



O islamismo no cinema: a representação do feminino no mundo árabe pelo Oriente e Ocidente

Islamism in cinema: the representation of the feminine in the Arabic world
by East and West

Thaís de Matos Barbosa¹

José Bartolomeu dos Santos Júnior²

Vitor Chaves de Souza³

Resumo: O presente estudo busca mostrar a forma como o cinema apresenta a mulher islâmica, tanto no Ocidente, mais especificamente no mundo norte-americano, e no Oriente, enfatizando-se o cinema turco, a partir dos estudos de Dönmez-Colin (2010) e Touzani e Hirschman (2019). Para esse trabalho, foi analisado o conceito de produção artística no cinema, bem a quem o cinema serve. Desse modo, pode-se observar que o papel da mulher islâmica no cinema ainda carece, em ambos os contextos, de uma ampla interpretação para além da visão de uma mulher submissa ou sensual, que apenas serve aos interesses do harém e que deve ser mantida afastada da sociedade e em silêncio constante.

Palavras-chave: Islamismo. Mulher. Cinema. Mulheres muçulmanas.

Abstract: The present paper seeks to show how cinema presents Islamic women, both in the West, more specifically in the North American world, and in the East, emphasizing Turkish cinema, based on the studies of Dönmez-Colin (2010) and Touzani and Hirschman (2019). In this work, the concept of artistic production in cinema was analyzed, along with who cinema serves. Hence, it can be observed that the portrayal of the Islamic woman in cinema remains deficient in both contexts. As such, it remains confined to a narrow interpretation that transcends the notion of a submissive or sensual woman who solely serves the harem's interests and must remain secluded from society and maintain a constant state of silence.

Keywords: Islamism. Woman. Cinema. Muslim women.

¹ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências das Religiões da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e professora substituta do curso de Letras da UEPB – Campus III (Guarabira). E-mail: thaís.m.barbosa@gmail.com

² Doutorando do Programa de Pós-graduação em Ciências das Religiões da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: jbsjr@hotmail.com

³ Professor Doutor Adjunto do Programa de Pós-graduação em Ciências das Religiões da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: vitor.chaves@academico.ufpb.edu.br

Introdução

Os filmes de Hollywood são muito populares na maioria das nações ao redor do mundo e os telespectadores desses países recorrem aos *blockbusters* de Hollywood para fins de entretenimento. As imagens dos filmes de Hollywood têm a capacidade e poder para permitir que o público gere pensamentos, pontos de vista e opiniões sobre diferentes questões sociais, políticas ou ideológicas (Touzani e Hirschman, 2019).

O Islã, a segunda maior religião do mundo, bem como muçulmanos, com mais de um bilhão e meio em números, muitas vezes têm sido objeto de deturpação e maus olhares em Hollywood (Khanum e Iqbal, 2000)

Os teóricos do marketing há muito sabem que as imagens nos meios de comunicação de massa, como jornais, revistas, outdoors, programas de televisão e filmes podem impactar questões sociais, valores políticos e atitudes religiosas (Hunt, 1990). Mais especificamente, esses recursos visuais e suas ferramentas têm impacto na cultura de consumo e nas representações dos indivíduos (Schroeder, 2005).

Enquanto uma grande parte da pesquisa tem sido dedicada ao consumidor e suas representações, poucos estudos se concentram no visual, bem como na origem das representações e seus estereótipos (Canniford e Karababa, 2013). Além disso, uma das questões mais prementes na cultura atual é a existência de conflitos ideológicos entre pessoas e nações baseadas no preconceito religioso. Situações como o ataque às torres gêmeas no dia 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos, trouxe ao mundo ocidental um Islã, até então, desconhecido, mas ideologicamente diferente desse lugar cultural e religiosamente.

A mídia e as produções culturais muitas vezes refletem esses conflitos ideológicos, seus motivadores e tensões através da arte, que, a depender de quem a produza, cria imagens de povos e culturas como “vilões” e “mocinhos”, refletindo um modelo de sociedade ao qual estão inseridos e apresentando os valores os quais seguem e acreditam.

