



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

ORIENTE E MÍDIA:
REPRESENTAÇÃO, ORIENTALISMO E CONTRA-HEGEMONIA

ANA CAROLINA OLIVEIRA MONTEIRO

Rio de Janeiro

2010



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

ORIENTE E MÍDIA:
REPRESENTAÇÃO, ORIENTALISMO E CONTRA-HEGEMONIA

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo

ANA CAROLINA OLIVEIRA MONTEIRO

Orientador: Professor Doutor Mohammed El Hajji

Rio de Janeiro

2010

FICHA CATALOGRÁFICA

MONTEIRO, Ana Carolina Oliveira.

Oriente e mídia: Representação, Orientalismo e contra-hegemonia. Rio de Janeiro, 2010.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO

Orientador: Prof. Dr. Mohammed El Hajji

MONTEIRO, Ana Carolina Oliveira. **Oriente e Mídia: Representação, Orientalismo e Contra-hegemonia**. Orientador: Prof. Dr. Mohammed El Hajji. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo

RESUMO

A proposta deste trabalho é analisar as representações do mundo árabo-Islâmico na mídia ocidental, em especial a brasileira, e os esforços deste grupo para a produção de conteúdos contra-hegemônicos. Para tanto, o presente estudo se divide em três partes.

Na primeira, discutem-se os conceitos de Representação, Clichê e estereótipo, Alteridade, Eurocentrismo e Mídia. Em seguida, analisa as relações entre o Ocidente e o Oriente, a constituição de uma área de estudos voltada para o Oriente: o Orientalismo, e a abordagem midiática do mundo árabo-islâmico. O livro de Edward Said “Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente” norteia a análise das relações históricas entre as sociedades ocidentais e orientais. A última parte do trabalho aborda as TICs, a mídia alternativa e a mídia contra-hegemônica árabo-islâmica.

Dedico este trabalho aos que me ajudaram durante os longos anos na Eco. À minha família, pelo apoio, amor e estímulo constante. Aos amigos, por cada momento. Aos professores pelo tanto que aprendi.

A minha família.

Ao professor Mohammed El Hajji, pelo apoio e orientação, indispensáveis à realização deste trabalho.

Ao meu irmão, pelas leituras e revisões.

A tantos amigos que cansaram de ouvir “Hoje não dá, tenho que trabalhar na minha monografia”.

Obrigada!

ÍNDICE

1. Introdução.....	1
2. Conceitos base.....	6
2.1 Representar para relacionar.....	6
2.2 Clichê, estereótipo e alteridade.....	9
2.3 Eurocentrismo.....	16
2.4 Representação na mídia.....	21
3. Mundo árabo-islâmico na mídia.....	26
3.1 Definição de Oriente.....	26
3.2 Relações entre Ocidente e Oriente e o Orientalismo.....	29
3.3 Oriente na mídia ocidental.....	32
3.4 O oriental no imaginário brasileiro e sua representação na mídia.....	37
4. Mídias contra-hegemônicas: voz própria.....	44
4.1 Mídias alternativas e TICs.....	45
4.2 Al Jazeera.....	48
4.3 Veículos de mídia árabo-islâmicos no Brasil.....	52
5. Conclusão.....	58
6. Bibliografia.....	62

1. INTRODUÇÃO

O Brasil, considerado a partir de seu “descobrimento” pelos portugueses, esteve sempre inserido em um processo de globalização, ainda que diferente do entendimento atual do termo. A cultura brasileira sofre influência de diversos povos: os indígenas nativos, os colonizadores, os africanos e os diferentes grupos que imigraram para o país. A formação étnica brasileira também é muito diversificada. Por isso, os brasileiros geralmente se orgulham em afirmar que não existe preconceito étnico-racial no país, que indivíduos e culturas de toda a parte do mundo são aceitos e celebrados dentro do território nacional.

Entretanto, afirmar que não existe este tipo de preconceito é uma das formas mais perigosas de contribuir para a sua manutenção, pois impede ou deslegitima qualquer tentativa de combatê-lo.

O presente trabalho visa analisar, a partir da metodologia de revisão bibliográfica, o papel da mídia de massa ocidental, em especial a brasileira, no processo de representação de grupos minoritários, mais especificamente, do mundo árabo-islâmico. Além disto, analisar os possíveis esforços de produção de conteúdos alternativos por parte deste grupo.

Desde os atentados terroristas ao World Trade Center em Nova Iorque, cresceu o espaço dedicado pelos meios de comunicação de massa ocidentais a conflitos e questões político-econômicas do mundo árabo-islâmico. A Guerra do Afeganistão e a invasão do Iraque por tropas lideradas pelos Estados Unidos tiveram grande repercussão em todo o mundo ocidental a partir do acompanhamento feito pela mídia. Além disso, a chamada Guerra contra o Terror – também encabeçada pelo governo norte-americano durante o governo de George W. Bush – aumentou o número de artigos e notícias relativos ao terrorismo, quase sempre associados a grupos árabo-islâmicos.

Nos últimos anos, ganhou destaque na mídia internacional ocidental a República Islâmica do Irã, país que tem como líder supremo o Aiatolá Ali Khamenei e, atualmente, está sob a presidência de Mahmoud Ahmadinejad. Políticas autoritárias e o desrespeito aos Direitos Humanos, assim como o medo do projeto do país persa de enriquecimento de urânio para a produção de energia atômica são o foco das matérias produzidas pela mídia ocidental.

Em resumo, o Oriente, que sempre tomou de assalto a mídia ocidental em episódios individualizados, ganhou maior frequência no noticiário ocidental. Dificilmente, passa-se uma semana sem que ao menos uma notícia sobre o Oriente Médio e questões ligadas ao mundo árabe-islâmico seja veiculada. Entretanto, o aumento da presença árabe-islâmica nos noticiários não representa um aprofundamento da relação entre as culturas ocidentais e as árabe-islâmicas, como será visto no decorrer deste trabalho.

Para analisar a atuação da mídia na relação entre Oriente e Ocidente, este trabalho está dividido em três partes. Em um primeiro momento, o foco será na definição de alguns conceitos centrais na análise do funcionamento da mídia: Representação, Estereótipo, Eurocentrismo e Mídia. Através da análise e definição destes conceitos, pretende-se criar uma base para discutir como o Homem se relaciona com o mundo onde vive, com outras pessoas e com as diferenças. Esta relação acontece não apenas no nível individual, mas também através de experiências coletivas.

Logo, as representações serão analisadas a partir da experiência humana individual e social, ou seja, através de processos comunicativos. Para que isto ocorra, o indivíduo deve, portanto, partilhar conceitos e linguagens com outros indivíduos do grupo de pertencimento. Outro fator importante é o processo de classificação mental das coisas, pessoas e lugares pelo homem.

Para absorver objetos, locais e pessoas do ambiente em que está inserido, o homem classifica-os. Nesta classificação, o indivíduo caracteriza os objetos e pessoas com que entra em contato a partir das diferenças e semelhanças que estes têm em relação à sua própria cultura. A diferença adquire, dentro dos processos de representação, um caráter ambivalente. Ela pode ser vista como um fator positivo ou negativo, despertando interesse, curiosidade, preconceitos ou até mesmo temor.

Outro fator que influencia a análise pretendida é a lógica Eurocêntrica, na qual se baseiam as sociedades ocidentais atuais, isto é, valores, culturas e práticas de origem européia são considerados superiores aos de outros povos. Entende-se por origem européia não apenas aquelas características vindas diretamente de países da Europa, mas de todos os países centrais, incluídos Estados Unidos, Canadá, Austrália e outros, que apesar de geograficamente não pertencerem à Europa, alcançaram o “status” de europeus, por incorporar e inserir-se plenamente na lógica vigente, não lhe oferecendo riscos.

A lógica do eurocentrismo determina também a forma como países, grupos e classes dominantes lidam com o outro e com a diferença. Uma vez que um indivíduo ou uma sociedade considera-se superior às demais, ele tende a subjugar, reduzir e estereotipificar o outro. Como será visto ao longo deste trabalho, o uso dos estereótipos é uma constante na representação do oriental no imaginário ocidental. Com isto, o ocidental reduz e desvaloriza o que vem do Oriente.

Dentro dos processos citados, faz-se necessário considerar que os meios de comunicação, especialmente os de massa, têm grande influência na construção social coletiva contemporânea. Através de redes televisivas, jornais de grande circulação e rádios, são construídos e partilhados valores e identidades de grupo, nacionais ou globais. O homem contemporâneo constrói em seu imaginário a imagem de outros grupos e sociedades e, até mesmo, do próprio grupo a que pertence a partir dos conteúdos divulgados pela mídia. A mídia tem grande importância no processo de definir o que deve ou não ser valorizado dentro de uma sociedade. Daí, o papel central dos meios de comunicação na experiência coletiva contemporânea.

Num segundo momento, este trabalho procura analisar as relações entre o Ocidente e o Oriente, a construção do Oriente e do oriental no imaginário coletivo ocidental, e a abordagem midiática do mundo árabo-islâmico. Destaca-se a contribuição do livro “Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente” de Edward Said para o desenvolvimento desta análise.

Edward Said foi um intelectual palestino, nascido em Jerusalém. Ele foi para os Estados Unidos, em 1951, para estudar. Formou-se Bacharel e Mestre em Artes pela Universidade de Princeton, e Doutor em Literatura Inglesa, pela Universidade de Harvard. Said foi professor durante 40 anos na Universidade de Columbia, nos Estados Unidos. Ele defendia os direitos palestinos, tendo integrado o Conselho Nacional Palestino, de 1977 a 1991, quando pediu demissão por discordar do apoio dado por Yasser Arafat a Saddam Hussein durante a Guerra do Golfo.

O seu livro Orientalismo é considerado o marco fundador do Pós-colonialismo, conjunto de ferramentas teóricas cujo objetivo seria fornecer meios para analisar os efeitos políticos, filosóficos, artísticos e literários das práticas colonialistas, mesmo após o seu fim, nos países colonizados. Neste livro, Edward Said introduz o conceito que leva o mesmo nome: Orientalismo, que seria a forma através da qual os ocidentais criaram uma visão distorcida do Oriente para justificar as práticas e ambições coloniais e imperialistas dos países europeus e dos Estados Unidos.

Apesar de focado nas relações entre Oriente e Ocidente, a linha de raciocínio e as construções teóricas elaboradas pelo autor podem ser aplicadas no estudo das relações da cultura ocidental com vários outros grupos minoritários, sejam eles étnicos ou não, externos ou internos. Daí a grande importância do autor e do livro para este trabalho.

Com base no desenvolvimento teórico de Edward Said e dos conceitos a serem estudados no primeiro capítulo, será analisada a forma com que a mídia ocidental aborda o Oriente Médio e temas sobre o mundo árabo-islâmico. Será dada ênfase ao cenário brasileiro e na forma como a mídia nacional fala do mundo árabo-islâmico, seja no contexto internacional ou ao discutir a presença e influência árabe e islâmica dentro do país.

Em seguida, o presente trabalho analisa a produção de conteúdos contra-hegemônicos por grupos árabo-islâmicos. Num primeiro momento, será necessário definir o que pode ser considerada produção alternativa e contra-hegemônica. Nem todo o conteúdo que é produzido por pessoas, grupos e empresas que não as de grande porte pode ser considerado alternativo. Isto porque para que seja contra-hegemônico, um veículo ou ação não pode seguir a mesma lógica dos meios de comunicação de massa. Ao contrário, ele deve de alguma forma questionar os modos e conteúdos da produção hegemônica.

O primeiro meio de comunicação associado à produção alternativa foi a Rádio. As rádios piratas inglesas deram início a uma onda de programações feitas por jovens descontentes com o que era produzido pelas rádios oficiais, que eram colocadas no ar de forma ilegal, utilizando-se das ondas das grandes rádios para emitir seus programas. No Brasil, as rádios livres surgiram como forma de mostrar o descontentamento com a limitação da expressão e do acesso à produção, já que o direito à emissão radiofônica era concentrado nas mãos de poucas pessoas e grupos dominantes.

Outro ponto a ser discutido dentro da terceira parte do trabalho é como a mídia alternativa e as novas tecnologias de informação e comunicação se relacionam. Na última década, a popularidade da internet cresceu em todo o mundo. No Brasil, este meio de comunicação encontrou um público aberto às novas tecnologias. Redes sociais e ferramentas virtuais alcançaram um sucesso enorme no país, que é um dos mais representados no mundo virtual.

Sabe-se que a internet facilita a comunicação em nível global, mas até que ponto ela estimula a produção de conteúdos que sigam lógicas diversas daquela dominante? A estrutura horizontal do ambiente virtual facilita a interatividade e o deslocamento entre

as posições de emissor e receptor. Estas são algumas das características que, como será visto ao longo do trabalho, fazem das novas tecnologias de comunicação uma importante aliada na produção e divulgação de visões de mundo e conteúdos alternativos.

Em seguida, analisaremos alguns exemplos de produção alternativa pelos árabes e islâmicos. Em nível global, a análise será centrada no caso da rede Al Jazeera, sediada no Catar, e que obteve fama mundial a partir dos atentados ao World Trade Center, em Nova Iorque, em 11 de setembro de 2001, quando veiculou um pronunciamento de Osama Bin Laden a respeito dos episódios. A Al-Jazeera combina o modelo e estrutura ocidental de jornalismo com características culturais árabo-islâmicos, apresentando conteúdos diversos e focando em questões muitas vezes deixadas de lado pela mídia ocidental.

No Brasil, a análise partirá dos jornais e círculos literários organizados por imigrantes de origem árabe logo que chegaram ao país, até os dias atuais. Inicialmente, veículos árabe-islâmicos tinham como objetivo facilitar e auxiliar os imigrantes árabes na adaptação ao novo lar. Tem destaque, nesta produção inicial, a literatura, em especial a poesia árabe produzida dentro do Brasil, que não ficou restrita ao país, influenciando a poesia árabe em todo o mundo.

Nos tempos mais recentes, sites e organizações árabo-islâmicos produzem conteúdos e eventos voltados para a desconstrução de estereótipos sobre árabes, comuns no mundo ocidental.

2. CONCEITOS BASE

Para discutir a caracterização feita pela mídia de qualquer grupo social, é necessário antes analisar o processo através do qual os seres humanos se relacionam com o mundo, com o “Outro” e com as diferenças. A primeira consideração a ser feita é que o homem partilha o mundo e suas experiências com outros homens através de representações do mundo e destas experiências.

Para que estas representações tenham efeito comunicativo, as pessoas incluídas no diálogo têm que partilhar minimamente suas culturas, conceitos e linguagens. Além disso, para dar conta de todas as coisas que o cercam, o homem classifica mentalmente objetos, pessoas e lugares. Esta classificação é feita por meio de diferenças e semelhanças com a cultura do indivíduo.

Atualmente, estudiosos de diversas áreas ligadas às interações humanas admitem que é através do reconhecimento de diferenças que o homem constrói sentidos. As formas de lidar com as diferenças, entretanto, podem ser positivas ou negativas.

Até mesmo o uso de estereótipos, palavra que, no senso comum, carrega um valor negativo, é aceito como forma de simplificação usada pelo homem para que seja capaz de organizar a grande quantidade de informações e diferenças dispersas no mundo. Mais uma vez, o uso que o homem faz dos estereótipos pode se dar positivamente – para permitir a organização do mundo ao redor de uma pessoa – ou negativamente – servindo como ferramenta para a criação e manutenção de preconceitos e do etnocentrismo.

A mídia, em especial a de massa, se utiliza destes conceitos para transferir suas mensagens a um grupo o maior possível. Deste fato surge uma questão: a mídia se utiliza de estereótipos e relações de diferença para comunicar melhor ou para manter os mesmos estereótipos, em um processo de auto-perpetuação que sustenta uma lógica etnocêntrica?

2.1 Representar para relacionar

Para se relacionar com outras pessoas, o homem utiliza-se da linguagem – conceito aqui pensado de forma ampla. Estas linguagens podem ser orais, gestuais,

imagéticas e etc. As linguagens funcionam dentro de um sistema de representação. Ela é a forma com que o homem representa, utilizando-se de signos, os conceitos relativos ao mundo onde vive (real).

Estes Sistemas de Representação seriam as culturas, que se dividem em duas partes: um mapa conceitual – onde o homem guarda conceitos e ideias sobre o mundo – e o universo linguístico – onde armazena os signos. Para que duas pessoas se considerem da mesma cultura, elas têm que dividir, minimamente, um mapa conceitual e o universo linguístico. Ou seja, pertencer a uma mesma cultura é ter conceitos e ideias semelhantes relativas ao mundo, saber traduzi-los em palavras ou signos, e saber como a(s) linguagem(ns) pode ser interpretadas para fazer referência ao mundo real.

Existem três teorias que explicam como se dá o processo de representação na comunicação humana: Reflexiva, Intencional e Construtivista. A mais aceita atualmente é a última.

Segundo a Teoria Reflexiva de Representação, a linguagem funciona como um espelho, refletindo o significado contido no objeto, pessoa ou evento do mundo real que está sendo representado. Neste caso, a linguagem apenas reflete o real significado já existente no mundo.

Na Teoria Intencional de Representação, o emissor (falante, ou autor) impõe o seu significado único ao mundo através da linguagem. Ou seja, as palavras (ou demais signos) representam aquilo que o autor deseja que elas signifiquem. Segundo esta teoria, quem detém o controle dos significados são os emissores.

Já para a Teoria construtivista de Representação, nenhum dos dois – objeto ou emissor – pode atrelar um significado único à linguagem. As coisas não significam em si mesmas, nem o emissor pode impor um significado à sua mensagem. O significado é construído, através de sistemas de representação, constituídos de conceitos e signos. Não se deve confundir o mundo material, em que as coisas e as pessoas existem, e as práticas e processos simbólicos através dos quais representação, significado e linguagem operam. Ou seja, existem dois mundos: um real – em que as coisas efetivamente existem – e outro conceitual.

Considerado o fundador da linguística moderna, Ferdinand Saussure em seus estudos sobre as linguagens desenvolveu o conceito de signos linguísticos, através dos quais o homem interage, que, em resumo, podem ser definidos como tudo aquilo que substitui alguma outra coisa, representando-a para alguém (RABAÇA, 1998). Os signos são compostos por duas partes: o significante e o significado. O significante é a forma

gráfica, imagem acústica (marca psíquica) de um signo linguístico. O significado é o valor, conteúdo semântico atribuído a um signo linguístico.

