

afkar / ideas

Revista trimestral para el diálogo entre el Magreb, España y Europa

Núm. 50, verano 2016

España 6 € / Marruecos 24 dirhams / Argelia 125 dinares / Túnez 2,5 dinares / Francia 6 € / Bélgica 6 €



Musulmanes de Europa

Diversidad □ Inclusión □ Islamofobia

Mujeres □ Jóvenes □ Empleo □ Mercado 'halal'

Identidad □ Cultura □ Religión

Chris Allen □ Samir Amghar □ Mohamed el Amrani

Celia de Anca □ Rachid Benzine □ Hassan Bousetta □ Yaël Brinbaum

Khadiyatoulah Fall □ Luz Gómez □ Tomás Guerrero □ Nahida Habash □ Kai Hafez

Sadek Hamid □ Sabina Issehnane □ Bichara Khader □ Jordi Moreras

Gonzalo Rodríguez □ Elyamine Settoul □ Ricard Zapata-Barrero

00050
9 778416 970408

í n d i c e

11 / COMUNICACIÓN Y ACCIÓN SOCIAL, ENTREVISTA CON Mohamed el Amrani POR ADRIÀ CASADEMONT
“Es necesario explicar nuestra religión, crear espacios de diálogo para que se llegue a su conocimiento y que no se convierta en algo folclórico, sino en un elemento con fundamento”.

16 / REFLEXIONES SOBRE LA ISLAMOFOBIA ‘ORDINARIA’, Bichara Khader
Un sentimiento anti-islam se ha colado en los discursos públicos y mediáticos. Pero el temor al islam no es una ‘enfermedad incurable’, inherente al subconsciente colectivo europeo.

39 / LAICIDAD DE LOS ESTADOS Y AFIRMACIÓN MUSULMANA, Hassan Bousetta
Frente a la visibilidad creciente de identidades y de religiones minoritarias en la vida pública, en especial la musulmana, surge la tentación de (re)definir los valores fundamentales europeos.

62 / IDENTIDADES, CULTURAS Y PAUTAS RELIGIOSAS, Sadek Hamid
Para dejar de hablar de los jóvenes musulmanes europeos como fuente de preocupación, hay que entender que sus vidas religiosas y culturales son tan diversas como sus identidades.

■ Editorial	3
■ Noticias	6
■ Revista de prensa	8

■ GRAN ANGULAR

‘Dios es lo más’: jóvenes musulmanes e islamofobia . . . 20

Luz Gómez

Víctima de un uso perverso de su religión, la juventud musulmana es el objeto preferido de la polémica sobre la relación de Europa con el islam.

Discurso islamófono en los medios de comunicación 23

Kai Hafez

En los medios europeos predomina una imagen negativa del islam. Los programas que podrían dismantelar las actitudes intolerantes siguen siendo una excepción.

Resistir a la invasión musulmana 27
Chris Allen

En un escenario preocupante, la extrema derecha moldea y alimenta la islamofobia, explotando la idea de que Europa está siendo asediada por un ‘otro’ invasor islámico al que habrá que resistir cada vez más por todos los medios necesarios.

■ IDEAS POLÍTICAS

¿Qué representación deben tener los musulmanes? 32

Rachid Benzine

Teniendo en cuenta que cada país europeo tiene una relación diferente con el islam, sin duda la representación religiosa de los musulmanes será diversa y marcada por el pluralismo.

Reconocimiento legal, cuestionamiento del ritual 36

Jordi Moreras

Mientras que el islam como tradición se acomoda dentro de los marcos legales, los musulmanes como colectivo social despiertan cada vez más recelos por sus comportamientos sociales y su vitalidad religiosa.

Participación pública de las musulmanas de Europa 42

Amel Boubekeur

A pesar de ser social, económica, étnica y políticamente diversas, las musulmanas europeas se encuentran expuestas a una creciente discriminación. Hay que dejar de considerarlas inmigrantes con valores antieuropeos y empezar a verlas como ciudadanas activas.

Índice

Paradigmas políticos para gestionar la diversidad religiosa: una cuestión sin resolver. 43

Ricard Zapata-Barrero

Cómo acomodar el islam en las democracias liberales es el centro del debate sobre la diversidad religiosa. Frente al asimilacionismo y el multiculturalismo, se impone un enfoque intercultural.

■ TENDENCIAS ECONÓMICAS

Desarrollo del mercado ‘halal’ europeo, una realidad creciente. 48

Tomás Guerrero Blanco

El mercado ‘halal’ va más allá de la alimentación e incluye sectores como finanzas, turismo, moda, fármacos, ocio y cosméticos. Una población creciente, el desarrollo económico y la aparición de clases medias son los factores que lo impulsan.

Finanzas islámicas en Europa: retos y perspectivas. 52

Gonzalo Rodríguez, Celia de Anca

Los activos financieros islámicos supusieron 1,8 billones de dólares a finales de 2013. En Europa, además de Reino Unido, que destaca sobre el resto, Irlanda, Francia y Alemania también han hecho avances significativos en este sector.

Turismo ‘halal’ 56

Entrevista con Nahida Habash

“A menos que intervenga algún factor fuera de nuestro control, el sector ‘muslim-friendly’ seguirá creciendo. Se prevé que para 2020, el gasto en turismo ‘halal’ de los países musulmanes se multiplique exponencialmente”.

El islam en Europa:

¿en qué medida influyen los países del Golfo? 58

Samir Amghar, Khadiyatoullah Fall

La influencia de países como Arabia Saudí o Catar en Europa se basa en redes a un tiempo económicas, ideológicas y políticas. El objetivo no es ejercer una tutela ideológica en el islam europeo, sino crear una red de simpatizantes y fomentar una mejor visibilidad de su política exterior.

■ DIÁLOGOS

‘Foreign fighters’ europeos: realidades y retos 65

Elyamine Settoul

La fuerza del atractivo de Daesh puede interpretarse como un hecho religioso, un espacio de adquisición de recursos, un combate político o incluso una búsqueda de fraternidad.

El inicio de la carrera profesional: una doble penalización. 68

Yaël Brinbaum, Sabina Issehnane

Los jóvenes descendientes de la inmigración magrebí tienen más dificultades para acceder al mercado laboral, ocupan trabajos de menor calidad y parecen sufrir una penalización como consecuencia de sus orígenes.

Discriminación de la comunidad musulmana en el entorno laboral europeo 72

Ada Mullol

Varios informes de organismos europeos y ONGs constatan que la población musulmana sufre una discriminación en múltiples ámbitos a causa de su religión, siendo uno de los más afectados el mercado laboral. Este hecho repercute negativamente en sus perspectivas de futuro y puede contribuir a su aislamiento y estigmatización.

Publicaciones 74