1. O cinema como arte

Monaco (2000) parafraseia Robert Frost, quando o mesmo diz que arte é aquilo que não se define, embora seja divertido tentar, e afirma que o mundo antigo definiu sete

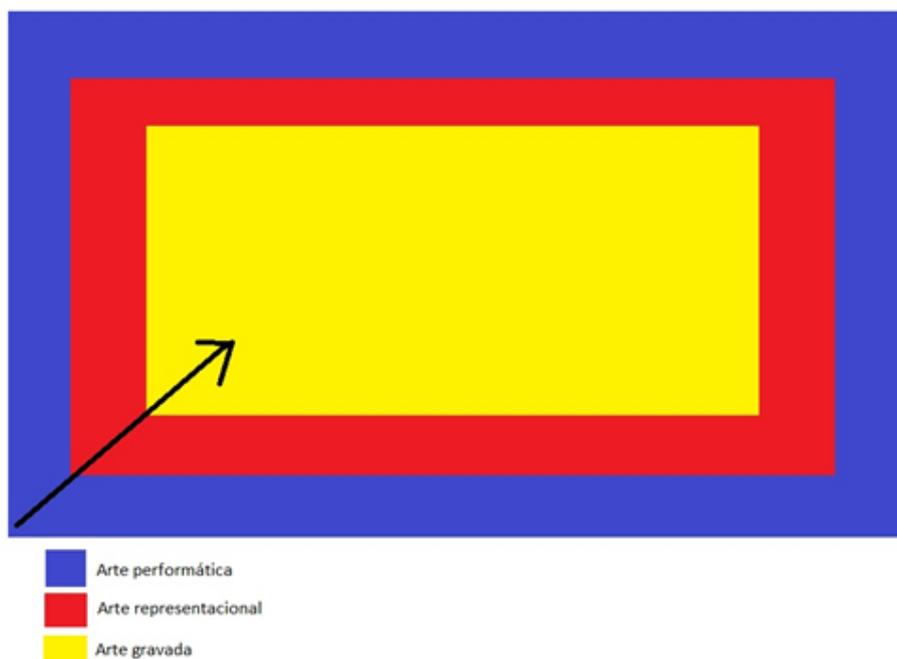
atividades como sendo artísticas: História, Poesia, Comédia, Tragédia, Música, Dança e Astronomia.

Em cada uma dessas sete artes clássicas, podemos descobrir as raízes das categorias científicas e culturais contemporâneas. História, por exemplo, leva não somente às ciências sociais modernas, mas também à narrativa em prosa (romance, contos, etc). Astronomia, por outro lado, representa o escopo total da ciência moderna ao mesmo tempo que sugere outro aspecto das ciências sociais em suas funções astrológicas de previsão e interpretação. Sob a rubrica da poesia, os gregos e os romanos reconheceram três abordagens: a lírica, a épica e a dramática. Todas elas colheram das artes literárias modernas (Monaco, 2000, p. 22 e 23, tradução nossa).

O desenvolvimento das mídias “gravadas” – fotografia, cinema e fonografia – mudaram dramaticamente a nossa perspectiva histórica, pois as artes representacionais permitem a “recriação” de um fenômeno. No teatro, o cuidado com “o que é dito” e “como é dito” é altamente significativo, diferindo do cinema, cuja comunicação com o interlocutor é mais direta e possui seus próprios códigos e convenções (Monaco, 2000, p. 23).

O cinema é, no entanto, o resultado de um espectro de arte que se apresenta como na figura 01, em que a arte performática acontece em tempo real; a arte representacional depende de códigos pré-estabelecidos e convenções linguísticas (tanto pictóricas como literárias) para a informação atingir o observador; e as artes gravadas, que fornecem um caminho mais direto entre o sujeito e o observador, sendo qualitativamente mais direta que a mídia das artes representacionais.

Desta maneira, faz-se importante observar a estética da representação artística e de como os diferentes espectros de abstração da arte se comunicam entre si. Na figura 01, observa-se o espectro das artes, onde a seta, que se move para dentro da imagem, representa a arte a partir de sua interação com o seu público de maneira imediata e direta, sendo a performática a que mais interage e a gravada a que possui a menor interação direta entre os entes envolvidos e o público.