A relação entre significado e significante é a significação. Esta relação é determinada pelos diversos códigos culturais, mas não de forma permanente. Os conceitos (ou significados) referidos por um determinado signo podem ser alterados, em função do contexto cultural ou temporal. Stuart Hall ressalta a importância para os estudos sobre representação e cultura desta flexibilidade na relação entre significado e significante, apontada por Saussure: “Se a significação resulta de um sistema de convenções sociais específico de cada sociedade ou momento histórico, então podemos afirmar que todo sentido é produzido dentro de um contexto histórico e cultural” (HALL, 1997, p 32)¹.

Com isto, o estudo das representações se abre para a constante produção de novos significados e sentidos, novas interpretações. Entretanto, o estudo de Saussure se focou nos aspectos formais da linguagem, não deixando espaço para a avaliação das questões relativas às relações de poder em que a linguagem pode estar inserida.

O filósofo francês Michel Foucault (*apud* HALL, 1997, p.48) inseriu a relação entre poder e conhecimento no estudo das representações. Para isto, ele dá menor importância às questões linguísticas, ao contrário de Saussure. Michel Foucault desenvolve o conceito de discurso como sistema de representação.

Discurso, como definido por Foucault, engloba linguagem e prática. Este conceito não se resume a um texto, ou a uma fala apenas. O discurso é característico da forma de pensar ou do estágio de conhecimento (que um grupo tem sobre alguma coisa) em um dado momento histórico. Como tanto, ele vai aparecer em vários textos e nos comportamentos de uma sociedade em um determinado momento.

Para Foucault, significado e significação ocorrem sempre dentro de um discurso. Mais uma vez, isso não quer dizer que objetos, pessoas não existam materialmente. Os objetos do mundo real existem. Eles, porém, adquirem significado apenas dentro de um determinado discurso. Michel Foucault defende que, como as pessoas podem obter conhecimento sobre as coisas apenas através de processos de significação (ou seja, se estes tiverem um significado), então é o discurso, e não as coisas em si mesmas, que produzem conhecimento.

¹ Tradução da autora. “If the relationship between a signifier and its signified is the result of a system of social conventions specific to each society and to specific historical moments – then all meanings are produced within history and culture”.

Uma vez que todo conhecimento corresponde a um discurso, o estudo de uma área forçosamente inclui alguns itens, segundo Foucault. O primeiro deles é que afirmações feitas anteriormente sobre o assunto objeto do estudo fornecem um grau de conhecimento sobre ele. Outro fato a ser considerado são as regras que determinam as formas aceitas para falar, tratar deste assunto. Foucault também afirma que para qualquer área de estudo – uma vez que ela se desenvolve dentro de um discurso – necessariamente existem sujeitos que personificam este discurso. Sujeitos estes que têm os atributos que seriam esperados deles, de acordo com os conhecimentos desta área que está sendo estudada. Além disso, este conhecimento sobre o assunto obtém autoridade, constituindo a “verdade” sobre a questão estudada.

Assim, o comportamento e a postura das outras pessoas pertencentes à sociedade em que este discurso vigora são determinados pelo uso que se faz do conhecimento através do discurso. Logo, pode-se afirmar que, para Foucault, o conhecimento pode ser utilizado como uma forma de poder. Mas não apenas isto. Para o filósofo francês, o poder também influencia a determinação das circunstâncias nas quais o conhecimento deve ser aplicado ou não.

A ligação entre poder e conhecimento não apenas fornece autoridade mas também tem a capacidade de fazer o próprio conhecimento em questão ser verdade. Nas palavras de Foucault: “Não existe relação de poder sem uma correspondente criação de um campo de conhecimento, nem existe qualquer conhecimento que não pressuponha e gere ao mesmo tempo relações de poder” (FOUCAULT *apud* HALL, 1997, p. 49)².

2.2 Clichê, estereótipo e alteridade

Como foi dito anteriormente, o homem organiza mentalmente conceitos e representações do mundo a partir das diferenças e semelhanças que tem com eles. A importância atribuída à diferença no processo de representação tem várias justificativas. Em “The spectacle of the Other”, Stuart Hall (HALL, 1997, p. 234) cita quatro motivos para a questão das diferenças vir à tona nos Estudos Culturais.

A primeira explicação tem base no uso dos estudos de linguística de Saussure como modelo para entender o funcionamento da cultura. A justificativa é simples: sem a

² Tradução da autora. "There is no power relation without the correlative constitution of a field of knowledge, nor any knowledge that does not presuppose and constitute at the same time, power relations".

diferença não seria possível construir significados. Assim como no campo linguístico a diferença entre o branco e o preto é o que as define, e não uma essência inerente ao branco ou ao preto, pertencer a uma sociedade ou cultura não é definido apenas pelas características desta cultura, mas também se deve ao fato de poder diferenciá-la das outras culturas. A diferença carrega consigo uma mensagem, um significado.

Este modelo binário de uso da diferença sofre duas críticas: é reducionista e raramente pode ser utilizado de forma neutra. A distinção binária pode ser considerada reducionista porque, ao definir uma estrutura bipolar rígida, ignora todas as distinções que possam existir no intervalo entre os dois grupos. Voltando ao exemplo da distinção feita entre preto e branco para dar significado às duas cores, onde ficam, nesta consideração, todas as tonalidades de cinza? A segunda crítica, defendida por Jacques Derrida (*apud* HALL, 1997, p. 235), é que, normalmente, um dos pólos da distinção binária é dominante. Existe sempre uma relação de poder dentre os pólos de uma oposição binária. Assim sendo, o branco se imporia ao preto, assim como, por exemplo, a cultura britânica era tida como superior, no período do imperialismo, às das colônias.

A diferença também é usada nos estudos culturais sob a justificativa de que é possível construir significado apenas através do diálogo com o “Outro”. O crítico russo Mikhail Bakhtin (*apud* HALL, 1997) argumentava que o significado surge na troca entre diferentes partes dentro de um diálogo. Nenhuma das partes de um diálogo possui controle sobre os significados dos signos que vai utilizar. Apenas quando se apropria da palavra, adaptando-a ao uso semântico que quer fazer dela, que o falante tem controle desta. Para, em seguida, ter seu significado modificado durante a interação com outras pessoas. Existe, portanto, uma disputa pelo “poder de significação”.

Conseqüentemente, fica implícito que o significado não pode ser fixado jamais e que o processo de significação nunca estará inteiramente nas mãos de um grupo cultural. Uma das conseqüências práticas deste pensamento é que, para determinar o que significa pertencer a uma cultura, é necessário levar em conta o que os integrantes desta cultura pensam de si próprios, o que eles pensam dos outros com os quais se relacionam, e o que os outros pensam desta cultura e seus integrantes. O que pode chocar, neste caso, é que a determinação do significado de uma cultura dominante depende também das impressões que os dominados têm dela.

A terceira justificativa para a importância de abordar as diferenças no estudo das culturas é que a significação das coisas (fenômeno do qual depende a cultura) acontece

a partir da sua colocação em diferentes posições dentro de um sistema de classificação. Ou seja, a cultura se baseia na marcação da diferença.

Este processo de classificação pode, entretanto, suscitar sentimentos e práticas negativos. As culturas pensadas desta maneira, ao tentar manter sua estabilidade, exigem que as coisas e seus significados fiquem no espaço reservado a elas durante o processo de classificação dos mesmos. Com isso, todas as coisas que terminam colocadas em uma categoria equivocada, ou então não se encaixam em nenhuma das categorias já existentes, perturbam a ordem cultural. Os limites simbólicos lutam para manter as categorias puras, dando um único significado e identidade à cultura. Dentro do mesmo processo de purificação das categorias simbólicas, muitas culturas se fecham aos estrangeiros, intrusos, aos “outros”. Este processo não ocorre, entretanto, sem contradições:

Os limites simbólicos são centrais em todas as culturas. Produzir “diferença” nos leva, simbolicamente, à aproximação e a dar suporte à nossa cultura, e a estigmatizar a expelir tudo que seja definido como impuro, anormal. No entanto, paradoxalmente, este processo também torna a “diferença” em algo poderoso, estranhamente atrativo justamente porque é proibido, tabu, ameaçador à ordem cultural. Deste modo, o que é socialmente periférico é muitas vezes simbolicamente centrado. (HALL, 1997, p. 237)³

A última justificativa para o uso das diferenças nos estudos culturais surge do emprego da diferença na psicanálise. O argumento para este uso é que “o “outro” é fundamental na constituição do “eu”, na construção do eu como indivíduo, e da identidade sexual” (HALL, 1997, p. 237)⁴. A implicação disto seria que a subjetividade dos indivíduos depende das relações inconscientes com o outro internalizado. O outro representa o que nos completa, o que nos falta.

É importante ressaltar, a partir destas quatro definições da diferença como fator indispensável aos estudos culturais, que a diferença é ambivalente, podendo ser vista de forma positiva ou negativa.

³ Tradução da autora. Texto original: “Symbolic boundaries are central to all culture. Making 'difference' leads us, symbolically, to close ranks, shore up culture and stigmatize and expel anything which is defined as impure, abnormal. However, paradoxically, it also makes 'difference' powerful, strangely attractive precisely because it is forbidden, taboo, threatening to cultural order. Thus, 'what is socially peripheral is often symbolically centred”.

⁴ “The other is fundamental to the constitution of the self, to us as subjects, and to sexual identity”.

Como já foi visto, o indivíduo e a sociedade operam culturalmente identificando diferenças com o “Outro”. Estas diferenças são classificadas de acordo com a posição que ocupam dentro de um sistema mental ou social em que todas as coisas são organizadas. Ao operar estas classificações, o indivíduo, assim como as sociedades, tende a reduzir – especialmente o “outro” – a um pequeno grupo de características “essenciais”, tidas como fixas. Esta visão reducionista é chamada de estereótipo.

Estereótipo é um processo de impressão que usa chapas fixas do material a ser reproduzido. O termo foi utilizado pela primeira vez nas Ciências Sociais pelo escritor norte-americano Walter Lippmann na publicação “Public Opinion” em 1922.

O autor trabalha com duas noções de estereótipo. Na primeira, estereótipo é visto como uma forma necessária de processar informação, especialmente em sociedades muito diferenciadas. Esta noção coloca no mesmo nível estereótipo e padrões mais amplos de tipificação e representação. Pode-se concluir daí que estas “representações seletivas, parciais, ultra-simplificadas e instrumentais do Outro são parte integral do processamento mental dos estímulos” (FREIRE, 2004, p.46), podendo, portanto, ser consideradas necessárias.

A segunda noção de estereótipos trabalhada por Lippmann, contudo, os coloca como “construções simbólicas enviesadas, infensas à ponderação racional e resistentes à mudança social” (FREIRE, 2004, p. 47). Ou seja, estereótipos atuam para dar sentido às experiências sociais, mas objetivando impedir qualquer flexibilidade de pensamento, em prol da manutenção da ordem social – incluídas as relações de poder, desigualdade e exploração –, sendo também usados para justificar comportamentos hostis com o “outro”.

Apesar de os considerar representações necessárias, Lippmann (*apud* HAMILTON, 1981, p. 2) não os via como estruturas neutras, descrevendo-os assim: “os sistemas de estereótipos podem estar no âmago de nossa tradição pessoal, as defesas de nossa posição na sociedade”⁵. Ou seja, o estereótipo é usado pelo homem como forma de manter sua posição social.

A partir do conceito introduzido por Lippmann, os pesquisadores Daniel Katz e Kenneth Braly deram início aos estudos empíricos de estereótipos, ligando pela primeira vez, de forma direta, estereótipos e preconceitos (no caso das pesquisas desenvolvidas pelos dois, o foco estava em preconceitos raciais). Os autores definem o

⁵ Tradução da autora: “The systems of stereotypes may be the core of our personal tradition, the defenses of our position in society”

preconceito racial como “um conjunto generalizado de estereótipos de alto nível de consistência, incluindo respostas emocionais às denominações raciais, e a crença na existência de características típicas associadas às denominações raciais”⁶ (KATZ e BRALY, *apud* HAMILTON, 1981, p.6).

Uma característica importante dos estereótipos, que lhes assegura força e durabilidade, é a sua capacidade de auto-perpetuação. Uma vez que o indivíduo absorve um “conhecimento” e o aceita como verdadeiro, ele passa a usar casos individuais para confirmar a validade geral desta informação, fazendo com que os estereótipos – que não representam de forma precisa as características de um grupo em geral – sejam aceitos de forma persistente e duradoura como tanto. Neste contexto, os processos cognitivos do indivíduo ajudam a criar evidências que transformem as experiências individuais em base para a confirmação de estereótipos. Ou seja, na defesa do que sabe (os estereótipos) e, conseqüentemente, de sua posição na sociedade, o indivíduo se agarra aos dados que possam confirmar aquilo que ele “sabe”, dando mais importância aos dados confirmatórios do que a evidências estatísticas ou outras fontes de informação que negariam a validade geral do estereótipo (HAMILTON, 1981, p. 201 e 202).

Já foi visto, até aqui, que o uso de estereótipos configura uma prática de efeito essencialista, reducionista e naturalizador. Na tentativa de diferenciar esta prática – geradora de preconceitos – da classificação indispensável para a interpretação do mundo pelo homem, Richard Dyer (*apud* HALL, 1997, p. 257) faz a distinção entre tipos e estereótipos.

Os tipos seriam a forma com que o homem compreende o mundo, classificando pessoas, objetos e eventos como pertencentes ou relativos a uma determinada área dentro de um esquema classificatório mental que se organiza de acordo com a cultura deste indivíduo. Ou seja, o homem entende o específico a partir de sua “tipificação”.

Já os estereótipos, como explicado anteriormente, seriam a redução de uma pessoa, coisa ou evento a um grupo de características fáceis de determinar, simplificando e dando maior peso a estas características, e excluindo a possibilidade de mudança. Isto é, o estereótipo fixa o objeto em um determinado grupo de classificação.

Além disso, o estereótipo é usado como meio de separar as coisas, de forma binária, em normais ou anormais, em aceitáveis ou inaceitáveis. Além de exercer esta classificação, o uso de estereótipo termina por excluir tudo que não se encaixa, tudo que

⁶ Tradução da autora: “a generalized set of stereotypes of a high degree of consistency which includes emotional responses to race names, a belief in typical characteristics associated with race names”.

não é considerado aceitável e normal. A partir da análise desta característica, fica fácil entender por que os estereótipos são considerados um instrumento de manutenção da ordem social e simbólica. Uma vez que, a partir dos estereótipos, um grupo, uma pessoa ou um comportamento é considerado desviante, ele é excluído, não colocando em risco os valores dominantes.

Pode-se concluir, também, que o uso de estereótipos tende a ocorrer em situações em que existe grande disparidade de poder. Isso porque

a determinação da normalidade (isto é, o que é aceito como 'normal') através de estereótipos e classificações sociais é um aspecto do comportamento de grupos dominantes (...) na tentativa de conformar a sociedade como um todo de acordo com a sua própria visão de mundo, sistema de valores, percepção e ideologia⁷ (DYER *apud* HALL, 1997, p.259)

Ou seja, o estereótipo é uma prática que se encaixa naquilo que Foucault chama de relação entre Poder e Conhecimento e, também, seria um dos aspectos do que Gramsci chama de disputa pela Hegemonia.

É importante lembrar que para os dois estudiosos o poder não se resume ao uso de força bruta. O poder também se utiliza da sedução, busca o consentimento. O poder não pode ser visto como monopólio de um grupo que se impõe e domina grupos que lhe estão subordinados. O poder inclui dominador e dominado em seu funcionamento. Além disso, o poder “produz novos discursos, novos tipos de conhecimento, novos objetos de conhecimento, dá forma a novas práticas e instituições”⁸ (HALL, 1997, p. 261).

Stuart Hall ressalta ainda que, no processo de confirmação dos estereótipos, os grupos minoritários vítimas do estereótipo acabam “presos” dentro de sua lógica binária, podendo ocupar apenas duas posições, em extremos opostos, que terminam por confirmar o estereótipo. Este processo se baseia no trabalho da representação em dois níveis: um consciente e outro suprimido, em que o primeiro funciona como máscara para o segundo.

O exemplo dos negros norte-americanos no período anterior ao movimento pelos Direitos Civis utilizado por Stuart Hall explica bem o funcionamento do estereótipo em

⁷ Tradução da autora: “The establishment of normalcy (i.e. what is accepted as ‘normal’) through social- and stereo-types is one aspect of the habit of ruling groups ... to attempt to fashion the whole of society according to their own world view, value system, sensibility and ideology”.

⁸ “It produces new discourses, new kinds of knowledge, new objects of knowledge, it shapes new practices and institutions”.

duas esferas de percepção. Os homens negros eram infantilizados pelos brancos, sendo chamados de meninos, tratados como crianças que precisam de orientação e proteção. Esta era a esfera consciente do estereótipo. O nível inconsciente era a fantasia de que os homens negros são agressivos, excessivamente sexuais. Os negros reagiam à infantilização adotando uma postura hiper-masculinizada, quase caricatural. Com isso,

quando os negros se comportam desta forma hiper-masculinizada, eles parecem desafiar o estereótipo (de que são apenas crianças) – mas ao fazer isso, eles confirmam a fantasia que está por trás ou que é a estrutura profunda do estereótipo (de que eles são agressivos, super-sexuados e super-dotados)⁹ (HALL, 1997, p.263)

João Freire ressalta ainda, a respeito dos estereótipos, que estes geralmente representam tensões e conflitos sociais subjacentes. E que, ao atuar de forma a reduzir o “outro” a um conjunto de poucas características essenciais que seriam fixadas pela natureza, “encoraja, assim, um conhecimento intuitivo sobre o Outro, desempenhando papel central na organização do discurso do senso-comum” (FREIRE, 2004, p.47).

Outra estrutura amplamente usada nos processos de comunicação humana é o clichê. O termo, que originalmente se refere a um processo de impressão semelhante ao estereótipo, significa uma palavra ou expressão que, por ter sido utilizada repetidamente, perdeu seu significado e impacto inicial. Além disso, na comunicação – em suas várias formas –, clichê pode significar qualquer recurso expressivo utilizado repetidas vezes como uma fórmula para alcançar determinado objetivo.

De acordo com o Dicionário da Comunicação (RABAÇA, 1998, p. XX), “na comunicação de massa, é comum o apelo a clichês, como ingredientes de maior audiência e maior aceitação por parte do público”.

