuertes con varios de los actores que han ido participando en la investigación. Por ello ha sido posible intercambiar contactos en las redes sociales, sea con jóvenes musulmanes españoles o con conversos, en particular en Facebook. De este modo, se ha averiguado cómo diferentes elementos de interés investigativo afrontados en el mundo *offline*, solían ser cuestionados en las redes sociales por parte de algunos de los actores contactados. Una yuxtaposición entre diferentes esferas de interacción, *offline* y *online*, que en paralelo a la etnografía “real”, impulsó al empleo de una observación participante “virtual”. Una etnografía *multivariada*, entre y a través de los dos espacios de interacción, más apropiada para “examinar la circulación de significados culturales, objetos, y identidades en un tiempo-espacio difusos” (Marcus 1995: 96).

A lo largo de la ciberetnografía, el etnógrafo virtual va adquiriendo progresivamente competencias en el uso de los medios de comunicación que le permite profundizar en múltiples direcciones: “como [en] la posibilidad de exploración reflexiva del cómo es utilizado Internet; como un medio para un compromiso más profundo y conversaciones con otros usuarios de Internet; como una manera de desarrollar una lectura más enriquecedora de las prácticas que conducen a la producción y al consumo de los artefactos virtuales” (Hine 2000:55. Véase también Hine 2005; Markham 2004).

Partiendo de los primeros contactos obtenidos en Facebook, gracias a la etnografía desarrollada en lo “real”, las características intrínsecas de funcionamiento de las mismas redes nos han permitido ampliar considerablemente el muestreo de nuestra investigación:

1. La posibilidad de “solicitar la amistad” a “amigos de amigos” ha permitido extender el contacto con otros usuarios de Facebook, en modo de «bola de nieve», que tuvieran publicado en su “muro particular” (referente al perfil del contacto), algún tipo de información de contenido islámico y en lengua española.
2. Por medio de la opción “búsqueda por nombres” ha sido posible “solicitar la amistad” a todas aquellas instituciones o asociaciones ya existentes en lo “real”,
3. Así como averiguar las existencias de diferentes grupos que existen únicamente en las redes sociales.

La totalidad de contactos en Facebook así creada, puede ser descrita en términos de “vínculos débiles” que ponen al investigador en el centro de una red relacional de *red extensa* (Granovetter 1973; 1983) entre diferentes usuarios que de alguna manera están relacionados con la presencia del Islam español en la esfera *online*.

Cada usuario de la red, como todo individuo, tiene sus propias redes de relaciones particulares que, tanto en lo “real” como en lo “virtual”, le ponen en contacto con diferentes mundos sociales. La extensión de la red, su forma, así como los contenidos relacionales que esa puede transmitir están a disposición de los individuos y de sus estrategias de adaptación (Bagnasco 1999:83). La creación de una “*red parcial*” depende entonces de la elección del investigador que focalizará solo aquellos vínculos activados por parte de los actores en un momento particular y que son considerados significativos en virtud del problema que se quiere afrontar (Piselli 1997; 2001). En

este caso, se ha preferido focalizar el análisis no sólo en los espacios de discusión vinculados con temáticas religiosas *stricto sensu*, sino más bien a todo tipo de informaciones y debates que de alguna manera estuvieran relacionados con la condición de ser musulmán en un contexto minoritario. Siguiendo a Simmel, creemos que «el comportamiento religioso no está ligado exclusivamente a los contenidos religiosos, sino que es una forma humana general, que se realiza no sólo a partir de temas trascendentales sino igualmente debido a otros motivos sentimentales» (Simmel 2002:40). Interrogarse sobre la relación entre religión y ciberespacio significa entonces cuestionarse las nuevas oportunidades experienciales de la propia espiritualidad a nivel subjetivo (religiosidad)<sup>14</sup> en el mundo “virtual” y cómo estas nuevas experiencias con “lo religioso”, y a través de ello, se enfrentan, se funden o generan nuevas fuerzas sociales objetivantes (religión), que en lo “real” siguen simbolizadas por las instituciones religiosas tradicionales. Esta separación, entre lo “objetivo” y lo “subjetivo” posibilita así la ubicación de la “religiosidad” desde un punto de vista más abarcador (Simmel 1998).

Nuevamente, las características mismas del medio de comunicación se volvieron fundamentales en el desarrollo de la etnografía virtual. Cada página de Facebook tiene un “muro general” donde es posible observar todas las publicaciones. Además las publicaciones realizadas por parte de nuestros “amigos” en otras páginas de Facebook iban apareciendo en la “Home” de nuestra página particular, conectándonos así con toda la información generada por nuestros contactos. Se perfiló entonces una “esfera pública virtual” que nos permitió monitorear las diferentes discusiones, debates y enfrentamientos que en ella se han ido generando a lo largo de la investigación y desvelar un sentido mucho más profundo de los usos de Internet y de las vías en que las relaciones locales dan forma a su uso como tecnología y como contexto cultural (Hine 2000:59).

## **Las redes como locus de interacción**

Obtenida nuestra red particular, a través de la función “amigos en común”, ha sido posible comprobar cómo muchos de nuestros contactos estaban interconectados entre sí y con toda una red de diferentes páginas Facebook referentes tanto a instituciones o asociaciones ya existentes en lo “real” como a grupos que existen solo en lo “virtual”.

Más allá de los diferentes perfiles o visiones del Islam delineados en las páginas Facebook de cada grupo o individuo, lo que aquí interesa observar es cómo las características del nuevo medio de comunicación transforman dichas páginas en “lugares” de interacción colectiva donde los usuarios pueden relacionarse directamente con el contenido informativo publicado. Las mismas modalidades de uso de las redes sociales permiten diferentes grados de interacción como la posibilidad de poner un sintético “me gusta” sobre el material publicado, aportar un comentario o llegar a entablar largas y complejas discusiones.

A modo de ejemplo, se analizará el desarrollo de una discusión en las redes sociales entre usuarios musulmanes. En este caso, hemos elegido un debate relativo a la posibilidad de las mujeres de dirigir la oración en las mezquitas, una temática que nos reenvía a las prescripciones religiosas relativas a las relaciones entre hombres y mujeres. El internauta publica en el “muro” de su página de Facebook, sea esta personal o referente a un grupo particular, un primer “post”<sup>15</sup>.

Ali<sup>16</sup>: “Opinión jurídica de Muhyddin Ibn Arabi de Murcia (1165-1240), el gran maestro andalusí, apoyando la licitud de que la mujer dirija las oraciones ante hombres y mujeres. El fragmento

pertenece a su obra cumbre, Al-Futuhāt al-Makkiyya: “Algunos mantienen que el imamato de una mujer es absolutamente lícito, tanto ante hombres como ante mujeres, y yo comparto esta opinión. Otros sólo lo juzgan lícito ante mujeres, sin que haya hombres presentes. El Profeta (saws)<sup>17</sup> afirmó la perfección de ciertas mujeres como lo hizo de la de ciertos hombres, aunque fuera mayor el número de estos últimos que la alcanzaron. Se puede considerar esta perfección como nubuwwa<sup>18</sup> o como imamato. Consecuentemente, el imamato de una mujer es válido, y no se debe hacer caso a quien se oponga a ello sin pruebas”. Al-Futuhāt al-Makkiyya, Tomo I, p.447”. [Converso]

Los primeros comentarios publicados en respuesta a dicha información suelen ser opiniones personales que cada usuario tiene en relación al argumento:

Aisha: “¿Y desde cuándo rezan juntos (en la misma fila) hombres y mujeres? Creo que ya nos estamos pasando... Las cosas son como son y no porque cambien los tiempos debemos cambiar lo que está estricto. Comparto la opinión de que una mujer puede ser imam dependiendo de las circunstancias... pero que recen tíos juntos no.” [Joven musulmana]  
[...]

Yusef: “Ali, si yo me pongo a rezar detrás de una mujer y mi mente la desvía el shaytan, ¿mi Salat<sup>19</sup> es válida o tengo que hacerla de nuevo a solas? Detrás de una mujer no está prohibido rezar [pero] hay un riesgo para los hombres de mente frágil”. [Converso]

Abad: “Si tu mente se desvía hacia shaytan es responsabilidad TUYA y no de la mujer. ¿Acaso la mujer responderá por tus acciones? Dejen de echarle la culpa a las mujeres de la debilidad de los hombres. Cada uno tiene su hiyab y cada uno debe cuidar personalmente de él”. [Conversa]

Ali: “He realizado la Salat muchas veces detrás o al lado de mujeres. Uno se centra en Al-lâh, y no en el sexo de la persona que dirige la Salat. Hay que tener la mente muy, pero que muy frágil (como dice Yusef) para pensar en eso en esa situación”. [Converso]  
[...]