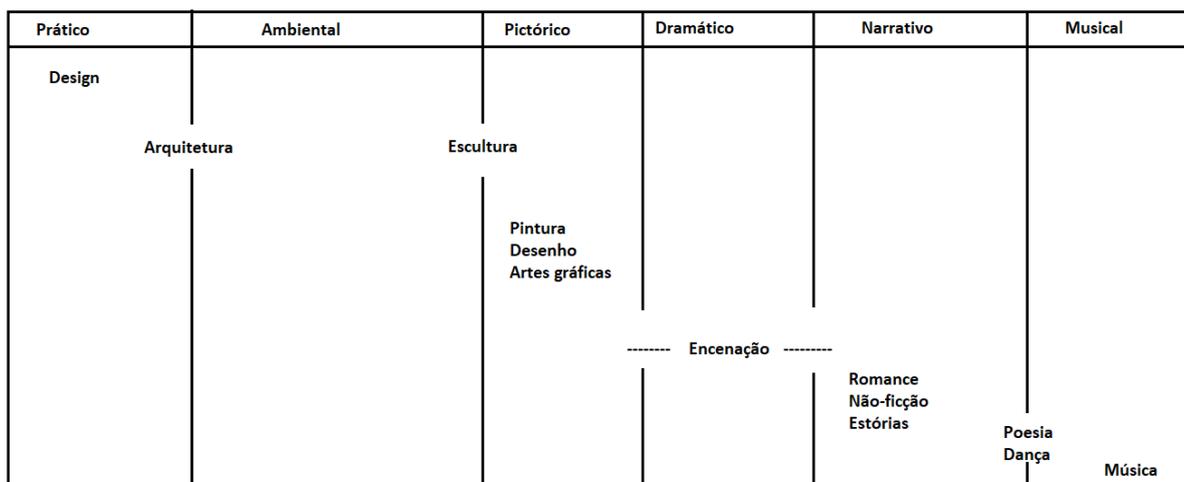
Figura 01: espectro das artes

Fonte: Monaco (2000, p. 27. produzido pelos autores)

A classificação dentro desse espectro depende tão somente do seu grau de abstração. De acordo com o conceito aristotélico de *mimesis*, em que a arte é a representação da realidade: quanto mais mimética essa arte for, menos abstrata ela será (Monaco, 2000, p. 28).

Para isso, o supracitado autor apresenta o seu espectro da arte conforme a Figura 02, em que as artes saem da representação da realidade a partir do prático e vão até a abstração, em artes tais como as dramáticas, narrativas ou musicais.

Figura 02: Espectro de abstração da arte



Fonte: Monaco (2000, p. 28)

Partindo desse pressuposto, Monaco (2000, p. 29) afirma que o cinema

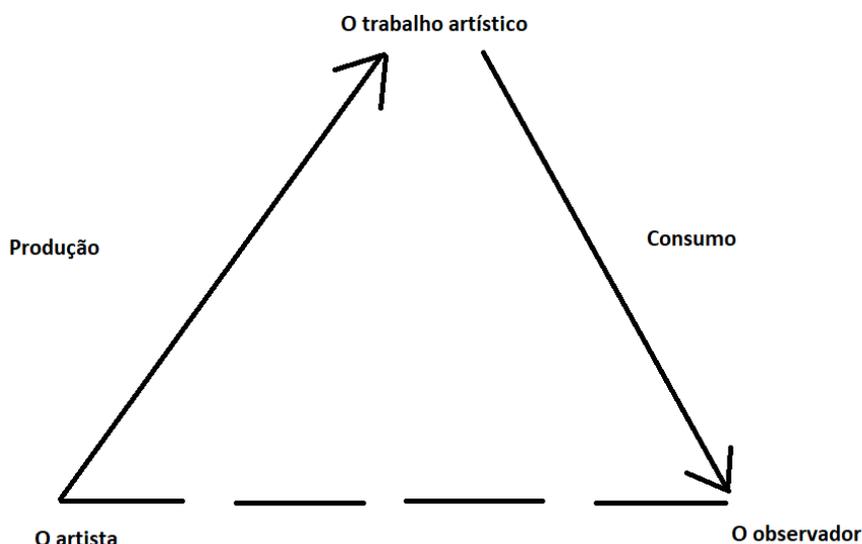
[...] cobre um longo alcance, da prática (como uma invenção técnica é uma excelente ferramenta científica) através do meio-ambiente, do pictórico, do dramático e narrativo até o musical. [...] em suas mais abstratas encarnações, o cinema é fortemente ambiental: à medida que disponibiliza tecnologias maduras, os arquitetos fortemente integram *backgrounds* filmados dentro de suas estruturas mais tangíveis (tradução nossa).

Esses elementos mantêm uma comunicação chamada de “relação de produção” (*rappports de production*) – são organizados entre si de modo a responderem alguns questionamentos, tais como: “por que tal arte foi produzida?”, “como foi produzida?”, “como e por que está sendo consumida?”. Para isso, a figura 03 se trata do *Triângulo da experiência artística*, em que o artista produz o seu trabalho artístico com o intuito final de um consumo por parte do observador.

Examinar a relação entre o artista e o seu trabalho produz teorias de produção da arte, enquanto a análise da relação entre o trabalho e o observador nos dá teorias a respeito do consumo artístico. A terceira perna desse triângulo, artista – observador, até agora tem sido mais potencial do que real, embora o aumento do interesse nos meios de comunicação interativos tenha aberto agora possibilidades novas e bastante

interessantes de pesquisa. Pela primeira vez, o artista e o observador têm tecnologia para colaborarem (Monaco, 2000, p. 31).