Apesar de o uso repetido de clichês fazer com que estes percam seu significado na interação social e na comunicação, eles ainda têm uma função social, já que conseguem estimular o comportamento, ao mesmo tempo em que evitam a reflexão sobre os significados do que é dito (ZIJDERVERELD, 1979, p. 10). Pode-se concluir, com isso, que o uso de clichês, associado ao de estereótipos, pode resultar na confirmação destes, principalmente quando isto ocorrer em veículos de comunicação de massa e, portanto, atingir um grande público.

⁹ Tradução da autora: “When blacks act ‘macho’, they seem to challenge the stereotype (that they are only children) – but in the process, they confirm the fantasy which lies behind or is the ‘deep structure’ of the stereotype (that they are aggressive, over-sexed and over-endowed)”.

2.3 Eurocentrismo

A sociedade contemporânea e as relações políticas, sociais e culturais entre países se organizam tendo como base uma visão eurocêntrica do mundo e da história. Há séculos, a relação entre os povos europeus – aqui restritos aos seus grupos hegemônicos – e demais culturas é marcada pela sensação de superioridade cultural – e por vezes racial – dos europeus em relação aos “Outros”.

No período colonial, esta “percepção” de superioridade atinge seu ápice, com práticas dominadoras e racistas. Atualmente, a centralidade cultural da Europa se mantém, mas a definição do que é “europeu” ou ocidental extrapola as barreiras geográficas. Israel e Austrália são considerados países ocidentais, por exemplo, apesar de estarem localizados no “hemisfério oriental”, enquanto os países da América Latina, embora localizados na parte ocidental do planeta, são muitas vezes excluídos do “Ocidente”. Além disso, a percepção etnocêntrica do mundo ignora a diversidade intra-européia. Grupos minoritários europeus são excluídos da equação, assim como os não-europeus.

Apesar da aparente semelhança, não se deve confundir o conceito de etnocentrismo com o eurocentrismo. A visão etnocêntrica se dá quando uma pessoa, independente de qual grupo pertença, observa o mundo e interpreta o que vê a partir da perspectiva cultural e social do grupo a que pertence. Ou seja, ocorre com todas as pessoas, já que todos os indivíduos entram em contato com culturas e pessoas diferentes, levando consigo a cultura e visão de mundo do grupo de origem. Já o eurocentrismo vai além, ele surge como uma justificativa para as práticas colonialistas e desenvolve-se passando a normalizar as relações de hierarquia e poder que foram geradas durante o colonialismo e imperialismo, sem abordar diretamente estas questões entretanto

Uma das áreas que sofre maior influência do pensamento eurocêntrico é a História. Nesta disciplina, a visão da Europa sobre a História é colocada como equivalente à História de fato. A América, por exemplo, foi descoberta por Colombo. Fato esse que é ensinado na maior parte das escolas, brasileiras inclusive, sem maiores questionamentos, como se todo o continente tivesse passado a existir apenas com a chegada dos europeus aqui. Neste exemplo, utilizado por Leonardo Name (2009, p. 2), fica clara outra diferença entre etnocentrismo e eurocentrismo. No segundo, a visão do

mundo não se relaciona com a origem do indivíduo. Os não-europeus ensinam a própria história segundo os “filtros” europeus. E mais, este fenômeno não é restrito às salas de aula. “O nativo profere a fala do invasor (...) também na literatura, nas telas do cinema e da televisão e em muitos outros contextos”.

Ella Shohat e Robert Stam (2006. p.21) resumem o eurocentrismo como forma de purificação da história ocidental, que leva em consideração as conquistas mais nobres do ocidente (como a ciência, o progresso e o humanismo) e as deficiências – reais ou imaginárias – do não-ocidental. Neste sentido, os autores destacam cinco características do eurocentrismo.

A primeira delas é a interpretação da história como uma sequência de impérios, na qual a Europa é o “motor” do progresso, responsável pela invenção da democracia, da sociedade de classes, do feudalismo, do capitalismo e da revolução industrial.

O progresso do Ocidente, de acordo com o eurocentrismo, vai em direção à democracia. Casos que contrariem este sentido – como Hitler e Mussolini – devem ser visto como aberrações.

O eurocentrismo também ignora as tradições democráticas não-europeias, incluindo-se aqui as manipulações efetuadas pelas democracias do Ocidente, assim como a subversão de democracias estrangeiras pelo Ocidente.

Como não poderia deixar de ser, os momentos e práticas opressivas ocidentais são considerados, na visão eurocêntrica, como exceção, um acidente de percurso. “O colonialismo, o tráfico de escravos e o imperialismo jamais são vistos como resultados fundamentais do abuso de poder do Ocidente” (SHOHAT e STAM, 2006. p.22)

A última característica do eurocentrismo ressaltada é a possibilidade de apropriação da produção cultural e material dos “outros” pela Europa sem que isso signifique a aceitação desta produção como conquistas de outros povos. A apropriação européia, entretanto, é glorificada. Ou seja, o Ocidente desfaz a ligação entre o produto cultural e material e as suas origens, transformando-os em influências. Estas influências são colocadas no centro da cultura – Europa – enquanto as suas origens permanecem marginalizadas. Ao final do processo, o Ocidente se auto-elogia por essa apropriação e pela sua capacidade de ser “cosmopolita”.

Outra distinção é necessária nesta discussão: racismo e etnocentrismo também não são sinônimos. Racismo, como definido por Albert Memmi (*apud* SHOHAT e SHAM, 2006. P.45), é “a atribuição generalizada de valor a diferenças reais ou imaginárias para o benefício do acusador sobre a vítima, com a finalidade de justificar o

privilégio e a agressão do primeiro”. O racismo não deve ser considerado apenas em suas consequências extremas, mas também devem ser levadas em conta todas as “‘humilhações sutis’ e ‘arrogância grosseira’ que acompanham um privilégio que se considera inquestionável” (SHOHAT e SHAM, 2006. P. 47).

O olhar etnocêntrico – através dos preceitos da própria cultura – não necessariamente significa racismo. Ella Shohat e Robert Stam vão além, afirmando que

Não é racista apontar diferenças físicas ou culturais, evitar membros específicos de um certo grupo, ou mesmo não aprovar elementos culturais de grupos específicos. O racismo é a tentativa de estigmatizar a diferença com o propósito de justificar vantagens injustas ou abusos de poder, sejam eles de natureza econômica, política, cultural ou psicológica. (SHOHAT e STAM, 2006. P.51)

Assim era a prática colonialista, utilizando-se de alguns mecanismos citados por Ella Shohat e Robert Stam. O primeiro deles é a caracterização da raça a ser dominada como deficiente em relação às normas européias. Uma consequência deste mecanismo que persiste até os dias atuais é o que os autores chamam de “racismo da surpresa”, explícito em frases como “Então é verdade que existe ensino superior na África!” ou “Você é o médico!”. Além disso, o racismo supõe uma obsessão pela hierarquia – dos povos e também das culturas. Os artefatos e práticas culturais européias são considerados superiores aos das demais culturas. Além disso, existe no racismo a predisposição a culpar a vítima pelo que lhe acontece, recusando-se a compreender os problemas pelos quais passam os povos na luta pela sobrevivência. Há um distanciamento diante da opressão. O mecanismo que talvez cause maior choque, quando observado à distância, é a desvalorização da vida dos integrantes dos grupos vítimas do racismo.

Com o colonialismo, houve a reescritura retroativa da história, obedecendo e justificando as normas colonialistas. Com isso, a Grécia passa a ser considerada a origem de tudo, o lugar onde tudo começou. Como consequência, o Ocidente se torna inquestionavelmente superior desde o seu surgimento como tal. Sendo, entretanto, eternizado na medida em que nada anterior ao Ocidente tem valor.

As consequências do discurso eurocêntrico são muitas. O continente africano, por exemplo, é degradado por este discurso passando a ser considerado inferior. A desvalorização do que é anterior à cultura européia é importante neste processo de

degradação da África, pois, através do esquecimento da influência de sociedades e culturas africanas na formação do Egito e da importância deste no desenvolvimento da Grécia, é possível também desconsiderar a possibilidade da influência africana na formação da cultura europeia. Sem o esquecimento desta influência, surgiria uma contradição entre a superioridade inquestionável da Europa em relação à África.

As Américas sofreram um processo semelhante de desvalorização e “esquecimento” da história. Apesar de alguns territórios do continente americano serem ocupados há pelo menos 30 mil anos antes da chegada dos europeus, o continente é chamado de Novo Mundo. Mais uma vez apaga-se da história (ou melhor, da versão europeia da história) tudo o que aconteceu ali anteriormente. As culturas nativas são desvalorizadas. Apesar da enorme diversidade de sistemas sociais, é considerado apenas o estereótipo do “indígena ecológico”, incapaz de auto-organização, vivendo como selvagem.

A base ideológica utilizada como justificativa para a conquista do Novo Mundo é a mesma dos discursos da Reconquista da Península Ibérica, que expulsou judeus e muçulmanos sob o pretexto de resgatar a fé cristã, aniquilando práticas “demoníacas”. Nas Américas, como também na África, a mesma base conceitual de batalha contra infiéis foi utilizada na dominação cultural e territorial.

As consequências do colonialismo foram a expropriação de territórios em escala maciça, a destruição dos povos e culturas locais, a escravização dos nativos do território colonizado e a ascensão do racismo.

O controle direto sobre estes territórios chegou ao fim, mas o controle político e militar do período colonial foi substituído por formas indiretas, de natureza econômica na maior parte dos casos, através de alianças entre o capital estrangeiro e as elites locais. Através deste controle indireto, se mantém e aumenta o domínio pela Europa Ocidental, os Estados Unidos e o Japão do cenário global nos âmbitos econômico, político e técnico cultural. Este domínio se dá também por órgãos internacionais como o FMI, o Banco Mundial, o Conselho de Segurança da ONU e etc. Como Shohat e Stam (2006, p.44) defendem, esta nova forma de dependência não pode ser excluída de qualquer análise adequada da subordinação do Terceiro Mundo.

O processo de hierarquização das diversas culturas sob a ótica eurocêntrica já está naturalizado. Por isso, apesar de sua grande abrangência, esta é uma prática sutil. A história e a filosofia mais amplamente difundidas são as europeias. Consequentemente, os europeus são retratados como os “condutores da história”. Ou seja:

O eurocentrismo situa-se de modo tão inexorável no centro de nossas vidas cotidianas, que mal percebemos sua presença. Os traços residuais de séculos de dominação européia axiomática dão forma à cultura comum, à linguagem do dia-a-dia e aos meios de comunicação, engendrando um sentimento fictício de superioridade nata das culturas e dos povos europeus (SHOHAT e STAM, 2006. p. 20)

Outro exemplo da força do eurocentrismo, que será mais aprofundada no próximo capítulo, é a denominação dos continentes – em especial o “Oriente” – e dos fusos horários tomando como referência a Europa.

Em resumo,

O eurocentrismo é, portanto, um conjunto de representações que se estrutura a partir de uma infinidade de práticas perpetuadas a partir da utilização cotidiana de certos repertórios. Constituindo-se como formas de se relacionar com o Outro e de se representar espaços e culturas, sua principal estratégia é diferenciar os espaços e culturas deste Outro para favorecer os espaços e culturas européias (NAME, 2009. P.6)

Leonardo Name classifica ainda o eurocentrismo como uma ilusão – segundo o conceito de Freud. Os discursos e práticas eurocêntricas representam o desejo de o continente europeu ser o centro de tudo, o que acaba transformando-se em certeza.

Cabe ainda ressaltar que, no discurso eurocêntrico, o “centro” não se refere tanto aos limites geográficos do continente europeu, mas às manifestações políticas, econômicas e culturais tradicionalmente reconhecidas como européias. Manifestações estas que se tornaram uma visão de mundo hegemônica. Neste sentido, a Europa se mantém como representação e discurso, e países como os Estados Unidos, o Canadá e a Austrália se transformam em “neo-europeus”, obtendo privilégios nas representações do “eu” e do “Outro”. Este privilégio se deve em grande parte por estes países terem sofrido uma colonização menos opressiva.

O discurso eurocêntrico é, portanto, uma forma de manutenção da hegemonia e hierarquia dos tempos coloniais, porém de forma mais sutil, naturalizada e compartilhada.

2.4 Representação na mídia

Como já foi visto aqui, o homem se relaciona com o mundo e com o outro a partir de representações. A percepção do indivíduo é influenciada por conceitos anteriormente absorvidos e a interpretação dos acontecimentos ao seu redor pelo homem sofre influência dos valores e práticas do grupo social a que pertence. Ou seja, o homem vê o mundo através de uma perspectiva que tem como base a sociedade a qual pertence e os valores e práticas que esta julga serem aceitáveis e, por isso, foram incorporados pelo homem ao longo da sua vida.

Os processos sociais cotidianos, portanto, e o consequente encadeamento de interações sociais fazem parte do processo de representação. No contexto contemporâneo, grande parte da interação social do indivíduo com o grupo a que pertence se dá através de veículos de comunicação, especialmente os chamados de “massa”. Consequentemente, a comunicação – entendida aqui como o processo através do qual a mídia, em especial a de massa, partilha sentidos e informações – deve ser, obrigatoriamente, incluída no estudo das representações e das relações entre grupos diferentes.

Não é exagero afirmar que as empresas de comunicação têm um papel fundamental na formação do indivíduo na atualidade. Não se pode pensar um homem contemporâneo pertencente a uma sociedade ocidental que não esteja em constante contato com rádios, jornais, televisões e outros meios de comunicação.

Como o nome dá a entender, a comunicação de massa é dirigida a um grande público, heterogêneo e anônimo. Uma grande empresa, em geral sustentada pela economia de mercado, é a origem destas mensagens. Os meios de comunicação de massa – a partir de agora identificados como MCM no texto – atingem simultaneamente uma audiência maciça, em curto espaço de tempo.

As funções dos MCM incluem informar, divertir, persuadir e ensinar. Os objetivos da comunicação de massa, de acordo com Charles Wright (*apud* ALEXANDRE, 2001. p.114), a detecção prévia do meio em que o homem está inserido, a interpretação e a orientação do material produzido para divulgação, o entretenimento e – mais significativo par ao presente trabalho – a transmissão de valores e normas sociais.

O conceito de comunicação de massa e a resultante cultura de massa sofrem críticas. Adorno e Horkheimer (*apud* ALEXANDRE, 2001. p.114) criticam a possibilidade de dupla interpretação do termo cultura de massa, que pode ser entendido como cultura surgida espontaneamente da própria massa.

Umberto Eco (*apud* ALEXANDRE, 2001. p.114) relaciona aspectos positivos e negativos do conceito de comunicação de massa. Dentre os aspectos positivos estão o seu caráter democrático – na medida em que a comunicação de massa destrói antigas barreiras de classe, tradição e gosto, confundindo e misturando todos –, ela proporciona diversão e cultura para as massas, e divulgam atos de corrupção.

Os aspectos negativos seriam seu caráter conformista, que encoraja uma visão passiva e acrítica da sociedade, a valorização da informação da atualidade (deixando de lado a consciência histórica), a homogeneização da cultura difundida, o aspecto conservador da comunicação de massa e o nivelamento superficial de sua produção para facilitar o entendimento das mensagens.

Com seus aspectos positivos e negativos, os MCM exercem crescente função de mediação social. A mídia se transformou em um espaço de atuação política, por onde o poder é colocado em prática. Sua influência no mundo contemporâneo é enorme, sendo ela capaz de interferir, através do tratamento que dispensa a um evento, pessoa ou grupo social, na atitude do público para com eles.

Desta forma, conclui-se que a mídia é construtora da realidade, participando ativamente do processo de constituição de memórias e identidades. Através do seu discurso, a mídia – utilizando-se de conhecimento e poder – cristaliza visões de mundo e normaliza preconceitos, estigmas e concepções hegemônicas. As posições de classes, os interesses de mercado e as motivações políticas são fatores que interferem neste processo.

Como afirma Ana Lucia Enne, a mídia é

- a) um instrumento de discurso e poder; b) gerenciada por sujeitos sociais que são agentes concretos, cujos interesses e posições obviamente interferem em suas práticas discursivas; c) lugar estratégico para a implementação da dominação hegemônica, atrelada a interesses econômicos e políticos, marcadamente de classe social; d) uma das principais agências para a construção de memórias e identidades sociais, num jogo de representação e construção da realidade social que implica, necessariamente, reconhecer seu lugar-chave na formação do

modo contemporâneo (ENNE *apud* COUTINHO, 2008, p.197).

Ao pensar a mídia contemporânea neste sentido, os conceitos formulados por Mikhail Bakhtin e Antonio Gramsci se destacam. Para o estudioso russo, todo discurso é ideológico, pois constrói o mundo. Os discursos são também, necessariamente, polifônicos e dialógicos, pois são compostos por múltiplas fontes e dialogam no espaço e no tempo com vários outros discursos que os antecedem e sucedem. Do trabalho do autor italiano, retira-se a ideia de que toda hegemonia pressupõe uma contra-hegemonia. A dominação faz-se, portanto, não apenas através da força mas também pelo consenso. Ou seja, a hegemonia é dominação e negociação ao mesmo tempo.

No que diz respeito aos estereótipos, João Freire afirma que “os meios de comunicação de massa são a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos, colaborando decisivamente, deste modo, para a disseminação de pânico morais” (FREIRE, 2004. p. 49)

Através da criação do pânico moral, os defensores de determinado universo simbólico moral criam um universo moral antagônico, definindo a fronteira entre o desejável e o indesejável. Para cada pânico moral, existe um grupo ou indivíduo que personifica tal pânico, servindo de bode expiatório. O pânico moral não cria, contudo, o grupo ou indivíduo que o personifica. Este existe independentemente da criação dos pânico morais. O que eles criam é a relação antagônica entre o “bode expiatório” e o que é moralmente desejável.

A conclusão desta análise, feita por Stanley Cohen (*apud* FREIRE, 2004. p.50) ao analisar a relação entre forças de controle social, a mídia de massa e comportamentos “desviantes”, é que “a ideologia não era um processo social baseado apenas na distorção da verdade, mas sim um força que opera continuamente por intermédio da mobilização do “senso-comum””.

No Brasil, a mídia constitui-se em um espaço de disputa de sentidos sobre a realidade social. Questões de ordem ideológica visando à manutenção e à contestação do poder permeiam esta disputa. Como coloca André Martins:

A disputa acirrada por espaço na mídia, o comprometimento das empresas com a manutenção da ordem e as vinculações político-ideológicas dos donos dos meios e de boa parte dos jornalistas fazem com que alguns temas não sejam discutidos,

por exemplo, no horário de maior audiência e, portanto, de maior prestígio. (MARTINS, 2005. p.133)

Os defensores da Análise de Discurso Crítica afirmam que a análise do discurso da mídia deve estar vinculado à realidade social mais abrangente, atentando para o papel das manifestações midiáticas na construção de sentidos manipulados a serviço do poder.