En un segundo momento, las diferentes posturas adoptadas en relación al tema debatido necesitan ser legitimadas a través de la aportación de fuentes religiosas ya que, como hemos afirmado, la estructura horizontal de las redes sociales no permite el reconocimiento social de un “experto” concreto capaz de imponer una visión sobre los demás:

Abad: “¿Dónde lo dice Allah? Disculpen mi ignorancia pero, ¿en qué Aleya, porque es el Corán la palabra de Allah, verdad?” [Conversa].  
[...]

Aisha: “Hadith citado por el profeta s.w.s.: “Las mejores filas para los hombres son las primeras y las peores para ellos las ultimas. Las mejores filas para las mujeres son las ultimas y las peores para ellas las primeras”. Salvo ocasiones en las que es inevitable como el Hajj<sup>20</sup>, es perdonable. Pero solo si es por olvido, nunca conscientemente. Allah también dice: “Temed a Allah escuchadle y obedeced” Corán 64:16. [Joven musulmana]  
[...]

Abad: “¿Cómo se relaciona la Aleya 64:16 con el Hadith citado? No es por molestar pero lamentablemente nos hemos acostumbrados a memorizar sin razonar. Leer no es sólo leer, hay que razonar y pensar como una cosa se relaciona con la otra. Por eso el Corán dice tantas veces ¿es que no razonan? ¿Es que no meditan? [...] por eso vuelvo a preguntar: ¿Cuál es la relación entre el Hadith y la Aleya citada?” [Conversa]

A menudo, la progresiva inclusión de nuevos usuarios en la discusión desvía el debate originario hacia otras temáticas relacionadas con el tema:  
[...]

Fátima: “Sinceramente no entiendo esto ¿Qué se pretende al mezclarse, ser más modernos? Creo que a la mayoría de mujeres nos incomoda tener un hombre, no Mahoma, tan cerca, tanto en la Mezquita como en el autobús o en cualquier otro lugar”. [Conversa]

Abad: “La mayoría de las mujeres vive en la realidad de un mundo mixto y sabe que todos somos seres humanos y no depredadores” [Conversa]  
[...]

Fátima: “Abad, ojalá fuera así, pero tristemente ese mundo no existe. Me da pena que los musulmanes siempre busquen algún motivo para separarse más [entre ellos] pero, en fin, que Allah nos ayude a todos a escoger siempre el camino correcto” [Conversa]

Abad: “Si existe. No todos los hombres son violentos, no todas las mujeres víctimas. Más si hablamos de creer en Allah. Yo personalmente creo que no es Allah quien tiene la culpa de las malas acciones de las personas por lo cual no tengo nada que temer de un hombre cerca de mí. [...] El temor a los hombres y a la idea de que pueden dañarte viene de considerarse a una misma un objeto y a considerar a los otros seres sin ética, con poder sobre ese objeto. Cuando las mujeres dejen de tener identidad de objetos sólo con fines sexuales y los hombres identidad de propietarios sobre el objeto sólo para fines sexuales no habrá que temer los malos pensamientos en la casa de Allah” [Conversa]  
[...]

Gracias a las características intrínsecas del medio de comunicación, las discusiones entabladas pueden ampliarse a todo tipo de formato informativo presente en la red, ya que:

«Las redes se han propagado rápidamente con una aportación muy vinculada a Google, los «tags» o etiquetas, que no son nada más que palabras asociadas a una página web, foto o vídeo y que permiten acotar su búsqueda. [...] Pero es que, además, los tags no sólo se usan para encasillar un texto y relacionarlo con otro, sino que también, se utilizan para encasillar imágenes (fotografías de Flickr, por ejemplo) o vídeo (para el caso de YouTube)» (Flores 2009:75)

Una posibilidad de crear red de redes que en el caso de los usuarios musulmanes se convierte en posibilidad de interacción directa con la “esfera virtual islámica española” más amplia:  
[...]

Muhammad: “Abad, le dejo aquí un enlace, a ver si les queda un poco claro y para todos aquellos que siguen”... [Joven musulmán]

<http://www.musulmanesandaluces.org/hemeroteca/98/el%20imamato%20de%20la%20mujer.htm><sup>21</sup>

[...]

Ali: "Salam, Muhammad. Como estoy seguro de que eres un buscador objetivo de la verdad, te envío el texto [...] sobre el tema. [...] Para que puedas contrastar los argumentos a favor y en contra, y a partir de allí decidir según tu conciencia [Converso] [http://www.webislam.com/articulos/27502el derecho de la mujer a dirigir la oracion del viernes.htm](http://www.webislam.com/articulos/27502el_derecho_de_la_mujer_a_dirigir_la_oracion_del_viernes.htm) ]<sup>22</sup>

[...]

La información difundida y utilizada por parte de los jóvenes musulmanes y los conversos en las redes sociales se transforma entonces en un entramado socio-cultural de largo alcance que les permite enfrentarse a todo tipo de temáticas. Por ejemplo, en relación a religión y tradición; sobre género, sexualidad y homosexualidad; diferentes tabúes religiosos; sobre islamofobia y percepción del "otro", sobre las relaciones entre musulmanes y no-musulmanes; prescripciones religiosas en contraste con comportamientos sociales difundidos en el contexto español; cuestiones político-sociales como el conflicto en Palestina o las actuales revoluciones en algunos países de mayoría árabe, etc. En palabras de un converso usuario de Facebook:

Abbud<sup>23</sup>: [...] "Seguramente Facebook no es el medio más adecuado para reencontrarse, pero hoy por hoy es el único posible; y para discutir tópicos que requieren actividad intelectual como estos, es quizás mejor que en persona. [...] Y tengo un perfil ideológico y cultural de ellos más exacto y adecuado que si los hubiera conocido personalmente, en cuyo caso probablemente nunca me habrían dicho su opinión, porque por internet la gente tiende a mostrar de forma más franca sus ideas sin la distracción de las formalidades ni en temor a ser censurada o agredida por ello. Esto también lo digo por experiencia". [Converso, 12/12/12]

La formación de posicionamientos colectivos compartidos en relación a determinados temas circulantes en el mundo *offline* se debe al hecho de que los debates y enfrentamientos en lo *online* son escenarios de interacción donde poder actuar con mayor libertad como musulmanes españoles. Las redes sociales permiten así al usuario poder crearse espacios de interacción en lo "virtual" entendidos como extensión y ampliación de sus redes sociales ya existentes en lo "real":

«Facebook [...] interviene en la dialéctica entre lo local y lo global. Por un lado nos ofrece la posibilidad de derribar barreras físicas para poder estar en contacto con aquellas personas que nos son más cercanas por motivos que van más allá de lo geográfico; nos deja elegir el lugar en el que estamos o nos gustaría estar, pero por otro lado Facebook crea redes vinculadas al lugar donde se estudia, vive o trabaja» (Díaz 2011:17).

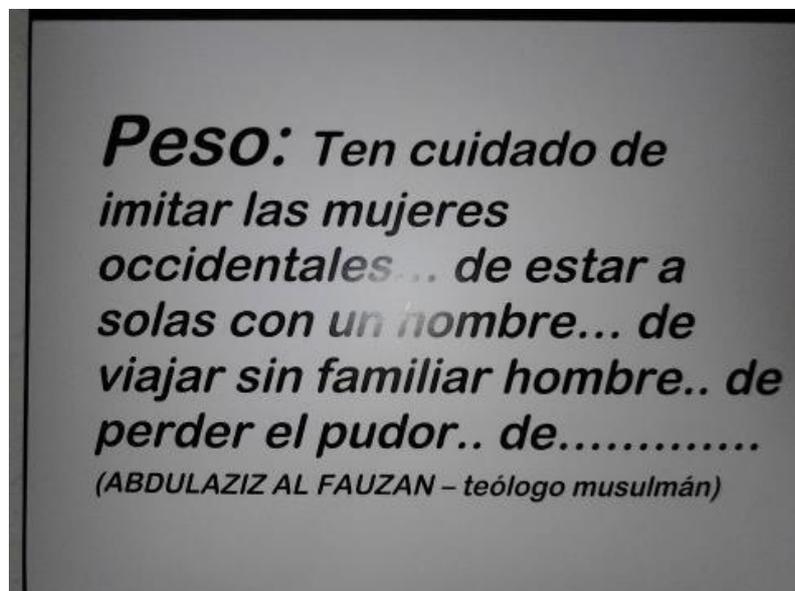
Cada sujeto construye en el espacio *online* su propia máscara socio-digital que deriva de las continuas interacciones con los demás sujetos en la esfera virtual. Desde una perspectiva interaccionista, dichas máscaras son por lo tanto un reflejo de las diferentes formas culturales y religiosas que nos permiten apreciar un sentido más autóctono del ser musulmán y español, donde "es la ortopraxis que guía la ortodoxia, para así decirlo, y no el contrario" (Allievi 1999:103). En relación a los marcos de relación *offline* asistimos a una diferente estructuración y vinculación socio-cultural que contextualiza las interacciones (Goffman 2006) y así modifica determinados códigos relacionales estructurados en las praxis de comportamientos institucionalizadas o determinadas por un tradicionalismo de matriz étnico-cultural. En este sentido, durante la etnografía participante ha sido posible averiguar cómo las relaciones entre hombres y mujeres en el espacio *offline* cambian de manera significativa en situaciones en las que nos encontrábamos en

