

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

VITÓRIA PALMEJANI AUGUSTO

**ALÉM DO VÉU – A REPRESENTAÇÃO EM IMAGENS DAS
MULHERES MUÇULMANAS**

BAURU

2017

VITÓRIA PALMEJANI AUGUSTO

**ALÉM DO VÉU – A REPRESENTAÇÃO EM IMAGENS DAS
MULHERES MUÇULMANAS**

**Monografia de Conclusão de Curso
apresentada à banca avaliadora para
obtenção de título de bacharel em
Jornalismo pela Universidade do Sagrado
Coração, sob orientação da Prof^a Erica
Cristina de Souza Franzon.**

BAURU

2017

Augusto, Vitória Palmejani

A9237a

Além do véu - A representação em imagens das mulheres muçulmanas / Vitória Palmejani Augusto. -- 2017. 106f. : il.

Orientadora: Prof.^a M.^a Erica Cristina de Souza Franzon.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Fotojornalismo. 2. Produção de sentido. 3. Mulher. 4. Islã. I. Franzon, Erica Cristina de Souza. II. Título.

VITÓRIA PALMEJANI AUGUSTO

**ALÉM DO VÉU – A REPRESENTAÇÃO EM IMAGENS DAS
MULHERES MUÇULMANAS**

Monografia de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profª Mª Erica Cristina de Souza Franzon.

Banca examinadora:

Profª Mª Erica Cristina de Souza Franzon
Universidade do Sagrado Coração

Profª Dra. Jéssica de Cássia Rossi
Universidade do Sagrado Coração

Profª Mª Neide Maria Carlos
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Unesp

Com todo amor do mundo,
aos meus primos Julia e Leandro (*in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é o encerramento de um ciclo. Período este de muito aprendizado e, acima de tudo, dedicação. Entretanto, tudo isso só foi possível pelo incentivo, amor, carinho e compreensão de algumas pessoas que foram fundamentais para que os rumos da minha vida me trouxessem até aqui.

Mãe, pai, meu sincero agradecimento a vocês, que sempre me apoiaram em todas as decisões e nunca me questionaram quanto a elas. Sem vocês, nada disso seria possível. Obrigada por sempre me colocarem pra cima, me fazerem andar pra frente e me mostrarem que a vida pode ser como a gente quer que ela seja, basta termos perseverança. Mãe, obrigada pelas orações, elas foram fundamentais.

Às amigas que não escolhi, mas que a vida me presenteou: Maria Cláudia e Barbara. Obrigada, irmãs, pelo incentivo, pelas conversas, risadas e pelos embates da madrugada. Amo vocês.

Às minhas sobrinhas, Livia e Elis – vocês são os meus amores e minha maior alegria. Livia, uma “mini adulta” que entende tudo sobre faculdade/TCC. Obrigada, amiguinha, por me encorajar e me mostrar que os problemas podem ser resolvidos de uma maneira simples sob as perspectivas de seu olhar ingênuo, infantil. A tia sente muito orgulho de você.

À minha família – tias, tios, avós, primos e primas – obrigada pelas tardes de domingo, pelas risadas na casa da vó, pela tão calorosa Jacuba e pelo interesse em minha vida acadêmica. À Tássia, principalmente, por todo o tempo dedicado –. Obrigada por serem minha família e por fazerem parte da minha história. Em especial, à Julia, minha prima-irmã. Sinto sua falta e a você dedico não só este trabalho, mas todas as conquistas de minha vida. Mesmo que não fisicamente, você estará sempre em meus pensamentos e em meu coração nesses momentos especiais. Mesmo separadas por um plano, meu amor por você é infinito e tenho certeza de que nossa ligação vai além da Terra. Cuida de mim daí, que eu rezo pra você e pro Lê daqui, te amo.

Aos meus amigos – obrigada pela paciência. À Samantha, obrigada por ter me indicado os melhores autores e por nossas reuniões nada formais. A todos da Editora Alto Astral – obrigada por serem tão especiais. Nestes dois anos, pude aprender um pouco com cada um que cruzou o meu caminho e, com certeza, dessa experiência estou levando muitas amizades no coração.

Às H/Ericas, com e sem H. Hérica Rodrigues, obrigada por ter acreditado em mim. Às vezes, por ter sido minha mãe, mas, principalmente, por ter sido minha amiga. Como chefe, pode ter certeza de que levarei comigo todo o seu profissionalismo e aprendizado neste um ano e meio de Guia da TV. Obrigada. À Erica Franzon, minha orientadora. Obrigada, Erica, por ter confiado no meu potencial até quando eu duvidei. Devo este trabalho a você. Mas, mais do que isso, por ter despertado em mim a reflexão, o questionamento, a vontade de buscar sempre mais e a (des)orientação. O que aprendi, li e refleti nesse tempo de pesquisa foi essencial para minha vida, não só acadêmica, mas pessoal. Obrigada.

Ao Adham, meu amor. Obrigada por sempre me mostrar que há outros pontos de vista e não só o que vejo sob minha perspectiva, isso mudou a minha vida. Mas, principalmente, obrigada por ter sido a pessoa que mais me ajudou – e aguentou – nesse tempo de pesquisa. Por ter lido cada palavrinha aqui escrita, por opinar e por me abraçar e me acalmar todas as vezes que eu pensei que não fosse conseguir. E, até mais do que eu, obrigada por acreditar em mim mesmo que sem motivo. Agradeço todos os dias por ter escolhido dividir a minha vida com você. Te amo.

A Deus, que já escreveu meus próximos passos, obrigada.

“Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas, que já tem a forma do nosso corpo, e esquecer os nossos caminhos, que nos levam sempre aos mesmos lugares. É o tempo da travessia: e, se não ousarmos fazê-la, teremos ficado, para sempre, à margem de nós mesmos.”

Fernando Pessoa

RESUMO

A palavra imagem vem do latim *imago*, que significa representação, e a partir dela surgem diversas possibilidades de reprodução do mundo real em suportes materiais e imateriais. Sejam elas endógenas ou exógenas, são sempre amplamente identificadas no universo cultural como “espelho do real”, fazendo crer que os signos visuais nela representados correspondem à realidade. Entretanto, as imagens podem dizer muito sobre o universo cultural em que se é produzida mais do que sobre os tópicos nelas representados. A partir destes aspectos, este trabalho aborda, sob a perspectiva analítica, de quais aspectos se constituem as formas de representação da mulher muçulmana no universo midiático. A base teórica encontra-se na Semiótica da Cultura, Teoria da Mídia e Teoria da imagem, nas quais buscamos os elementos necessários para entender de que forma a imagem opera no imaginário social e de que forma se constroem as representações imagéticas no interior das culturas ao longo do tempo. Somam-se a este percurso as contribuições da metodologia de desconstrução analítica, utilizada para entender e analisar as fotografias às quais nos propusemos sob a ótica da intencionalidade dx fotógrafox. As discussões aqui empreendidas têm como principal objetivo entender a abrangência dos estereótipos sobre universo cultural islâmico retratado em fotografias de mulheres muçulmanas e divulgado em material midiático no mundo ocidental, considerando aspectos culturais internalizados pelos produtorxs de material fotográfico.

PALAVRAS CHAVE: Fotojornalismo; Imagem; Islã; Mulher; Produção de Sentido.

ABSTRACT

The word image comes originally from the Latin 'Imago', which means representation. From this word, many possibilities arise relating to the reproduction of the real world in either material or immaterial ways. These reproductions can be endogenous or exogenous, and they are always broadly identified in the cultural universe as a 'mirror of the real', leading to the belief that the visual signs represented correspond to the reality. However, the images could say more about the cultural universe where they are produced than the topics that are represented by them. From these matters, this thesis examines, in an analytical perspective, the aspects that constitute the ways of representation of the Muslim woman in the media universe. Theoretical basis can be found in the sources 'Semiotic of the Culture', 'Theory of Media', and 'Theory of Image' utilized to find the necessary elements to understand the ways the image operates in the imaginary social and the ways it builds images representations inside the cultures along the years. Added up to this path are the contributions of the analytical deconstruction, used to understand and analyze the photographs that were proposed under the intention optical dx fotografx. These undertaken discussions have as the main goal to understand the range of the stereotypes in the Islamic cultural universe portrayed in the photographs of the Muslims women and published as media material in the Occidental world, considering the cultural aspects internalized by the products in the photographic material.

KEYWORDS: Photojournalism, Senses Production, Woman, Islam.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Primeira fotografia tirada por Niépce em 1826..... | 37 |
| Figura 2 – Ilustração do que era uma câmera escura..... | 38 |
| Figura 3 – Fotografia revelada acidentalmente por Daguerre..... | 40 |
| Figura 4 – Hercules Florence..... | 42 |
| Figura 5 – Frederick Scott..... | 42 |
| Figura 6 – Talbot..... | 43 |
| Figura 7 – Incêndio de Hamburgo, na Alemanha..... | 45 |
| Figura 8 – Foto posada de soldados na Guerra da Crimeia..... | 47 |
| Figura 9 – Guerra da Secessão..... | 48 |
| Figura 10 – Campo de batalha da Guerra Franco-Prussiana..... | 49 |
| Figura 11 – Comuna de Paris..... | 49 |
| Figura 12 – Jornal <i>The Daily Mirror</i> | 50 |
| Figura 13 – Fotografia tirada por Erich Solomon..... | 52 |
| Figura 14 – Fotografia tirada por Erich Solomon..... | 53 |
| Figura 15 – Fotografia tirada por Erich Solomon..... | 53 |
| Figura 16 – Fotografia tirada por Erich Solomon..... | 54 |
| Figura 17 – Erich Solomon é considerado o pai do fotojornalismo..... | 55 |
| Figura 18 – Matéria “O Evangelho das Mães”..... | 67 |
| Figura 19 – Matéria “O Evangelho das Mães”..... | 67 |
| Figura 20 – Capa da revista <i>La Nouvelle Mode</i> | 68 |
| Figura 21 – Capa e matéria Jornal das Moças, 1938..... | 70 |
| Figura 22 – Capa e matéria Jornal das Moças, 1938..... | 70 |
| Figura 23 – Publicidade da revista O Cruzeiro, 1930..... | 73 |
| Figura 24 – Capa da revista O Cruzeiro de 1940..... | 76 |
| Figura 25 – Capa da revista O Cruzeiro de 1945..... | 76 |

| | |
|---|-----------|
| Figura 26 – Primeira bailarina muçulmana..... | 83 |
| Figura 27 – Primeira estilista muçulmana..... | 87 |
| Figura 28 – Primeira mulher a vestir <i>hijab</i> na <i>Playboy</i>..... | 90 |
| Figura 29 – Primeira corredora muçulmana a estampar a capa de uma revista norte-americana..... | 93 |
| Figura 30 – A primeira muçulmana tatuada a aparecer na mídia..... | 96 |

Sumário

| | | |
|-----|--|-----|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 14 |
| 2 | IMAGEM: ORIGEM E DEFINIÇÃO..... | 18 |
| 2.1 | O lugar e a função das imagens no mundo..... | 20 |
| 2.2 | A imagem representada pela arte..... | 24 |
| 2.3 | Imagens: signos e significações culturais..... | 26 |
| 2.4 | Das cavernas às telas..... | 31 |
| 3 | FOTOGRAFIA E REPRESENTAÇÃO..... | 35 |
| 3.1 | Os primórdios do fotojornalismo..... | 43 |
| 3.2 | Mulher e revista: uma relação cultural..... | 53 |
| 4 | SER MULHER: UMA QUESTÃO DE GÊNERO..... | 58 |
| 4.1 | As raízes de ser mulher: de eva a cleópatra..... | 59 |
| 4.2 | A mulher pelas páginas da imprensa..... | 65 |
| 5 | DEFINIÇÃO DO <i>CORPUS</i> | 79 |
| 5.1 | Percurso metodológico..... | 80 |
| 6 | ANÁLISE DAS FOTOGRAFIAS..... | 82 |
| 7 | DISCUSSÃO DAS ANÁLISES..... | 98 |
| 8 | CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 101 |
| 9 | REFERÊNCIAS..... | 105 |

1 INTRODUÇÃO

Desde que a fotografia surgiu no século XIX, ainda de forma precária com a câmera escura, câmera clara e, logo após, o Dagueriόtipo e o colόdio hόmido, ela é tida como um registro visual da verdade. Com a imagem gravada em um papel, é possível enxergar um recorte praticamente idêntico à realidade que, por consequência, passa a ideia de que a fotografia é uma imitação do real.