O linguista T. van Dijk (*apud* MARTINS, 2005. p.137) sustenta que o acesso ao discurso deve ser visto como uma forma de poder. Assim sendo, o acesso das minorias aos MCM é uma condição crucial para a participação deles na definição pública de sua situação. T. van Dijk aponta, ainda, fatores que impedem e limitam esta participação, como a ausência nas redações de jornalistas oriundos de grupos étnicos minoritários, a restrição de poder econômico e social das minorias, e a pouca cobertura e destaque dados a temas relevantes para as minorias e a relação entre este fato e o acesso limitado que as minorias tem na definição de sua situação. Para o autor, “nas sociedades modernas, o acesso ao discurso é uma condição primária para a manutenção do consenso, e, portanto, o meio mais efetivo de exercer poder e dominação”.

O papel do jornalismo dentro dos MCM e no contexto das representações é privilegiado. Isto se deve em grande parte aos mitos do jornalismo como forma objetiva e imparcial de transmitir os acontecimentos do mundo. Cria-se a ilusão de que o que se vê nas notícias são os fatos, e não a construção destes através da linguagem.

Por isto, é importante ressaltar que o discurso jornalístico deve ser analisado não apenas pelo que este evidencia, mas também pelos sentidos que o jornalismo insinua, sugere ou oculta. Logo, as notícias devem ser analisadas como um produto cultural e não como uma mera narração de fatos.

Como colocam Gustavo Costa e Jorge da Silva (COSTA e SILVA, 2003. P.3), na produção jornalística contínua é possível identificar a recorrência de notícias sobre histórias e conflitos que se repetem.

Não se propõe aqui insinuar que a produção jornalística equivale à ficção, mas deixar claro que a mediação da realidade pelo jornalismo é influenciada por intenções ideológicas e pelos valores da cultura da qual fazem parte os indivíduos envolvidos nesta produção. Ou seja, as notícias não são um reflexo da realidade apenas. Elas tornam-se agentes da construção da realidade na medida em que constituem uma narrativa.

Não é numa única e isolada notícia onde encontraremos uma narrativa a contar uma história, mas num conjunto delas sobre o mesmo assunto, no contínuo acompanhamento de fatos que se sucedem ao longo de dias ou semanas seguidas. Como ações, ou episódios a conformar uma história. Ou seja, é na observação da sequência de notícias que compõem uma cobertura jornalística que se pode observar a conformação de um enredo que conforma então uma história completa. (COSTA e SILVA, 2003. pp. 4 e 5)

Na construção do texto jornalístico, há uma estratégia comunicativa que pauta as escolhas estilísticas que buscam determinados efeitos quando lido o texto. Fazem parte deste processo também a escolha de quais fatos receberão maior atenção e quais personagens terão direito à fala. Estes fatores não podem ser ignorados na análise das notícias.

A partir do que já foi exposto, conclui-se que a mídia é um lugar estratégico na construção da hegemonia, permeado por relações de poder. Como qualquer discurso, na mídia, ocorre uma disputa pelo ato de significar.

Na prática, o que se percebe é que as minorias excluídas socialmente também se encontram excluídas na mídia. Os MCM detêm poder exacerbado sobre a cidadania já que controlam quem tem direito à fala e o que é importante e de interesse geral a ponto de ser noticiado nestes veículos que fazem parte da interação social do indivíduo na atualidade.

3. MUNDO ÁRABO-ISLÂMICO NA MÍDIA

A representação na mídia do Oriente Médio e das culturas árabe e islâmica trata com uniformidade os povos desta região. A imagem criada é a de que um mesmo povo, com a mesma origem, que fala a mesma língua e sustenta os mesmos valores habita toda a região. Além disto, este povo está associado a idéias fixas e imutáveis, representativas da demarcação da diferença entre os orientais e os ocidentais. A partir dos conceitos introduzidos no capítulo anterior, a segunda parte deste trabalho se dedica a analisar como o mundo árabo-islâmico é retratado na mídia ocidental, em especial a brasileira.

A construção do Oriente e da cultura árabo-islâmica no imaginário ocidental não é fruto do acaso, nem de uma relação de proximidade e diálogo entre a população desta região e o Ocidente. Ao longo da História, as relações entre Ocidente e Oriente, que moldaram a representação do oriental no senso-comum europeu, se basearam em uma lógica imperialista, que ao mesmo tempo sustentou e foi sustentada pela dominação europeia do Oriente. O conceito de Orientalismo desenvolvido por Edward Said em “Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente” é central na análise deste contexto.

No noticiário contemporâneo o Oriente Médio é retratado como uma região subdesenvolvida, dominada por práticas antiquadas e opressivas. Esta visão sobre o oriental também faz parte de um discurso desenvolvido ao longo dos séculos por filósofos, escritores e políticos da sociedade ocidental, que criaram um método, uma forma ocidental legitimada a tratar do Oriente. A partir disto, esta visão estereotipada do Oriente adquire, na sociedade ocidental, o valor de realidade e o oriental perde o direito de fala, ainda quando é ele o assunto abordado.

3.1 Definição de Oriente

Afinal, o que é o Oriente? Esta é a primeira questão enfrentada por quem desenvolve qualquer estudo relativo ao Oriente. A verdade é que os países e povos que integram o bloco denominado Oriente são muitos e distintos. Ao contrário do que se faz acreditar, o Oriente não é um corpo homogêneo que partilha valores, religiosidade, práticas sociais e língua.

A primeira e mais óbvia hipótese seria a de que a divisão do mundo em Oriente e Ocidente se deve à posição geográfica dos países que compõem os dois grupos. Sabe-se, contudo, que tal explicação não corresponde à realidade. A definição de Oriente não pode ser tomada como uma distinção unicamente geográfica. França, Itália e Alemanha são exemplos claros disto. Estes países se localizam a leste do meridiano de Greenwich, mas não existem dúvidas de que são ocidentais.

Outra possível explicação seria que o que separa os países entre ocidentais e orientais é um conjunto de características em comum de suas populações. Entretanto, ao comparar diversos países que integram o bloco oriental, percebe-se que estes são bastante diversos apesar do rótulo que os une. Japão, Líbano, Irã e Cingapura fazem todos parte do Oriente, mas têm histórias, línguas e culturas muito diversas.

Surge, então, uma subdivisão do Oriente em: Extremo Oriente (onde estão Japão, China e Coreias), Ásia Central (formada por Cazaquistão, Turcomênia e Afeganistão, dentre outros), Norte da Ásia (composta por Mongólia e pela parte “oriental” da Rússia), Sul da Ásia (onde ficam Bangladesh, Butão e Sri Lanka, por exemplo), Sudoeste asiático (Camboja, Vietnã, Tailândia e Malásia são alguns dos países que se localizam aí) e Oriente Médio (composto por Arábia Saudita, Irã, Iraque, Israel, Líbano e outros).

Mesmo dentro destas subdivisões é fácil notar que países povos diferentes fazem parte do mesmo subgrupo oriental.

Na ânsia de domesticar a diferença, foram criadas entidades tão abrangentes que nem sempre correspondem à diversidade da realidade. Os especialistas criaram e a mídia propaga um Oriente uniforme, sendo que na verdade, existem inúmeros Orientes, com povos, culturas e línguas diferentes (RIBEIRO, 2010. p. 16)

Dentre as subdivisões do Oriente, será dada maior ênfase neste trabalho ao Oriente Médio. A denominação desta parcela do Oriente nem sempre foi esta. Inicialmente, a região era conhecida como Oriente Próximo – ou Near East para os britânicos e Proche Orient denominação utilizada até hoje na França. Oriente Médio, ou Middle East em inglês, passou a ser amplamente utilizado a partir dos anos setenta. À época, “o Oriente Próximo tomou de assalto a atenção dos Estados Unidos com a alta dos preços do petróleo e a crise dos reféns no Irã” (RIBEIRO, 2010. p. 16). A nova nomenclatura talvez tenha ligação com um “outro” que se encontrava mais próximo do

Ocidente à época, os países do leste europeu naquela época integravam o bloco socialista, liderado pela URSS, formando uma área de alteridade entre o Ocidente e os países tradicionalmente reconhecidos como orientais. Este bloco talvez fosse reconhecido pelos norte-americanos como o “Oriente próximo”.

O Oriente Médio não é uma região uniforme, ao contrário do que muitas vezes é colocado. A região é tida por muitos como o local onde vivem os árabes muçulmanos. A primeira associação incorreta neste raciocínio é a equivalência entre árabes e muçulmanos. Os dois termos não são sinônimos. Nem todo árabe é muçulmano, e nem todo muçulmano é árabe. A população de países como Paquistão e Indonésia e até mesmo dentro da Europa como é o caso da Albânia e da Bósnia é em sua maioria muçulmana. Assim como no Líbano existe um grande percentual de cristãos e em Israel os muçulmanos são a minoria. Apesar da diferença entre o significado dos dois termos, não existe esforço para desfazer a confusão, nem dos especialistas, nem da mídia.

Além das diferenças religiosas, outras diferenças culturais são quase que ignoradas pela mídia e pelo senso-comum. O maior exemplo é o Irã, país de origem e língua persa, mas que, por ter maioria islâmica e estar localizado no Oriente Médio, é identificado por muitos como um país árabe.

A Turquia é outro exemplo da confusão envolvendo a cultura e a religião no Oriente Médio. O país está localizado no limite entre a Europa e o Oriente, pleiteia inclusive ingressar na União Européia, a origem de sua população é turca e a língua oficial é o turco. Entretanto, como a maioria da população professa a religião muçulmana, o país é muitas vezes considerado como pertencente ao Oriente Médio e as denominações turco e árabe também são amplamente confundidos, inclusive no Brasil.

Cabe ainda ressaltar que a lógica homogeneizante com que são tratadas as diversas culturas do Oriente se mantém ao falar da religião islâmica. Para o olhar ocidental, o islã é uniforme e fixado no tempo. Apesar de o cristianismo apresentar diversas correntes, para o ocidental parece incabível que o islã também se apresente em variadas formas.

Assim como o Oriente tem maior destaque no Ocidente nos momentos de crise, o islã é procurado nestes momentos como resposta para estes eventos, sejam eles o ataque terrorista nos Estados Unidos, um momento de crise econômica, um episódio do conflito entre israelenses e palestinos ou na proibição do uso do véu islâmico que cubra o rosto das mulheres na França e na Bélgica.

Ainda quando reconhece a possibilidade de diversidade interna ao islã, o ocidental parece procurar em si mesmo a explicação para esta diferença. No caso do conflito interno entre xiitas e sunitas no Iraque, a mídia ocidental e o senso-comum pareciam concordar que o diferenciava os dois grupos era o nível de extremismo dos mesmos, a intensidade do ódio contra o Ocidente.

Desta forma, o ocidental tenta manter o Oriente e o islã parados no tempo, mantenedores de um período obscuro em que as mulheres são oprimidas e os cidadãos reprimidos pelos seus líderes e pela sua religião.

3.2 Relações entre Ocidente e Oriente e o Orientalismo

A Europa estabelece uma relação de significação e representação do Oriente desde os seus primórdios, ainda que, até pelo menos o início do século XVIII, a compreensão europeia da cultura islâmica fosse ignorante. Apesar desta parcial ignorância, as associações com o Leste adjacente à Europa parecem orbitar desde cedo ao redor de uma noção de Oriente.

As peças atenienses *Os persas* de Ésquilo e *As bacantes* de Eurípides já traziam algumas características que estão profundamente associadas com o Oriente até os dias atuais. Em *Os persas*, a Ásia fala somente através da Europa. Sendo a última retratada como vitoriosa em relação à primeira. Os valores ligados à Ásia são o vazio, a perda e o desastre. Em *As bacantes*, Dionísio representa o Oriente, pleno de excessos e mistérios ameaçadores, enquanto Penteu representa a racionalidade ocidental. No fim, Penteu é destruído pela própria mãe por não ter avaliado corretamente o perigo que Dionísio representava.

Nestas obras, percebem-se duas características que supostamente diferenciam a Europa do Oriente, que perduram até hoje no imaginário ocidental. A Europa é vista como poderosa e articulada, já a Ásia é retratada como derrotada, precisando que a primeira a articule. Além disto, o Oriente representa o perigo. Os mistérios orientais colocam em risco a racionalidade europeia e seu modo de organização, sendo necessário agir com desconfiança ao relacionar-se com o Oriente.

Esta visão inicial do Oriente é sustentada e alimentada pelo relato dos viajantes ocidentais como Heródoto e Alexandre, que haviam conhecido a região. A partir da experiência destes viajantes, dividiu-se o Oriente em duas partes: um Oriente Próximo,

que inclui os terrenos já visitados por europeus e, portanto, já conhecido pelo Ocidente através de seus relatos; e um Extremo Oriente, ainda desconhecido o qual os europeus viriam a desbravar.

Os conhecimentos de Alexandre e Heródoto e outros viajantes sobre o Oriente guiaram as experiências europeias posteriores na região, como, por exemplo, durante a expansão napoleônica. Já nestes relatos e histórias se reconhece o viés orientalista da representação do Oriente (ou seja, o Oriente, no imaginário ocidental, é determinado pelo que o europeu produz e conhece sobre ele), formando-se um conjunto de tradições, convenções e códigos que regem a forma como o Oriente pode ser abordado. Neste sentido, Edward Said (2007. p.53) afirma que “o Orientalismo reagia muito mais à cultura que o produzia do que a seu suposto objeto, também produzido pelo Ocidente”.

O autor faz, contudo, uma importante distinção entre o que é produzido sobre o Oriente até o último terço do século XVIII e o material posterior: a partir do final do século XVIII, esta representação se expande, ganhando status de disciplina supostamente científica e, conseqüentemente, maior autoridade é dada a este discurso. É o material produzido a partir deste período especificamente que é alvo principal do estudo de Edward Said, sendo denominado pelo autor de Orientalismo, definido como:

Um corpo elaborado de teoria e prática em que, por muitas gerações, tem-se feito um considerável investimento material. O investimento continuado criou o Orientalismo como um sistema de conhecimento sobre o Oriente, uma rede aceita para filtrar o Oriente na consciência ocidental, assim como o mesmo investimento multiplicou – na verdade, tornou verdadeiramente produtivas – as afirmações que transitam do Orientalismo para a cultura geral (SAID, 2007. p. 33-4).

Um dos pré-requisitos para que o Orientalismo se desenvolva como uma “área de conhecimento” é a distinção feita entre o Oriente e o Ocidente, em uma visão de mundo que separa o grupo de pertencimento do diferente em uma relação binária: Nós x Eles. A partir desta divisão, o Outro é tratado como se fosse um corpo homogêneo e imutável, criando-se um espaço fértil para o surgimento de estereótipos.

A organização do discurso orientalista como disciplina dá a ele maior peso, permitindo sua manutenção e extensão. Isto por que lhe confere o status de conhecimento puro, logo, apolítico. Isto não corresponde à realidade já que, como dito por Stuart Hall e visto anteriormente neste trabalho, toda significação e sentido são produzidos dentro de um contexto histórico e cultural. No caso do conhecimento

produzido pelo Orientalismo isto se torna mais flagrante, pois este é político em sua essência, já que é desenvolvido com base no “Oriente orientalizado” pelo ocidental. O que não nega a existência de uma realidade que lhe seja correspondente – o Oriente. Esta noção de Oriente vigente, trabalhada pelo Orientalismo, surge dentro da relação de poder, dominação e hegemonia que existe entre Ocidente e Oriente e pode se desenvolver graças a ela.

Ainda, o suposto conhecimento do Oriente pelo ocidental permite a este falar pelo primeiro e, mais, cria a idéia de que, para conhecer o Oriente, um ocidental deve procurar textos e estudiosos orientalistas (ocidentais) e não diretamente o oriental. Uma das razões para que ocorra este processo é o consenso dentro da Europa de que a cultura e a identidade europeia são superiores às de todos os povos e culturas não-europeus. Por isto, a única forma de o ocidental assimilar o Oriente – rudimentar e não evoluído – é se este universo for anteriormente decifrado por um especialista que possa traduzi-lo em uma linguagem ou forma que esteja no nível superior de esclarecimento do Ocidente. E um oriental, atrasado, não seria capaz de fazê-lo.

Neste sentido, o Orientalismo deve ser visto como um discurso, conforme definido por Foucault, que aparece em todos os textos ocidentais sobre o Oriente, tornando possível à cultura europeia manipular de forma sistemática o Oriente nos campos político, sociológico, militar, ideológico e imaginativo. O discurso Orientalista seria, portanto, um dos instrumentos para a manutenção da Hegemonia eurocêntrica.

O somatório destas três características do Orientalismo (status de conhecimento puro, superioridade europeia e filtro europeu para que o ocidental entre em contato com o Oriente) leva à construção de um Oriente pelo ocidental e à equivalência desta construção ao real. O uso político da lógica imperialista presente no Orientalismo é exemplificada no discurso de Arthur James Balfour na Câmara dos Comuns, em 1910, para defender a manutenção do domínio britânico no Egito. Para Balfour, o conhecimento britânico sobre o Oriente, mais especificamente sobre o Egito, capacita-os a governar a colônia de forma a trazer mais benefícios para ambos.

O que resulta deste processo é uma imagem estereotipada do oriental, marcada pela fantasia, pelo exotismo e pelo erotismo. Edward Said (2007. p.73) cita alguns dos adjetivos comumente usados para descrever o oriental: irracional, depravado, infantil, “diferente”. Estas características se opõem à normalidade europeia, que é racional, virtuosa, madura.

A relação colonialista entre Ocidente e Oriente começa a se desgastar entre as duas Guerras Mundiais, até que, após a Segunda Guerra, chega-se aos movimentos de independência e descolonização. Entretanto, sob a ótica orientalista, o descontentamento com o domínio imperialista e o desejo por liberdade dos povos orientais foi interpretado pelos colonizadores como expressão de inveja do progresso europeu, reforçando-se entre os ocidentais a ideia de que o islã era sinônimo de atraso cultural e radicalismo.

Com o estabelecimento de um sistema global unipolar, centrado nos Estados Unidos, o Orientalismo deslocou-se dos Estudos Culturais para se tornar uma disciplina das Ciências Sociais. O Orientalismo sofre esta mudança muito provavelmente por que, diferente dos países europeus que por séculos mantiveram contatos diretos com o Oriente, os norte-americanos não tinham estas experiências. Com isto, o Oriental é analisado tendo como base estatísticas, tendências e atitudes.