un centro cultural islámico o en presencia de la comunidad inmigrada, ya que simplemente la tradición de establecer divisiones en los espacios físicos y el modo de relacionarse entre los sexos marcan, reduciéndolas, las posibilidades interrelacionales de género. La mediación digital, como visto en el ejemplo expuesto, rompe con estas barreras de control comunitarias generadas por costumbres étnicas y/o prescripciones religiosas facilitando un cambio en las relaciones intersubjetivas.

Se descubre así un espacio de “socialización” donde las diferentes posturas identitarias derivadas de las experiencias de vida en lo “real” confluyen en una única y compartida experiencia de confrontación, dando pie a un desarrollo interpretativo contextual y autóctono de determinadas prácticas religiosas y a una (re)interpretación subversiva de un determinado discurso islámico más conservador.

## **Las redes como experiencia comunitaria**

Las mismas redes sociales habilitan la formación de espacios virtuales organizados que posibilitan el desarrollo de proyectos comunes o la integración de comunidades de otra manera (Gómez y Tapia 2011), capacitando así una compenetración osmótica entre los dos mundos del *off* y *online*. En este sentido, Facebook permite a diferentes usuarios activarse colectivamente en respuesta a problemáticas compartidas o a fines comunes que aparecen y desaparecen en relación a temáticas puntuales. Se crean entonces unas “comunidades percha” que coagulan momentáneamente preocupaciones que suelen ser experimentados de forma individual (Bauman 2003: 86). A modo de ejemplo, observamos una de las discusiones de indignación y reacción colectiva suscitadas por la difusión de algunas fotos publicadas en una exposición fotográfica en Madrid<sup>24</sup>.



Aisha<sup>25</sup>: “Un aplauso al “señor sabio” Abdulaziz al Fauzan... Bravo, ¡qué piquito de oro, chato!... Por lo visto las mujeres somos las incitadoras del Haram<sup>26</sup> [Joven musulmana]

Naila: “¿¿¿Pero esto qué es??? O mejor, preguntado ¿de dónde está sacado?” [Mujer conversa]

Aisha: “Es una breve selección de las muchas perlas que sueltan nuestros “sabios” en conferencias, charlas, y Jutbas<sup>27</sup>. Yo ya las había escuchado... Pero estas están recogidas en la

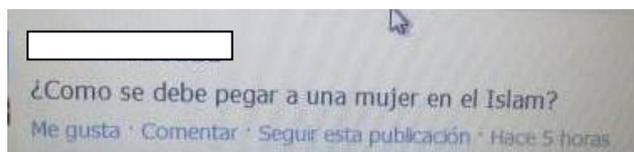
exposición fotográfica de La Casa de Zamora, en Gran Vía. Muy bueno y muy buenas las fotografías”. [Joven musulmana]

Naila: “Que Allah nos ayude! (Y la justicia española también)”. [Conversa]  
[...]

Salam: “Leyendo esto se me ha ocurrido empezar a poner en mi muro, una vez al día, un pensamiento islámico positivo, a ser posible de conocimiento clásico: ¿Por qué tengo que darle visibilidad a este individuo cuando se lo puedo dar a Ibn Al Arabi, a Rabia Al Awiyya, a Sabora Uribe...? Yo empiezo mañana. Si queréis, hacemos un grupo, y a plantar semillas. Y otra cosa, y término, sería hacer una petición a las instituciones para que no se les dé espacio, o poner una denuncia. [...] [Joven musulmana].

En otros casos, estas comunidades son capaces de activar un autocontrol interno a las mismas redes sociales. Por ejemplo, por medio del boicoteo o denuncia directa de una determinada página se puede llegar a solicitar a los administradores Facebook que bloqueen su contenido:

Nouha: “Buenas noches y Ramadán Mubarak. Visitando un evento [Facebook] al que te animaban a recitar y aprender cada día los tres nombres de Allah, me encontré con el siguiente comentario que os adjunto como fotografía. Os ruego entrad en dicho evento y denunciarlo. Gracias [Joven musulmana]. [25/07/2012]



Por último, determinados grupos o asociaciones ya existentes en lo “real” utilizan las redes sociales con fines divulgativos y organizativos dentro del mismo grupo. Un uso sinérgico entre lo *off* y lo *online* que flexibiliza, mejorándolas, las modalidades de participación de los componentes del grupo y que influye directamente en las posibilidades de coordinación colectiva, en la toma de decisiones o en la planificación de actividades futuras.

A modo de ejemplo<sup>28</sup>:

Lara: “Quería comentar que me gustaría que tomásemos la iniciativa en nuestra asociación para hacer algo, aunque sea un gesto, para los musulmanes masacrados en Birmania. ¿Qué opináis?<sup>29</sup> [Joven musulmana]

Najem: “¡Se admiten sugerencias!” [Joven musulmana]

Fahima: “Yo, personalmente, apoyo cualquier tipo de ayuda a quien sea. Y, en cuanto a Operación Kilo<sup>30</sup>, podemos hacerlo entre los miembros de nuestra asociación, y luego mandárselo o entregárselo a quien lo necesite. [Conversa]  
[...]

Lara: “Me parece muy buena la idea, pero (mi opinión personal), es que al ser una asociación de estudiantes lo que más deberíamos hacer son actividades como charlas, conferencias, talleres, excursiones... de los temas que nos interesen. Como por ejemplo “Birmania”, hablar de lo que

pasa, porque casi nadie sabe nada. Es decir, informar a través de charlas y demás y ya ahí daríamos informaciones de quien quiera ayudar se puede dirigir a una u otra asociación... [...]Pero no recoger comida, no sé si me explico... es decir nuestros objetivos son mas educativos, ¿no?"... [Joven musulmana]

Hsina: "Yo también estoy a favor de que se hagan charlas y conferencias sobre temas relacionados con el Islam y lo que está pasando actualmente en países árabes-musulmanes". [Joven musulmana]

## **REDES SOCIALES VS. MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ¿UNA IDENTIDAD COLECTIVA?**

Las dinámicas de activación colectiva en respuesta a problemáticas compartidas se hacen aún más evidentes en las reacciones que suele suscitar determinada información difundida en los medios de comunicación tradicionales. En este sentido, "las redes sociales se presentan hoy como una alternativa a los medios de comunicación y por ello la convergencia entre ellos [...] Hoy las noticias se pueden reproducir en Facebook y al mismo tiempo es posible comentarlas, utilizando las redes sociales, en los mismos medios digitales" (Díaz 2011:17).

En el caso de los jóvenes musulmanes y de los conversos españoles, existe una clara aversión respecto a la visión, a menudo estereotipada o distorsionada, de la religión islámica circulante en los medios de comunicación que se traduce en una atención colectiva sobre todo tipo de noticias relacionadas con el Islam y, en particular, a la presencia de la religión islámica en el contexto español. A veces, ante noticias o actos declaradamente racistas o islamófobos, dicha difidencia se transforma en abierta denuncia o indignación:

La joven musulmana Alia, publica un primer enlace<sup>31</sup> de una Web donde se narra la noticia (y se puede visionar el vídeo de lo sucedido) de que la emisora Canal Catalán ha sido multada por falta de respeto hacia la dignidad humana y por incumplimiento del deber de protección de la infancia y la juventud. El motivo principal de la acusación se corresponde al hecho de que durante un programa televisivo (Cataluña Opina) uno de los invitados había insultado y atacado verbalmente a una mujer musulmana que participaba en dicho programa. El siguiente comentario es el que abre la discusión:

Alia: "¡¡¡Vaya manera de integración!!! Me ha fastidiado un montón, ¡qué asco! ¡Vaya racismo y machismo a la vez! ¡Gente enferma! [Joven musulmana].