As primeiras manifestações fotográficas surgiram através de alguns pintores que acreditavam que a fotografia era uma extensão da arte, fazendo até com que muitos destes se tornassem fotógrafos. O fotojornalismo, por outro lado, surgiu quando os primeiros fotógrafos decidiram apontar suas câmeras para fatos sociais que, de alguma forma, pudessem chegar ao público com uma intenção testemunhal.

Segundo Kossoy (2002, p.23), quando diz que “por carregarem significações explícitas e omissões pensadas, a fotografia passa a ter realidade própria que não corresponde necessariamente à realidade que a circunda”, o autor explica que a imagem passa por um processo de desdobramento e sua significação passa a ser competente de decifração por parte do receptor. É a partir daí que se inicia o processo de desmontagem de construções ideológicas materializadas nas fotografias. Sousa (2000) confirma essas ideias, ressaltando que os leitores passaram a ser observadores visuais, dando à fotografia, por si só, possibilidade de ser vista como força atuante e capaz de produzir sentido.

A produção de imagens com teor jornalístico integra uma situação de recorte subjetivo da realidade, esses recortes trazem à tona relações de valor implementadas inconscientemente por quem as produz. São marcas da visão de mundo do fotógrafo e cultura da empresa jornalística. Após o clique, a intenção fotográfica deixa de pertencer somente ao fotógrafo e os receptores passam a “descongelar” a imagem. Os elementos simbólicos presentes na fotografia não são mais de responsabilidade de quem a fotografou, agora, cabe ao receptor decifrar a imagem a partir de suas ideologias, que ajudam a compor o processo de significação.

Boni (2000, p. 40) diz que “a mensagem fotográfica é composta por códigos abertos e contínuos, [...] abertos porque sempre permitem várias leituras. E são contínuos porque sempre permitem, a todos, novas (re)leituras”. Ao encontro do seu

pensamento, podemos incluir que a fotografia também passa por determinantes ideológicos que revelam a particularidade de quem produz e de quem recebe.

O fotógrafo, em seu processo de criação e composição da imagem, tenta transmitir sua intencionalidade. Para isso, são usados elementos técnicos e intelectuais que servem para gerar o resultado final. Embora a cena seja pensada, “não é possível afirmar que o leitor interpretará exatamente como desejou o jornal ou o fotógrafo” (BONI, 2016, p. 44).

Por carregar carga histórica e ideológica, a fotografia passa a ter interpretações diversas e, pensando nisso, o foco deste trabalho foi estudar composições de imagens de mulheres muçulmanas usando o *hijab* – vestimenta comum à religião muçulmana, que cobre o cabelo e parte do rosto – do site *The Huffington Post* (www.thehuffintopost.com.br), considerando os aspectos históricos, sociais, políticos e ideológicos trazidos por essas imagens, além de analisar o processo de construção fotográfica que pode ser interpretado em diversos níveis e de considerar o contexto na qual ela está inserida.

Para o estudo, utilizamos fotografias em que as mulheres muçulmanas aparecem realizando pela primeira vez atividades que, até então, nunca haviam sido divulgadas na mídia por mulheres usando o véu ou o *hijab*. A partir dessas composições fotográficas, enfocamos no teor fotojornalístico e analisaremos os elementos e significações presentes na composição imagética, a partir do método de desconstrução analítica, de Boni (2000), e da análise do quadro e extra-quadro, de Kossoy (2002).

Como o processo de significação não se encerra no “clic” realizado pelo fotógrafo, não é possível saber se o leitor interpretará a imagem a partir das intenções do fotógrafo. A proposta dessa pesquisa está amparada em solucionar a questão “De que modo os elementos de sentido e as intenções comunicativas presentes nas fotografias de mulheres muçulmanas revelam as intenções comunicativas acerca dessas mulheres por meio da linguagem fotográfica?”; questão esta que abre perspectivas de discussão para as seguintes hipóteses: “A) Por se tratar de composições comunicativas, as imagens fotojornalísticas colaboram com a construção de imaginários sobre a mulher muçulmana”; “B) Pela fotografia se tratar de um elemento ideológico e sua interpretação depender de fatores históricos e sociais, não é impossível entender de que forma se dá a significação os elementos da composição imagética” e “C) É possível identificar os elementos presentes na

composição imagética e entender de que forma eles revelam as intenções comunicativas do fotógrafo através da carga simbólica de cada um dos elementos”.

Todos estes elementos propostos para a discussão neste trabalho são amparados nos estudos sobre a imagem e fotografia e de técnicas de análise de autores como Boni (2000) e Kossoy (2002), de forma a realizar um estudo sobre as intenções comunicativas e fotografias de mulheres muçulmanas para compreender o que está por trás da superfície da imagem. Por meio de uma desconstrução de camadas de significação das fotografias analisadas pretendeu-se revelar as intencionalidades presentes na trama fotográfica, que dizem respeito às escolhas do fotógrafo durante o ato fotográfico (percurso gerativo) e demais elementos que perpassam estas escolhas. Mesmo tendo em mente que é impossível conseguirmos voltar exatamente para o lugar onde a fotografia ocorreu, estudamos os elementos de significação presentes e registrados na imagem e a interpretaremos como um objeto informativo feito a partir de escolhas e, assim, representado.

A partir destas investigações sobre a fotografia e da desconstrução imagética e da intencionalidade fotográfica que analisamos os recursos utilizados nas fotografias de mulheres muçulmanas veiculadas no site *The Huffington Post*.

Devido ao crescente uso da fotografia na mídia digital e sua importância como meio de conhecimento do mundo, torna-se necessário conhecer melhor como funcionam e operam as imagens, sua linguagem fotográfica, os sentidos que carregam e os elementos comunicativos presentes em suas camadas. Além da fotografia, outra temática é uma preocupação dessa pesquisa: a mulher islâmica. Desse modo, esse estudo pretendeu compreender as intenções comunicativas de fotografias que trazem em seu conteúdo mulheres islâmicas por acreditar na importância da temática de gênero e religião aliada aos estudos da fotografia.

Por fim, um interesse pessoal também justificou essa pesquisa. Além de entender que este trabalho seja um passo importante, tanto para a academia quanto para crescimento pessoal, a disciplina de Fotojornalismo fez com que tivesse um olhar mais crítico sobre as representações visuais na mídia. Também ressalto o incômodo sobre a representação da mulher islâmica nas fotografias veiculadas na mídia e os estereótipos que a sociedade reproduz sobre essa cultura, um exercício comum de práticas etnocêntricas

O corrente trabalho se baseou na observação empírica de que a população muçulmana, aqui dando mais ênfase às mulheres, é retratada pela mídia sob uma

perspectiva pejorativa e a escolha do portal *The Huffington Post* foi exatamente com o objetivo de mostrar o contrário – que há a possibilidade de retratar o Outro a partir de um contexto menos estereotipado. Entretanto, ao analisar mais profundamente as fotografias escolhidas, percebemos que, embora com um discurso menos ortodoxo, diversos elementos de significação presentes nas fotografias as encerra em versões também estereotipadas desta cultura.

Portanto, a partir do percurso metodológico e das bases teóricas apresentadas nesta introdução, tivemos como objetivo principal conhecer as intenções comunicativas e os elementos de sentido das fotografias de mulheres muçulmanas na mídia, discutindo de que forma a mulher muçulmana é representada por meio do fotojornalismo, analisando a composição das imagens veiculadas no portal *The Huffington Post*, a fim de compreender se elas reforçam ou quebram estereótipos sobre a cultura e a religião islâmica no ocidente e identificando os elementos de significação presentes nas composições fotográficas analisadas, entendendo de que forma esses elementos produzem sentido no processo interpretativo.

2 IMAGEM: ORIGEM E DEFINIÇÃO

Em seu significado literal, imagem é considerada uma representação, reprodução ou imitação de uma forma, pessoa ou objeto. Do latim *imago*, *ĩnis*, significa semelhança, representação, retrato. Joly (2007) pontua que a origem do termo latino *imago*, que segundo a autora remete etimologicamente à imitação, ainda cria um elo significativo com outro mundo, no caso, o mundo dos mortos – já que *imago*, na Roma antiga, tratava-se de um retrato de cera de um antepassado, levado aos funerais e que criava um elo entre o mundo dos mortos e dos vivos. Porém, pelo termo *imagem* ser abrangente, envolta em vários significados, é difícil encontrar uma definição de *imagem* que abarque todos os seus usos. Na definição mais antiga de imagens, feita por Platão, “imagens são em primeiro lugar sombras, reflexos na água...”. O filósofo quer dizer que imagens são representações ou imitação de coisas do mundo físico.

A imagem tem uma “diversidade de significados” (JOLY, 2007, p. 13), porém, ainda considerando as definições platônicas – em que a imagem seria uma projeção da mente, da ideia e da luz – resgatamos uma das mais antigas definições imagéticas descritas pelo filósofo “chamo de imagens, em primeiro lugar, as sombras; em seguida, aos reflexos na água ou à superfície dos corpos opacos, polidos e brilhantes e todas as representações deste gênero.” (PLATÃO *apud* JOLY, 2007, p. 13).

De um modo mais ou menos confuso, recordamo-nos de que Deus criou o homem à sua imagem. Esse termo de imagem, aqui fundador, já não evoca uma representação visual, mas sim uma semelhança. O homem-imagem de uma perfeição absoluta, para a cultura judaico-cristã, junta-se ao mundo visível de Platão, sombra, imagem do mundo ideal e inteligível, nos fundamentos da filosofia ocidental. Do mito da caverna à Bíblia, aprendemos que somos nós próprios imagens, seres que se assemelham ao Belo, ao Bem e ao Sagrado. (JOLY, 2007, p. 16).

Considerando que a imagem é produto da luz – e toda luz produz sombras -, não podemos deixar de levar em conta a relação intrínseca entre luz e sombra, evidenciada por Platão, em *O Mito da Caverna*, postula que os homens eram tão fissurados em ver as sombras projetadas nas paredes de suas cavernas que nem cogitavam a existência de um mundo real, eles apenas a admiravam, mas não conheciam, de fato, a realidade fora dali. Com a metáfora, o filósofo passou a chamar essas sombras de imagens sensíveis. Ainda considerando o mito, Platão

concluiu que com o passar do tempo os homens começaram a sair das cavernas, conhecendo o mundo real e descobrindo, assim, os sentidos do mundo inteligível – que para o filósofo significava o engano dos sentidos.

Baitello Junior (2001) afirma que a imagem é “um corte e um recorte: ambos cicatrizes que sinalizam uma incursão no mundo invisível no interior dos materiais.” (BAITELLO JUNIOR, 2001, p. 4). O autor, quando cita essa definição de imagem, refere-se aos estudos do Platão, que através de suas pesquisas, concluiu que as imagens são geradas na mente humana, no íntimo do imaginador, e que após ser idealizada, consegue sair da “escuridão da caixa preta” – a mente humana – e passa a desenhar o mundo real.