Figura 03: Triângulo da experiência artística



Fonte: Monaco (2000, p. 31)

Embora existam diversas abordagens para a experiência artística, há fatores que são determinantes para o afunilamento de um tipo de consumo específico. Uma vez que, de acordo com Monaco (2000, p. 31), os fatores políticos e econômicos tendem a dominar as outras atividades, elas têm a tendência a contrabalancear com os fatores técnicos e psicológicos, conforme explicitado na figura 04. Historicamente, “o fator político é primário: é o fator que decide como a arte – ou o trabalho da arte – é utilizado socialmente. Neste caso, aqui, o consumo é mais importante do que a produção” (MONACO, 2000, p. 31).

A figura 04 explicita, na primeira linha, os fatores que são a função da arte, como utilitário, o expressivo, a arte pela arte e o produto de carreira. Já como sistema de crítica, na segunda linha, apresenta-se como a arte vai apresentar sua função em si. Em um contexto social, cuja arte esteja sendo utilizada de modo sócio-político, a crítica do observador/expectador será de modo ético/político, por exemplo. Dessa forma, ela vai se moldando ao contexto de sua produção.

A arte, nesse sentido, por também ser produto e estar inserida em um contexto sociopolítico, ela serve a esse fim: o cinema norte-americano, por exemplo, logo após o

11 de setembro de 2001, valendo-se disso, começou uma produção maciça de filmes em que o seu povo vivia em “guerra contra o terror islâmico”, utilizando-se desse fator político-econômico e social que a arte representa. Sendo assim, a arte tem um papel fundamental nesse contexto a experiência do espectador/observador.

Figura 04: *Rapports* de produção artística.



Fonte: Monaco (2000)

2. O Islã no cinema

O Islã é a segunda maior religião do mundo depois do Cristianismo. Aproximadamente, existem 1,6 bilhão de muçulmanos em todo o mundo, ou seja, 23% da população mundial. A palavra Islã significa “submissão à vontade de Deus”, que deriva da palavra 'silm', que significa ‘paz e submissão’, sendo uma religião de não-violência. (Yousaf et al., 2020, p. 63)

Entretanto, o Islã, no cinema, tem sido apresentado para o Ocidente, por vezes, através de imagens controversas que levam a discussões sérias acerca desse assunto, visto que estas têm, recentemente, causado impactos sociais devido à ideologia criada acerca desses povos, em que se acredita que a sua religião é de intolerância, devido às imagens veiculadas a respeito do tratamento às mulheres e a utilização, por radicais islâmicos, de homens-bomba, deturpando para o Ocidente a imagem dessa religião.

Segundo Touzani e Hirschman (2019), representações são construídas por discursos simultâneos na sociedade. Esses discursos nascem nos ambientes político, econômico, social e cultural. Formas como cinema, literatura, pintura, escultura e outros tipos de arte também podem assumir esse mesmo papel (Rawlinson, 2009, p. 128). É

através desses posicionamentos diversificados que eles refletem a cultura e contribuem para a difusão de novas ou diferentes formas de se observar um determinado contexto ou fenômeno.

Os filmes são uma das formas de ferramentas visuais que podem transmitir um sistema representacional e produzir significado na cultura de consumo. Conforme explicado anteriormente, filmes são uma conhecida fonte de inspiração para marketing e publicidade. Mas marketing e a publicidade pode, por sua vez, criar modelos, modas, estilos de vida e heróis que podem inspirar os produtores de cinema (Schroeder, 2005, p. 48).

Sendo assim, os filmes são conectados a domínios visuais mais amplos que moldam a cultura e as representações do consumidor. No mesmo tempo, os filmes diferem de outras formas de ferramentas visuais e têm formas específicas de impactar a cultura do consumidor, gerando imersão profunda e identificação com heróis/personagens, podendo gerar o que chamamos na psicologia de catarse (Monaco, 2000, p. 32).

O tratamento que a mídia dos Estados Unidos (EUA) dá ao Islã com relação ao choque de civilizações chama atenção especialmente para as diferenças entre ambos com principal foco no que concerne à cultura e o Islã enquanto religião (Yousaf et al., 2020, 63-64).

Os árabes consideram tendenciosa a forma como são apresentados ao mundo ocidental, pois são de comum opinião de que “a mídia dos EUA se concentra totalmente em apresentar os países islâmicos como terras de reprodução de agressão e brutalidade” (Yousaf et al., 2020, p. 66). Isso se deve ao fato de as definições do filme islâmico variarem.