[...]

Fatiha: "¡Qué asco! [...] Los medios de comunicación españoles son una basura, nos han hecho de todo, y claramente en varias ocasiones cuando se enteraron que la que iba a salir en la tele era universitaria o doctora o... dijeron no. Hasta el punto que una vez me llamaron para pedir (El País) una entrevista en Ramadán a alguna familia, les di dos familias, una de médicos y otra que tenía un restaurante, y con toda cara dura del mundo la respuesta que dio, fue: "no hombre, anda búscame a algún carnicero".... Siempre igual, pero vamos a cambiarlo IA (InshAllah), pronto. [Joven musulmana]

[...]

Said: “Que vaya este a estudiar historia española. No tiene ni idea de lo que está hablando. Solamente quería señalar que los españoles no son como este ser, no. [...] Los españoles no tienen nada que ver con esta gente, este es de los únicos racistas que podemos encontrar. [Joven musulmán]

En otros casos, las generalizaciones o las asociaciones de la presencia del Islam en el contexto español con una determinada visión étnicamente codificada suele suscitar reacciones de diferenciación por parte de aquellos que han nacido en España o se han socializado. La conversa al Islam Alima publica la siguiente noticia<sup>32</sup> del periódico *El Mundo* en el que se comentan los resultados de una investigación relativa a la presencia de los musulmanes en el País Vasco, donde el título del artículo resalta como “los musulmanes que viven en Euskadi son moderados y buscan el entendimiento”. Dejando el siguiente comentario que abre el debate:

Alima<sup>33</sup>: “¿Seguimos siendo considerados gente que viene de fuera? [Conversa]

Tania: “En el texto no dicen si son españoles o son de fuera. Imagino que lo de la integración será porque se trata de una minoría. Creo que sucede lo mismo cuando los periodistas dan las cosas por sentado que cuando los musulmanes asumen que todo lo que se publica es erróneo o basado en prejuicios. Por desgracia muchas veces se da el caso, pero también habría que reflexionar sobre si los musulmanes son capaces de comunicar y de trasladar a los medios sus mensajes. [...]”. [Conversa]  
[...]

Mahmoud: “Ahí es donde los musulmanes españoles tenemos la responsabilidad, si queremos que no se relacione exclusivamente a los musulmanes como los árabes o a los de fuera. Entonces debemos comportarnos como tal y no adoptar automáticamente todas las costumbres árabes. [...] ¿Cuántas mezquitas están administradas por españoles?, ¿Cuántas mezquitas hacen el Khutbah (sermón) en español?, ¿cómo pretendemos que los españoles sientan curiosidad por entrar en una mezquita, si ni si quiera se va a enterar de lo que se está hablando en ella?”. [Converso]  
[...]

Said: “Para las tradiciones hay una formula sencilla, toda tradición que no contradiga la fe islámica y los modales islámicos no está desechada. Por ejemplo, el gazpacho o el cocido (sin cerdo, jejeje) es Halal conservarlo como tradición para un musulmán español” [Joven musulmán]. [...]

En este sentido, los espacios de socialización colectiva en las redes sociales, si por un lado dan pie a la puesta en cuestión de la existencia de una identidad islámica única y monolíticamente entendida, por otro permiten reflexiones compartidas en relación a la propia identidad como musulmanes y españoles. Una construcción de identidad colectiva entendida en términos de “proceso de significación por el cual lo común de la experiencia en torno a un eje específico de diferenciación, digamos la clase, la casta o la religión, se inviste de un significado particular” (Brah 2011:152) que en este caso se concreta en el no reconocerse con una determinada imagen (re)construida e impuesta desde los medios de comunicación tradicionales.

## Conclusiones

A lo largo de cuanto se ha dicho, el menor grado de barreras o controles físico-emocionales que caracterizan el mundo online permite, tanto a los jóvenes musulmanes como a los conversos al Islam, el poder debatir y cuestionar(se) sus propias experiencias como musulmanes y españoles maduradas en el espacio “real” en el que el Islam es minoritario. El espacio “virtual”, creado por el uso de las redes sociales, puede ahora ser descrito en términos de locus de interacción que facilita el acopio de experiencias situacionales y transitorias, individuales y colectivas que influyen en el proceso de construcción de la propia musulmanidad. Dicha interacción colectiva da pie a procesos de socialización entendiendo ésta como “la forma que se realiza de incontables maneras diferentes en las que va creciendo la unión de los individuos en razón de aquellos intereses sensitivos o ideales, momentáneos o duraderos, conscientes o inconscientes, que empujan causalmente o arrastran teológicamente y que se realizan dentro de esta unión” (Simmel, 2002:78). Una forma de construcción y transmisión heterogénea y diversificada de diferentes visiones de la religión islámica que preceden, cruzan y siguen la experiencia individual (Romania, 2008:26) donde “el sistema subjetivo de significatividades que [el sujeto] «lleva consigo» condiciona lo que se experimenta en la situación actual como algo obvio y rutinario, o bien como algo problemático y, por consiguiente, necesitado de explicitación y dominio” (Schutz y Luckmann 2009:48). Los diferentes debates y discusiones analizados en el presente trabajo, más que por una conciencia colectiva u organizada (forma de la religión, cit. in pp. 10), se desprenden gracias a las necesidades explicativas de determinadas experiencias socioculturales subjetivamente vividos (proceso de la religiosidad, cit. in pp. 10) en el espacio “real” y puestas en cuestión intersubjetiva gracias a la interacción en el espacio “virtual”.

En este sentido, más que por una influencia directa de un flujo informativo de contenido islámico de la amplia “esfera islámica virtual” hemos descrito cómo los complejos y articulados procesos de significación del ser musulmán y español se derivan de, y a través de, un uso contextual de las redes sociales.

La tensión entre lo “subjetivo” y lo “objetivo”, lo “personal” y lo “institucional”, entre lo “ortodoxo” y lo “heterodoxo” que se genera en el cruce entre lo “virtual” y lo “real”, permiten la puesta en cuestión de nuevos y diferentes procesos de subjetivación. Siguiendo a Foucault, por subjetivación entendemos el proceso de autoformación que se desarrolla en los sujetos por medio de una variedad de “operaciones sobre sus cuerpos, sobre sus propias ánimas, sobre sus pensamientos, sobre sus propias conductas” (Foucault 1980). El espacio virtual proporcionado por las redes sociales posibilita, a la par de la experiencia diaria, experiencias socializadoras en las cuales “uno se coloca a sí mismo y se ve colocado en una realidad social y con ello percibe y aprende como algo subjetivo (referido a sí mismo u originado en él) estas relaciones —materiales, económicas o interpersonales— que son realmente sociales [...] El proceso es continuo y su fin inalcanzable o cotidianamente nuevo” (De Lauretis 1992:252).

Lo que en el mundo *online* cambia en relación a las formas estructuradas y estructurantes tradicionales, que en lo “real” siguen siendo reproducidas por las instituciones religiosas tradicionales o por el acatamiento normativo de determinados preceptos culturales-religiosos, es aquel equilibrio entre las actividades teleológicas, los sistemas de comunicación y las relaciones de poderes que subyacen al proceso de subjetivación (Foucault 2009; 1982). Si “existen diversas formas, diversos lugares, diversas circunstancias u ocasiones en las que estos relacionamientos se establecen a sí mismos de acuerdo a un modelo específico” (Foucault 1982:787), los modelos de interacción subjetiva y colectiva que hemos delineado abren nuevas y originales oportunidades de construcción identitaria. De aquí que el uso de las redes sociales y de los espacios virtuales por éstas permitidas puede provocar “un profundo impacto en la configuración de las subjetividades e

identidades de las corrientes y futuras generaciones de musulmanes” (El-Nawawy y Khamis 2009:5).

Volviendo a lo planteado en la introducción, se ha trazado una línea de investigación que, interrogándose sobre los procesos de construcción de una identidad islámico-española, sea capaz de englobar las nuevas y aún poco exploradas posibilidades introducidas por el desarrollo de los nuevos medios de comunicación. Por ello, se necesita la adopción de metodologías de investigación capaces de contextualizar el uso de las redes por parte de las segundas generaciones y de los conversos al Islam con el fin de desentrañar los vínculos entre la amplia esfera “virtual” islámico española y el contexto de vida diaria en lo “real”<sup>34</sup>.

