

## Além do Véu – A Representação da Mulher Muçulmana na Mídia Brasileira<sup>1</sup>

Vitória Palmejani AUGUSTO<sup>2</sup>

Erica Cristina de Souza FRANZON<sup>3</sup>

Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP

### RESUMO

Este paper apresenta os resultados parciais obtidos por meio de pesquisa bibliográfica que fornecem substratos teóricos para a realização de um projeto de pesquisa de Iniciação Científica sobre a representação da mulher muçulmana na mídia brasileira. O foco desta investigação está centrado nas implicações de como o fotojornalismo representa a outra cultura por meio da figura feminina, por entender que a fotografia contribui para a construção de sentidos, podendo gerar generalizações e simplificações nas representações visuais sobre mulheres islâmicas e sobre a religião islâmica.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotojornalismo; Produção de Sentido; Mulher; Islã.

### 1. INTRODUÇÃO

Nascido da necessidade do homem de estar em todos os lugares ao mesmo tempo, o jornalismo surge no período da Revolução Francesa, em meados do século dezoito (Pena, 2005, p. 23). A prática jornalística se expandiu e se especializou com o passar dos anos, mas não deixou de lado a essência informativa, que evoluiu e se moldou para dar mais sustentação às novas necessidades informacionais desenvolvidas pelo homem com o surgimento e adaptação da tecnologia à rotina redacional. Segundo Pena (2005), já que o homem não pode estar em todos os lugares ao mesmo tempo, mas deseja saber o que está acontecendo nos lugares mais distantes do mundo, cresce a necessidade dos correspondentes ou de alguma tecnologia que possa auxiliar o relato do homem. Pois a simples perspectiva de não ter a menor ideia do que passa ao nosso redor aterroriza nosso imaginário, como confirma o autor.

Em suma [...] afirmo que a natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer. E assim, ele acredita que pode administrar a vida de forma mais estável e coerente, sentindo-se um pouco mais seguro para enfrentar

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Jr 01 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante do 5º período do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, Bauru-SP. E-mail: vitoriapalmejani@hotmail.com.

<sup>3</sup> Doutoranda em Comunicação Midiática. Orientadora do trabalho e docente do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração. E-mail: esfranzone@yahoo.com.br.

o cotidiano aterrorizante do meio ambiente, mas, para isso, é preciso transpor limites, superar barreiras, ousar [...] Também é preciso que eles (os jornalistas) façam os tais relatos e reportem informações a outros membros da comunidade que buscam a segurança e a estabilidade do “conhecimento”. A isso, sob certas circunstâncias éticas e estéticas, posso denominar jornalismo. (PENA, 2005, 23).

Entre as tecnologias que surgiram para dar sustentação aos relatos jornalísticos, está a fotografia e, logo depois, o fotojornalismo, como uma adaptação ética e estética da tecnologia fotográfica para justificar a cobertura jornalística. À princípio, a imagem surgiu com a intenção testemunhal e também para tornar mais claras as questões abordadas no material jornalístico; surge inicialmente, como uma ilustração do conteúdo textualmente tratado. Para Sousa (2000), a fotografia passa a integrar a rotina jornalística por volta de 1842, porém era praticada de maneira ainda muito rudimentar devido à limitação espaço-temporal imposta pelos dispositivos técnicos e, por isso, ainda se desconhecia a prática do fotojornalismo no período, que só se desenvolveu a partir do final do século XIX.

A prática fotojornalística tal qual concebemos hoje – amparada por critérios jornalísticos de construção e seleção -, começa a dar seus primeiros passos quando os fotógrafos começam registrar acontecimentos históricos, principalmente em situações de conflito. No entanto, a tecnologia era precária, pois os equipamentos eram grandes e pesados, o que dificultava o transporte, fazendo com que as imagens fossem posadas.

As exigências do público, dos profissionais e dos consumidores levam, conseqüentemente, a avanços tecnológicos, que permitirão ganhos para o conteúdo das fotografias. É desta forma que a evolução da temática fotográfica do século XIX é acompanhada por conquistas técnicas. (SOUSA, 2000, p. 29).

Baitello (2012) afirma que depois da superação dessas limitações técnicas, surgem, efetivamente, as imagens midiáticas. Para o autor, essas surgem pela necessidade de superação de um abismo na inter-relação entre o eu-outro e, daí, a necessidade de se entender não só o contexto de produção dessas imagens veiculadas em meios de comunicação, mas as relações estabelecidas no momento da recepção, assim como as percepções produzidas pelos receptores, que têm papel ativo neste processo.