Levando em conta que os homens passaram a copiar – mesmo que de uma forma não idêntica – o mundo que viam, pode-se considerar que a comunicação humana começou a partir de pinturas, gravuras e imagens feitas nas paredes das cavernas e, em seguida, em outras superfícies.

De fato, não há indícios de quando e nem de que forma surgiu exatamente a comunicação humana, mas existem evidências que mostram que o *Homo sapiens* já se comunicava por meio de pinturas rupestres antes mesmo de haver registros de atos de linguagem por civilizações humanas. Essas gravuras eram representações iconográficas desenhadas em superfícies rochosas – paredes, tetos e solo, no interior ou não de cavernas, que já naquela época tinha finalidade de comunicação entre os povos que a desenvolveram. As representações comuns faziam referências ao cotidiano ou traziam algum valor simbólico relativo à crença, à sexualidade ou à reprodução.

Há cerca de 40 mil anos já era possível encontrar pinturas na Península Ibérica e que além dessas, outras foram datadas há 20 mil anos. Isso mostra que o ser humano mesmo que em um estágio rudimentar de evolução biológica e cultural, já tentava se comunicar de alguma forma, registrando seu pensamento em forma de imagens (FUNARI, 2015). Além disso, esses desenhos ainda constituíam o que autores como Joly (2007) chamam de anunciadores da escrita, dando a este tipo de prática a condição de um esboço de linguagem para representar o real. Estes textos visuais ganham a definição de imagem e, portanto, função comunicativa, à medida que trazem relação com elementos do mundo.

Baitello Junior (2007) reforça que a arte rupestre surgiu nas paredes das grutas ainda na chamada Idade da Pedra Lascada e muito pouco do que foi

produzido naquela época nos é acessível hoje – o autor pontua que apenas os artefatos duradouros como pedra e rocha puderam conservar as imagens ali impressas por um tempo tão longo. O autor ainda evidencia que o objetivo do homem pré-histórico não tinha finalidade estética, mas de criar representações do mundo tangível à sua volta.

Morin (*apud* BAITELLO JUNIOR e CONTRERA, 2006, p. 25) reforça que é na pré-história com o início da representação imagética nas paredes das cavernas é que o homem cria consciência do mundo à sua volta e passa, então, a se relacionar por meio de processos simbólicos.

A imagem inaugura, então, sua grande função, seu papel de vinculadora. Esse processo, que é a própria essência da representação e da criação da linguagem humana é, desde seu início, um processo semiótico, ou seja, de criação de imagens cognitivas, portadoras de sentido para o homem imaginante (BAITELLO JUNIOR e CONTRERA, 2006, p. 25).

Reafirmando que a imagem é uma representação do que se é visível, ou seja, pode ser considerada uma construção cognitiva, Baitello Junior e Contrera (2006) percebeu a partir dos estudos do teórico da mídia e historiador da imagem Hans Belting, que havia duas vertentes para se estudar imagens. Refletindo sobre o vínculo social e cultural que a imagem é capaz de exercer sobre quem é atingido por seu conteúdo, Baitello Junior (2005) chama a mente humana de “incubadora interna de imagens”, referindo-se à decodificação imagética que se é produzida pelo indivíduo ao gerar uma leitura superficial imagética, ressaltando que para este processo existem variações infinitas de sentido. Outrora, esta era uma forma recorrente de comunicação.

2.1 O LUGAR E A FUNÇÃO DAS IMAGENS NO MUNDO

Os estudos de Semiótica da Cultura dão conta de fazer entender que o olhar sempre esteve no centro da experiência humana, desde os primórdios de sua formação cultural. É a visão o sentido de alerta e é a visão responsável por categorizar as imagens do mundo tangível. Chauí (2016) pontua que a cultura ocidental recebeu grande influência da visão, atribuindo ao olhar um poder mágico e legando ao olhar e ao sentido da visão grande parte das experiências fundamentais

da vida humana. Às vezes reais, outras místicas, as experiências derivadas da visão assumem significado nas situações culturais humanas que ultrapassa a esfera do tangível, muitas vezes invadindo o universo simbólico das significações socialmente construídas, como é o caso das expressões de linguagem.

“Falamos em amor à primeira vista [...] em mau olhado. Acreditamos em discordâncias dizendo que cada um tem seu ponto de vista, sem causar-nos estranheza que o cremos que a origem das opiniões depende do lugar de onde vemos as coisas. Aliás, não nos surpreende usar a expressão ‘ter (algo) a ver ao pretendermos afirmar (ou negar) uma relação entre coisas, pessoas ou fatos’ (CHAUI, 2016, p. 32).”

Mas não só no universo cultural partilhado as imagens e a visão assumem significados culturais importantes. No interior da mente humana, que é a origem de todas as imagens (BAITELLO JUNIOR, 2005, p.108) o imaginário também cria imagens para representar ideias. Para melhor explicar sobre o processo de criação imagética individual, o autor, então, se aprofundou ainda mais quando citou que há dois grupos de imagens pelos quais se é possível estudar através da Ciência da Comunicação, que se pode distinguir entre imagens endógenas e imagens exógenas. (BAITELLO JUNIOR, 2006, p. 118). As primeiras são as imagens da consciência, que estão embutidas no universo interior de cada ser humano. Essencialmente, essas imagens podem ser produzidas involuntariamente pelo sono paradoxal (já presente nos animais superiores a partir da homeotermia) e são chamadas de imagens oníricas, que são imagens produzidas durante os sonhos. Por ter natureza própria, cada indivíduo pode dar para estas imagens um significado particular, uma codificação íntima a partir de seu próprio repertório, ou seja, da vivência cultural do sonhador. Já as imagens exógenas foram criadas para decifrar o universo exterior, essas imagens podem ser definidas com o que temos “contato”. Elas podem ser percebidas pelo sistema tátil, olfativo, gustativo e auditivo, e constituem o pano de fundo mental, que são percebidas principalmente pelos aspectos do estado do corpo. É a partir destas imagens que se conduziram reflexões críticas. Referindo-se a história, foi a partir de imagens exógenas que se criaram desenhos e figuras nas primeiras representações paleolíticas.

Ambas, imagens endógenas e imagens exógenas são evidentemente mediadoras de sentidos e enquanto as imagens exógenas veiculam esses sentidos em mensagens interpessoais, as endógenas são portadoras de mensagens intrapessoais. A leitura dos sentidos que essas imagens carregam ocupou desde sempre a atenção dos agrupamentos sociais: até

mesmo a leitura das imagens oníricas constituía tema central das sociedades arcaicas que entendiam que o sonho possuía caráter oracular e deveria, portanto, ser compartilhado com todo o grupo. Assim, havia menos dissociação entre o universo das imagens endógenas e exógenas, alimentando e garantindo os processos de simbolização. (BAITELLO, 2006, p. 121).

Flusser (2001) reafirma a ideia de que das pinturas históricas como “códigos que traduzem eventos em situações e processos em cenas” (FLUSSER, 2001, p.7). Portanto, o autor indica que imagens são, de fato, representações visuais dos pensamentos.

Imagens são mediações entre homem e mundo. O homem existe, isto é, o mundo não lhe é acessível imediatamente. Imagens tem o poder de representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, entropõem-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. (FLUSSER, 1985, p.7).

Completando a ideia de Baitello Junior (2005), Belting (2007) trata a questão da imagem como uma representação muito anterior à sua formulação gráfica. Ambos autores distinguem as formas imagéticas como endógenas e exógenas. Para Baitello Junior e Contrera (2006) as imagens endógenas se caracterizam por serem geradas no universo interior e produzidas involuntariamente pelo sono. Elas têm como característica comum sua codificação peculiarizada pelo universo cultural no qual o sonhador está inserido. Já Belting (2007) reforça que a imagem endógena existe na mente muito antes de tornar-se perceptível no mundo real. O autor ainda evidencia que para entender as imagens endógenas é necessário retomar sua ancestralidade e sua natureza, bem como, as características de nossos antepassados. Essas discussões retomam conceitos que Jung (*apud* BELTING 2007) chamava de inconsciente coletivo, que considerava como necessário compreender toda a vida psíquica dos antepassados desde os primórdios para poder compreender os fatos psicológicos atuais.

Já as imagens exógenas, conforme Baitello Junior e Contrera (2006) explicam no artigo *Na Selva das Imagens: Algumas Contribuições da Imagem na Esfera das Ciências da Comunicação* são aquelas criadas para transitar no ambiente exterior – estampadas sobre suportes físicos, móveis, papéis, camisetas, revistas, estátua, esculturas, telas etc.. Os autores ainda evidenciam que o percurso histórico e o papel cultural das imagens sejam elas endógenas ou exógenas, se misturam com a

história social da humanidade, já que o homem sempre teve como prática registrar sua vida, sua cultura, seus mitos, seus hábitos e seus sonhos por meio de representações em imagens.

Entre a imagem e a imaginação, encontra-se o imaginário, que Morin (*apud* KLEIN 2005) define como uma representação tanto dos nossos desejos, aspirações e necessidades, quanto dos nossos medos, angústias e temores. Uma possibilidade mental de libertar não só o possível e realizável, mas que cria mundos fantásticos e impossíveis. Entretanto, Klein (2005) não reduz o imaginário à ficção, à simples imaginação. O autor afirma que o imaginário é uma possibilidade complementar do que consideramos como realidade. Segundo Klein (2005) sem a ordenação do mundo a partir do imaginário, não haveria possibilidade de ordenação de determinadas situações no mundo real. “O que vemos, portanto, pode ser aquilo que também nos olha” (DIDI-HUBERMAN *apud* KLEIN, 2005, p. 2). Os autores se voltam à questão do imaginário deixando claro que a experimentação do mundo irreal através do imaginário é uma das raízes transformadoras da cultura.

Jacques Aumont (1993) tentou explicar o surgimento e desenvolvimento das imagens respondendo à pergunta “para que elas servem?” com base no percurso histórico. O autor elenca três funções por ele consideradas principais e que foram responsáveis pelo caminho percorrido pelas imagens de seu surgimento até hoje, dialogando com os múltiplos papéis e funções culturais que as representações imagéticas assumiram ao longo da história da humanidade.

- **Modo simbólico** – Diz respeito à função simbólica da imagem. Sua característica de representação sígnica de dar acesso a determinado valor por meio da representação pictórica. Inicialmente, transitava principalmente no campo religioso e dava acesso ao Sagrado. No caso, o valor do Sagrado pode ser assumido pela própria representação da divindade (imagens de Zeus, Buda etc) ou por símbolos com semântica própria àquele contexto cultural (imagens de crucifixos, pentagramas etc). Mas não só de valores religiosos se viveu a função simbólica das imagens, que sobreviveu à laicização das sociedades ocidentais: valores como a justiça, a política, educação também ganharam seus símbolos imagéticos nas sociedades contemporâneas.
- **Modo epistêmico** – Acompanha as informações que uma imagem pode trazer de um determinado aspecto, ora visual ou não visual, do mundo real.

São descritivos imagéticos de situações reais e sem valor semântico ou léxico-cultural. Pode ser um mapa, um cartão postal etc. Essa função da imagem de traduzir conhecimentos também é, desde muito cedo, explorada pela imagem. Na Idade Média, essa questão já era desenvolvida e imagens eram utilizadas para ilustrar enciclopédias e o próprio Evangelho.