El alcance global y desterritorializado de los flujos informativos de contenido religioso produce, junto con la progresiva democratización y facilidad de su acceso, tensiones entre la dimensión local— la praxis del ser musulmán en el día a día— y la global —los discursos institucionalizados ideológico-simbólicos sobre la religión islámica— de la esfera pública islámica, donde la construcción identitaria del ser musulmán en un contexto minoritario se cruza y retroalimenta con la autopercepción del ser parte de la *Umma* global<sup>35</sup>.

En paralelo a la existencia de producciones discursivas institucionalizadas, que a modo de esfera pública encuentra su legitimación por ser confinadas en determinados estados nacionales (en este caso de mayoría arabo-islámicos) y como descrito por Bowen (2004) y Grillo (2004) ejercen una influencia vertical y unidireccional sobre la opinión pública islámica en occidente, toma forma otra posible acepción del concepto de “Islam transnacional”.

Nancy Fraser (2007), en su crítica al concepto habermasiano de esfera pública<sup>36</sup>, describe que “lo que convierte a un conjunto de personas en miembros de un público no es compartir la ciudadanía, sino su co-imbricación en un set común de estructuras y/o instituciones que afectan a sus vidas. [...] Cuando esas estructuras exceden las fronteras de los estados, la correspondiente esfera pública debe ser transnacional. Fallando eso, la opinión pública que estos generan no puede ser considerada legítima” (Fraser 2007:22).

La formación de una esfera pública islámica en lo virtual, propiciada por el encuentro entre los nuevos medios de comunicación y los nuevos actores sociales por esos permitidos, “fomenta una toma de conciencia en todos los actores de las diferentes formas con las cuales el Islam y los valores islámicos pueden ser creados y alimenta un nuevo sentido del espacio público que es discursivo, preformativo, y participativo, y no confinado a las instituciones formales reconocidas por las autoridades estatales” (Eickelman y Anderson 2003:2).

La mayor libertad interpretativa, así como la imposibilidad de imponer una postura dominante y colectivamente legitimada por “expertos religiosos” en las redes sociales, vuelve a abrir planteamientos que se suponían cerrados en la tradición como en la costumbre islámica. ¿Qué es lícito o ilícito?, ¿quién y cómo puede decidir sobre ello?, ¿cómo encontrar respuestas religiosas adecuadas a las nuevas problemáticas generadas por la experiencia de vida diaria en un contexto no islámico? Son preguntas centrales en el futuro proceso de construcción de un Islam autóctono en el contexto europeo<sup>37</sup> que todavía están pendientes de ser contestadas.

Si como se ha venido dibujando, la socialización colectiva permitida en el espacio virtual plasma las diferentes posiciones subjetivas en una compartida y contextual experiencia de debate y reflexión intersubjetiva, otra cuestión será el proceso de traducción colectiva de esta experiencia en una única y legitimada visión cultural-religiosa. Las redes sociales pasan de ser así unos agentes de socialización entre otros a ser un instrumento de sociabilidad finalizado a la acción colectiva y/o representativa de un determinado grupo sobre los demás. El uso instrumental y reivindicativo de las redes sociales por parte de grupos o asociaciones islámicas abre por lo tanto nuevas cuestiones tanto intrínsecas al real mecanismo de funcionamiento horizontal de las TIC (Morozov, 2011) que a su posible enfrentamiento de naturaleza ideológico-política en el juego de poderes de las distintas posiciones institucionalizadas del espacio *offline*.

## **Bibliografía**

AGUILAR RODRÍGUEZ, E. Daniel; SAID HUNG, Elías (enero-junio de 2010): "Identidad y subjetividad en las redes sociales: El caso de Facebook", en *Zona próxima*, nº 12, pp. 190-207.

AINZ GALENDE, Alexandra; CHECA OLMOS, Juan. Carlos y GONZÁLEZ MORENO María José (Junio de 2011): "Redes sociales y religión. El caso del grupo "Islam en español" en Facebook.", en *Prisma Social* 6, pp. 1-25.

ALLIEVI, Stefano (2003): "The Media", en MARÉCHAL, Brigitte (eds.): *Muslims in the Enlarged Europe: Religion and Society*, Leiden, Brill, pp. 289-329.

ALLIEVI, Stefano; NIELSEN, Jørgen (2003): *Muslim Minorities (vol.1). Muslim Networks and Transnational Communities in and across Europe*, (eds.), Leiden, Brill.

ALONSO, Andoni; OIARZABAL, J. Pedro (2010): *Diasporas in the New Media Age: Identity, Politics, and Community*, Reno, University of Nevada Press.

ANDERSON, Benedict (1991): *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London, Verso, Revised Edition.

ANDERSON, W. Jon (2003): "New media, new publics: Reconfiguring the public sphere of Islam", *Social Research*, Vol. 70:3, pp. 887-906.

APPADURAI, Arjun (1996): *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

BAGNASCO, Arnaldo (1999): *Tracce di Comunità*, Bologna, Il Mulino.

BAUMAN, Zygmunt (2003): *Comunidad en busca de seguridad en un mundo hostil*, Madrid, Siglo XXI.

BERGER, L. Peter y LUCKMANN, Thomas (2011 [1º ed. En castellano 1968], *La construcción social e la realidad*, Madrid, Amorrortu.

BOWEN, John, (2004): "Beyond migration: Islam as a transnational public space", *Journal of Ethnic Migration Studies*, Vol. 30-5, pp.879-894.

BODY, M. Danah; ELLISON B. Nicole (2007): "Social network sites: Definition, history and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, nº13-1, pp. 212-230.

BRAH, Avtar (2011), *Cartografías de la diáspora: Identidades en cuestión*, Madrid, Traficantes de Sueños.

BRASHER, E. Brenda (2001): *Give me that Online religion*, San Francisco, Jossey- Bass Inc.

BRINKERHOFF, M. Jennifer (2009): *Digital Diasporas: Identity and Transnational Engagement*. Cambridge, Cambridge University Press.

BUNT, R. Gary (2000): *Virtually Islamic: Computer-Mediated Communication and Cyber-Islamic Environments*, Cardiff, University of Wales Press.

(2003): *Islam in the Digital Age: E-jihad Online Fatwas and Cyber Islamic Environments*, London, Pluto Press.

(2009): *¡Muslim: Rewiring the House of Islam*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press.

CAMPBELL, Heidi (2004a): "Challenges created by online religious networks" en *Journal of Media and Religion*, 3-2:81-99.

(2004b): "This is my church: Seeing the Internet and club culture as spiritual space" en

DAWSON, L. Lorne; DOUGLAS, E. Cowan (eds.), *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, Nueva York, Routledge, pp. 107-121.

(2005): *Exploring religious community online: We are one in the network*, Nueva York, Peter Lang Publishing.

(2006): "Religion and the Internet" en *Communication Research Trends*, nº 25-1, pp. 3-24.

DUBAR, Claude (1991): *La Socilisation*. Paris, A. Colin.

CESARI, Jocelyne (2004): *When Islam and Democracy Meet: Muslims in Europe and in the United State*, Nueva York, Palgrave Macmillan

(2007): "Muslim identities in Europe: the snare of exceptionalism" en AL-AZMEH, Aziz; FOKAS, Effie (eds.) *Islam in Europe: Diversity, Identity and Influence*, Nueva York, Cambridge University Press, pp. 49-67.

DAWSON, L. Lorne (2005): "The mediation of religious experience in cyberspace" en HOJSGAARD, T. Morten; WARBURG, Margit (eds.) *Religion and Cyberspace*, Abingdon, Routledge, pp. 15-37.

(2004): "Religion and the Quest for Virtual Community." en DAWSON, L. Lorne; DOUGLAS, E. Cowan (eds.) *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, Nueva York, Routledge, pp. 75-89.

DAWSON, L. Lorne; DOUGLAS, E. Cowan (2004): *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, Nueva York, Routledge.

DAL LAGO, Alessandro (1994): *Il conflitto della modernità: il pensiero di George Simmel*, Bologna, il Mulino.

DE LAURETIS, Teresa (1992): *Alicia ya no: Feminismo, Semiótica, Cine*, Madrid, Ediciones Cátedra.

DÍAZ GANDESEGUI, Vicente (2011): "Mitos y realidades de las redes sociales" en Prisma Social, nº 6, pp.1-26.

DRUSIAN, Michela (2005): Acrobati nello specchio magico: L'esperienza degli adolescenti in chat, Milano, Guerini.

EICKELMAN, F. Dale; ANDERSON, W. John (eds.) (2003): New Media in the Muslim World. The Emerging Public Sphere. Bloomington, Indiana University Press.