Segundo Huda (2012, p. 2),

Uma pessoa pode considerar um filme tão islâmico quanto desde que contenha símbolos islâmicos e cite versos do Alcorão ou ditos de o profeta. Alguém pode definir um filme islâmico como um filme que contém fortes valores, moral e ações que são compatíveis com os ensinamentos islâmicos, sem necessariamente citar textos islâmicos. Outra pessoa, ainda, pode aplicar mais pré-requisitos estritos para que um filme seja rotulado como islâmico, como mostrado acima citação de Ahmad Sarwat, um *ustadz* de shariahonline.com. Além disso, se perguntamos ao público do cinema indonésio o que eles consideram filmes islâmicos, talvez nunca tenhamos uma definição única e clara

dos filmes islâmicos. a mesma vontade também vale para os cineastas (tradução nossa).

Os cineastas aproveitam a popularidade das celebridades para influenciar melhor o público. Através de imagens estereotipadas, contribuem para uma imagem idealizada do Oeste, em contraste com outras regiões do mundo, transformando-o em modelo cultural a se buscar (Said, 1978, p. 16). Por exemplo, muitas vezes mobilizam as “celebridades mais admiradas na sociedade ocidental para representarem uma cultura privilegiada, civilizada e moderna, em oposição à cultura selvagem, incivilizada e subdesenvolvida dos muçulmanos” (Touzani e Hirschman, 2019, p. 7).

Esse pensamento acerca do povo islâmico não vem de hoje. Segundo Said (1978, p. 16),

“[...] assim com o próprio Ocidente, o Oriente é uma ideia que tem uma história e uma tradição de pensamento, imagística e vocabulário que lhe deram realidade e presença no e para o Ocidente. As duas entidades geográficas, desse modo, apoiam e, em certa medida, refletem uma a outra (tradução nossa).

Semati (2010) diz que tais imagens acerca do Oriente – incluindo-se o Islã – foram construídas e reconstruídas ao longo da história como resultado dessa relação entre o Oriente e o Ocidente, com a colonização e a globalização. Para Silverstone (2002), as mídias fornecem um espaço para o tráfego global de imagens, ideias e crenças, que podem ser compartilhadas, mas um evento compartilhado, quando imerge nas culturas nacionais, locais, regionais, étnicas, religiosas, seus significados e sua importância se fragmentam.

3. O cinema norte-americano e o Islã: a imagética do feminino e do masculino

Pode-se dizer que o cinema produzido pelos norte-americanos sobre o mundo oriental se subdivide em quatro momentos: o do medo do oriente e do exótico (até meados do final de 1940), da dúvida (entre 1950 até o final da década de 1970), do retorno ao terror (a partir dos anos 1980 até o início dos anos 2000) e de análise do islamismo (no início dos anos 2000) (TOUZANI E HIRSCHMAN, 2019, p. 5).

No primeiro momento, o cinema norte-americano reproduz a semiótica do Islã tradicional, ligado aos beduínos e a questões tipicamente religiosas. Touzani e Hirschman (2019, p. 10) afirmam que através de filmes como *O Sheik* (1921), *Suez*

(1938) e *O Ladrão de Bagdá* (1940),” a América teve seu primeiro contato com os islâmicos e pôde forjar suas impressões iniciais sobre os líderes muçulmanos e suas relações com as pessoas.

Em um segundo momento, em meados dos anos 1940 e 1950, a temática islâmica praticamente desaparece do cinema norte-americano, retornando às telas nos anos iniciais da década de 1960, com o filme *Exodus* (1960). Filmes como *Lawrence das Arábias* (1962), *Khartoum* (1966) e *O Vento e o Leão* (1975) trazem à tona novamente a imagética desse árabe – islâmico e voltado às origens religiosas.

Touzani e Hirschman (2019, p. 12) chamam a atenção apenas ao fato dessa representação ser nova e diferenciada: eles são descritos ainda como homens do deserto, vivendo em um lugar árido e seco, mas, agora, em bandos e hordas. É nesse momento cinematográfico em que estereótipos são afirmados, conforme os autores descrevem:

O que é novo é que os muçulmanos estão representados em multidões, grupos ou hordas. No nível auditivo, essas imagens são acompanhadas de gritos, uivos e “youyous” femininos (que podem ser ouvido mesmo durante as agressões, enquanto esses gritos são usados apenas em festas e casamentos). Os estereótipos relacionados a gênero (e notadamente mulheres), raça, e liderança também são semelhantes aos descritos na seção anterior (Touzani e Hirschman, 2019, p. 12, tradução nossa).