- **Modo Estético** – Nesse aspecto, a imagem guarda a função única de agradar o seu espectador. Sem possibilidade de atender ao verificável ou mensurável, a estética guarda certo grau de subjetividade e suas relações são amplamente estreitas com o campo da arte e da filosofia. Também encontra suas raízes fincadas em tempos muito remotos, embora não seja fácil verificar em que época a noção de estética tenha se sedimentado no pensamento humano. A sociedade grega helenística, por exemplo, tinha noções bem delineadas do que era estético do ponto de vista dos contextos culturais em que viviam e até hoje essa função é indissociável da imagem que, em diversas situações, assume função de arte.

Diferente do autor citado acima, Santaella (2001) divide as imagens em dois domínios: os domínios das representações visuais – desenhos, pinturas, gravuras, fotografias, imagens cinematográficas, televisivas, holográficas e infográficas – e o domínio das representações mentais – visões, fantasias, imaginações, modelos.

2.2 A IMAGEM REPRESENTADA PELA ARTE

Refletindo sobre o vínculo social e cultural que a imagem é capaz de exercer sobre quem é atingido por seu conteúdo, Baitello Junior (2005), que destaca a imagem gerada na caixa preta do pensamento “filha da escuridão e das profundezas” (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 5), é possível compreender que com o passar do tempo, a imagem deixou de ser interna, deixou de ser escura, parou de se “esconder” em nosso pensamento e “num determinado momento fez pacto com o dia” (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 5). As representações imagéticas passaram a ser cópias das superfícies, ou seja, “as imagens passam a se produzir a si mesmas, quer dizer, elas se fazem a partir de outras imagens” (BAITELLO JUNIOR, 2005, p.6). Para o autor, tudo o que se é produzido passa a ter referência de algo já

existente, tornando um mundo feito à imagem e semelhança. Um exemplo é a arte, que funde suas representações simbólicas em signos icônicos para representar algo, mesmo que de maneira abstrata. O quadro *“Le thraison des images”* (A traição das imagens) do belga René Magritte, de 1929, traz à tona essa força representativa das imagens como uma provocação. Na tela, há um cachimbo representado e, logo abaixo, a seguinte frase *“ceci n’est pas une pipe”* (Isto não é um cachimbo). A obra, a exemplo da teoria proposta por Baitello Junior (2005) e resgatando a condição de que representações em imagens são cópias, representa um cachimbo – ou seja, é uma cópia icônica de um objeto que existe na vida real –, mas não é, de fato, um cachimbo. É assim que funcionam as representações imagéticas, enquanto signos representam os objetos da vida real por semelhança. O que vemos no quadro é a imagem análoga a um cachimbo – que faz nossa mente remeter à forma do cachimbo, mas não se trata de um cachimbo, como o autor tratou de escrever abaixo do quadro.

Em meados do século XIX, antes do surgimento da fotografia, artistas influenciados pela nova era de difusão do conhecimento propiciada pela invenção da prensa por Johannes Gutenberg, denominados renascentistas, deram uma nova versão para a pintura em tela. Até então, essas pinturas eram chapadas, mas pela primeira vez os pintores começaram a criar linhas e traços, utilizando luz e sombra e linhas com perspectiva, dando a impressão de profundidade e mais realidade às suas obras. Por influência da burguesia, no fim da Idade Média e marcando a transição para a Idade Moderna, a arte começou a ser patrocinada pela elite europeia, que surgiu como um resgate da clássica cultura greco-romana. Artistas renomados como Leonardo da Vinci e Michelângelo passaram a usar suas reflexões para expressar através da pintura princípios que valorizavam, como as ações humanas e valores morais. Na divisão didática chamada por Debray (1992) de Geografia da arte, esse momento histórico é definido como Grafosfera, em que o regime da arte se efetiva como representação e a imagem se torna um objeto de apreciação devido às novas características estéticas proporcionadas pelo seu novo caráter acadêmico. Os artistas passam a assinar suas obras, que também passam a ter valor financeiro nas coleções de grandes mecenas e contempladores de obras de arte.

É um momento na história em que o olhar sente a maior satisfação: é quando o homem, criado à imagem e semelhança de Deus, acaba

recriando a natureza à imagem do homem. É então que cristaliza essa mistura de racionalismo com voluntarismo que secularizou o olhar ocidental mais que qualquer outro. Com efeito, não se gosta mais do que se vê, olha-se para aquilo que se gosta. E quando uma sociedade passa a gostar menos de Deus, ela passa a olhar um pouco mais para as coisas e pessoas. Distanciando-se do primeiro, aproxima-se das segundas. (DEBRAY, 1992, p. 197).

Mesmo conseguindo retornar à origem da formação das primeiras imagens, ainda assim, apresentar uma única definição essencial – diante das inúmeras definições possíveis –, constitui uma tarefa praticamente impossível, principalmente quando se tenta buscar paralelos de definição que se encontrem nos limites entre a fotografia, a arte, a escultura, o desenho o grafite etc. Essa dificuldade se estreita ainda mais quando as inquietações tentam delimitar o que são cada uma dessas modalidades de imagem.

2.3 IMAGENS: SIGNOS E SIGNIFICAÇÕES CULTURAIS

Segundo White (2009), a primeira definição de cultura foi cunhada por Tylor na obra *Primitive Culture* em 1871 como “esse todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, direito, valores morais, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Com isso, Tylor deixou clara a diferença entre homens e animais e deu o passo fundamental para diferenciar cultura e natureza na realidade dos seres humanos. Pode-se ainda definir cultura como “tudo o que um determinado grupo de pessoas aprendeu a fazer, incluindo seu próprio modo de vida. Tudo deve ser considerado cultura” (BARROS JUNIOR, 2011, p.19). Podemos considerar que *cultura*, em sua definição antropológica, é a soma de experiências vivenciadas pelo homem em contato com um grupo social. É importante ressaltar que o meio em que vive e as necessidades do grupo em que faz parte também definem a criação e a adaptação desse meio cultural. Arte, religião, mitologia, filosofia, linguagem, leis etc., tudo é considerado cultura. Reforçando as ideias do autor citado acima, Bystrina (1995), pesquisador de Semiótica da Cultura, “entende por *cultura* todo aquele conjunto de atividade que ultrapassa a mera finalidade de preservar a sobrevivência material” (BYSTRINA, 1995, p.3).

Com o tempo, como a antropologia explica, ocorreu um choque entre a cultura da Europa em relação à cultura de outros povos. Por acreditar que os costumes europeus eram melhores, a elite europeia do século XIX passou a

hostilizar o modelo de cultura popular e começou a se referir as demais culturas como inferior, não respeitando as tradições, lendas, crenças, costumes etc., dividindo a *cultura* em dois grupos: *cultura erudita* e *cultura popular*. “denominou *culturas eruditas*, também conhecidas como *dominantes* ou *superiores*, aquelas ligadas às elites; e *cultura popular*, *inferiores* ou *subalternas*, aquelas produzidas pelo *povo*” (BARROS JUNIOR, 2011, p. 19).

Outros autores entendem que não há diferenças entre cultura, portando, não deve existir os termos que classificam cultura erudita e cultura popular. Boas (1858), por exemplo, define cultura no plural, “*culturas*”, por acreditar que não há distinção entre uma cultura e outra, é apenas modo de ser, viver. O autor classifica a unificação de cultura com o termo Relativismo Cultural, que em uma perspectiva da antropologia, vê diferentes culturas de forma livre de etnocentrismo, o que significa não julgar o outro a partir de sua própria visão e experiência. “As culturas são equivalentes e, portanto, não se pode fazer uma escala em que cada cultura receba uma ‘nota’, de acordo com o critério que defina o que é mais ou menos perfeito” (MENESES, 1999, p. 20).

Ainda há quem diga que existe uma diferença entre cultura e natureza, ou seja, cultura é tudo aquilo o que se é construído em um determinado grupo de pessoas, já o que se vem da natureza é inato ao ser humano.

Reserva-se à natureza, nessa perspectiva, o papel de mediadora para tais processos, de modo que cultura busca na natureza as categorias sobre as quais se assenta para organizar o espectro social. (NUERNBERG, 2003, p. 3).

Parte importante do que diversos autores consideram essencial na formação cultural humana, a compreensão, a formação, a interpretação e a construção de sentido através das imagens ocupa importante espaço no complexo de elementos culturais do qual falamos aqui. Bystrina (1995), a partir dos estudos sobre Semiótica da Cultura, entende que os conceitos de signo e sistema de signos, agrupamento entre a cultura, pode se classificar como as palavras, imagens, obras de arte e também da linguagem. Diante da ótica de cada cultura, o autor pontua que cada texto pode ter “diversos significados, sentidos múltiplos” (BYSTRINA, 1995, p. 16).

A análise em profundidade de textos culturais, a descoberta de mensagens ocultas e a interpretação dos textos são atividades que constituem que há de mais importante na semiótica da cultura. Ao lado de textos instrumentais com finalidades utilitárias, distinguimos textos racionais, matemáticos e

lógicos e, por fim, textos imaginativos e criativos como mitos, rituais, obras de arte, utopias, ou seja, os textos culturais propriamente ditos, que formam sincronicamente a cultura humana. (BYSTRINA, 1995, p. 16).

Parte importante do complexo cultural humano se funda na possibilidade de interpretação dos textos produzidos nestes determinados contextos culturais. Esta é a forma de apreensão do conhecimento a partir do relativismo cultural e levando e conta meios de acesso por tópicos de Semiótica da Cultura. Estes textos são essencialmente imagens que “podem ser utilizadas como um meio de acesso a formas de compreensão e interpretação das visões de mundo dos sujeitos e das teias culturais que eles estão inseridos” (BARBOSA e CUNHA, 2016, p. 53-54). Essa compreensão dos aspectos culturais de produção e recepção de textos imagéticos é importante e deve ser considerado em pesquisas com imagens (RIBEIRO, 2004).

A apreensão dos aspectos culturais ainda é importante visto que as imagens não se limitam à mera função ilustrativa, mas são signos carregados de sentido, significado, significações e discursos, e sua leitura requer o entendimento, tanto denotativo, quando conotativo, profundo destes signos (SANTAELLA, 2008). Pesavento (2008) completa.

A narrativa imagética possui saberes específicos: o ator de ler imagens com seu simbolismo de códigos, analogias e convenções; a composição da imagem, com suas técnicas, regras, convenções e formas necessita da educação do olhar. Diferente de outros documentos, essa categoria de linguagem foi criada para transmitir uma mensagem própria. Por este motivo, torna-se necessário estudar primeiramente os produtores e realizadores. (PESAVENTO, 2008, p. 109).

Entretanto, a amplitude de definições do texto imagético acaba por confundir o conteúdo com o suporte, é o caso da pintura (suporte) imagem (conteúdo essencial), televisão (suporte), imagem (conteúdo essencial) e, por fim, fotografia (suporte) e imagem (conteúdo essencial) trazendo a convenção de que a fotografia é a imagem (FLUSSER, 1985).

O aspecto cultural das imagens esta presente desde os primórdios, quando começou a se perceber que as imagens reproduzidas sobre diversos suportes possuíam forte poder simbólico associado ao Sagrado no mundo judaico-cristão. Na própria mitologia sobre o surgimento do mundo, a Bíblia Sagrada conta, em Gênesis, que o homem foi feito à imagem e semelhança de Deus – um ser cuja representação foi produzida no barro e soprada nas narinas para ganhar vida. Essa noção já mostra o poder criador da imagem de fazer existir elos, sejam de

semelhança, representação ou personificação, entre o Sagrado e o Profano, entre dois mundos distintos. No mesmo livro, em Êxodo, há outras passagens do caráter simbólico das imagens quando Moisés proíbe ao povo judeu a fabricação de imagens para culto “Não farás para ti imagem de escultura, nem alguma semelhança do que há em cima nos céus, nem em baixo na terra, nem nas águas debaixo da terra” (BÍBLIA, 2001, p. 92). Ou quando Deus ordena a Moisés que fabrique dois anjos de ouro para simbolizar a aliança com o povo judeu “Farás também dois querubins de ouro; de ouro batido os farás, nas duas extremidades do propiciatório” (BÍBLIA, 2001, p. 99).