Sousa (2000) confirma essas ideias, ressaltando que os leitores passaram a ser observadores visuais, dando à fotografia, por si só, possibilidade de ser vista como força atuante e capaz de produzir sentido. “No mundo da imprensa, com as fotos, o conhecimento, o julgamento e a apreciação deixaram de ser monopolizados pela escrita” (SOUSA, p. 40).

A produção de imagens com teor jornalístico integra uma situação de recorte subjetivo da realidade, assim como a notícia recorta um trecho no fluxo de espaço-tempo com o objetivo de retratá-lo e, mesmo com a apreensão de técnicas de produção, esses recortes ainda assim trazem à tona relações de valor implementadas inconscientemente por quem as produz. São marcas da visão de mundo do fotógrafo, cultura da empresa jornalística ou ideologias trazidas por quem recebe a imagem todos fatores estruturantes no processo de significação; Cardoso (2005), mesmo que não trate sobre imagens em sua obra, afirma que o jornalismo tem função de reificadora de estereótipos imbuídos no imaginário popular, devido à necessidade do uso da linguagem na sua produção. Ao encontro do seu pensamento, pode-se incluir o uso da linguagem fotográfica que, também, passa por determinantes ideológicos que revelam a idiossincrasia de quem produz e de quem recebe esses conteúdos.

Tal qual o discurso orientado pelo senso comum, a produção de imagens – que também está submetida às dissociações de sentido carregadas pelo senso comum -, carrega certos estereótipos socialmente instituídos. Esses estereótipos carregam uma grande carga história e, sobretudo, religiosa para a comunidade islâmica residente no ocidente, principalmente após os atentados terroristas que ocorreram nos Estados Unidos da América em 11 de setembro de 2001, como exemplifica Gomes (2011).

[...] verifica-se que as representações do Islã caracterizam o muçulmano como o Outro, o Diferente, o da cultura distante e anticivilizada. E, após o marco: 11 de setembro de 2001, essas características jornalísticas contribuíram para reiterar aproximações do Islã como fundamentalista. Com isso, as visões sobre o Islã acabaram sendo vinculadas à cultura inferior, ou seja, um dos Outros da história internacional recente. (GOMES, 2009, p. 2).

Devido às características culturais da teologia islâmica e certos aspectos de sua decisão – como o uso do véu em público -, a crítica ocidental foca seus olhares sobre o papel da mulher dentro das sociedades muçulmanas, muitas vezes legando a elas papeis e lugares de fala dissonantes em relação ao seu lugar na literatura e cultura muçulmana. A sociedade ocidental em geral tem uma imagem deturpada da religião islâmica e, principalmente, do que significa a representação da mulher para esta religião e do Alcorão, livro sagrado islâmico. Diferente das religiões monoteístas tradicionais, como o judaísmo e o cristianismo, o Islã não apresenta diferenciação entre a mulher e o homem em sua literatura.

Está claro que a visão do Alcorão a respeito da mulher não difere da do homem. Ambos são criaturas de Deus e tem como sublime meta adorar o

seu Senhor, fazer boas ações e evitar o mal, e por isso, serão avaliados harmoniosamente. O Alcorão jamais menciona que a mulher é a porta de entrada para o mal ou que ela é uma enganadora por excelência. O Alcorão também jamais menciona que o homem é a imagem de Deus. Homens e mulheres são criaturas suas, e é tudo. (AZIM, 1978, p. 11).

O foco deste projeto é que o uso dessas generalizações, simplificações e a ausência de contextualização sobre as fotografias que trazem como objeto o Islã, e mais especificamente a mulher muçulmana, empobrecem seu significado cultural e servem como confirmação de estereótipos permeados de senso comum, principalmente no que diz respeito ao machismo e à misoginia muitas vezes associados à religião islâmica. Norteados e com objetivo de solucionar as seguintes questões problemas: De que modo a mulher muçulmana é representada na mídia brasileira por meio do fotojornalismo?; Como as imagens veiculadas reforçam estereótipos sobre a cultura e a religião islâmica no Ocidente?; Quais os elementos de sentido presentes na imagem que contribuem para a construção de um discurso que reforça determinado papel da mulher muçulmana? Da reflexão acerca destas questões surgem as hipóteses com as quais trabalharemos:

- a) A mulher muçulmana é representada pela mídia brasileira de forma estereotipada e focalizada a partir do etnocentrismo dos olhares do Ocidente.
- b) Por se tratar de um elemento estruturante na significação, as imagens fotojornalísticas colaboram com a disseminação de estereótipos sobre a mulher muçulmana.
- c) A importância dada na representação imagética a certos elementos de vestimenta da cultura islâmica (entre eles o uso do véu) auxilia na sedimentação desses estereótipos.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 GERAL**

Realizar um estudo sobre a representação da mulher muçulmana nas imagens de imprensa.