Nessa representação cinematográfica, os homens são descritos como “valentes, mas implacáveis, guerreiros, cavalgando, atirando, engajando-se em lutas de espadas ou combates corpo a corpo e governando sobre as mulheres (TOUZANI E HIRSCHMAN, 2019, p. 12). Além disso, nesses dois primeiros momentos do cinema, as mulheres muçulmanas são retratadas como objetos de entretenimento masculino, vivendo em haréns e vendidas em mercados, sendo quase que ausentes da esfera pública e, se expostas, estão sempre veladas.

No terceiro momento da representação do Islã no cinema norte-americano, o retorno à temática do medo aos povos islâmicos é retomado devido à forte influência do contexto geopolítico, no qual os Estados Unidos incluíam fortes ataques a grupos extremistas islâmicos no Oriente Médio e, para isso, vale-se da sétima arte para reforçar essa ideia estereotipada de terror acerca desses povos.

No filme *Nunca sem minha filha* (1991), Betty Mahmoody, interpretada pela atriz Sally Field, é uma norte-americana casada com um iraniano que vive nos Estados Unidos. O marido quer que ela e a filha visitem o Irã com ele, mas Betty fica preocupada com a forma que as mulheres são tratadas naquele país. Apesar de sua preocupação, toda a família viaja e, ao chegar à República do Irã, ela descobre que seu marido planeja morar lá para sempre e não tem a menor intenção de deixar mãe e filha retornarem para a América.

Nesse cerne da questão, desenha-se uma imagem nítida sócio-política: o Aiatolá Khomeini, que era o líder dos iranianos naquele momento, era o alvo de crítica em questão. Na obra artística, há uma intensa preocupação de cercear os direitos de retorno de mãe e filha, de modo a reforçar a brutalidade e o isolamento que mãe e filha passariam a enfrentar a partir daquele momento vivendo sob aquelas condições. Essa temática se torna recorrente nos filmes produzidos nesse momento.

No quarto momento, há uma simbiose de diversos desses elementos, visto que o atentado de onze de setembro de 2001 surge como uma sombra que reforça ainda mais essa visão. Filmes como *Syriana* (2005), *Cruzada* (2005) e *Sniper Americano* (2014) trazem de volta à temática e alguns de seus pontos. *Cruzada*, por exemplo, traz a figura de Saladino como sendo um homem cruel, que mata em nome de *Allah* – esteticamente, na obra, os momentos de jogo de câmera em que há traços de brutalidade é quando os islâmicos eliminam os cruzados.

Syriana, *Sniper Americano* e *Cruzada* possuem algo em comum: pela luta em tentar se envolver no mundo islâmico, em tentar “salvá-los”, ambos, islâmicos e aqueles que tentam “salvá-los” - acabarão destruídos. Em *Cruzada*, Balian e Saladino decidem, após uma grande esgorja, findar a batalha. No mesmo filme, a mulher tem papel decisivo: assume o trono deixado por seu irmão e passa a reinar, mas, ainda sob o mesmo pensamento prévio de submissão a um homem, no caso, seu marido, Guy de Lusignon.

Em 2014, entretanto, o provocativo *Garota Sombria Caminha pela Noite*, da britânico-iraniana Ana Lily Amirpour, radicada nos EUA, traz uma vampira de *chador* - que é um dos tipos de véus islâmicos - e que anda de skate, destruindo estereótipos de que mulheres não podem realizar diversas atividades devido à sua vestimenta. O curioso

desse filme é que ela não ataca de maneira randômica, mas apenas quando busca justiça para as mulheres.

Para Marciniak (2017, p. 393),

Uma cena em que a Garota mata um traficante que abusa de mulheres se desenrola lentamente, enfatizando visualmente o corpo e fluidos. Ela expõe os dentes e chupa o dedo do traficante **enquanto ele, acostumado mulheres atendendo às suas necessidades eróticas**, nem mesmo suspeita de suas intenções. Quando ela morde o dedo, ela, novamente lentamente, puxa o dedo amputado para fora da boca, pingando sangue e saliva. Este é um espetáculo de castração simbólica - a vingança da mulher estrangeira contra a exploração sexual e subjugação de mulheres (tradução e destaque nosso).

O que se tem, nesse caso acima, é um cinema produzido por mulheres, com uma visão mais social dos problemas enfrentados por esse público dentro dos EUA, de uma maneira que, outrora, não havia acontecido, decerto, por essa indústria ser majoritariamente comandada por homens não-estrangeiros.