As religiões judaico-cristãs mantiveram, cada uma à sua maneira e dando sua interpretação ao texto sagrado, essa tradição cultural das imagens como um produto detentor de poder místico capaz de criar elos entre mundos e realidades distintas. Klein (2008) ainda completa o conceito etimológico fundante de imagem proposto inicialmente neste texto quando traz novas leituras sobre *imago*. Para o autor, a primeira definição de imagem é a mitológica – que afirma que o homem fora criado à imagem e semelhança de Deus –, e essa leitura é tratada como não-pictórica porque a relação primeira do termo *imago* (*tselem* em hebraico e *eikoni* do grego) é uma semelhança diferente da mera semelhança aparente com um objeto material, ou seja, a semelhança tratada na definição etimológica de imagem é uma “semelhança espiritual” (KLEIN, 2008).

Ainda seguindo a tradição judaico cristã de entender a imagem como um elo entre o Sagrado e o Profano, a Igreja Católica – religião oficial do Império Romano a partir do século IV e doba de grande poder político, econômico e jurídico –, trouxe à tona novas chaves de entendimento para o conceito de reprodução/imitação/semelhança do qual a imagem dispunha. Figurar o divino a partir de imagens produzidas em suportes físicos havia sido proibido até então – fundamentado na lei Mosaica que determinava como idolatria a reprodução do Sagrado por meio de imagens. Segundo Mondzain (1996), um movimento político no seio da Igreja nasceu de uma divergência acerca da função das imagens – denominado iconoclasta –, e que cuja preocupação durante o Império Bizantino (século IX) era de manter na doutrina romana a proibição ao uso de imagens. Para os iconoclastas, a figuração do Sagrado em imagens remetia ao período anterior ao monoteísmo e às religiões pagãs – como as de berço egípcio, que tinham sua tradição fortemente calcada na iconografia –. O grupo contrário a esta perspectiva,

os iconófilos venceram a esta batalha no Segundo Concílio de Nicéia, o sétimo Concílio Ecumênico do Cristianismo e que permitiu por definitivo a reprodução imagética das divindades católicas. A grande diferença travada entre o pensamento dos iconoclastas e dos iconófilos se funda na consubstancialidade como dogma católico, tratada acima por Klein (2008) quando faz referência à imitação das imagens no plano espiritual. Para os iconófilos, a consubstancialidade só é possível no plano da imaginação, ou seja, nas imagens endógenas produzidas pela nossa mente, negando assim a idolatria alegada pelos iconoclastas e fortemente atacada no texto sagrado cristão; já os iconoclastas, rejeitavam as representações imagéticas de Maria, José e Jesus por acreditarem que havia consubstancialidade (substância mística e física) presente na representação física por meio de imagens.

Do outro lado do planeta, mas na mesma esfera temporal, a questão das imagens é tratada de maneira parecida pelas religiões de berço islâmico. Para os muçulmanos, a questão da reprodução por imagens é ainda mais radical em se tratando das únicas figuras religiosas do Islã – Allah (Deus) e Maomé (profeta, anunciador).

Na teologia islâmica, apreender o divino por meio de qualquer representação imagética – qualquer impressão visual, mesmo que abstrata –, implica em idolatria, prática também condenada pela cultura islâmica. Mesmo não trazendo nenhuma condenação explícita ao uso de imagens, o Corão (livro sagrado islâmico) traz proibições ao longo do texto. O principal conceito defendido pelos teólogos islâmicos para a proibição do uso de imagens na doutrina muçulmana é que o texto sagrado escrito pelo profeta Maomé determina que a única forma de aproximação entre o homem e Allah (o único elo possível entre o humano e o Sagrado) sejam as escritas (Corão). Para os muçulmanos, o entendimento do Sagrado deve passar necessariamente pela palavra escrita, pelo verbo. Segundo Klein (2008), há, além dos muçulmanos, outros modelos religiosos centrados na primazia do verbo redigido para dar forma à sua teologia e, segundo o autor, estes modelos religiosos são mais afeitos à razão que à experiência sensorial, contrastando sua teologia com a ordem mágica das imagens de culto utilizada pelas religiões pagãs romana, egípcia e grega. Sobre a primazia da imagem sobre o texto e do texto sobre a imagem em determinados entendimentos culturais, Flusser (2002) comenta.

São (os textos) mediações tanto quanto o são as imagens. Seu propósito é mediar entre o homem e imagens. Ocorre, porém, que os textos podem tapar as imagens que pretendem representar algo para o homem. Ele passa a ser incapaz de decifrar textos, não conseguindo reconstituir as imagens abstraídas. Passa a viver não mais para se servir dos textos, mas em função destes. (FLUSSER, 2002, p. 11).

Klein (2008) ainda complementa o pensamento de Flusser dizendo que o texto e imagem se completam, mas que essa relação não deve esconder a existência de tensões, sobreposições e mecanismos de anulação de uma ou outra linguagem, recorrentes principalmente no entendimento cultural sobre as imagens. Neste sentido, a interpretação das imagens deve ter como base os elementos visuais presentes na representação, garantindo o entendimento contemporâneo da imagem enquanto texto cultural.

2.4 DAS CAVERNAS ÀS TELAS

A imagem saltou do escuro da mente para o interior das cavernas, passou a ser explorada e, posteriormente tangível em outros suportes como a tela de pintura, o papel, e as telas sintéticas e luminosas, da televisão, do computador, dos celulares, dos tablets etc. Hoje, imagem parece ser sinônimo de imagem midiática, mas foi descrito ela tem um passado que não é midiático.

Klein (2006) reforça que as imagens criadas pelo homem são compostas por duas naturezas: as imagens mentais e as imagens materiais. Para o autor, ainda no que diz respeito às imagens produzidas no universo material, podemos classificar aquelas que são desenvolvidas a partir de aparatos tecnológicos, como esculturas, pinturas, grafites, bordados, estampas, fotografias, cinema, imagens de TV, infografia etc., variando de acordo com seu suporte, tecnologia e técnica empreendidas e o material utilizado. Nesse sentido, o percurso de grande evolução tecnológica que transcorre na nossa era, permite a multiplicação do mundo cada vez mais por meio de imagens em diferentes suportes – seja no papel ou nas telas iluminadas –, e difundidas por diferentes tecnologias.

Dada essa característica assumida pelo mundo contemporâneo de se perder em meio às imagens (BAITELLO JUNIOR, 2006), há grande variedade nos fins para os quais as imagens são produzidas: elas podem assumir fins ritualísticos/ religiosos e de registro histórico – como notamos no primeiro horizonte ao qual a produção de imagens se submeteu (KLEIN, 2006), (BAITELLO JUNIOR, 2006) e (FUNARI, 2015)

–, como pode também assumir finalidades estéticas no campo da produção de arte, obtendo valor artístico nos mais diversos suportes (pintura, escultura, instalações etc.) (MORIN, 1997), além de inserir-se no campo reprodutibilidade técnica, relatada por Benjamin (1969) na era da reprodução massiva das obras de arte – com a ascensão do cinema, o uso de imagens nas telas também se inscreveu nos critérios de reprodutibilidade técnica definidos por Benjamin (1969). Klein (2006) ainda orienta que as imagens podem servir a uma finalidade informativa, ocupando espaços em jornais e revistas em forma de fotografias, charges, infográficos etc. Do mesmo modo, o autor ainda reforça a função de entretenimento e passatempo ocupada pelas imagens nos mais diversos tipos de produção midiática e publicitária.

O que Klein (2006) chama de “civilização da imagem” e define como a função do olhar na cultura humana é a perspectiva que será adotada para analisar as tramas entre imagem, mídia e cultura, a fim de se compreender o lugar do homem no universo midiático.

Mídia, do latim *medium*, é o que podemos definir como meio ou canal que faz uma conexão entre dois pontos. Na língua inglesa, *media* define o conjunto de suportes de comunicação. É a partir da adoção do termo inglês *media*, no vocabulário nos países de língua portuguesa, que se chegou ao termo mídia, amplamente utilizado. Para Klein (2006), o termo mídia é convencionalmente utilizado e de forma restrita para delimitar os meios de comunicação de massa, assim como no vocábulo inglês. Mas o autor reforça que falar em mídia nos leva necessariamente a discutir o conceito de mediações sobre uma ótica mais ampla. Nas teorias tradicionalistas do campo da comunicação, o conceito de mídia se restringe ao suporte material com finalidade de transmitir/receber informações, mesmo que considerando a difusão. Diversos autores, entre eles McLuhan (1969) e Harry Pross (2003) debruçaram-se sobre o conceito de mídia e sob diversos olhares definiram esse conceito ora de forma mais amplas ora de formas delimitadas. McLuhan define meios, em um dos conceitos mais difundidos na comunicação, como extensões do corpo humano, ou seja, lidando com os meios de comunicação, estaríamos lidando com extensões do nosso corpo. Para o autor, os computadores seriam extensão dos cérebros, as rodas extensões dos pés, as pinças extensões dos dedos, o rádio dos ouvidos e assim por diante. Portanto, para McLuhan (1969) o conceito de mídia é muito mais amplo do que a restrição teórica aos meios de

comunicação. O autor considera como mídia praticamente qualquer artefato tecnológico produzido pelo homem.

De forma mais restrita, Pross (2003) determina limites conceituais mais precisos para definir mídia, classificando toda mídia como: primária, secundária e terciária. Para Menezes (2002), mídia primária corresponde ao primeiro artefato do qual o homem dispôs para estabelecer vínculos comunicativos (seu corpo). Já a mídia secundária, segundo o autor, implica na colocação de um artefato material para se estabelecer entre o emissor e receptor, neste sentido, podemos atribuir a mídia secundária todas as formas de escrita, sejam elas cartas, jornais, revistas etc. A partir da escrita, Pross (2003) define que se inicia um processo de virtualização do corpo, que alcança seu auge nos meios terciários. Estes abarcam em sua conceituação todos os aparelhos midiáticos eletrônicos, criando, portanto, a necessidade de dois aparelhos para a mediação do vínculo comunicacional. Um para a emissão, outro para a recepção. Neste trabalho, serão abordadas apenas as intersecções estabelecidas pelos autores entre as formas de mediação (primária, secundária ou terciária) e a imagem, não entrando no caráter mais amplo estabelecido entre mídia e formas de comunicação.

Para Klein (2006), o conceito de mídia primária resume toda a complexidade das experiências entre os homens, é a partir do corpo que se estabelecem os vínculos, mas também é através do corpo que se exerce toda forma de violência. Para o autor, essa violência se trata da transformação do corpo físico em corpo-imagem, explorando e comercializando a imagem do corpo na TV, em outdoors, banners, revistas, jornais e cinema, estimulando a instrumentalização do corpo como sempre jovem e saudável. Sobre este tipo de violência, Kamper (*apud* CONTRERA, 2002, p. 59) afirma que hoje há uma sobreposição das imagens aos objetos.