A relação de dominação implícita no Orientalismo se manteve inalterada, contudo. Assim como o caráter racista e hegemônico de seu discurso continuou. Os atentados ao World Trade Center alimentaram o preconceitos contra árabes e islâmicos no mundo ocidental de forma indiscriminada, justificando, inclusive, a guerra contra o Afeganistão e criando uma situação favorável à posterior invasão do Iraque.

Na prática, o Orientalismo trabalhou de forma a associar o Oriente, o islã e os árabes à violência, à falta de liberdade, à opressão, à inveja do progresso ocidental e à obscuridade, classificando a cultura árabo-islâmica como hierarquicamente inferior à ocidental-européia, justificando a dominação, o imperialismo e a intervenção ocidental no Oriente.

3.3 Oriente na mídia ocidental

Como visto no capítulo anterior, a mídia goza de uma posição privilegiada nos processos de representação e tipificação. Cabe a ela um papel fundamental na transmissão de valores e normas sociais, ajudando a construir a “realidade” e as visões de mundo hegemônicas. Dentro do universo midiático, é o jornalismo a ter um papel destacado na formação da sociedade, através da narrativa construída pelo conjunto de notícias veiculadas ou publicadas.

No que diz respeito ao mundo árabo-islâmico, a cobertura feita pela mídia ocidental segue as mesmas características enumeradas na primeira parte deste trabalho.

Ou seja, os veículos de comunicação de massa contribuem para a manutenção das relações de poder, hierarquias, hegemonias e estereótipos. Assim como os grandes autores orientalistas tratam o Oriente como um corpo uniforme, a mídia trabalha com a ideia de Oriente como uma massa homogênea caracterizada por seus aspectos essenciais, ainda que muitos destes nem mesmo correspondam aos fatos no que diz respeito à maior parte da população do Oriente Médio. Ao mesmo tempo em que se baseia nos estereótipos orientalistas para a população árabo-islâmica, a mídia dá sustentação e ajuda a manter estes no imaginário ocidental.

A primeira característica desta cobertura é justamente a simplificação da realidade oriental em um conjunto de dados superficiais e muitas vezes equivocados. Ao retratar o Oriente, a mídia utiliza especialistas orientalistas como fonte para explicar o mundo árabo-islâmico. Assim como acontecia nas peças atenienses, na narrativa jornalística, é o ocidental que fala em nome do Oriente. O estudioso de uma universidade, ou especialista a serviço do governo de um país ocidental são os responsáveis por situar o espectador ou leitor no mundo oriental. É o ocidental que vai dizer como está a situação no Oriente, o que tem sido feito e o que se deve fazer para garantir a “paz” e “bem-estar geral” (e os interesses econômicos e políticos ocidentais, ainda que a defesa destes interesses não seja colocada como um objetivo explícito na intervenção no mundo árabo-islâmico).

Estes estudiosos, contudo, têm uma visão reducionista, preconceituosa e, mais importante, desconhecadora da realidade oriental já que baseiam seus conhecimentos sobre o Oriente no próprio discurso orientalista. Além de convidá-los para responder as questões a respeito do mundo árabo-islâmico quando este se torna presente na mídia, os jornalistas que cobrem esta parte do mundo também se preparam para entrar em contato com a cultura árabo-islâmica através da leitura de obras orientalistas.

Como consequência, árabe e muçulmano são considerados sinônimos e a eles não é dado o direito à fala no discurso midiático. Seguindo a lógica do discurso eurocêntrico, no jornalismo, cabe aos orientais desempenhar o papel silencioso do “outro”. Daí surge outro valor orientalista propagado na comunicação de massa: a oposição entre Oriente e Ocidente. Esta oposição é utilizada seja para justificar a intervenção norte-americana no Afeganistão e no Iraque, supostamente para levar modernidade, liberdade e democracia ao mundo árabo-islâmico, seja para interpretar a reação de sociedades árabes e muçulmanas à sua representação no Ocidente. Se o Oriente reage à presença e à atuação ocidental isto não se deve à busca por liberdade e

pelo direito à fala na representação midiática e, sim, à inclinação à violência e ao repúdio à modernidade ocidental. Ou seja, na visão dos veículos de comunicação de massa, de um lado estão os ocidentais em busca da paz, da liberdade e da democracia, e opostos a eles estão os árabo-islâmicos (considerados como corpo uniforme) que têm a violência e a opressão como valores a serem defendidos.

Mais uma vez é importante ressaltar que a suposta objetividade jornalística dá maior credibilidade a estas representações, já que supostamente não há objetivo político dentro do jornalismo, apenas a descrição dos fatos que merecem a atenção coletiva – sendo também considerada inquestionavelmente objetiva e isenta a avaliação de quais fatos são dignos de serem publicados.

Um exemplo que deixa claro o uso político da representação midiática do Oriente foi a conformação, pela mídia, de um estado de espírito alarmista e receoso da violência árabo-islâmica no período que antecedeu a invasão do Iraque, para que esta obtivesse o apoio da população, mais especificamente a população norte-americana. Dentro do contexto posterior ao ataque ao World Trade Center, em 11 de setembro de 2001, a mídia veiculou sem ressalvas que o governo iraquiano possuía armas de destruição em massa e poderia usá-los contra o Ocidente, ainda que sem provas da existência destas. Com isto, o processo de convencimento pelo governo norte-americano da necessidade de uma ação militar no Iraque foi facilitado. Aqui, faz-se necessário dizer que não foi por acaso que a mídia norte-americana ajudou a criar um clima de medo em relação ao Oriente. Como coloca Esther Ribeiro:

Em épocas de crise, momento que o mundo islâmico está sempre sob os holofotes, a independência da imprensa pode subordinar-se à lealdade e ao patriotismo e, assim, tornar-se parte da política externa ocidental. (...) Levando-se em conta o comprometimento das grandes corporações que controlam os principais veículos de comunicação no Ocidente, principalmente nos Estados Unidos, a grande mídia acaba deixando de lado a análise profunda da complexidade da sociedade islâmica para fornecer insistência e resposta rápida aos incidentes. Em uma situação extrema, como o 11 de setembro de 2001, as grandes corporações não poderiam deixar seus interesses econômicos de lado e estampar uma primeira página com uma crítica negativa à política externa americana, mas sim deveriam mostrar apoio, mexer com as emoções do público e fornecer evidências da necessidade e da importância dos americanos enquanto política do mundo (2010. p.47)

Como não poderia deixar de ser, a cobertura jornalística do Oriente baseada no discurso Orientalista faz uso constante de estereótipos. O mundo islâmico aparece sempre associado a aspectos negativos, que são colocados como inerentes ao islamismo, reforçando o preconceito contra a religião islâmica. Um dos estereótipos amplamente utilizado é a equivalência entre islamismo e fundamentalismo. A constante associação entre os dois termos na mídia faz pensar que um não exista sem o outro. O Islã é retratado como uma religião propícia à atuação de radicais e extremistas. Esquece-se que, além de existir fundamentalistas também nas outras duas grandes religiões monoteístas, a maior parte dos muçulmanos não é fundamentalista.

A atuação da mídia também fortalece a associação da religião islâmica à violência, ao ódio contra o Ocidente e o avanço. As sociedades islâmicas, como retratadas na mídia, são “bárbaras, agressivas, resistentes à modernidade, ancoradas por valores ultrapassados e guiadas por uma ideologia fanática e radical” (RIBEIRO, 2010. p. 43).

A verdade é que a cobertura midiática do Oriente Médio compõe uma nova fase do Orientalismo, como um neo-orientalismo que absorve todos os conceitos presentes no discurso original, sem questionar a sua validade.

Além da manutenção da hegemonia eurocêntrica, a cobertura desfavorável aos países árabo-islâmicos também esconde seus interesses econômicos. O Oriente Médio é produtor de grande parte do petróleo mundial. Inclusive, na década de 70, graças à alta dos preços do petróleo, foi uma das primeiras vezes que o Islã chegou aos noticiários ocidentais com grande impacto. A ausência de conhecimento prévio do que acontecia naquela região dificultava o entendimento do processo que tinha levado ao aumento do petróleo. Automaticamente, associou-se à região noções de insegurança e riscos. A alta dos preços foi interpretada como uma consequência da intransigência dos países árabo-islâmicos, colocando em risco o desenvolvimento norte-americano e deixando em evidência os riscos representados pela dependência da economia norte-americana em relação à produção externa de petróleo.

Na invasão ao Iraque, em 2003, o interesse norte-americano no petróleo produzido no Oriente Médio é mascarado, sendo utilizada como pretexto para a invasão a existência de armamento de destruição em massa no país de Saddam Hussein. Posteriormente, descobriu-se que foram forjadas as evidências da existência de tais armas no Iraque. Porém, este fato foi divulgado pela mídia com muito menos alarde do que as denúncias iniciais, assim como teve menor espaço na mídia a não concordância

com a ação pelo Conselho de Segurança da ONU. A partir da “descoberta” de que não existia no Iraque armamento que justificasse a invasão, a mídia abraçou a justificativa utilizada pelo governo de George W. Bush de que a presença ocidental no Iraque deveria ser apoiada como parte de um esforço em busca da liberação de países do Oriente Médio, promovendo-se a democracia e a paz mundial. As questões econômicas e o possível interesse no petróleo produzido no Iraque foram ignorados na cobertura feita pela mídia ocidental.

Outra característica da mídia em geral é a valorização da informação da atualidade, em detrimento da consciência histórica. O que acontece aqui e agora é mais importante e tem mais espaço do que o desenvolvimento histórico que permitiu que se chegasse a esta situação. Na representação do Oriente Médio na mídia, esta característica desempenha uma importante função: ao falar de regimes autoritários em países árabo-islâmicos, a mídia não questiona como esses governantes chegaram ao poder. Sabe-se que, durante a Guerra Fria, a disputa entre o bloco capitalista liderado pelos Estados Unidos e o bloco comunista soviético se refletia também na disputa por territórios de influência. Neste contexto, os ocidentais ajudaram a levar ao poder muitos dos governantes autoritários, que a partir do fim da Guerra Fria e a dissolução da União Soviética perderam seu papel na disputa bipolar por influência. Atualmente, alguns destes governos passaram a ser considerados o inimigo a se combater. Entretanto, esquece-se que os atuais “tiranos” que impedem o “sucesso da democracia” chegaram ao poder graças ao apoio ocidental, especialmente dos Estados Unidos, adquirindo, inclusive, armamento pesado por intermédio norte-americano.

Um exemplo do esquecimento na mídia dos fatores históricos que estão por trás da presença de governos autoritários no mundo islâmico é o Afeganistão. Os talibãs, atualmente vistos como grupo fundamentalista e terrorista pelos países da União Européia, Estados Unidos e Rússia, chegaram ao poder com o apoio norte-americano, que armava suas milícias para o combate contra a invasão soviética. Para os ocidentais, lembrar este fato não é vantajoso, especialmente a partir dos ataques terroristas nos Estados Unidos em 2001 e o início da guerra contra o Afeganistão. A mídia, então, alinhando-se com os interesses ocidentais, não se aprofunda nas análises a respeito da chegada dos Talibãs ao poder no Afeganistão, dando ênfase apenas à necessidade de tirá-los do poder, livrando o povo afegão da submissão ao rigor fundamentalista que lhe é imposto por este governo. Desta forma, os ocidentais não são responsabilizados por sua atuação anterior despreocupada com o futuro da região, sendo caracterizados apenas

como os mocinhos que querem garantir a liberdade e a democracia. O Islã – aqui representado pelo grupo talibã, como se este correspondesse à realidade islâmica em geral –, mais uma vez, é colocado como sinônimo do fundamentalismo, do atraso cultural e da opressão.

Em resumo, as mídias de massa mantêm o discurso orientalista, disseminando a ideia de que o mundo árabo-islâmico é homogêneo, associando-o a valores como o atraso, a violência, a opressão, a crise e o ódio contra o desenvolvimento democrático ocidental. A manutenção deste discurso pela mídia é uma forma de garantir a hegemonia eurocêntrica e seus valores dominantes.

3.4 O oriental no imaginário brasileiro e sua representação na mídia

Antes de abordar especificamente o que é veiculado na mídia brasileira a respeito do Oriente Médio, é necessário descrever brevemente o processo através do qual o país foi colocado em contato com a cultura árabo-islâmica. O primeiro contato entre o Brasil e a cultura árabe se dá de forma indireta, através da influência árabe na cultura ibérica, fruto dos anos de dominação moura na Península Ibérica.

Os primeiros movimentos migratórios de árabes em direção ao Brasil ocorreram no final do século XIX (LESSER, 2001). Ao contrário do que acontecia com os imigrantes vindos de países europeus cuja chegada ao Brasil era estimulada por parte dos setores dominantes como parte dos esforços para mudar a composição social brasileira, os árabes que vieram para o Brasil o fizeram sem qualquer incentivo. Ao contrário, em diversos momentos houve tentativas de dificultar a sua entrada e estadia no país.

Apesar de não se saber exatamente os motivos que levaram à imigração árabe para o Brasil, entre 1984 e 1939, pouco menos de 107 mil imigrantes provenientes de países com maioria muçulmana do Oriente Médio, do norte da África e da Turquia chegaram ao Brasil. Eles eram em sua maioria provenientes da Turquia, da Síria e do Líbano (cerca de 78 mil, 20 mil e 5 mil respectivamente), e cerca de 90% deles professavam a fé cristã (LESSER, 2001). Desde a sua chegada, os imigrantes de origem árabe e os de origem turca eram confundidos entre si, confusão esta que se mantém até os dias atuais. Como se a desconsideração de suas peculiaridades culturais não fosse suficientemente desagradável, para os libaneses e sírios que vieram para o Brasil

fugindo do Império Otomano, serem identificados como turcos trazia conotações ainda mais negativas.

Como já foi dito, a maior parte dos imigrantes árabes no Brasil eram cristãos. A religião islâmica possui, até os dias atuais, poucos adeptos no país. De acordo com os dados do Censo 2000, naquele ano existiam 27.239 muçulmanos no país (menos de 0,02% da população).

No que diz respeito ao Islã no âmbito internacional, a cobertura da mídia nacional se assemelha em muito com a feita pela mídia estrangeira ocidental. Um detalhe importante é que muitas vezes as agências de notícias que servem como fonte de informação para os veículos brasileiros são, em sua grande maioria, provenientes dos países centrais do esquema eurocêntrico.

Os temas associados aos árabes e islâmicos no noticiário nacional são, em geral, negativos: a violência, a intolerância, a opressão, o desrespeito aos Direitos Humanos e desastres naturais são alguns deles. Durante o mês de agosto último, no Jornal Nacional, por exemplo, 20 matérias relativas ao mundo árabo-islâmico foram ao ar. Todas elas tinham alguma relação com terrorismo, desastres e violência – em conflitos ou através de governos opressivos. Além disto, a maior parte delas era do tipo nota pelada (lida pelo apresentador do telejornal, sem qualquer imagem de ilustração) ou nota coberta (o início é lido pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens), não passando de 30 segundos. Apenas oito têm pelo menos um minuto de duração, sendo que, destas, cinco se referem ao posicionamento de países ocidentais sobre questões do Oriente Médio, como, por exemplo, a retirada das tropas norte-americanas do Iraque. Percebe-se, portanto, que não há um esforço para aprofundar as questões relativas ao mundo árabo-islâmico.

O ponto de vista que recebe maior destaque quando o Oriente Médio está em discussão é o ocidental. Assim como acontece nas obras Orientalistas e na mídia internacional, no Brasil, quem fala sobre e pelos árabes e islâmicos é, na maioria das vezes, um ocidental, que explica até mesmo quais são as dificuldades enfrentadas pelos nativos durante conflitos. Uma série de reportagens sobre a Guerra do Iraque, veiculada no site G1 no início do mês de setembro é um exemplo claro deste posicionamento. No dia 2 de setembro, a home de mundo – dedicada a cobertura de assuntos internacionais no portal – tinha seis links sobre o assunto. Três se dedicavam exclusivamente às dificuldades norte-americanas em relação à guerra: soldados norte-americanos contavam os problemas que enfrentavam no retorno à casa e o pai de uma militar norte-

americana morta contava como havia sido a sua experiência de esperar pelas filhas – além da que morreu, suas duas outras filhas combateram no Iraque. A terceira matéria chamada “Raio X da Guerra: Iraque” pretendia explicar a guerra ao leitor. Nela, nenhuma fonte iraquiana é citada. Em outra matéria, o objetivo é mostrar as dificuldades por que passa a população iraquiana em decorrência da guerra. A matéria conta com duas fontes para “conhecer” o dia-a-dia da população local: uma brasileira que trabalha para a Cruz Vermelha no país e uma italiana que trabalha para a organização Médicos sem fronteiras. Ou seja, ainda quando a mídia quer mostrar o ponto de vista iraquiano, quem fala é o ocidental. A última matéria é uma lista de cinco filmes e cinco livros para entender a Guerra do Iraque. Apenas um livro e um filme foram escrito e dirigido por iraquianos. Os demais foram produzidos por norte-americanos, ingleses, israelenses, enfim, ocidentais.

Matérias sobre a presença do Islã no Brasil são raras e esporádicas, geralmente motivadas por estatísticas internacionais que apontam para o crescimento desta religião no mundo. Silvia Montenegro (2002) aponta para uma tendência, nestas matérias, a ressaltar o incômodo que ser muçulmano no Brasil pode gerar. Para se chegar a “conclusão” de que ser islâmico no Brasil é incômodo, os veículos de comunicação de massa usam a declaração de brasileiros convertidos que sofrem algum tipo de preconceito a partir do momento em que passam a professar a religião islâmica. A revista Istoé publicou, em abril de 1998, uma matéria intitulada “Islã Tropical” (*apud* MONTENEGRO, 2002), nela são colocadas afirmações de brasileiros muçulmanos como: “acham que eu fiquei louco, virei terrorista”, ou sentir-se “um extraterrestre desde que se tornou muçulmano há três meses”, ou, referindo-se a uma jovem de 22 anos, “não se incomoda mais de ser chamada de mulher do Saddam Hussein” em decorrência do seu novo vestuário. A matéria vai além e diz que centros islâmicos na Bahia seriam na verdade “simpatizantes sem compromisso do Islã”. A imagem que se passa com os depoimentos escolhidos é a de que o Islã não combina com o Brasil, isto por causa de sua suposta “excessiva rigidez”.