3.1 A mulher no cinema islâmico oriental: a Turquia

Dönmez-Colin (2010, p. 91) afirma que a figura feminina sempre esteve presente no cinema turco de origem árabe desde os seus primórdios. O autor diz que

Cerca de metade dos primeiros filmes de ficção feitos na Turquia otomana foram sobre as mulheres, embora a representação das mulheres nesses filmes seja muito desfavorável, sendo a imagem mais comum a sedutora com moral frouxa e um apetite sexual insaciável (tradução nossa).

A partir da República, em 1923, os filmes começaram a exaltar um tom patriótico, entretanto o cinema árabe continuou a estereotipar a mulher tanto quanto o cinema hollywoodiano. Ainda segundo Dönmez-Colin (2010, p. 91),

As donzelas da aldeia enganada e desertadas, o vampiro e a *femme fatale* que pagaram por seus 'pecados' com suas vidas, eram motivos comuns na Turquia, uma sociedade muçulmana na qual o controle patriarcal era sustentado pela família (idealizada), o identidade da mulher dividida em *aile kadını* (a mulher da família), a organizadora do espaço interior/privado, e *hayat kadını* (literalmente mulher da vida, uma eufemismo para a prostituta), que perturba a ordem

atravessando no espaço público, o domínio dos homens. Como esposa e mãe, a mulher era a 'guardiã do Islã', mas ela também pode ser a 'fonte de fitna' (desordem e anarquia). **Sua sexualidade era uma ameaça potencial à dignidade dos homens, e daí a estabilidade social, que era dever do homem salvaguardar.** (grifo dos autores)

Na década de 80, as revoluções feministas iniciadas na Turquia fizeram com que as mulheres sequer aceitassem a condição em que estavam inseridas e brigassem por direitos e melhorias. Desde o final dos anos 1990, o cinema turco se inclina para melodramas masculinos exibindo violência, raiva e ódio contra as mulheres.

Segundo Dönmez-Colin (2010, p. 95),

O diálogo é mínimo, especialmente diálogos escritos para mulheres. De acordo com o teórico Zeynep Tül Akbal Süalp: Os sentimentos de culpa de golpes militares violentos de longa duração que não contabilizados, a pobreza e o desemprego, a falta de consciência ou crítica política, todos desempenham um papel no conspícuo silêncio dos personagens cujos egos maculados transformam a raiva comprimida em direção ao 'outro' mais próximo, a mulher (tradução nossa).

O cinema turco, além disso, apresenta outra característica importante: o número de mulheres produtoras de novela/cinema são poucas trabalhando na área, pois ainda há dificuldades para que estas possam produzir filmes e atuarem no teatro, pois existem as leis dentro do país que limitam os direitos das mulheres islâmicas e são realmente para serem feitas e cumpridas. Dönmez-Colin (2004, p. 161) afirma que as mulheres são submetidas às leis da *sharia*, em que uma mulher transgressora pode ser apedrejada até a morte. Dönmez-Colin (2010, p. 96) ainda diz que “as cineastas mulheres na história do cinema turco são insignificantes em número, e assim permanecem” e definem o ‘filme de mulher’ no contexto do cinema turco como baseando-se nas experiências das mulheres, enfocando uma mulher protagonista ou sua situação, quebrando a narrativa masculinista, transpondo-a ou colocando em primeiro plano a narrativa feminista.

A insatisfação com a existência urbana é o tema central da maioria dos filmes turcos dos anos 2000 (DÖNMEZ-COLIN, 2010, p. 101). No entanto, as cineastas mulheres parecem ser mais analíticas e confrontadoras, abordando mais profundamente esse universo trazido de maneira superficial pelo mundo masculino.

A partir desse momento, o cinema turco traz à tona temáticas ligadas ao conflito curdo, as atrocidades cometidas contra grupos étnicos e minorias não-muçulmanas e as mazelas históricas nas relações greco-turcas. Entretanto,

[...] não se aprofundaram nas questões de gênero relacionadas a esses tópicos, não obstante a conceituação de Helma Sanders-Brahms de um “ponto de vista feminino” como aquele que não precisa ter uma mulher como protagonista, mas que mostra empatia com a vítima e não com o vitorioso (DÖNMEZ-COLIN, 2010, p. 103, tradução nossa).

As mulheres sempre estiveram presentes no cinema turco, sejam como personagens, sejam como produtoras. Contudo, segundo Dönmez-Colin (2010, p. 105)

De fato, em termos de sua aparência na tela, pode-se descrever sua situação como uma que beira o excesso de visibilidade. No entanto, em termos de seu envolvimento ativo em todos os setores da indústria e em termos de imagens positivas, imparciais e significativas que representam todas as facetas da complexidade da mulher turca moderna e experiência, a situação das mulheres no cinema turco – independentemente da origem étnica ou religiosa – permanece um estado de invisibilidade (tradução nossa).