Como podemos viver com este corpo que, ao mesmo tempo, abolimos? No momento, são as doenças que resultam do desligamento do corpo. Mas se pensarmos bem, isso acontece também na moda, na TV, nos filmes. Isso são estratégias para renunciar ao corpo. Não se quer fazer um corpo, se quer fazer uma imagem do corpo, o que é uma forma de destruir o próprio corpo. (KAMPER *apud* CONTRERA, 2002, p. 59).

Atualmente nossa cultura privilegia a imagem como veículo de informação, e para Klein (2006), isso se deve à multiplicidade de mídias visuais encontradas na nossa vida cotidiana. Com exceção do rádio, todos os veículos de informação que

se desenvolveram tecnologicamente ao longo do século XX tinham seu foco na visão, seja a fotografia, o cinema, a TV e, posteriormente, a internet. A projeção de imagens onde elas não existem, também pode ser um indicativo da importância dada à imagem na nossa realidade cultural, conforme evidenciou Chauí (2016) nas diversas expressões retratadas no início deste capítulo que remetiam ao sentido da visão mesmo sem ter nada a ver com ele. Baitello Junior (1999) também trata da importância dada às imagens na sociedade contemporânea. “O temor da cegueira na cultura da visualidade é muito maior do que o medo da surdez. Afinal, em um mundo que valoriza muito mais as linguagens visuais, a privação da visão pode significar a privação de um universo vastíssimo de informações” (Baitello Junior, 1999, p. 55).

Essa importância da imagem no nosso contexto cultural gera uma crise no olhar que, segundo Kamper (1997), desestabiliza o olhar que já não procura mais imagens, mas é por elas atingidas. Ao invés de consumidor, o homem é por elas consumido. Para Baudrillard (1991), a única possibilidade neste universo cheio de imagens é a da criação de simulacros, ou seja, de simulações do real. Simular significa fingir o que não se tem (BAUDRILLARD, 1991).

Já não se trata de imitação, nem de dobragem, nem mesmo de paródia. Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo o processo real pelo processo operatório, programática, impecável, que oferece todos os signos do real e lhes curta as peripécias. (BAUDRILLARD, 1991, p. 9).

O autor acredita que antes do processo de simulação a imagem passou por quatro fases: 1) a imagem como reflexo de uma realidade; 2) a imagem como mascaramento e deformação da realidade; 3) a imagem como mascaramento da ausência de realidade e, por fim, 4) a imagem como simulacro puro da realidade. (BAUDRILLARD, 1991, p. 13). Para Kossoy (2016), a fotografia se insere nos conceitos apresentados por Baudrillard (1991) por ter ao longo de sua trajetória sido aceita e utilizada como “testemunho da verdade” (KOSSOY, 2016, p. 21). Em determinado momento, juntada ao jornalismo e definida como fotojornalismo, a fotografia jornalística ganhou mais um aliado desta vez escrito, para dar a si o patamar de reprodução da realidade. É nos primórdios do fotojornalismo que encontraremos os vínculos necessários para discutir a origem do conceito imagético de signo da verdade.

3 FOTOGRAFIA E REPRESENTAÇÃO

Foi na Revolução Industrial que a ciência e a tecnologia se desenvolveram em um marco mundial para a história. Nesta fase, marcada por transformações, uma série de invenções e desenvolvimentos científicos ajudaram a transformar o século XIX em um mundo mais moderno, com evolução científica, econômica, social e cultural que influenciou incisivamente no mundo de hoje. Foi no ambiente Positivista de dois séculos atrás que a fotografia surgiu, marcando a era como uma das invenções mais inovadoras de informação e conhecimento. Segundo Kossoy (1989), essa invenção serviu de “instrumento à pesquisa nos diferentes campos da ciência e também como forma de expressão artística”.

Este momento de transformação da Modernidade, cujas ideias eram fortemente influenciadas pelo Positivismo, corrente filosófica que contribuiu para uma reforma intelectual e para o progresso científico –, possibilitou avanços em diversos aspectos, como a eletricidade, as linhas de ferros, o telefone, a fabricação de carros e, a grande revolução, diferente de tudo o que já havia se visto para a época, a fotografia. Foi através dela que a informação deixou de ser monopolizada pela escrita e uma nova forma de registro visual foi criada, capaz de impressionar pela semelhança com a realidade, sendo considerada um marco, como afirma Kossoy (2016),

Desde seu surgimento e ao longo de sua trajetória, até os nossos dias, a fotografia tem sido aceita e utilizada como prova definitiva, “testemunho da verdade” do fato ou dos fatos. Graças a sua natureza fisicoquímica – e hoje também eletrônica – de registrar aspectos (selecionados) do real, tal como estes fatos se parecem, a fotografia ganhou elevado *status* de credibilidade. Se, por um lado, ela tem valor incontestável por proporcionar continuamente a todos, em todo o mundo, fragmentos visuais que informam das múltiplas atividades do homem e de sua ação sobre os outros homens e sobre a Natureza, por outro, ela sempre se prestou e sempre se prestará aos mais diferentes e aos mais interesseiros usos dirigidos. (KOSSOY, 2016, p. 21-22).

Neste tempo, a primeira fotografia materializada aconteceu em 1826 pelo francês Joseph Nicephore Niépce, muito embora a invenção fotográfica não tenha dependido de uma única descoberta pontual. O percurso pelo qual a fotografia passou até que pudesse ser reconhecida foi uma junção de diversas descobertas técnicas, no que diz respeito aos dispositivos de captação da imagem, e químicos,

referindo-se a uma reação química entre a luz e certas substâncias. Até então, o ponto máximo que o homem havia chegado na captação e exibição de imagens era através das câmeras escuras – termo latino que significa “quarto escuro”, um objeto vedado à luz exterior onde se podia processar e visualizar imagens –. Esta tecnologia possibilitou não só a capacidade de captar a imagem, mas reproduzi-la no objeto material que chamamos de fotografia.

Figura 1 – Primeira fotografia tirada por Niépce em 1826.



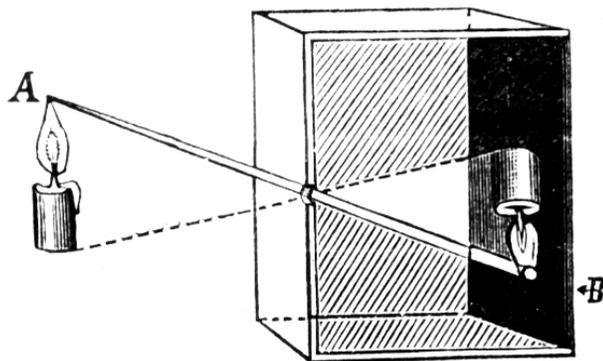
(Fonte: foto de internet)¹

Do grego (photo + graphos), fotografia significa “escrever com a luz” e o seu processo ótico, já bastante desenvolvido em meados do século XVIII, tinha como base o comportamento da luz. A câmera escura consistia em uma caixa que possuía um orifício em uma de suas extremidades e na extremidade contrária, um espelho ou tela de projeção, era sobre esta tela que apareciam as imagens invertidas dos objetos que eram colocados à frente do orifício. O princípio de funcionamento da câmera escura já era conhecido desde a Antiguidade e é, por muitos autores, atribuído ao filósofo grego Aristóteles. Nos primeiros anos do século XVI, usando a tecnologia desenvolvida na Grécia Antiga, Leonardo Da Vinci desenvolveu diversas experiências utilizando a câmera escura. A reprodução mais antiga da câmera

¹ Disponível em <<http://www.savarisphotostudio.com.br/sem-categoria/a-primeira-fotografia-do-mundo.html>> Acesso em 09/05/2017

escura encontra-se nos escritos do matemático Rayner Frisius, por volta do século XVI.

Figura 2 – Ilustração do que era uma câmara escura



(Fonte: Foto de Internet)²

Camargo (1999, p. 234) explica que no mesmo ano o desenvolvimento da câmera foi impressionante, pois no início a câmera escura era um recinto com dimensões aproximadas de uma casa e, foi durante essa época, que se desenvolveram modelos menores e mais fáceis de operar e por volta do século XVIII, existia uma grande diversidade de câmara em operação, desde os modelos gigantescos, até os com dimensões aproximadas de uma caixa de fósforo, algumas montadas sobre tripés e outras montadas sobre carroças, com instrumentos que permitiam variação de focos e de graus de nitidez.

O processo químico da fotografia teve seus primeiros passos em 1632, quando o italiano Ângelo Sala descobriu que o nitrato de prata escurecia quando exposto à luz. O italiano chegou a reproduzir imagens utilizando o nitrato, porém elas desapareciam assim que as reações químicas escureciam a prata. Essa foi a grande dificuldade enfrentada pelos cientistas que o sucederam com pesquisas sobre o assunto. Seu objetivo era encontrar um processo químico que interrompesse o escurecimento da prata, ou seja, que a imagem fosse fixada antes de se tornar um “borrão preto”. Mais de cem anos depois da descoberta de Sala, o alemão Johann Schulze percebeu que uma mistura composta de prata, pó de giz e ácido nítrico, que

² Disponível em <<http://www.scielo.br/scielo.php?script=scid=S1678-31662007000400003>> Acesso em 09/05/2017

se encontrava guardada em um vidro, escurecia imediatamente quando exposta a luz solar. Schulze, então, interrompeu parte da incidência de luz sobre o frasco com pedaços de papel e percebeu que a mistura só escureceu nas partes que estavam expostas à luz. Desta forma, ele pode concluir que era a luz a responsável pela reação química do escurecimento da prata. Assim, Schulze chegou perto de obter a primeira fotografia da história, mas foi só por volta de 1825 que o francês Joseph Niépce conseguiu o primeiro objeto que fora posteriormente denominado fotografia. O francês não obteve muito sucesso utilizando as substâncias de prata e acabou por utilizar uma mistura de betume com óleo de lavanda, que resultava em um líquido pastoso que era espalhado sobre uma chapa de metal. Sobre esta placa era colocado o desenho que se queria produzir. Segundo Maringnier (2002), em seguida a placa era exposta ao sol forte e horas depois o calor provocado pela luz do sol fixava a imagem sobre a placa de metal. Entretanto, durante muito tempo a invenção fotográfica foi atribuída a Louis Daguerre, porém Daguerre não tinha a formação científica que possuía Niépce e trabalhava de forma totalmente intuitiva. Foi em 1827 que Daguerre, até então um artista de sucesso, que tinha ouvido falar das experiências de Niepce, o procurou e ambos se tornaram sócios num processo de desenvolvimento de gravuras, a partir da câmera escura.

Enquanto Niépce concentrou-se no desenvolvimento de fluidos baseados no betume, Daguerre dirigiu suas pesquisas para emulsões à base de prata e, por volta de 1835, Daguerre fez uma descoberta de forma acidental. Depois de expor algumas chapas, ele as guardou em um armário que abrigava diversos produtos químicos e, após alguns dias, descobriu que a imagem havia se desenvolvido dentro do armário. Ele concluiu que isso havia acontecido devido ao vapor de mercúrio de um termômetro quebrado e concluiu, então, que o mercúrio era o responsável por reduzir o tempo que a imagem levava para ser revelada (de 8 horas para 30 minutos). Foi assim que Daguerre apresentou ao mundo sua invenção, o Daguerreotipo.

Figura 3 – Fotografia revelada acidentalmente por Daguerre



invenções técnicas da invenção de um manual elaborado pelo autor que se baseia a partir do Daguerreotipo. Um ano depois foram vendidos dois mil kits de Daguerreotipo nos Estados Unidos que a técnica de Daguerre. Lá, em 1853, mais de dez mil kits de Daguerreotipo. Segundo Camargo (1999), Daguerre não é mais considerado o único responsável pelo desenvolvimento da fotografia no mundo.