### **2.2. ESPECÍFICOS**

- a) Identificar o etnocentrismo presente na produção das imagens de mulheres muçulmanas veiculadas na mídia brasileira.
- b) Analisar os discursos visuais presentes nas imagens veiculadas na imprensa brasileira que retratam as mulheres muçulmanas.

- c) Refletir sobre a reprodução de estereótipos da mulher muçulmana –como submissa, sem garantia de direitos, infeliz etc.– no jornalismo brasileiro.

### **3. JUSTIFICATIVA**

Para Silva (2011) é na representação da realidade pelo jornalista que se concentra toda a problemática de maior ou menor fidelidade aos fatos que se refere. Existem soluções para que isso ocorra: usar ou não por completo a objetividade para noticiar um acontecimento; a contextualização; a humanização contra a espetacularização; aferir os dados exatos, entre outros. Tudo isso implica em apurar e apresentar a própria realidade e, por isso, há uma equivalência no procedimento de apuração com a realidade.

Devido à apuração e processo de pauta do jornalismo estar submetido às analogias da vida comum, os temas tratados pela imprensa muitas vezes são direcionados pelo olhar do sujeito que os descreve. É o caso das representações do mundo islâmico que, desde 2001, depois do atentado terrorista ao World Trade Center, em Nova York, aumentou significativamente, igualmente proporcional ao aumento da xenofobia e dos desenhos estereotipados do mundo islâmico nas produções midiáticas do ocidente. Segundo Gomes (2009) as representações sobre o Islã na mídia caracterizam o muçulmano sempre como “O Diferente”, que vive em uma cultura anticivilizada. É por este motivo que a sociedade tem uma visão pejorativa, geralmente reproduzida pela mídia sobre o mundo muçulmano.

Por conta do aumento nas movimentações de refugiados após o levante da primavera árabe, fato amplamente noticiado atualmente, pesquisadores estão tentando quebrar paradigmas e trazer à tona a verdade sobre o islamismo. Pesquisas acadêmicas sobre o mundo árabe estão sendo realizadas por grupos de estudos a fim de quebrar estereótipos representativos em que estamos inseridos. Há casos em que grupos inteiros de pesquisa se dedicam à temática islâmica, como o GRACIAS (Grupo de Antropologia em Contextos Islâmicos e Árabes), sediado na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas do campus de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo. Em termos acadêmicos, as pesquisas sobre o islã crescem igualmente às pesquisas que buscam investigar o jornalismo. Embora com teoria ainda incipiente, diversas áreas dedicam-se à interpretação da cultura islâmica a partir de olhares teóricos mais apurados; daí, a necessidade das ciências da comunicação dedicarem-se também a esta temática, já que faz parte de seu cotidiano. A interdisciplinaridade, aqui, se faz extremamente necessária, dado o caráter transdisciplinar das ciências sociais aplicadas, por este motivo este projeto terá

como universo metodológico não só as teorias da comunicação, mas as reflexões nascidas em outras áreas conceituais tanto sobre fotografia, quanto sobre cultura e representação. Surgirá, certamente, a necessidade de se investigar a partir de olhares circunscritos pelas ciências humanas, tais quais a antropologia, sociologia, arqueologia, história, geografia e filosofia, pois estas áreas de estudo foram estruturantes no processo de composição das teorias utilizadas pelas ciências sociais, onde encaixa-se o jornalismo.

Como dito anteriormente, AZIM (1978) destaca que a visão do Alcorão – livro que regimenta as relações dentro do islamismo – a respeito da mulher não difere da do homem, entretanto é uma constante nas representações midiáticas que a mulher muçulmana seja retradada como culturalmente inferior ao homem ou como tendo seus direitos fundamentais insistentemente violados – como se o machismo fosse exclusividade da cultura islâmica. Este trabalho não tem como objetivo totalizar que não haja opressão dentre as mulheres muçulmanas, mas sobretudo refletir sobre a maneira como o machismo está situado em todas as esferas sociais, por meio do patriarcado, e não como sendo exclusividade desta ou daquela cultura.

Cardoso (2005) diz que é dever do jornalista descobrir e colocar em xeque suas próprias crenças, para, a partir daí, informar a sociedade e fazer com que estes tenham questionamentos que gerem inter-relações na produção de sentido.