O cinema islâmico, mesmo em países mais progressistas, ainda tem dificuldades em trazer a mulher para um papel protagonista na produção cinematográfica e, enquanto personagem, essa mulher ocupa constantemente um papel de invisibilidade, sendo submissa aos aspectos do Islã e das leis do Corão.

Considerações finais

O Islamismo, como uma das religiões mais difundidas do mundo, nos é apresentado no Ocidente através de sua arte e seus ensinamentos, sendo o cinema uma das formas mais veementes de difusão de seus valores e sua visão.

Entretanto, é necessário destacar que essa realidade é atrelada a pensamentos econômicos e políticos vigentes, a quem a arte, indubitavelmente, serve. O cinema norte-americano, segundo os autores estudados especificamente, apresenta-nos o Islã de maneira a corroborar com sua visão expansionista, econômica e politicamente influente diante dessa cultura. Para isso, mostra-nos o árabe/islâmico como o “outro”, ora visto

como rebelde e sem coração, que merece ser eliminado, ora como aquele que submete suas mulheres a condições de vida indignas aos olhos da cultura ocidental.

No mundo oriental, a visão não é diferente. Percebe-se que, independentemente da situação, a mulher islâmica, em ambos os cenários – oriental e ocidental – é uma mulher que passa por diversas situações de restrição imagética, sendo, no mundo ocidental, enxergada como submissa, como sofredora e como uma mulher sem quaisquer direitos; enquanto no mundo árabe, essa mulher é vista quase como uma “Eva”: tentadora, que precisa ser contida e estar sob constante observação. Observou-se ainda que, mesmo com o início do cinema feminista na Turquia, a quantidade de mulheres que produzem filmes que retratem a sua dura realidade é pequena ainda e que essas se encontram em caráter de invisibilidade, tendo ainda um longo caminho a ser percorrido até que esse lugar possa, de fato, ser ocupado.

Referências bibliográficas

CANNIFORD, R.; KARABABA, E. Partly primitive: Discursive constructions of the domestic surfer. **Consumption Markets & Culture**, London, v. 16, n. 2, 2013, p. 119–144.

DÖNMEZ-COLIN, Gönül. **Women, Islam and cinema**. Reaktion Books, 2004.

DÖNMEZ-COLIN, G. Women in Turkish Cinema: Their Presence and Absence as Images and as Image-Makers. **Third Text**, Vol. 24, Issue 1, January, 2010, p. 91–105.

HUDA, A. N. Negotiating Islam with Cinema: a theoretical discussion on Indonesian films. **Wacana**, v. 14, n. 1, 2012.

HUNT, S.D. Truth in marketing theory and research. **Journal of Marketing**, v. 54, n. 3, 1990, 1–15.

KHANUM, M; IQBAL, Z. Hollywood Movies Stamping Of Islam And Muslims: An Analysis Of Representation. **Journal of Journalism, Media Science & Creative Arts**, v. 2, n. 2, p. 39-52, 2022.

MARCINIAK, K. Revolting aesthetics - Feminist transnational cinema in the US. In HOLE, K. L.; JELACA, D.; KAPLAN, E. A.; PETRO, P. **The Routledge Companion To Cinema And Gender**. Routledge, 2017.



MONACO, J. **How to Read a Film: The World of Movies, Media, and Multimedia: Language, History, Theory.** Oxford: Oxford University Press. 2000.

RAWLINSON, M.S. **American Visual Culture.** New York: Berg Publishers, 2009.

SAID, E. **Orientalism: Western Conceptions of the Orient.** Harmondsworth: Penguin. 1978.

SCHROEDER, J. E. **Visual Consumption**, vol. 4. London: Psychology Press, 2005

SEMATI, M. Islamophobia, culture and race in the age of empire. **Cultural Studies**, v. 24, n. 2, p. 256-275, 2010.

SILVERSTONE. R. **Por que estudar a Mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

TOUZANI, M; HIRSCHMAN, E. C. Islam and ideology at the movies: Prototypes, stereotypes, and the political economy. **Recherche et Applications en Marketing.** v. 34, n. 2, 2019, p. 5–23.

YOUSAF, M; SIAL, N; MUNAWAR, A; SHAHZAD, M. Stereotyping Of Islam And Muslims In Hollywood Movies: An Analysis Of Representation. **The Scholar-Islamic Academic Research Journal**, v. 6, n.1, 2020, p. 63–95.