EL-NAWAWY, Mohammed; KHAMIS, Sahar (2009): Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourses in Cyberspace, Nueva York, Palgrave Macmillan.

FLORES VIVAR, Jesús Miguel (2009): "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales" en Comunicar, nº XVII-33, pp. 73-81.

FOUCAULT, Michel (1980): "Truth and subjectivity", Howison Lectures, Oct. 20 and 21, Berkeley, University of California.

(1982): "The Subject and Power" en Critical Inquiry, nº 8, pp. 777-795.

(2009): Vigilar y Castigar: Nacimiento de la prisión, Madrid, Siglo XXI de España Editores. [Surveiller et punir (1975), Paris, Edition Gallimard. Prim. Edición en castellano 1997]

GOBO, Giampietro (2003): Descrivere il Mondo, Roma, Carocci.

GOFFMAN, Ervin (2006): Frame Analysis: Los marcos de la experiencia, Madrid, Siglo XXI de España Editores.

(2009), La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana, Madrid, Amorrortu.

GÓMEZ-NIETO, Begoña; TAPIA-FRADE, Alejandro (2011): "Facebook y Tuenti: De Plataforma de Ocio a Herramienta E-Learning" en Prisma Social, nº 6, pp.1-25.

GRANOVETTER, S. Mark (1973): "The Strength of Weak Ties" en American Journal of Sociology nº 78-6, pp. 1360-1380.

(1983): "The Strength of Weak Ties. A network theory revised" en Sociological Theory nº 1, pp. 212-233.

GRILLO, Ralph (2004): "Islam and Transnationalism" en Journal of Ethnic and Migration Studies, Vol. 30-5, pp. 861-878.

GUERRERO-ENTERRÍA, A. (2008) El ciberislam en español: Sobre el Islam en Internet en lengua española, disponible en

<http://www.uam.es/otroscentros/TEIM//archivos/documentos/tesinas/GuerreroEnterria.pdf>

[consulta: 3 de abril 2013]

(2009): "Islam en Internet: El concepto del ciberislam" en REIM, nº 8, pp. 85-94.

(2011): "e-Islam. The Spanish Public Virtual Sphere" en Cyberorient, Vol 5-1, pp.1 Disponible en <http://www.cyberorient.net/article.do?articleId=6206> [consulta: 18 de junio 2013]

(2012): "C-iber-Islam: Génesis de la red virtual islámica española (1996-2010)", Tesis doctoral inédita, dirigida por PLANET-CONTRERAS, I. Ana, Departamento de Estudios Árabes Islámicos, Universidad Autónoma de Madrid.

HADDEN, K. Jeffrey; DOUGLAS, E. Cowan (2000): Religion on the Internet: Research Prospects and Promises, London, JAI Press.

HARAWAY, J. Donna (1995): Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza, Madrid, Cátedra.

HELLAND, Christopher (2000): "Online-Religion/Religion-Online and Virtual Communitas" en HADDEN, K. Jeffrey; DOUGLAS, E. Cowan (eds.), Religion on the Internet: Research Prospects and Promises, London, JAI Press, pp. 205-223.

(2002), "Surfing for Salvation" en Religion, nº 32, pp. 293-302.

(2004): "Popular Religion and the World Wide Web: A Match Made in (Cyber) Heaven" en DAWSON, L. Lorne; DOUGLAS, E. Cowan (eds.) Religion Online: Finding Faith on the Internet, Nueva York, Routledge, pp. 23-36.

HINE, Christine, (2000): Virtual Ethnography, London, SAGE Publications.

(2005): Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet, Nueva York, Berg.

HOJSGAARD, T. Morten (2005), "Cyber-religion: On the cutting edge between the virtual and the real" en Hojsgaard, T. Morten; WARBURG Margit (eds.): Religion and Cyberspace. Abingdon, Routledge, pp. 50-64.

HOJSGAARD, T. Morten; WARBURG, Margit (eds.) (2005): Religion and Cyberspace, Abingdon, Routledge.

HOLMES, David (1997); Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace, Londres, Sage Publication.

KAYA, Ayhan (2009), Islam Migration and Integration: The age of securitization, London, Palgrave Macmillan.

KARAFLOGKA, Anastasia (2002): "Religious Discourse and Cyberspace" en Religion, nº 32, pp.279-291.

LASÉN DÍAZ, Amparo (2009) "Tecnologías afectivas: de como los teléfonos móviles participan en la constitución de subjetividades e identidades" en GATTI, Gabriel (eds.): Tecnología, cultura experta e identidad en la sociedad del conocimiento, Bilbao, Universidad del País Vasco, pp.215-248.

LASÉN DÍAZ, Amparo (2012), "Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales." en GARCÍA-CANCLINI, Néstor; CRUCES, Francisco (eds.): Jóvenes, cultura urbana y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música, Madrid, Ariel, pp. 243-262.

LÖVHEIM, Mia (2004a): Intersecting Identities: Young people, religion and interaction on the Internet, Uppsala, Uppsala University.

(2004b): "Young People, Religious Identity and Internet" en DAWSON, L. Lorne; DOUGLAS E. Cowan (eds.), Religion Online: Finding Faith on the Internet, Nueva York, Routledge, pp. 59-74.  
(2005): "Constructing Religious Identity on the Internet" en HOJSGAARD, T. Morten; WARBURG, Margit (eds.): Religion and Cyberspace, Abingdon, Routledge, pp.121-137.

MADONIA, Salvatore (2012): "Experiencia y rearticulación identitaria en Mujeres españolas convertidas al Islam" en REIS, n° 140, pp.49-68

MANDAVILLE, Peter (2003): "Towards a critical Islam: European Muslims and the changing boundaries of transnational religious discourse" en ALLIEVI, Stefano; NIELSEN, S. Jorgen (coord.) Muslim Networks and Transnational Communities in and across Europe, Leiden, Brill, pp.127-145.  
(2001): Transnational Muslim Politics Reimagining the Umma, Nueva York, Routledge.

MARCUS, E. George (1995): "Ethnography in/of the world system: the emergence of multisited ethnography" en Annual Review of Anthropology, n° 24, pp.95-117.

MARKHAM, Anette (2004): "Representation in Online Ethnographies: A Matter of Context Sensivity" en JOHNS, D. Mark; CHEN, S. Shing-Ling y HALL, John. (eds.) Online Social Research: Methods, Issues, and Ethics, Nueva York, Peter Lang, pp. 131-145.

MAXWELL, Patrick (2002): "Virtual Religion in Context" en Religion, n° 32, pp.343-354.

MCLUHAN, Marshall (1962): The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man, Toronto, University of Toronto Press.

(1964): Understanding Media: the extensions of man, Cambridge, MIT Press.

MEAD, H. George (2010 [1° ed. en castellano 1973]), Espíritu, persona y sociedad, Madrid, Espasa Libros.

MERLETTI, Carlo (eds.) (1995): Televisione e Islam: Immagini e stereotipi dell'Islam nella comunicazione italiana, Roma, Nuova Eri.

MOROZOV, Evgen (2011), The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom, New York, PublicAffairs

O'LEARY, D. Stephen (2004) "Cyberspace as Sacred Space: Communicating Religion on Computer Networks" en DAWSON, L. Lorne; DOUGLAS, E. Cowan (eds.), Religion Online: Finding Faith on the Internet, Nueva York, Routledge, pp. 37-58.

(2005) "Utopian and dystopian possibilities of networked religion in the new millennium" en HOJSGAARD, T. Morten; WARBURG, Margit, (eds.) en Religion and Cyberspace, Abingdon, Routledge, pp. 38-49.

ORIHUELS, José Luis (2008) : "Internet: la hora de las redes sociales" en Nueva revista de Política y Cultura y Arte, n° 119, pp. 57-62.

PIELA, Anna (2010a): "Challenging Stereotypes: Muslim Women's Photographic Self-Representations on the Internet" en Heidelberg Journal of Religions on the Internet, Vol. 04, nº1, pp.87-110

(2010b): "Muslim Women's Online Discussions of Gender Relations in Islam", Journal of Muslim Minority Affairs, Vol. 30, nº-3, pp.425-435.

PISELLI, Fortunata (1997): "Il network sociale nell'analisi dei movimenti migratori" en Studi Emigrazione, nº 125, pp.17-36.

(2001): Reti: L'analisi di Network nelle Scienze Sociali, Roma, Donzelli Editore.

POOLE, Elizabeth (2002), Reporting Islam: Media Representations of British Muslim, Londres, I. B. Tautis.

ROY, Olivier (2003): El Islam Mundializado: Los Musulmanes en la era de la globalización, Barcelona, Ediciones Bellaterra.