Por fim, um interesse pessoal também justifica essa pesquisa. Além de entender que este trabalho seja um passo importante, tanto para a academia quanto para crescimento pessoal, a disciplina de Fotojornalismo fez com que eu tivesse um olhar mais crítico sobre as representações midiáticas, sobretudo, pelas representações imagéticas. Também ressalto meu incômodo sobre a representação da mulher islâmica nas fotografias de jornais e os estereótipos que a sociedade reproduz sobre esta cultura, um exercício comum de etnocentrismo. É do meu interesse buscar recursos e discutir, ao final desta pesquisa de Iniciação Científica, como se dá a cobertura centrada na mulher islâmica e as implicações resultantes dessa visão jornalística.

#### **4. REVISÃO DE LITERATURA**

Inicialmente, o levantamento bibliográfico utilizará os seguintes autores de comunicação e de fotojornalismo, que tratam sobre a evolução do jornalismo e história da fotografia na imprensa: PENA (2005), SOUSA (2000), BAITELLO (2012), SILVA (2011) e CARDOSO (2005), além dos autores que estudam a imagem como representação

fotográfica, como SONTAG (2003), que proporcionarão um aporte teórico sobre a evolução histórica da representação imagética e da importância da fotografia na representação midiática, situando historicamente o momento que o fotojornalismo vive. Autores como SONTAG (2004) e KAMPER (2002) auxiliarão na compreensão da imagem como texto cultural além de sua apreensão técnica. Para a compreensão do método de pesquisa escolhido, utilizaremos GIL (2010) e GOODE (1979), que permitirão um aprofundamento maior nos conceitos da análise que se pretende fazer. AZIM (1978) e FERREIRA (2008) e FERREIRA (2001) auxiliarão nas discussões teóricas sobre o Islã, além de autores da antropologia, como STRAUSS (1981) e FEITOSA (2014) que ajudarão compreender o etnocentrismo presente nas reproduções estudadas e do olhar direcionado sobre culturas distintas da nossa. Autores como SANTAELLA (2011) e DUARTE (2010) serão necessários para compreensão da metodologia adotada. No decorrer da pesquisa, outros autores poderão compor essa revisão conforme for necessário.

## **5. METODOLOGIA**

Com o intuito de criar um aporte teórico sobre o tema, inicialmente será realizada uma pesquisa bibliográfica, principalmente no que diz respeito à evolução do fotojornalismo e o sobre as relações de composição dos materiais fotográficos, ideologia, Islã, mulher e gênero, conceituando teoricamente cada um destes objetos considerados necessários à reflexão sobre o problema apresentado. A apreensão de conceitos de antropologia social, como etnocentrismo e relativismo cultural, auxiliarão na compreensão do direcionamento pelas quais as coberturas estão submetidas, além da compreensão da ideologia como mecanismo de controle social. Após essa etapa, serão selecionadas as imagens midiáticas que serão analisadas nesta pesquisa. Posterior a isso, será realizada Análise de Imagem, utilizando os conceitos de Coutinho (2005) para aprofundamento. Outros autores auxiliarão na compreensão da imagem além da sua matiz superficial, aprofundando a pesquisa nos aspectos antropológicos e culturais da produção imagética.

As imagens serão selecionadas a partir do critério da presença da mulher islâmica e sua publicação em meios de comunicação de massa. O método utilizado para Análise de Imagem será a Semiótica Peirceana, do autor Charles Sanders Peirce, e a pertinência de seu uso está, antes de tudo, por tratar-se de um caminho metodológico que permite interdisciplinaridade e pelo método semiótico permitir possibilidades de diálogo com paradigmas até então estranhos (Duarte, 2010).

A conclusão dessas etapas permitirá solucionar o problema proposto no início deste projeto, além de refletir acerca das outras hipóteses formuladas.



## 6. REFERÊNCIAS

- BAALBAKI, Ezzeddine Hussein. **O Islã e o choque de civilizações**. São Paulo: Edição independente, 2006.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. **O pensamento sentado**: Sobre glúteos, cadeiras e imagens. Rio Grande do Sul: Editora Unisinos, 2012.
- BARROS FILHO, Clóvis; BARTOLOZZI, Pedro Lozano. **Ética na comunicação**: Da informação ao receptor. São Paulo, Moderna: 1995.
- BUITONI, Dulcília Schroeder. **Fotografia e jornalismo**: a informação pela imagem. São Paulo: Saraiva, 2011.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**: Por uma teoria marxista no jornalismo. Florianópolis: Insular, 2011
- GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.
- JOMIER, Jacques. **Islamismo**: História e doutrina. Petrópolis: Vozes, 1992.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos** – como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira, 2000.
- SILVA, Marconi Oliveira. **Era tudo mentira** – A verdade Jornalística. São Paulo: Intermeios, 2011.
- SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2004.
- SOUZA, Jorge Pedro de. **Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental**. Chapecó: Editora Grifos, 2000.