O processo desenvolvido na França foi só mais um entre tantos desenvolvidos na Europa no século XIX. O Daguerreotipo, que proporcionava uma imagem positiva, hoje pode ser considerado o precursor da fotografia instantânea, que não produzía negativo, entretanto, outros pesquisadores desenvolviam simultaneamente outras técnicas de reprodução de imagens de formas mais eficientes, entre eles Henry Talbot, na Inglaterra, e Hercule Florence, no Brasil. Talbot, embora não tenha produzido a primeira fotografia, descobriu parte do processo fotográfico que conhecemos hoje, desenvolvendo um método que capturava imagens positivas e negativas. Em 1835, ele conseguiu fixar a imagem da janela de Oriel, no sul de Wiltshire, onde vivia, em uma folha de papel. Segundo Sougez (2001), Talbot escrevera, em 1839, a François Arago, o homem que havia financiado as invenções de Daguerre, sugerindo que era ele o inventor da fotografia. Naquela época, Talbot desconhecia completamente o processo do Daguerreotipo e não sabia que sua técnica era completamente diferente. Segundo Turazzi (1995), o processo de Talbot nunca obteve popularidade, porque seu uso sempre esteve envolvido em diversas brigas judiciais que tentavam obrigar o pagamento de seus direitos sobre a invenção.

Não levando em consideração a tecnologia desenvolvida na Europa, graças ao trabalho de Kossoy (1980), na obra *A Descoberta Isolada da Fotografia no Brasil*, foi possível levantar uma série de documentos sobre Hercules Florence, que viveu

³

Disponível em <<https://chadefoto.wordpress.com/2013/05/24/daguerreotipo/>> Acesso em: 09/05/2017

na atual cidade de Campinas, e também teve sua parcela na invenção da fotografia. Na tentativa de produzir rótulos para frascos de medicamentos e não utilizando uma prensa, Florence criou, em 1830, seu método próprio de impressão de imagens. Três anos antes de Daguerre, ele havia descoberto um método de fixação das imagens através da luz que havia denominado *photografie* e que utilizava chapas de vidro com sais de prata em uma câmera escura. As chapas eram reveladas posteriormente com urina. Mas para a maioria dos autores, a invenção da revolução da fotografia aconteceu mesmo com o descobrimento por Frederick Scott, em 1851, de uma emulsão, que ele batizou com o nome de colódio húmido. O processo era idêntico ao processo desenvolvido por Tabolt, porém em vez das superfícies metálicas, ele utilizava como suporte uma placa de cristal revestida com uma camada de colódio e de cada uma das placas era possível se obter um número ilimitado de cópias com maior sensibilidade à luz. Essa técnica, que possibilitou a produção de negativo e de cópias muito maiores, tornou possível o surgimento dos primeiros fotógrafos profissionais.

Figura 4 – Hercules Florence

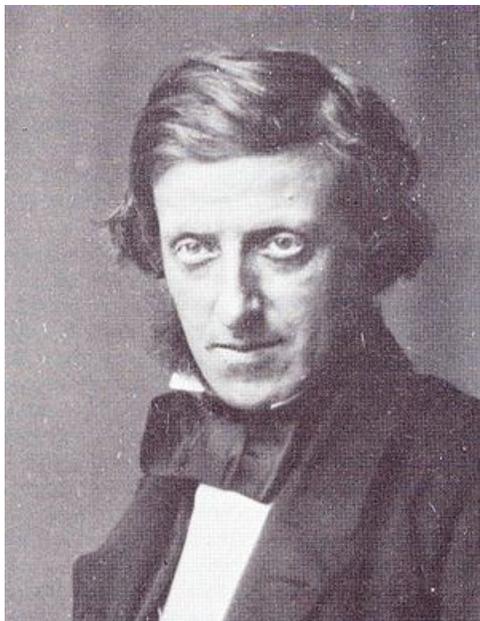


(Fonte: Foto de internet)⁴

⁴

Disponível em < <http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/HercFlor.html>>. Acesso em: 09/05/2017

Figura 5– Frederick Scott



(Fonte: Foto de internet)⁵

Figura 6 – Talbot

⁵ Disponível em < <http://www.hertfordshire-genealogy.co.uk/data/ishops-stortford.htm> > Acesso em 09/05/2017



(Fonte: Foto de internet)⁶

Os fotógrafos eram responsáveis por suas próprias placas, que deviam ser recobertas pelo colódio longe da luz e de modo homogêneo, antes de ser submerso em um banho de prata por 30 segundos. Depois disso, era feita a exposição que durava entre 2 e 20 segundos, porém esta técnica tinha o inconveniente de fazer os fotógrafos um pesado equipamento, que eram carregados em carroças e necessitavam da montagem de tendas para proteger a placa da luz. Entretanto, o processo permitiu o surgimento dos primeiros fotógrafos retratistas e a abertura dos primeiros salões fotográficos que perduraram por praticamente toda a primeira metade do século XX.

As primeiras fotografias feitas a partir do Daguerreotipo contemplavam cidades desertas uma vez que a tecnologia não permitia captar nada que não estivesse estático, mas a partir do colódio se obteve possibilidade de imagens muito mais significativas e completas no seu conteúdo estético e expressivo. Foi nesta fase que os pintores passaram a enxergar a fotografia como uma forma de arte e trocaram seus pinceis por câmeras, trazendo à tona uma “representação mecânica da realidade visual” (SOUSA, 2000, p. 23). As primeiras fotografias, inclusive, eram pictorialistas, e derivadas dessa corrente que para Sousa (2000), tratava-se de

⁶ Disponível em < <http://www.hertfordshire-genealogy.co.uk/data/ishops-stortford.htm> > Acesso em 09/05/2017

[...] um movimento que visava a integração da fotografia nas artes plásticas [...] Os pictorialistas consideravam que se a fotografia queria ser reconhecida como arte tinha de se fazer pintura, pelo o que exploravam fotograficamente os efeitos da atmosfera, do clima (nevoa, chuva, neve...) e da luz (crepúsculo, contra-luz...). A fotografia de retrato, pelo seu lado, também vai copiar as poses forçadas e o cenário que a pintura usava. (SOUSA, 2000, p. 24).

O autor ainda considera que a ideia vigente na época dava indícios de que a fotografia fosse considerada uma extensão da pintura, podendo até substituí-la. Mas não só a pintura permaneceu como também a fotografia possivelmente a tenha ajudado a se libertar das perspectivas realistas que a rodeavam até então.

3.1 OS PRIMÓDIOS DO FOTOJORNALISMO

Paralelo ao desenvolvimento da fotografia, seja como arte ou como técnica, a Europa, que, nesta época era palco da Revolução que formaria fundamentalmente a ideologia, a política e as teorias sociais utilizadas pela humanidade nos próximos séculos, via nascer também o jornalismo. É nesse contexto, de grande efusão política, social e econômica, em meio a áreas revolucionárias, que surge o jornalismo como prática de uma burguesia letrada, que precisava tornar públicos os avanços da Revolução.

Mesmo que surgindo no início da Idade Contemporânea, segundo Thompson (2011), seus fundamentos técnicos haviam surgido na Europa quase três séculos antes com a invenção da prensa, chamada de tipos móveis, pelo alemão Johannes Gutenberg, em 1439. A ideia da impressão em larga escala agradou a igreja e a nobreza por permitir a divulgação das ideias religiosas com a distribuição da Bíblia, primeiro livro impresso utilizando a técnica da prensa. Dessa forma, confirma Brigs e Burke (2006) que a prática da impressão se espalhou pela Europa e, por volta de 1500, mais de 250 lugares do continente já praticavam a impressão. Embora tenha encontrado seus fundamentos e se desenvolvido ao longo de quatro séculos, segundo Marcondes Filho (2000), é por volta do século XIX, com a ascensão do capitalismo, que o jornalismo ganhou força e aceitação social em meio à formação das primeiras empresas midiáticas.

É neste contexto, em que emergia o jornalismo de uma necessidade de se divulgar fatos de interesse público – com forte influência filosófica do positivismo, que pregava a necessidade de comprovação científica dos fatos – que a fotografia,

até então no pensamento social visto como uma possibilidade de se capturar o mundo real encontra espaço para se desenvolver nas páginas dos jornais e revistas que tomariam o mundo nos próximos séculos.

Para Sousa (2000), os primeiros contatos entre a fotografia e a prática que mais tarde viria a ser chamada de jornalismo aconteceram devido a um avanço tecnológico que permitiu que as câmeras, outrora tão grandes quanto uma casa, fossem transportadas a fim de registrar fatos com intenção testemunhal. Foi o que aconteceu no incêndio de Hamburgo, na Alemanha, no ano de 1842, quando o fotógrafo Carl Fiedrich Stelzner realizou um registro que foi publicado na *The Illustrated London News*, uma revista semanal de publicações ilustradas, em forma de desenho.

Figura 1 - Incêndio de Hamburgo, na Alemanha



(Fonte: Foto de internet)⁷

Até então, a tecnologia utilizada na difusão de fotografias envolvia lápis, caneta, papel e tinta. Depois disso, diversas outras fotografias de eventos públicos surgiram, como em 1844 nos Estados Unidos, quando Willian e Fredecrik Langenheiem registraram uma multidão em motins antimigratórios, na Guerra Americano-Mexicana (1846-1848), quando pela primeira vez os jornais começaram a enviar correspondentes para fazer registros comerciais da guerra, e que, para Sousa (2000) foi a primeira premonição de que o fotojornalismo voltaria seus olhares para a guerra.

⁷

Disponível em <<http://www.revisionistas.com.ar/?p=3178>> Acesso em 09/05/2017

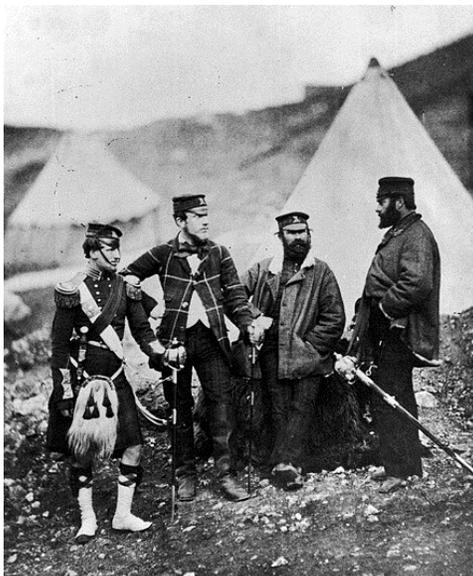
Nesta mesma época, a *The Illustrated London News*, nascida em maio de 1842, começou a ser copiada por outras revistas em toda a Europa, indicando crescente interesse pela sociedade europeia pela imagem. Mesmo que ainda sem critérios definidos, como confirma Sousa (2000), eventos como o incêndio em Hamburgo, em 1842, e a assinatura de um Tratado de Paz entre França e China, em 1843 – ambas publicadas em revistas ilustradas –, abririam caminho para o estabelecimento da rotina que seria seguida pelos fotojornalistas de todo o mundo ao longo dos próximos séculos.

[...] Os fotógrafos aventuraram-se por vários caminhos. O gosto pelo exótico e a curiosidade pelo diferente, por exemplo, vão promover a produção e difusão de fotografias de intenção documentais, de locais distantes e de paisagens. (SOUSA, 2000, p. 27).