ROMANIA, Vincenzo (2008), Le cornici dell'interazione: La comunicazione interpersonale nei contesti della vita quotidiana, Napoli, Liguori.

SAID, Edward (1997), Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World. Londres, Vintage.

SCHUTZ , Alfred y LUCKMANN Thomas (2009), Las estructuras del mundo de la vida, Madrid, Amorrortu editores.

SCLAVI, Marinella (2003): Arte di ascoltare e mondi possibili: come si esce dalle cornici di cui siamo parte, Pavia, Mondadori.

SIGGILLINO, Innocenzo (eds.) (2001): I media e l'Islam. L'informazione e la sfida del pluralismo religioso, Bologna, Missionaria italiana.

SIMMEL, George (1989): Sociologia, Torino, UTET.

(1998): "Contribuciones para una epistemología de la religión" en SIMMEL, George, El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura, Barcelona, Ediciones Península, pp. 247-262.

(2002): Cuestiones Fundamentales de Sociología, Barcelona, Editorial Gedisa.

(2005): El Problema Religioso, Buenos Aires, Prometeo.

TOMASINI, E. Marina (2010), "Un viejo pensador para resignificar una categoría psicosocial: George Mead y la socialización" en Athenea Digital, nº. 17, pp. 137-156.

TURKLE, Sherry (1998): La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la red de Internet, Barcelona, Paidós.

VARISCO, M. Daniel (2010): "Muslims and the media in the blogosphere" en Cont Islam, nº 4 pp.157-177.

---

<sup>1</sup>Proyecto de investigación I+D+I “El Mundo Árabe-Islámico en movimiento: Migraciones, Reformas y Elecciones y su impacto en España” del Taller de Estudios Internacionales Mediterráneos (TEIM) de la Universidad Autónoma de Madrid.

<sup>2</sup> Término acuñado a principios de este siglo para indicar la posible expansión global de la religión, en este caso la islámica, por medio de soporte tecnológico: Vídeos y cassettes, antenas parabólicas, televisión por cable, pero sobre todo por la progresiva evolución de Internet. Véase Cesari 2004:58 y Mandaville 2001, Bunt 2000.

<sup>3</sup> En las ciencias sociales de los últimos años, se han ido acuñando nuevos y diferentes términos en un intento de mejorar la comprensión de los cambios derivados de la formación de un Islam virtual globalizado. “Umma transnacional” y “neo-umma”(LeVine 2003, Allievi y Nielsen 2003), “nueva esfera pública islámica” (Salvatore y Eickelman 2004 , Anderson J. W. 2003) , “comunidad virtual”(Cesari 2004), “umma virtual” (Mandaville 2001, 2003, Roy 2003, El-Nawawy y Khamis 2009, Sisler 2011 ), “umma digitalizada” (Kaya 2009), “islam global” (Cesari 2007), son solo algunas de las acepciones, a veces empleadas como sinónimos, que intentan enmarcar el debate científico actual hacia unas u otras consecuencias de esta nueva dimensión transnacional de la religión islámica.

<sup>4</sup> Aunque en los últimos años asistimos a un incremento importante en la difusión de Internet en los países de mayoría islámica, el acceso diario al ciberespacio sigue siendo una realidad mucho más viable para los musulmanes que viven en Norteamérica y en Europa (Varisco 2010). Por eso, el “Islam virtual” sigue siendo primariamente construido y consumido por parte de musulmanes en Occidente aglutinando como consecuencia la atención investigadora (Cesari 2004: 111).

<sup>5</sup> En palabras de Díaz Candaseguy: “Cuando hablamos de redes sociales hoy en día lo hacemos fundamentalmente de Facebook, Twitter y Tuenti. Otras redes sociales existentes en Internet, como Myspace, han quedado en el olvido por su incapacidad de adaptarse a lo que la sociedad, los consumidores, requieren. Facebook, la más internacionalmente utilizada de las tres aquí mencionadas, presume de tener más de 500 millones de usuarios activos, que pertenecen a una media de 80 grupos entre comunidades, páginas y eventos” (Díaz 2011).

<sup>6</sup> El empleo del análisis textual como herramienta principal en el estudio de las posibilidades permitidas por la expansión del ciberIslam ha sido introducido por Mohammed el-Nawawy y Sahar Khamis (2009) en su obra principal; Islam Dot Com. Los autores, en un intento por describir el posible impacto de la “esfera pública islámica virtual” en la configuración de identidades religiosas múltiples y de resistencia, analizan los discursos desarrollados en tres foros de discusión de tres páginas Web distintas de contenido islámico: islamonline.net, amrkhaled.net e islmaway.com. La originalidad de dicho análisis reside en haber delineado nuevas posibilidades de construcción comunitaria o la puesta en cuestión de la propia religiosidad que los espacios de discusión online brindan a los jóvenes musulmanes en la esfera de lo “virtual”.

<sup>7</sup> Utilizamos aquí el concepto de socialización en el sentido de proceso de aprendizaje intersubjetivo introducido por George Mead (2010), que lo define como “la construcción del sí mismo (self) en y por la interacción comunicativa con los otros y a través de las relaciones comunitarias y societarias que se instauran entre los socializadores y el socializado” (Claude Dubar, 1991, cit. en. Tomasini 2010: 139). Berger y Luckmann (2011) especificaron el proceso de socialización en dos estadios: Primaria, que termina con la fase de la adolescencia y secundaria, que abarca todo el arco de la vida humana. En el proceso de socialización, con palabras del mismo Mead: “El individuo humano consciente de sí, adopta o asume las actitudes sociales del grupo social o comunidad dada (o una parte de ella) a la que pertenece, hacia los problemas sociales de distintas clases que enfrentan a dicho grupo o comunidad en cualquier momento dado y que siguen en conexión con las correspondientes empresas sociales o tareas cooperativas organizadas en las que dicho grupo o comunidad, como tal, está ocupado. Y, como participante individual en estas tareas sociales o empresas cooperativas, gobierna, de acuerdo con ella, su propia conducta. [...] La participación del individuo dado en varias de estas clases o subgrupos sociales abstractos posibilita su entrada en definidas relaciones sociales (por indirectas que sean) con una cantidad casi infinita de otros individuos que también pertenecen a – o están incluidos en—una u otra de esas clases o grupos sociales abstractos, que atraviesan las líneas funcionales de demarcación que separan unas de otras a las distintas comunidades sociales humanas y que incluyen a miembros individuales de varias (en algunos casos de todas) de esas comunidades” (Mead, 2010:186-187).

<sup>8</sup> El impacto de la “esfera pública islámica virtual” sobre la población islámica en el contexto occidental ha sido el centro de un polémico, y a veces contradictorio, debate científico. Algunos autores describen la “Umma virtual” en términos de comunidad imaginada totalmente desvinculada de lo real donde “las formas de trasmisión del saber en la red, pese a que utilizan las técnicas más modernas, retoman en el fondo la forma tradicional de la enseñanza coránica: aprendizaje de memoria y frase por frase en el caso del Corán, juego de preguntas y respuestas para exponer la verdad en ausencia de elaboración crítica” (Roy 2003:183). Al contrario, otros autores, poniendo el acento en las diferentes posibilidades interpretativas del usuario/musulmán, sostienen que “la Umma digital permite el desarrollo de varias formas de ijtihad (interpretación) porque cada individuo en situación de diáspora está implicado en un contexto social, político o cultura diferente” (Kaya 2009:119). En la tradición de estos últimos estudios, la pluralización de los centros productores de significados religiosos permitidos en el espacio “virtual” (Mandaville 2001) en un

contexto donde la religión islámica es minoritaria, puede ser abordada en diferentes términos: Como esfera de influencia en la manera de entender y vivir la propia religiosidad, concretamente por parte de las segundas generaciones (Kaya 2009:187; Cesari 2007, Lövheim 2004a, 2004b, 2005) y de los conversos al Islam (Madonia, 2012). Como oportunidad de desarrollo de una visión intelectual y espiritual crítica, ya sea en relación a un determinado tradicionalismo étnico-cultural, a veces (re)creado dentro de las comunidades inmigradas diaspóricas (Cesari 2007), sea hacia determinadas visiones estereotipadas o xenófobas de la religión islámica mantenidas en el contexto occidental (Mandaville 2003b; Piela 2010a; 2010b).

<sup>9</sup> Otras redes ya existentes pero menos difundidas eran: ARPANET, Correo electrónico y Usenet (Helland 2004)

<sup>10</sup> La reflexión sobre los trabajos de Karaflogka y Helland, arriba expuestos, ha sido utilizada por diferentes autores.