Outra característica identificada nestas matérias é o foco no que seria a “face assustadora” do Islã, em acordo com a imagem propagada no noticiário internacional: uma religião ligada ao fundamentalismo, ao radicalismo e ao terrorismo. Soma-se a estas características o lugar da mulher na religião muçulmana e a ligação entre religião e política. A Revista República (*apud* MONTENEGRO, 2002), em março de 1997, busca dar o panorama de quem seriam os novos convertidos brasileiros ao Islã no artigo “O

Brasil que se volta para a Meca”. O depoimento de um jovem de 18 anos é utilizado como linha central do desenvolvimento da matéria. Dentre as afirmações deste jovem estão: “muçulmanos moderados são hipócritas. No Islã, não existe separação entre religião e política, é tudo a mesma coisa” e “ter ouvido falar de um grupo de treinamento armado ao qual pretende se unir”. Em 1998, o Jornal do Brasil publica um artigo de opinião de Mansur Chalita em que ele afirma que existem dois mundos islâmicos formados por países liberais ou tradicionalistas, sendo assim classificados de acordo com sua política em relação às mulheres e seus direitos. O foco do artigo é discutir se as mulheres são tratadas com igualdade no Islã.

A idéia central do artigo é predizer que, se aquele mundo tradicional triunfar, o Islã será uma realidade restrita aos seus territórios habituais, mas se o Islã liberal preponderar, “O Islã se tornará uma força mundial a competir em pé de igualdade com o cristianismo, o judaísmo e as religiões orientais na dominação do mundo” (MONTENEGRO, 2002. p.71).

Com afirmações como estas, os veículos de comunicação de massa propagam a ideia de que Islã e fundamentalismo, violência e opressão das mulheres estão necessariamente associados. Por isso, além de contribuir para a perpetuação de estereótipos negativos do islamismo no país, a mídia reafirma que esta religião não se encaixa nos padrões culturais brasileiros.

Outra tendência ao abordar a presença árabo-islâmica no Brasil é ignorar os conflitos e tensões que fizeram e fazem parte das relações que envolvem a imigração árabe no país. A Revista de História, publicada pelo Museu Nacional, dedicou a edição de julho de 2009, à presença árabe no país com o Dossiê “Árabes no Brasil”. Na capa, a edição trazia a chamada: Árabes somos nós: As origens que o Brasil desconhece. Apesar do válido esforço em demonstrar a grande participação árabe na formação cultural brasileira e em desfazer alguns enganos como a crença de que os árabes são por definição muçulmanos, ao abordar a chegada dos imigrantes árabes ao Brasil, a revista aponta para apenas uma dificuldade relacionada à origem destes imigrantes experimentada por eles ao chegar no país: a confusão entre as suas diversas nacionalidades. A matéria “Alicerces, recifes e acepipes”, de Paulo Daniel Farah,

exemplifica esta tensão com o diálogo retirado do livro “Gabriela, Cravo e Canela” de Jorge Amado em que “o mascate Nacib cumpre função didática”¹⁰:

- Turco é a mãe!
- Mas, Nacib...
- Tudo o que quiser, menos turco. Brasileiro – batia com a mão enorme no peito cabeludo – filho de sírios, graças a Deus.
- Árabe, turco, sírio. É tudo a mesma coisa.
- A mesma coisa, um corno! Isso é ignorância sua. É não conhecer história e geografia...
- Ora, Nacib, não se zangue. Não foi pra lhe ofender. É que essas coisas das estranjas pra gente é tudo igual.. (AMADO¹¹)

A mídia ignora que, apesar do êxito econômico experimentado pelos imigrantes árabes, estes eram tratados com preconceito pela elite brasileira já que não demonstravam intenção de deixar de lado a herança cultural árabe, aceitando plenamente a cultura euro-brasileira. Jeff Lesser (2001. pp. 100 e 101) cita exemplos da postura adotada pelas elites brasileiras à época. Em 1988, o jornal Mariannense, de Minas Gerais, pedia para o governo que fechasse as portas para a entrada de “multidões” de “vagabundos turcos” que agiam de forma desumana com suas crianças e traziam o atraso econômico para o país. O jornal da Sociedade Central da Imigração publicou opinião semelhante ao cumprimentar Alfredo d’Escrangnolle de Taunay (membro da sociedade) por discurso feito no Senado pedindo uma legislação para “impedir a entrada dessa gente que traz hábitos de vagabundagem e ociosidade” (LESSER, 2001. p. 100). Além do posicionamento de políticos e da veiculação de artigos preconceituosos na mídia, os imigrantes árabes também tinham que lidar com a polícia que punha obstáculos à sua entrada no Brasil, afirmando que o número de presos estrangeiros era em muito superior ao número de brasileiros presos. Termos como “árabe”, “turco-asiático” e “turco” apareciam com frequência nos relatórios policiais no final do século XIX.

Ao deixar de lado estes episódios, a mídia tenta criar a imagem de um Brasil em que tensões raciais e étnicas não existem, desqualificando com isso as possíveis reivindicações deste grupo quanto à sua representação midiática.

Não se pode deixar de lado a participação das telenovelas na construção do imaginário popular brasileiro ao falar de representação na mídia. No que diz respeito à

¹⁰ REVISTA DE HISTÓRIA, 2009, n° 46.

¹¹ In: idem

caracterização dos árabo-islâmicos, nas novelas, assim como no jornalismo, os árabes são representados fazendo-se uso de inúmeros estereótipos, de forma a homogeneizar e desconsiderar a diversidade cultural árabo-islâmica, associando o mundo árabe à violência e à opressão às mulheres. Ao contrário do jornalismo, que argumenta ser uma visão imparcial do mundo para defender a legitimidade dos conteúdos que veicula, os produtores das telenovelas utilizam-se da argumentação oposta: como são produtos de ficção, não tem compromisso com a realidade, não sendo consideradas pelo público como verdade.

Em uma troca de e-mails entre o Instituto de Cultura Árabe e a Rede Globo, fica clara esta posição da emissora. Em uma cena da novela “Viver a vida”, exibida no ano passado, duas personagens brasileiras estão na Jordânia, quando uma delas diz que vai sair para passear. A amiga responde dizendo que sair sozinha onde se encontram pode ser perigoso. A primeira, então responde que não há motivos para preocupar-se, pois estão no “país mais ocidentalizado da região”. O instituto questiona a emissora a respeito da frase, que dá a entender que em países mais próximos à cultura árabe, sair seria um risco. Em resposta, a emissora lamenta “uma tendência de querer-se resolver os problemas da realidade usando como plataforma o mundo do irreal”, afirma que “o telespectador-cidadão sabe distinguir claramente entre o que é novela ou realidade”, alertando para o risco de se colocar em jogo “a capacidade de livre-arbítrio que, se for desqualificada, atinge, mais do que um veículo de comunicação de massa, a democracia”. Sabe-se, contudo, que no Brasil, as telenovelas ultrapassaram sua função de entretenimento, fazendo parte do processo de construção da identidade e valores nacionais. A pesquisadora Maria Lopes, que desenvolve estudos a respeito da participação das telenovelas brasileiras na construção de identidade nacional, afirma que o gênero narrativo, que “impregna a rotina cotidiana da nação, construiu mecanismos de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e que se configura como uma experiência, ao mesmo tempo, cultural, estética e social” (2002, p.16). Ou seja, além de reproduzir os valores da sociedade brasileira, em prol de um tom mais realístico das telenovelas, “a novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamento, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada” (LOPES, 2002. p.3), constituindo-se em parte ativa do processo de formação destes valores.

Em outra novela da Rede Globo, O Clone, o mundo árabo-islâmico aparece através da mistura de diversas características “orientais” consideradas exóticas e que

causam estranhamento na sociedade ocidental. A origem das personagens islâmicas da trama, por exemplo, é o Marrocos, ainda assim, as mulheres fazem dança do ventre, prática que não é comum no país. Além disso, a novela dá grande ênfase à poligamia, quando esta é uma prática em desuso entre a maior parte dos islâmicos. Estes enganos contribuem para a visão de que as diversas culturas árabes e islâmicas são iguais entre si, caracterizadas pelos estereótipos ocidentais do Oriente.

Em resumo, o que se pode concluir é que o mundo árabo-islâmico que aparece na mídia, seja em noticiários ou novelas, é aquilo que Edward Said chamou de Oriente “orientalizado” pelo Ocidente. Ou seja, ele é determinado pelo que os orientalistas conhecem e afirmam a respeito do Oriente. Com isso, a imagem sustentada pelo discurso da mídia para o islã e a cultura árabe é repleta de estereótipos, associações negativas e desconsidera a diversidade árabo-islâmica. O objetivo da atuação da mídia de massa neste processo de construção, no imaginário coletivo ocidental – seja no Brasil ou fora do país –, dos conceitos de Oriente, oriental, árabe e islâmico é a manutenção das idéias, valores e costumes eurocêntricos dominantes no cenário atual, não deixando espaço para que visões de mundo diversas se manifestem livremente a respeito de si próprias e dos acontecimentos ao redor do mundo.

4. MÍDIAS CONTRA-HEGEMÔNICAS: VOZ PRÓPRIA

O que se pode ver neste trabalho até aqui é que a mídia de massa que, na teoria, deveria funcionar como divulgadora da informação de forma isenta, visando resguardar o bem estar social e garantir a qualidade dos dados e informações divulgados, na verdade, é mais comprometida com os grupos dominantes econômica e politicamente e com a manutenção das hierarquias sociais.

Agindo desta forma, os meios de comunicação em larga escala marginalizam minorias e ignoram as vozes diversas daquela que representa a visão de mundo dominante. Para a mídia de massa, a estes grupos minoritários é reservado o papel de espectador ou leitor, que, preferencialmente, não questiona o que lhe é dito. O que estas minorias vêem divulgado a respeito do seu grupo de pertencimento, inúmeras vezes, não corresponde à realidade. Eles se vêem reduzidos a poucas e essencializantes características, sem direito à voz para contrapor esta imagem.

Em meio à insatisfação dos indivíduos membros de grupos minoritários com a forma como as diversidades do seu grupo são abordadas, surgem iniciativas contra-hegemônicas no que pode ser denominado um movimento de libertação das diversidades que “tomam a palavra, se apresentam, se põem em forma de modo a poderem tornar-se reconhecidas” (MARTINS, 2004. p. 300). Muniz Sodré faz uma importante ressalva:

Não se trata, entretanto, de registrar audiovisualmente diferenças culturais – manifestadas na superfície imediata dos costumes e folguedos antes enfeixados na categoria “folclore” – e sim de usar a tecnologia de dentro para fora, construindo uma voz autônoma, política e culturalmente diversa (*apud* COUTINHO, 2008. p. 36)

Uma vez que a insatisfação com a mídia de massa se transforma em produção de conteúdo pelas minorias, divulgado em mídias alternativas, tem-se a comunicação contra-hegemônica, que tem como objetivo oferecer alternativas ao que é produzido pelos grupos dominantes e colabora com a manutenção das hierarquias e hegemonias.

A contra-hegemonia pode estar presente no surgimento de mídias alternativas, assim como em ações que questionam o status quo. As mídias alternativas surgem em diversas escalas, mas, segundo Raquel Paiva, a sua radicalidade reside “no fato de não se desejar nunca o lugar de sujeito hegemônico, no fato de a contra-hegemonia se

orientar por uma razão fundamental que se configure de modo contrário e oposto à hegemonia” (*apud* COUTINHO, 2008. p. 165).

4.1 Mídias alternativas e TICs

O termo mídia alternativa está associado desde o seu surgimento às questões relativas às tecnologias de comunicação. A expressão é usada inicialmente para falar da “radiodifusão comunitária, como opção aos processos hegemônicos de comunicação, e possui, portanto, relação com a democracia” (LORENZON, *apud* SILVA, 2010. p. XX). Mas o uso das tecnologias de comunicação em si não pressupõe a produção de conteúdo contra-hegemônico.

Os esforços de produção contra-hegemônica na rede devem ser entendidos como o uso das tecnologias para estimular a utilização das mesmas de forma a democratizar de fato a produção, e não como meio de reprodução do sistema e dos conteúdos dominantes. Como já foi colocado, o uso contra-hegemônico das tecnologias de comunicação não pode ser entendido como o simples registro audiovisual ou textual de diferenças culturais. A contra-hegemonia é caracterizada pelo seu objetivo de garantir que a população normalmente colocada no papel de receptora possa atuar como produtora e emissora de informação, através da valorização da diversidade sócio-cultural, da democracia e do papel destes na construção coletiva de sentidos.

As rádios piratas surgiram, na Inglaterra, na década de 60, com esse objetivo. Insatisfeitos com o monopólio estatal e com a programação das emissoras oficiais de rádio, um grupo de jovens ingleses montou uma estação de rádio em um navio na costa britânica, fora do controle de milhas marítimas para fugir do controle do governo. A programação era emitida roubando as ondas das emissoras legais, daí o nome rádio pirata.

No Brasil, enquanto ocorria o processo de consolidação do rádio como veículo de comunicação de massa, na década de 70, os primeiros episódios de uso alternativo do rádio surgiam para preencher as necessidades dos grupos que não eram atendidos pela comunicação de massa, sendo excluídos do processo de produção destes. O surgimento das rádios livres foi uma forma de protesto contra a concentração do direito de emissão radiofônica na mão de poucos, que limitavam o acesso à fala e à expressão.

As rádios livres, mesmo que algumas possam ter sido decorrência de aventuras sem maiores pretensões políticas, são, no conjunto, um protesto contra a forma de acesso aos instrumentos massivos e uma tentativa de conquistar a liberdade de expressão a qualquer preço (PERUZZO *apud* COSTA e FRANÇA. p. 4)

Utilizando-se da tecnologia de radiodifusão, os responsáveis por colocar no ar as rádios piratas ou livres produziam conteúdos alternativos, colocando em discussão o monopólio da fala por grandes empresas de comunicação.

Além de dar espaço a outras vozes, a mídia alternativa permite que temáticas diversas sejam abordadas na busca por novos olhares, que complementem, questionem, ou até mesmo neguem os discursos hegemônicos. Sabe-se que os conteúdos produzidos pelas mídias alternativas também são subjetivos, mas o seu valor não se baseia em uma maior imparcialidade ou por uma suposta objetividade, e, sim, na subversão das lógicas e processos hegemônicos.

As novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) representam a expansão do alcance dos conteúdos produzidos por fontes alternativas. O melhor exemplo destas novas tecnologias é a Internet, um espaço que favorece a produção contra-hegemônica devido à sua estrutura.

A internet é um ecossistema digital caracterizado por arquitetura descentralizada, multiplicação de fontes de emissão, disponibilização ininterrupta de dados, sons e imagens, utilização simultânea e intercâmbios singulares. Em sua impressionante variedade de usos tem permitido experiências de produção e difusão fora das pragmáticas midiáticas (MORAES *apud* COUTINHO, 2008. p. 41)

No ciberespaço, indivíduos e grupos em todo o mundo entram em contato através da rede de computadores interconectados, que favorece a horizontalidade, permitindo que os indivíduos, em sua diversidade, possam participar da construção e circulação do conhecimento e da informação. Consequentemente, a popularização das TICs é benéfica para o surgimento de fontes alternativas de informação, constituindo-se em um terreno fértil para a produção contra-hegemônica, justamente por favorecer a comunicação horizontal.

A partir do momento em que a popularidade da Internet aumenta, cresce a sua importância como meio de comunicação e espaço através do qual a sociedade se

organiza. Assim, não é de se estranhar que os movimentos contra-hegemônicos passem a atuar no mundo virtual, informando e organizando-se, já que é através deste e outros meios de comunicação que eles divulgam as suas ideias alcançam os indivíduos que podem vir a compartilhar seus valores e apoiar suas reivindicações.

Além de favorecer a mídia alternativa por sua estrutura de comunicação horizontalizada, a Internet reduz os custos de produção e distribuição. Outra vantagem da comunicação em rede é que o possível público-alvo se expande para além das fronteiras. As comunidades de diversas regiões do mundo podem participar, em conjunto, do processo de construção de sentidos, apesar da distância que os separa.

A Rede tornou-se um palco de disputa entre o discurso dominante e movimentos contra-hegemônicos, que usam o espaço virtual para legitimar-se e fazer conhecer suas ações e visões de mundo, em nível global. Neste sentido, a Internet também se configura como meio através do qual a população de países com governos repressivos denuncia episódios de violência e violação dos Direitos Humanos.

A Internet fornece a base material que permite os movimentos sociais engajarem-se na produção de uma nova sociedade, transformando por sua vez a própria Internet, que de uma ferramenta de organização das empresas, torna-se um instrumento de transformação social (CASTELLS *apud* GOÉS, 2007. p. 7)

Na tentativa de questionar as visões hegemônicas, os indivíduos e grupos que utilizam a Internet e demais TICs para produzir conteúdo contra-hegemônico podem fazê-lo de diversas formas. Uma das possibilidades é utilizar o espaço para reinterpretar e colocar em discussão o que a mídia de massa divulga em jornais e na televisão. Além disso, a comunicação em rede privilegia a interatividade. O público pode não apenas reagir ao que é produzido, como se transformar em produtor de conteúdo. O mundo virtual é “uma forma descentralizada, democrática e livre de controle social, capaz de transpor os limites de funcionamento dos meios tradicionais” (GOÉS, 2007. p. 8).

Por causa dos benefícios da Internet aqui expostos e da insatisfação com os meios de comunicação tradicionais, que através de seus discursos hegemônicos parecem lutar pela manutenção social e das desigualdades, mídias alternativas surgem na rede em diversas formas. Sites, blogs, redes sociais e e-mails são alguns dos meios utilizados para tornar público posicionamentos, análises e informações ignoradas ou apresentadas através de outro viés pela mídia de massa.

Ressalta-se que, apesar da forte ligação entre as mídias alternativas e as TICs, a comunicação contra-hegemônica não se restringe apenas ao mundo virtual. Assim como sites e outros meios virtuais, jornais e revistas alternativos também podem servir de meio para a divulgação de conteúdos que coloquem em xeque os discursos dominantes.

Novas e velhas tecnologias estão a serviço de um objetivo maior, que é permitir a comunicação e a expressão dos que querem intervir no debate e na formação da esfera pública. Também as temáticas colocadas em cena revelam a busca por novos olhares e práticas discursivas, complementando, contra-argumentando ou mesmo negando discursos que se autoproclamam dominantes (ENNE *apud* COUTINHO, 2008. p. 212)

4.2 Al Jazeera

A Al-Jazeera é uma emissora televisiva baseada no Catar. Fundada em novembro de 1996, quando colocava no ar seis horas de programação diária, desde fevereiro de 1999, o canal veicula conteúdo jornalístico 24 horas por dia em língua árabe.