Para una mayor profundización reenviamos al texto de Patric Maxwell (2002) y Hojsgaard (2005).

<sup>11</sup> Resultado de una investigación de Tesis de Grado: «Donne spagnole convertite all'islam: Una prospettiva femminista», defendida en la Università Degli Studi di Padova (el 24 de junio de 2010) cuyo resultados fueron publicados en Madonia (2012). Durante el trabajo de campo, de dos años de duración, se realizaron cuatro entrevistas semi-estructuradas cara a cara, cinco entrevistas semi-estructuradas vía Messenger, tres entrevistas en profundidad, y dos focus group de tres y cuatro participantes respectivamente.

<sup>12</sup> Se realizaron veintidós entrevistas en profundidad a jóvenes musulmanes españoles, siete hombres y quince mujeres entre los 19 y 30 años, de diferentes orígenes. En concreto, doce de origen sirio, seis de origen marroquí, dos de origen palestino y una de origen ecuatoriano. Cuatro focus group de cuatro y cinco participantes respectivamente.

<sup>13</sup> Del mismo modo, el acceso a los informantes puede describirse como ejemplo del modus operandi empleado en las investigaciones, a lo largo de las cuales se ha ido perfilando una postura de investigación activa y participativa en la que el investigador intenta instaurar una relación confidencial y empática con sus investigados. La primera toma de contacto ha sido posible acudiendo a diferentes instituciones como mezquitas o centros culturales islámicos, asociaciones y colectivos musulmanes, y a través de la participación en diferentes encuentros y conferencias. Sucesivamente se amplió la búsqueda mediante redes más informales, en «bola de nieve», a partir de los contactos proporcionados por los mismos entrevistados. En un tercer momento, se optó por una experiencia etnográfica, con el fin de alcanzar una mayor comprensión de las prácticas sociales observadas (Gobo 2003) que ha llevado a colaborar con tres asociaciones diferentes con tres modelos de estructura asociativa distintos: un centro cultural islámico, una asociación universitaria de jóvenes musulmanes y una asociación de mujeres conversas. La experiencia investigadora se ha ido desarrollando por lo tanto a través de una observación participante en diversos «marcos de interacción» que nos remiten a diferentes posibilidades de «definiciones de la situación», ya que estas «se elaboran de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los acontecimientos –al menos sociales– y nuestra participación subjetiva en ellos» (Goffman 2006:11; 2009). Desde una charla informal con un joven musulmán delante una taza de té, una comida amistosa con un grupo de conversos después de un curso de árabe en un centro cultural islámico, como la participación en una conferencia formal de un Sheikh (experto de ley coránica) en una mezquita se van descubriendo «nuevos mundos posibles» (Scalvi 2000) que nos remiten a distintas posibilidades de verse y narrarse como musulmanes y españoles. El investigador, guiado por una reflexión continua sobre su posición y por un continuo cuestionamiento de las diferentes situaciones emergidas en lo «situacional» (Haraway 1995), va englobando experiencias de vidas plurales y complejas, reconducibles al más amplio «contexto de coexistencia» (Simmel 1989) de los actores sociales investigados; en nuestro caso el Islam español.

<sup>14</sup> Distinción que reenvía a la clásica división de Simmel (1998; 2005)

<sup>15</sup> Por respeto a la privacidad de los usuarios se ha preferido utilizar pseudónimos de sus nombres en Facebook. Además, a efectos de interpretación de los verbatim se han considerado tanto el género como las categorías de análisis abordadas obteniendo de esa manera cuatro grupos: Converso, Conversa, Joven musulmán, Joven musulmana.

<sup>16</sup> Primera publicación 16/12/2012, última publicación 31/01/2013. Ha tenido 170 «me gusta». Ha sido compartido por otros 47 usuarios y ha tenido 826 comentarios. [últ. visita: 02/04/2013]

<sup>17</sup> Alla Allahu Alayhi wa sallam, «Que la paz y bendición de Allah sea con él»

<sup>18</sup> Profetismo.

<sup>19</sup> Rezo.

<sup>20</sup> Viaje a La Meca.

<sup>21</sup> Pagina web: Musulmanes Andaluces: <http://www.musulmanesandaluces.org/>

<sup>22</sup> Pagina web: Web Islam: <http://www.webislam.com/>

<sup>23</sup> Post extrapolado de una discusión más amplia. Pastado el 12/12/12.

---

<sup>24</sup> Como se lee en la presentación del mismo acto, la autora argelina Dalila Benrahmoune, quiere aportar con su obra “una crítica directa de los eruditos y educadores musulmanes concretamente wahabitas de Arabia Saudí que han determinado el discurso sobre la mujer por culturas patriarcales” e “invita a los musulmanes a una reflexión sincera y crítica sobre la situación de la mujer” (<http://casadezamora.com/en-diciembre-exposicion-en-la-casa-educacion-integrista/>) [últ. vis. 2/4/2013]. Una reflexión entre los musulmanes que como vemos transmigra amplificándose y colectivizándose en las redes sociales.

<sup>25</sup> Primer post 17/12/2012, último post 18/12/2012. Ha recibido 38 comentarios.

<sup>26</sup> Lo ilícito que en la tradición religiosa islámica es contrapuesto a lo Halal, licito.

<sup>27</sup> Sermón.

<sup>28</sup> El grupo de Facebook de este ejemplo ha sido formado por una asociación de jóvenes estudiantes musulmanes que mantiene una estructura física en el espacio “real”. A través de la etnografía participante ha sido posible averiguar que el número de asistentes que suelen acudir en las reuniones en la sede de la asociación oscila entre las 20-30 personas, mientras los inscritos en el grupo en Facebook son 134, incluyendo a algunos no-musulmanes. [últ. vis. 12/03/12].

<sup>29</sup> Primer post: 09/12/2012, último post: 15/12/2012. Ha recibido 106 visualizaciones y 10 comentarios.

<sup>30</sup> Recogida de alimentos.

<sup>31</sup> <http://es.tv.yahoo.com/video/multan-canal-catal-por-los-171400593.html> (Primer post 18/12/2012, ultimo post 20/12/2012. Ha recibido 105 visualizaciones y 14 comentarios) [últ.vis. 4/04/2013]

<sup>32</sup> <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/12/16/paisvasco/1292515000.html> [últ. vis. 3/4/2013].

<sup>33</sup> Primer post 17/12/2010 último post 19/12/2010. Ha recibido 140 visualizaciones y 14 comentarios.

<sup>34</sup> En palabras de Amparo Lasén, “la construcción de subjetividades e identificaciones sociales son procesos dinámicos, resultados de negociaciones y equilibrios de poder que implican a individuos, colectivos e instituciones, y también a los objetos que constituyen nuestro medio material. El sujeto es un efecto generado por una red de materiales heterogéneos en interacción. Las tecnologías de comunicación e información (TIC) son parte de esa red.” (Lasén 2009:215).

<sup>35</sup> El sentido de pertenencia a la Umma en situación de diáspora o en las nuevas generaciones de musulmanes en Occidente ha sido analizado por diferentes autores, entre ellos Kaya 2009, Cesari 2007, Anderson J. W. 2003, que readaptan los conceptos clásicos de “comunidad imaginada” (Anderson B. 1991) o de “comunidad de sentimientos” (Appadurai 1996) a la población islámica en el contexto occidental.

<sup>36</sup> El eje central de la crítica de Fraser se desarrolla alrededor del “quién” y en “qué términos” está legitimado a participar en los debates y discusiones en el espacio público donde se genera la opinión pública. La autora critica a aquellos teóricos que, anclados en la acepción habermasiana del término, siguen centrando el análisis en la participación político-social posibilitada por el hecho de ser ciudadanos en un contexto estatal bien delimitado. La formación de esferas públicas de alcance transnacional ponen en cuestión dichas condiciones de legitimación, ya que superan tanto las fronteras de los estados nacionales como las condiciones que estos ofrecen a la ciudadanía. De allí la necesidad de reformular cuales son los procesos de legitimación y de posible y efectiva incorporación en la discusiones y en los debates públicos que se van articulando a nivel transnacional.

<sup>37</sup> Sobre la necesidad de un Fiqh (jurisprudencia islámica) readaptado al contexto europeo véase Ramadán, (2009, 2008, 2006, 2002). Bassam Tibi, por su parte señala la importancia del desarrollo de una ciudadanía activa musulmana y de su integración en la política europea para difundir una variedad liberal del Islam, o euro-Islam (Tibi, 2008, 2003, 2003a).