Algumas características foram indispensáveis para o sucesso da rede entre o público árabe. A emissora foi a primeira a exibir notícias 24 horas no mundo árabo-islâmico. Ao contrário das emissoras estatais árabes, a Al-Jazeera não está diretamente submetida à censura governamental, apesar de receber subsídios do governo do Catar. Além disso, a emissora conta com profissionais altamente qualificados, que, ao contrário dos jornalistas ocidentais, têm grande conhecimento do mundo árabo-islâmico e empatia pelas situações que enfrentam estes povos.

A Al-Jazeera adotou, por exemplo, um tom contrário ao ataque norte-americano ao Iraque, em 1998, mostrou o sofrimento palestino durante a Nova Intifada, sendo inclusive alvo de críticas dos governos norte-americano e israelense que acusaram a rede de incitar o ódio palestino.

No entanto, não se deve pensar que o canal é unanimidade dentro do mundo árabo-islâmico. Alguns governos árabes acusam a Al-Jazeera de cooperar com movimentos conspiratórios, já que a rede leva ao ar conteúdos controversos, quebra tabus e dá espaço para representantes de diversos pontos de vista, inclusive para líderes israelenses quando aborda conflitos entre Israel e países árabes.

Apesar das polêmicas, ou talvez até graças a elas, a popularidade e a identificação do público árabe com a Al-Jazeera é muito grande.

Ali Al-Hail, professor e consultor de mídia, relatou que aproximadamente 70% dos árabes que têm um satélite em casa pensa primeiramente na Al-Jazeera quando o assunto é notícias, documentários e informações políticas.¹²

Para além do mundo árabo-islâmico, a notoriedade da Al-Jazeera veio em sete de outubro de 2001, quando a emissora veiculou uma mensagem de Osama Bin Laden na qual o líder da Al Qaeda comenta o ataque ao World Trade Center, em Nova Iorque, em 11 de setembro de 2001. Na mensagem, que foi noticiada em todo o mundo, Osama afirma que os Estados Unidos foram “atingidos por Deus (Alá) no seu ponto mais vulnerável”¹³.

Desde então, a Al-Jazeera tornou-se conhecida nos países ocidentais, transformando-se em fonte de informações sobre o Oriente Médio para todo o mundo. Durante o conflito entre tropas norte-americanas e o Talibã, no Afeganistão, a rede catariana era o único veículo de comunicação estrangeiro que tinha acesso às áreas dominadas pelo grupo fundamentalista. Assim que as tropas dos Estados Unidos conseguiram tomar o controle de Kabul das forças talibãs, um míssil norte-americano destruiu a sucursal da Al-Jazeera na capital afegã. Os diretores do canal afirmam que haviam entregado as coordenadas do local onde funcionava a emissora em Kabul às autoridades norte-americanas. O governo norte-americano não deu explicações para o episódio.

No Brasil, a Al Jazeera chegou em 2001 em língua árabe, junto com outras TVs árabes. A princípio, o acesso ao sinal era gratuito. Imigrantes vindos de países árabes receberam com entusiasmo as emissoras, aproveitando a possibilidade de se aproximar de suas culturas de origem. Em 2004, mais de 1800 famílias assinavam o canal¹⁴.

Os motivos que atraem os imigrantes e descendentes de árabes no Brasil são muitos. Além de aproximá-los da cultura árabe, o canal é um incentivo à aprendizagem da língua árabe para as crianças. Em matéria publicada no jornal Folha de S. Paulo, em 21 de novembro de 2004, o jornalista sírio Munir Awad contou que recomendava à babá

¹² Fonte: site Etni-cidade. Al-Jazeera: Um novo olhar sobre o Oriente Médio.

¹³ Fonte: site da Al-Jazeera.

¹⁴ Fonte: Árabe Al Jazeera dobra o número de assinantes no Brasil. Folha de S. Paulo, em 21/11/2004.

de sua filha, à época com dois anos, que deixasse a televisão ligada no canal árabe durante todo o dia para que a menina se familiarizasse com a língua.

Além das motivações culturais, os árabes e seus descendentes brasileiros dão preferência à rede catariana quando se trata de notícias por acreditar que os conteúdos veiculados por ela são mais próximos da realidade. Na mesma matéria da Folha de S. Paulo, o comerciante libanês Wissam Tahini contou que prefere a Al Jazeera aos canais brasileiros, pois a sua cobertura era a única que mostraria a verdade sobre os conflitos do Oriente Médio, enquanto as “emissoras brasileiras chamam os libaneses de terroristas, quando, no Líbano, são heróis”¹⁵. Neste sentido, a escolha da Al Jazeera mostra a tentativa dos árabes e descendentes de fugir dos estereótipos utilizados pela mídia de massa ocidental ao falar dos acontecimentos do mundo árabo-islâmico.

Outra vantagem da Al Jazeera é a maior velocidade em trazer notícias sobre o Oriente Médio em comparação com as emissoras brasileiras e outras ocidentais dedicadas ao jornalismo.

Com o aumento da popularidade da Al-Jazeera para além das comunidades árabes, foi lançada em novembro de 2006 a Al-Jazeera English. Também baseada no Catar, a nova emissora está disponível em mais de 100 países, chegando a mais de 220 milhões de residências. A missão do novo canal é ser fonte de um noticiário imparcial e independente para um público internacional, e dar voz a perspectivas diversas oriundas de regiões pouco noticiadas. Além disso, a emissora se propõe a balancear o fluxo de informações entre os hemisférios Sul e Norte¹⁶. Para isto, a emissora conta com 65 escritórios em todo o mundo. O maior deles fica no hemisfério sul. Ao todo são mais de 400 jornalistas de cerca de 60 nacionalidades diversas que trabalham para a rede.

Na Al Jazeera English, especificamente, trabalham mais de 1000 funcionários, produzindo programas para um público de mais de 220 milhões de residências em mais de 100 países. O site da rede Al Jazeera English recebe em média 22 milhões de visitas por mês, das quais aproximadamente 50% provêm da América do Norte.

Além disso, o canal em inglês pode ser visto gratuitamente através da internet e a Al Jazeera é também o canal de notícias mais visitado no Youtube. São cerca de 2,5 milhões de visualizações de vídeos por mês. A conta no Youtube da Al Jazeera English conta atualmente com cerca de 10 mil vídeos, que foram postados ao longo dos últimos três anos. O canal foi lançado em abril de 2007.

¹⁵ Fonte: Árabe Al Jazeera dobra o número de assinantes no Brasil. Folha de S. Paulo, em 21/11/2004.

¹⁶ Fonte: site da Al-Jazeera.

Atualmente, a rede Al Jazeera é formada por 9 mídias principais: 5 canais televisivos, 2 centros de estudos e formação, 1 site e 1 plataforma para conteúdos transmitidos via celular.

Para 2010, em entrevista dada à Agência de Notícias Brasil Árabe em 27 de maio último, o diretor geral da Al Jazeera, Wadar Khanfar, revelou planos de ampliação da atuação da rede. Além de novos canais de notícias e esportes, a Al Jazeera planeja produzir programas em outras línguas, além do inglês e do árabe.

A América do Sul é uma das regiões em que a rede pretende ampliar sua participação. Para tanto, vai aumentar o número de correspondentes na região, especialmente no Brasil e na Argentina. No Brasil, a Al Jazeera está participando da produção de documentários, com destaque para o tema: presença árabe no país.

A aceitação e o sucesso da rede Al Jazeera no mundo árabo-islâmico e para além deles demonstram que existe uma demanda por conteúdos alternativos aos divulgados através das mídias tradicionais. No Oriente Médio, as pessoas buscam informações além das disponibilizadas pelas redes estatais, que sofrem forte censura dos governos. As redes ocidentais cujos sinais chegam à região não atendiam plenamente esta demanda, uma vez que os povos árabo-islâmicos não se viam representados nas abordagens feitas sobre a região e seus conflitos. A proposta de um novo discurso e um novo olhar sobre o noticiário político, econômico e de guerra feita pela Al Jazeera deu a este público a possibilidade de um discurso independente dos governos e em que eles se sentissem representados. Neste sentido, a produção da emissora catariana é duplamente contra-hegemônica, pois ela contesta tanto a hegemonia ocidental na produção jornalística, assim como o faz com a hegemonia dos discursos governamentais oferecidos pelas redes árabes estatais.

No Ocidente, a Al Jazeera atende às demandas de um público que parece querer escapar dos estereótipos usados pela mídia de massa e buscam maior diversidade de opiniões e pontos de vista.

Ao combinar um estilo jornalístico que segue o modelo ocidental com as peculiaridades da cultura árabe, a Al Jazeera proporciona ao seu público, esteja ele dentro ou fora de países árabes, um novo olhar sobre o que acontece no mundo. Esta visão de mundo apresentada contradiz muitas vezes o que tradicionalmente foi construído pela literatura e imprensa ocidental. Além disto, a rede parece centrar esforços em permitir que diversos grupos exponham suas opiniões a respeito dos assuntos abordados. Por isso, pode-se afirmar que a Al Jazeera é uma rede de produção

de conteúdos alternativos, que colocam em discussão o discurso dominante, constituindo-se em um veículo contra-hegemônico de larga escala.

4.3 Veículos de mídia árabo-islâmicos no Brasil

No Brasil, as mídias alternativas árabes surgiram muito antes das novas tecnologias de informação e comunicação. Já em novembro de 1895, surgia o primeiro jornal árabe em território brasileiro, chamado Al-Faiáh. O impresso era publicado em Campinas. No ano seguinte, surgiu, em Santos, o jornal Al-Brasil. Cerca de um ano depois, os dois impressos se fundiram em São Paulo. Em 1914, quatorze periódicos em língua árabe circulavam no Brasil, sustentados pelos imigrantes.

Segundo Jeff Lesser (2001), os objetivos dessas publicações eram contraditórios: ao mesmo tempo em que a língua árabe era utilizada, como forma de manter a cultura do país de origem, o conteúdo dos artigos tinha a preocupação de mostrar maneiras de negociar a vida no novo local.

Uma característica curiosa dos impressos árabes dentro do Brasil é que os impactos destes não se restringiam ao território brasileiro. A revista literária Al-Jadid, publicada entre 1919 e 1929 em São Paulo, foi fundada por Ilyas Farhat, que chegara ao Brasil vindo do Líbano em 1910, quando tinha 17 anos. A publicação mensal colocava o Brasil como centro da literatura mahjar (feita por emigrantes árabes).

Os textos de Rashid Salim Khuri, que veio do Líbano para o Brasil em 1913, eram publicados por jornais em língua árabe de todo o mundo. Assim como as poesias dos irmãos al-Ma'luf, Fauzi e Shaquif, que posteriormente foram traduzidas para diversas línguas.

Pode-se dizer que a imprensa árabe no Brasil desempenhou um papel importante no desenvolvimento da literatura e poesia árabe modernas. Isto por que as publicações árabes no Brasil serviam para debater e divulgar as idéias desta comunidade nos campos estético, cultural, científico e político, ajudando, portanto, a manter a identidade cultural árabe em territórios estrangeiros. Além disso, a produção era intensa, chegando 394 periódicos entre 1890 e 1940 superando o número de impressos produzidos no Líbano no mesmo período.

Em artigo publicado no site Tenda Árabe, a jornalista Andréa Estevão, citando o professor de literatura árabe da UFRJ João Baptista de Medeiros Vargens, explica os

motivos para o sucesso e a influência da produção árabe no Brasil sobre a poesia e literatura árabe moderna em todo o mundo:

Os motivos para isso seriam, segundo ele, o volume de publicações, a quantidade de poetas envolvidos e a percepção de elementos culturais que levaram à solução da tensão entre tradição e inovação, que tanto os inquietava nas questões sobre o Renascimento árabe: a identificação de coincidências com a experiência árabe na Península Ibérica. Ao referir-se ao Brasil como a "Nova Adaluzia", os poetas da Liga Andaluza traduzem a riqueza e a importância da "escola brasileira" no nascimento da poesia árabe moderna (ESTEVÃO, 2004)¹⁷.

O grupo citado era responsável pela revista árabe de maior destaque, a *Al Usba*. Foi através desta revista que os países árabes foram apresentados à literatura mahjar.

Através destas publicações, os imigrantes árabes no Brasil mantinham a ligação com a pátria-mãe, ao mesmo tempo em que se adaptavam à cultura brasileira, constituindo uma comunidade de "alma sírio-brasileira" (termo utilizado Nagib Jafet em discurso na inauguração pública do monumento Amizade sírio-libanesa, construída em meio à celebração pelo centenário da Independência do Brasil).

Durante todo este processo, os imigrantes árabes não se submeteram às pressões das elites brasileiras para que se adaptassem plenamente à cultura euro-brasileira, deixando de lado a influência da cultura de origem. Mais, eles questionavam a suposta superioridade da cultura europeia sobre a árabe, colocando o Oriente Médio em posição de igualdade com a Europa. Os imigrantes árabes não concordavam que a influência europeia seria mais benéfica para o Brasil. Pelo contrário, defendiam que a influência árabe, e a conseqüente formação de uma etnicidade árabe-brasileira, era um fato positivo, desejável.

A recusa em aceitar abrir mão da identidade árabe fica evidente quando se leva em conta que:

A maior parte dos imigrantes sírio-libaneses e seus descendentes tiveram escolha. Sua fisionomia permitia-lhes transformar-se instantaneamente em brasileiros, com uma simples troca de nome. No entanto, isso não ocorreu com tanta frequência quanto poderia, e a nova etnicidade sírio-libanesa que surgiu era totalmente brasileira. (LESSER, 2001. p. 135)

¹⁷ Fonte: site Tenda Árabe.

Além da produção literária contra-hegemônica, os árabes em território brasileiro construíram sua nova etnicidade no campo geográfico. A comunidade árabe no Rio de Janeiro se fixou em um espaço onde pôde se fazer representar e estar reunida: o Saara. A sigla significa Sociedade de Amigos e Adjacências da Rua da Alfândega. A partir do final do século XIX e início do XX, a rua da Alfândega abrigou imigrantes, em especial árabes e judeus, devido à sua proximidade do porto. Para muitos árabes que chegavam ao Brasil fugindo da perseguição otomana, a região da rua da Alfândega era o ponto seguinte ao de desembarque, o mais próximo da terra de origem. Estes imigrantes trabalhavam como mascates e, posteriormente, abriram lojas na região, usando a parte superior dos sobrados como moradia.

Além de a construção e a arquitetura do Saara conter elementos árabo-islâmicos, em decorrência da influência moura na cultura ibérica, o uso cotidiano do Saara pelos imigrantes árabes, que lutavam para preservar sua identidade original, moldou aquele espaço de forma a parecer com os sukés e bazares árabes.

Ainda que esta convergência espácio-cultural tenha facilitado o investimento étnico-subjetivo dos árabes no lugar de destino, não se pode deixar de entrever algumas estratégias de contra-hegemonia identitária que impulsionaram o processo (ELHAJJI, 2008. p. 55)

Há de se considerar que, como já foi dito no capítulo anterior, a chegada dos imigrantes árabes no Brasil não se deu como resultado de uma política de incentivo da parte do governo brasileiro. Além disso, assim como eram reticentes à entrada dos árabes no país, as classes dominantes do Brasil consideravam a manutenção do Saara um elemento contrário ao progresso da região. Na defesa de seu espaço, a comunidade árabe se impôs simbólica e subjetivamente na cultura carioca e brasileira.

Um aspecto que simboliza o esforço dos imigrantes árabes para manter a ligação com a terra de origem está na nomenclatura dada ao espaço ocupado no destino, fazendo referência ao deserto e a um conjunto de estereótipos relativos aos países árabes na cultura brasileira. Apesar de alegarem que a denominação Saara foi fruto do acaso, conforme coloca Mohammed Elhajji, a formulação é sintaticamente errada. Seguindo as regras da língua portuguesa o nome da associação deveria ser Sociedade dos Amigos da Rua da Alfândega e Adjacências, formando a sigla Saraa. O autor aponta ainda para o uso do masculino ao referir-se à região.

Tanto a reordenação do espaço Saara, como as narrativas e o imaginário nele e em torno dele investidos, funcionam como estratégias simbólicas para a conquista de um lugar no ambiente local e a construção de um referencial identitário que reinventa a genealogia mítica do grupo e a adapta ao novo contexto social, político e cultural (ELHAJJI, 2008. p. 58)

Na contemporaneidade, a produção de conteúdos árabes em território brasileiro se mantém. Diversas agências, sites e impressos árabes produzem conteúdo alternativo, questionando, analisando, complementando e, até mesmo negando, discursos hegemônicos difundidos pela mídia de massa.

Um exemplo é o Instituto de Cultura Árabe (ICArabe), uma organização brasileira que tem como um de seus objetivos a de promoção de conteúdos contra-hegemônicos. Na sessão “Quem somos” de seu site, o instituto define suas atividades como a promoção de expressão cultural em diversas formas e a desconstrução de “estereótipos sobre o mundo árabe, não raro presentes na mídia local”, já deixando claro o seu posicionamento em relação ao que é produzido pela mídia de massa. Além de publicar um newsletter semanal, o instituto utiliza o seu site para divulgar estudos, conteúdos produzidos e eventos, transformando-o em um local de convergência da produção de conteúdos alternativos sobre a cultura.

O site do instituto é dividido em diversos assuntos, através dos quais aspectos da cultura árabe são apresentados ao público e o discurso dominante é questionado. Apenas o fato de levar ao conhecimento do público características da cultura árabe ignoradas ou colocadas de forma equivocada em outros meios, já confere ao ICArabe caráter contra-hegemônico. Ao apresentar expressões artísticas, trabalhos científicos, história, religião sob um ponto de vista que não o eurocêntrico, dominante nos meios de comunicação brasileiros, o instituto oferece ao leitor novas opções de visão de mundo.

Uma das categorias do site é Mídia, em que são publicados artigos para questionar, criticar e analisar o que é produzido pelos veículos tradicionais de mídia sobre o mundo árabe.

Em artigo já citado no capítulo anterior, o Instituto publicou uma troca de e-mails com o setor de teledramaturgia da Rede Globo, em que o ICArabe questionava um diálogo exibido em um capítulo da novela *Viver a Vida* em que o estereótipo de que povos árabes são violentos era reafirmado. Além de pontuar o posicionamento do instituto contra o uso de estereótipos a respeito da cultura árabe, com a publicação deste

artigo, assinado por José Arbex Jr., o instituto critica a forma com que “os “donos da mídia” encaram o exercício da liberdade de expressão e sua responsabilidade específica como divulgadores de informação, arte e cultura”.

Além desta categoria, o site dedica espaços específicos para a publicação de artigos relativos a questões “polêmicas”, em que a mídia ocidental, normalmente, usa de estereótipos ao falar de árabes: Mulher, Religião, Imigração e Política e Sociedade. Em todos eles, o site segue o mesmo padrão, apresentando pontos de vista alternativos aos colocados na mídia de massa.

Outra característica importante do instituto e do site é a sua abertura à participação externa. Além do espaço para comentários que seguem todos os artigos publicados, o ICArabe promove a participação dos interessados em diversos eventos sobre a cultura árabe e permite que estes se inscrevam através do site para colaborar com o instituto e com o site. Como já foi visto, estimular, e se possível garantir, a participação de indivíduos normalmente relegados ao papel de receptor no processo de produção de conteúdos é um elemento central da contra-hegemonia.

O Instituto de Cultura Árabe não é o único a produzir conteúdos que desafiam estereótipos ligados ao mundo árabe-islâmico, opondo-se à produção hegemônica. A Sociedade Beneficente Muçulmana do Rio de Janeiro também utiliza o seu site para publicar textos que esclareçam dúvidas relativas à religião, que normalmente é abordada a partir de inúmeros estereótipos. Um dos enganos que a organização busca desfazer é a confusão entre os termos árabes e muçulmanos. No artigo “Breve introdução ao Islam”, esta tentativa fica evidente: “muito embora o Islam esteja associado à cultura árabe, sabe-se que a grande maioria dos muçulmanos está na Ásia e apenas 18% são de origem árabe”.

Outro produtor de conteúdos que representa a comunidade árabe no Brasil é a Agência de Notícias Brasil Árabe (ANBA) que foca no noticiário econômico, especialmente nas relações comerciais entre o Brasil e países e empresários árabes. Apesar disto, a agência não deixa de abordar questões culturais, na tentativa de aproximar as culturas brasileira e árabe. Uma das editorias do site da ANBA, *Oriente-se*, por exemplo, é usada para divulgar eventos e iniciativas para mostrar aspectos da cultura árabe no Brasil.

Estes exemplos representam parte dos esforços de grupos e pessoas no Brasil que, utilizando-se das TICs, promovem pontos de vista alternativos ao que é normalmente apresentado nas mídias convencionais. Eles oferecem conteúdos que

complementam, alteram, negam e corrigem as informações divulgadas nos veículos de massa, e através de seus sites e demais ações expandem o acesso à produção de conteúdo e, conseqüentemente, cooperam com o exercício da cidadania e democracia.

Ao defender o seu direito à fala, a comunidade árabe no Brasil, representada neste trabalho por algumas instituições, toma parte em uma disputa mais ampla entre um discurso hegemônico eurocêntrico e diversas outras possibilidades de visões de mundo. Mais do que a defesa de valores individuais, estas manifestações fazem parte de uma batalha pelo respeito às diferenças, que não pode existir plenamente enquanto alguns grupos têm direito à voz e outros são silenciados, reprimidos e estereotipados.

5. CONCLUSÃO

Conforme foi visto ao longo deste trabalho, os processos de apreensão do mundo e relação humana se baseiam em mecanismos de representação, através dos quais o homem tipifica coisas, eventos e pessoas. Em meio a estes processos, na tentativa de dominar e manter seu pensamento como hegemônico, indivíduos e sociedades utilizam-se de reduções, estereótipos para construir a imagem de outras pessoas e culturas que possam representar um risco para a manutenção de sua hegemonia.

Ao contrário do que muitos tentam fazer parecer lógico, a estereotipificação não é inerente às relações humanas. Este processo não pode ser entendido como sinônimo de tipificação.

O uso massivo de estereótipos ao relacionar-se com indivíduos de outras culturas traz conseqüências negativas para ambas as partes. A quem é vítima de estereótipos normalmente não é permitida a participação na construção de sua representação no imaginário coletivo. Com isso, estas pessoas não têm a oportunidade de expressar seus valores e visão de mundo, a não ser quando isto corrobore para os estereótipos em que o grupo ao qual pertence é enquadrado. Além disso, às pessoas que fazem parte de grupos estereotipados não é dada a possibilidade de mudanças em sua imagem, suas características são fixadas e não vão além daquelas já associadas ao grupo ao qual pertence.

Quem se utiliza apenas de estereótipos para se relacionar com outras culturas e indivíduos não conhece verdadeiramente estas culturas, perdendo a chance de, através do diálogo, entrar em contato com visões de mundo diferentes da sua e que em muito poderiam contribuir para o entendimento de outras sociedades e dos processos que determinaram o desenvolvimento histórico.

O que acontece na prática, entretanto, é que a essencialização do outro – que parece ter sido o caminho escolhido pelas culturas ocidentais hegemônicas e pela mídia de massa ocidental para se relacionar com as diferenças – tem levado ao preconceito, dificultado a relação entre culturas e culminado em situações extremas como guerras, conflitos e o crescimento e fortalecimento de grupos fundamentalistas e terroristas.

A indisponibilidade para o diálogo – em que todas as partes têm direito à expressão, sem que a fala do representante dos grupos dominantes seja considerada mais importante do que a dos representantes de grupos minoritários ou dominados – leva a reações em diversos níveis. Além de episódios extremos como as guerras e o

terrorismo, surgem entre os povos dominados tentativas de subverter o discurso dominante, seja através do apego aos traços da cultura local e do repúdio à cultura dominante, ou da re-interpretação do discurso dominante, colocando a própria cultura em pé de igualdade com a cultura dominante, ou da contestação dos valores e estéticas hegemônicos.

No caso específico da relação entre o Ocidente e o Oriente, a Europa – e, posteriormente, os Estados Unidos e demais representantes da hegemonia ocidental eurocêntrica – subjugou os povos orientais, ou tentou fazê-lo, desde os primórdios da relação entre eles. Com este objetivo, o oriental sempre é retratado como exótico, perigoso e inferior. A partir desta representação do oriental em todos os campos – literatura, ciências sociais e etc. –, o Ocidente procura impedir que outras características possam ser associadas aos povos orientais, restringindo-os à imagem reduzida e estática construída por ocidentais. Com isto, o Ocidente age para manter a ordem social vigente, ou seja, a hegemonia da cultura e do pensamento ocidental eurocêntrico, justificando, inclusive, a hostilidade e dominação do oriental.

A mídia de massa, que deveria funcionar como instrumento de divulgação e defesa das diversidades e minorias, na prática, age em defesa dos interesses e valores da classe dominante. Minorias e grupos excluídos socialmente também não têm espaço na mídia tradicional. Ao contrário, eles são retratados apenas através de um pequeno grupo de características que supostamente é comum a todos os integrantes de determinado grupo minoritário, e não são ouvidos. Assim como acontecia na literatura Orientalista, nos meios de comunicação de massa, os grupos dominados são representados através da fala de um integrante do grupo dominante que descreve e explica para o público o que esta minoria pensa, como age e por que o faz.

No caso específico dos povos árabo-islâmicos, a mídia propaga a imagem de que eles são violentos, pouco esclarecidos, simultaneamente reprimidos e repressores e repudiam o progresso, assim como faziam os autores orientalistas. Isto acontece através da predileção por matérias associadas a episódios terroristas, governos totalitários, revoltas populares, desastres naturais e temas considerados exóticos. Para marcar a superioridade ocidental sobre o oriental árabo-islâmico, estes raramente expressam suas opiniões no noticiário ocidental. Quando alguma análise ou explicação é necessária, quem o faz é especialista ocidental sobre assuntos relativos ao Oriente – ou o que Edward Said chamou de Orientalista.

O Orientalista vai à mídia para explicar por que o Oriente é como é. Esquece-se, entretanto, que este “Oriente como é”, na verdade, é o Oriente como foi construído e imaginado pelo Ocidente historicamente, não necessariamente correspondente à realidade vivenciada pelos orientais.

Com isto, crescem as reações dos povos árabo-islâmicos, insatisfeitos com a representação e dominação ocidental. Esta insatisfação se manifesta em formas diversas. Alterna-se entre reações extremas, como o crescimento de grupos fundamentalistas e atos terroristas – menos recorrentes e representativos de uma minoria dentre os árabes e islâmicos, ainda que a cobertura midiática ocidental faça esta minoria parecer a totalidade dos povos árabo-islâmicos –, e formas mais brandas, com o maior apego à cultura árabo-islâmica, o repúdio às culturas ocidentais e o questionamento da superioridade euro-ocidental e do discurso hegemônico do Ocidente e da mídia ocidental.

Grupos árabes e islâmicos, no Brasil e fora do país, produzem conteúdos próprios que mostram outras versões para os fatos noticiados, questionam valores tidos como inquestionáveis pelas mídias hegemônicas e mostram outras faces da cultura árabo-islâmica, que são ignoradas pelo discurso dominante, pois não ajudam a reforçar os estereótipos ocidentais criados para representar o mundo oriental.

Todos os veículos e grupos árabo-islâmicos contra-hegemônicos citados neste trabalho têm em comum a utilização das TICs na divulgação de seus produtos, confirmando a hipótese de que o ambiente virtual se firmou como ambiente fértil para a produção e divulgação de conteúdos alternativos.

Nos veículos de menor porte, que neste trabalho são representados por grupos e agências dentro do Brasil, o uso da tecnologia é acompanhado pela abertura de espaço ao público, que pode e é estimulado a comentar. Mais, o público é convidado a participar ativamente da discussão em eventos que são divulgados pelos mesmos canais. No caso do ICArabe, por exemplo, o usuário é convidado a se inscrever no site para comentar e não há moderação dos comentários. Além disso, é aberta a filiação ao instituto para os interessados.

Com isso, demonstra-se o interesse em abrir o diálogo, mais do que em deter controle sobre o discurso alternativo, limitando-o às próprias opiniões. O estímulo à participação popular e a criação de um espaço em que múltiplas vozes possam ser ouvidas são características indispensáveis ao discurso contra-hegemônico.

Com este trabalho, pretende-se estimular a reflexão a respeito da participação de diversas culturas na formação étnico-cultural brasileira e superar o mito de que, no Brasil, as diferentes culturas que chegaram ao país juntos com seus respectivos imigrantes foram aceitas de braços abertos. Isto porque se acredita que, através do diálogo, é possível superar os obstáculos que se colocam à convivência pacífica e à igualdade de oportunidades entre os diversos grupos sociais e étnicos, diminuindo o abismo entre culturas e povos.

A discussão aberta sobre diferenças, preconceitos, estereótipos e como lidar com eles é o passo inicial rumo à aceitação e respeito ao outro. Para que se tenha este diálogo, é necessário dar voz aos grupos minoritários e reprimidos, para que estes partilhem sua vivência e pontos de vista.

Através disto, como coloca Anna Enne, citando Martín-Barbero, busca-se permitir que estes grupos alcancem o direito “não de serem representados, mas de serem reconhecidos: de fazer ouvir a própria voz, de poder dizer-se com suas linguagens e relatos” (*apud* COUTINHO, 2008. p. 212).

A Academia deve também abrir suas portas e trazer para dentro da universidade esta discussão, contribuindo para a formação e o desenvolvimento social brasileiro. Em um esforço para tornar o país mais justo e democrático, através da criação de oportunidades – em todas as esferas: econômica, social, cultural, educacional, política e representacional – para toda a sua população e não apenas para determinados grupos.

6. BIBLIOGRAFIA

- ALEXANDRE, Marcos. *O papel da mídia na difusão das representações sociais*. In: *Comum*, v.6 nº 17. pp. 111 – 115, 2001.
- COSTA, Gustavo H. Borges ; SILVA, J. L. . *Análise da Narrativa Jornalística: construção de sentido pela notícia*. In: XII Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2003, Recife. XII COMPÓS, 2003.
- COUTINHO, Eduardo Granja (org.). *Comunicação e contra-hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.
- DA COSTA, Maria Ivanúcia Lopes ; FRANCA, Edson Alves de . *Alternatividade: das rádios piratas às livres e de alto falantes*. *Revista Vinheta – Comunicação Social – FIP/PB*, v. 01, p. 01-11, 2008.
- ELHAJJI, M. *Organização Espacial e Resistência Cultural: Saara , um acampamento étnico no coração do Rio de Janeiro*. In: Raquel Paiva; Cristiano Ribeiro dos Santos. (Org.). *Comunidade e Contra-Hegemonia: Rotas de Comunicação Alternativa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.
- EL HAJJI, Mohammed e ZANFORLIN, Sofia. *A centralidade do cultural na cena contemporânea: Evolução conceitual e mudanças sociais*. Porto Alegre: Revista FAMECOS, 2009.
- _____. *Dos Modos de Construção da Identidade Nacional: Pertencimento – Mídia – Alteridade*. In: Eduardo Granja; João Freire; Raquel Paiva. (Org.). *Mídia e Poder: Ideologia, Discurso e Subjetividade*. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.
- FREIRE, João. *Mídia, Estereótipo e Representação das Minorias*. In: *ECO-PÓS*, vol. 7, nº 2, p. 45-71, 2004.
- GOÊS. Laércio Torres de. *Contra-hegemonia e Internet: Gramsci e a Mídia Alternativa dos Movimentos Sociais na Web*. Anais do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, Salvador, 2007.
- HALL, Stuart (Ed.). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. – London ; Thousand Oaks, California : Sage in association with the Open University, 2003. 400p.
- HAMILTON, David. *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior*. – Hillsdale, N.J : L. Erlbaum, 1981.
- LESSER, Jeff. *Construindo o espaço étnico*. In: *A negociação da identidade nacional: imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil*. Trad. Patrícia de Queiroz C. Zimbres. São Paulo: Editora da UNESP, 2001. pp.87 – 149.

- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Narrativas Televisivas e Identidade Nacional : O Caso da Telenovela Brasileira*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25., 2002, Salvador.
- MARTINS, André Ricardo Nunes. *Grupos excluídos no discurso da mídia: uma análise de discurso crítica*. In: D.E.L.T.A. Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada, vol. 21, 2005.
- MARTINS, Daniela Maria Barreto. *Identidade-diferença, novas TICs e a cultura dos grupos: os contextos intersticiais como agentes de transformação*. In: Revista da FAEEBA – Educação e Contemporaneidade, Salvador, v. 13, n. 22, p. 297-304, jul./dez., 2004.
- MONTENEGRO, Silvia Maria. *Discursos e contradiscursos: o olhar da mídia sobre o Islã no Brasil*. Mana [online]. 2002, vol.8, n.1, pp. 63-91. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v8n1/9641.pdf>
- NAME, Leonardo. *O eurocentrismo está em toda parte: sobre orientalismos, ocidentalismos e outras imprecisões geográficas*. In: GeopUC - Revista do Departamento de Geografia da PUC-Rio, Ano 1, nº 2, 2009.
- PINTO, Renata Calvario dos S. S. *O orientalismo na mídia*. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2002.
- RABAÇA, Carlos Alberto. *Dicionário de comunicação*. – São Paulo : Ática, c1998.
- RIBEIRO, Esther Medina. *O Oriente Médio e o Islã sob o viés da mídia*. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2010.
- SAID, Edward W. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. Trad. Rosaura Eichenberg. – São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- SHOHAT, Ella e STAM, Robert. *Crítica da imagem eurocêntrica: Multiculturalismo e representação*. – São Paulo : Cosac Naify, 2006.
- SILVA, Érica Daiane da Costa . *Educomunicação: um campo essencial na construção de uma nova sociedade*. In: REVASF Vol. 1 Nº 1. pp.91-95, 2010.
- ZIJDERVELD, Anton C. *On clichés: The supersedure of meaning by function in modernity*. – London and Boston: Routledge & Kegan Paul, 1979.

Periódicos e sites

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS BRASIL ÁRABE: <http://www.anba.com.br>

AL JAZEERA:

– Corporate profile:

<http://english.aljazeera.net/aboutus/2006/11/2008525185555444449.html>

– Time line:

<http://english.aljazeera.net/news/middleeast/2010/01/2010124123232335456.html>

– Facts and figures:

<http://english.aljazeera.net/news/middleeast/2010/01/2010124123232335456.html>

ETNI-CIDADE: Artigo *Al-Jazeera: Um novo olhar sobre o Oriente Médio*. Autores: Anna Virginia M.S.B.A. da Luz, Beatriz Mota Ferreira, Bruno de Freitas Boghossian, Camila Teixeira Konder, Daniela Szwertzarf, Flávia Maria Martin, Luís Guilherme Marinho Barrucho e Suzana Corrêa Barbosa. <http://www.etni-cidade.net/al-jazeera-um-novo-olhar-sobre-o-orientes-medio/>

FOLHA DE S. PAULO: matéria *Árabe Al Jazeera dobra o número de assinantes no Brasil* – publicada em 21/11/2004. Disponível em: <http://www.etni-cidade.net/arabe-al-jazeera-dobra-o-numero-de-assinantes-no-brasil>.

G1:

– *'Ninguém se importa com histórias de soldados', diz veterano do Iraque:*

<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/08/ninguem-se-importa-com-historias-de-soldados-diz-veterano-do-iraque.html>

– *'Civis não deveriam ser maiores vítimas', diz brasileira no Iraque:*

<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/08/civis-nao-deveriam-ser-maiores-vitimas-diz-brasileira-no-iraque.html>

– *Raio X da guerra: Iraque:* <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/08/raio-x-da-guerra-iraque.html>

– *G1 indica 10 livros e filmes para entender a guerra do Iraque:*

<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/08/g1-indica-10-livros-e-filmes-para-entender-guerra-do-iraque.html>

– *Na volta do Iraque, veteranos dos EUA enfrentam dura adaptação:*

<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/08/na-volta-do-iraque-veteranos-dos-eua-enfrentam-dura-adaptacao.html>

– *Não sabia que ela corria risco, diz pai de soldado morto no Iraque:*

<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/08/nao-sabia-que-ela-corria-risco-diz-pai-de-soldado-morta-no-iraque.html>

REVISTA DE HISTÓRIA: Edição 46. Julho de 2009. *Árabes somos nós – Dossiê Árabes no Brasil*: <http://www.revistadehistoria.com.br/v2/home/?go=edicao&id=47>

TENDA ÁRABE: *A poesia árabe moderna tem raízes no Brasil* Andréa Estevão, 26/05/2004 – <http://www.tendarabe.com/conteudo/poesia-arabe-moderna-tem-raizes-no-brasil>