Foi por volta do meio do século XIX, quando a fotografia já havia se beneficiado dos avanços químicos, tecnológicos e óticos que ela pode abandonar os laboratórios e dar os rumos da representação do mundo em imagens. Nesta mesma época, a fotografia começa a se beneficiar das noções, caras ao jornalismo e à corrente filosófica do Positivismo, de “testemunho”, “verdade”, “realidade”, “prova testemunhal” e que até hoje ainda são associados à fotografia e ao jornalismo como espelhos do real. Assim, vai surgindo aos poucos um público para as reportagens ilustradas e abrindo espaço para os primeiros fotorrepórteres.

Por questões culturais, a guerra sempre foi um tema de interesse da sociedade, e a segunda metade do século XIX foi palco de diversos conflitos entre as nações em desenvolvimento industrial. É dessa forma que a participação inglesa na Guerra da Crimeia (1854-1855) levou o fotógrafo oficial do museu britânico Roger Fenton a se deslocar para frente de batalha a fim de cobrir de forma fotojornalística o acontecimento. Embora seja considerado por alguns autores, como Sougez (1991) e Alexandrino (1991), como o primeiro repórter fotográfico, as cerca de 300 fotos que Fenton obteve na frente de batalha da Guerra da Crimeia, não representavam nem a dor e nem o horror da morte, mas sim soldados e oficiais sorridentes posando para o fotógrafo.

Figura 2 – Foto posada de soldados na Guerra da Crimeia



(Fonte: Foto de internet)⁸

Contrário a isso, do outro lado do Atlântico, nos Estados Unidos, a Guerra da Secessão (ou Civil Americana – 1861), – primeiro evento a ser massivamente coberto por fotorrepórteres –, começou a mostrar a realidade cruel e mortal da guerra, quando os editores perceberam que os leitores preferiam notícias do que realmente acontecia com os soldados (SOUSA, 2000). Foi durante esta mesma guerra que os fotojornalistas, pela primeira vez, correram risco de morte ao cobrirem a frente de batalha. Segundo Becker (1989), junto com as fotos de guerra, o fotojornalismo também passou a divulgar imagens de eventos públicos, criando uma das rotinas do fotojornalismo atual.

Figura 3 - Guerra da Secessão

⁸ Disponível em <<http://www.gettyimages.co.uk/event/look-back-475983547#spent-cannon-balls-from-the-battlefield-are-scattered-in-the-valley-picture-id2663949>> Acesso em 09/05/2017



(Fonte: Foto de internet)⁹

Na Europa, grande parte dos eventos que aconteceram no final do século XIX marcou época com suas coberturas fotojornalísticas, como é o exemplo da Guerra Franco-Prussiana, quando, segundo Sousa (2000) foi possível inserir o conceito de velocidade nas fotografias e, pela primeira vez, os soldados foram fotografados lutando no campo de batalha. Já a cobertura fotojornalística da Comuna de Paris, em 1871, também ganhou importância na história do fotojornalismo por seu caráter censor: pela primeira vez a fotografia foi usada como fim de repressão, sendo utilizada para a identificação de pessoas, instauração de processos e, muitas vezes, a execuções.

Figura 4 - Campo de batalha da Guerra Franco-Prussiana



(Fonte: Foto de internet)¹⁰

⁹ Disponível em <www.historiadigital.com/photos/Bap57/Sec7.jpg> Acesso em 09/05/2017.

¹⁰ Disponível em <<http://forum.valka.cz/topic/view/12960/Boj-na-bajonety>> Acesso em 09/05/2017

Figura 5 - Comuna de Paris



(Fonte: Foto de internet)¹¹

É também depois da Comuna que Sousa (2000) conta que diversas experiências de diversos inventores, em julho, o jornal sueco *Nordisk Boktryckeritidning* conseguiu publicar uma fotografia impressa junto com o texto. Graças ao uso da técnica de Halftone de Carl Carleman. O inventor sueco considerava que a sua técnica seria a única forma da fotografia ser difundida massivamente no público, tornando-se o meio mais eficaz de elevação cultural da humanidade.

E, nas duas últimas décadas do século XIX, foi surgindo simultaneamente em todo o globo diversas revistas ilustradas, como a *Illustrated American*, nos Estados Unidos, a *The Photographic News*, na Inglaterra e a *La Ilustración Española y Americana*, na Espanha.

Ao contrário da tendência das revistas europeias de publicarem imagens para ilustrar seus textos tornando a informação foto-visual, na mesma época, os jornais diários ainda se encontravam atrasados na utilização da fotografia nas suas páginas. Só em meados de 1904 que surgiu, no *The Daily Mirror*, a ilustração de fotografias em suas páginas conforme Freund (1989) explica

Esta utilização tardia da fotografia na imprensa diária é devida ao fato de que as imagens devem ainda ser feitas fora do jornal. A imprensa, cujo sucesso se funda na atualidade imediata, não pode esperar e os proprietários dos jornais hesitam em investir grandes somas de dinheiro nessas novas máquinas. (FREUND, 1989, p. 107).

Figura 6 - Jornal *The Daily Mirror*

¹¹ Disponível em < <https://www.resumoescolar.com.br/historia/comuna-de-paris-1871/>> Acesso em 09/05/2017



(Fonte: Foto de internet)¹²

Foi a partir dos primeiros anos do século XX que, devido à procura do público, as empresas foram se adaptando às novas formas culturais e tecnológicas. Com o aumento da procura por fotografias nas páginas dos diários, Sousa (2000) explica que houve um aumento no número de pessoas que escolhiam o fotojornalismo como profissão. Entretanto, esses anos iniciais foram uma época de anonimato para os fotojornalistas, que só encontraram reconhecimento de seu trabalho por volta dos anos 20, com a geração de Erich Solomon.

Por volta de 1918, começaram a surgir as primeiras agências fotográficas independentes para sustentar as novas exigências de jornais e revistas que utilizavam fotografias para ilustrar suas páginas e foi nesta mesma época que surgiram os fotorrepórteres modernos, como Erich Solomon, considerado o pai do fotojornalismo. Diversos elementos permitiram o desenvolvimento do fotojornalismo moderno nesta época, como a invenção dos flashes e o surgimento de uma geração de fotojornalistas cultos e com nível social elevado, o que permitia a abertura de muitas portas para a prática do fotojornalismo como conhecemos hoje, além de grande movimento de experimentação de novas técnicas entre os fotojornalistas, editores e empresários de mídia – isso permitiu a difusão de um novo modelo de fotografia, a *candid photography*, ou seja, a fotografia não posada –. Para Sousa (2000), a influência da *candid photography* pode ser encontrada até hoje na produção de imagens jornalísticas “o fotógrafo procura frequentemente os instantes

¹² Disponível em <<http://www.newsworks.org.uk/Daily-Mirror>> Acesso em 09/05/2017

em que a naturalidade reveladora se abate sobre o espetáculo de estado, despindo a personalidade mascarada dos sujeitos interventores”. (SOUSA, 2000, p. 74).

Foi com Erich Solomon que nasceu esse novo modelo de fotografia em que o fotografado não tem tempo para se preparar para posar, produzindo uma fotografia viva, deixando cair as máscaras e abandonando os rituais sociais. Uma fotografia que procura retratar o cotidiano e é capturada pela lente da câmera (SOUSA, 2000). Solomon também foi o responsável por fazer com que o fotógrafo perdesse o anonimato, já que ele assinava suas fotografias creditando suas imagens nas publicações. E também, graças a sua presença constante em eventos públicos, o fotógrafo começou a ganhar mais respeito dos políticos.

Figura 7 - Fotografia tirada por Erich Solomon



Figura 8 - Fotografia tirada por Erich Solomon

¹³ Disponível em <<http://heitonkphoto.blogspot.com.br/2011/01/fotografer-candid-pertama-di-dunia.html>>
Acesso em 09/05/2017



(Fonte: Foto de internet)¹⁴

Figura 95 - Fotografia tirada por Erich Solomon



Figura 16 - Fotografia tirada por Erich Solomon

¹⁴ Disponível em <<https://br.pinterest.com/pin/300756081342399163/>> Acesso em 09/05/2017

¹⁵ Disponível em <<https://br.pinterest.com/donmirrphoto/reportage/>> Acesso em 09/05/2017



(Fonte: Foto de internet)¹⁶

Outras tantas técnicas utilizadas por Solomon, renderam-lhe o título de pai do fotojornalismo, além de dar ao fotógrafo lugar de destaque – Solomon era licenciado em Direito e fazia questão de ser chamado de *Doktor*, mostrando que os novos fotojornalistas eram pessoas educadas e de elevado nível social, deixando de lado a ideia de que era um simples servidor a quem cabia obter uma ilustração para decorar o texto.

Figura 17 - Erich Solomon é considerado o pai do fotojornalismo



¹⁶

Disponível em <<https://br.pinterest.com/donmirrphoto/reportage/>> Acesso em 09/05/2017

(Fonte: Foto de Internet)¹⁷

E foi por volta dos anos 30 que a fotografia de imprensa, que nesta época já havia conseguido um grau elevado de conhecimento, dando a alguns fotojornalistas, inclusive, fama mundial, conquistou a força efetiva de convergência com os meios impressos. Para Sousa (2000), os jornais e revistas passaram a utilizar a fotografia para melhorar sua estrutura gráfica, obrigando os fotojornalistas, a partir de então, a pensarem no aspecto estético das imagens produzidas por eles.

3.2 MULHER E REVISTA: UMA RELAÇÃO CULTURAL

Foi nas páginas das revistas, como tratado anteriormente, que as fotografias encontraram terreno para se desenvolver com o meio informativo. No início do desenvolvimento do fotojornalismo de revista, Tavares e Scwaab (2013) pontuam que as ilustrações fotográficas apareciam como simples ilustrações e muitas vezes descontextualizadas, sem nenhum caráter noticioso. Foi durante o desenvolvimento das primeiras revistas segmentadas, por volta de 1920, que segundo Silva (2004, p. 36) as fotorreportagens começaram a buscar histórias de interesse público, dessa forma, este modelo de informação pela fotografia passa a situar o leitor no espaço e no tempo. Segundo Tavares e Scwaab (2013), o período da Europa entre as duas Grandes Guerras foi o palco para o desenvolvimento das grandes revistas semanais ilustradas. Os autores ressaltam que foi neste momento que, mais especificamente na Alemanha, os fotógrafos de imprensa passaram a ser repórteres fotográficos, porque a sua atividade passa de buscar uma imagem para ilustrar a matéria, para transformar as imagens já produzidas no fio condutor da narrativa.

Foi durante a ascensão do nazismo, quando diversos fotojornalistas fugiram da Alemanha e tentaram a vida em outros países da Europa, que o estilo fotojornalístico alemão encontrou suas novas casas. São os casos das revistas *Vu*, em Paris, da americana *Life* e da *Paris Match*, no Brasil. Scalzo (2009, p. 23) pontua que a questão estética passa a fazer parte do cotidiano editorial, e estas revistas passam a ser impressas em papel de qualidade, em formato grande e adotando que a boa imagem vale mais que uma boa descrição.

¹⁷ Disponível em < <https://www.emaze.com/@ATLOCQFT/HISTORIA-DE-LA-FOTOGRAF%C3%8DA>>
Acesso em 09/05/2017

Segundo Buitoni (2013), foi no século XX que o fenômeno da segmentação atingiu o mercado editorial de revistas, quando elas foram se formando paralelamente aos jornais diários. A periodicidade semanal, quinzenal ou mensal, permitia maior possibilidade de aprofundamento nos temas, utilização de imagens e a relação com o visível se tornou parte essencial da produção editorial de revistas. Para Scalzo (2009), o desenvolvimento das revistas esteve ligado ao entretenimento, tornando mais fácil entender o processo de segmentação e a tendência natural da revista enquanto produto comercial destinado a determinado público, à especialização.

Casali (2007) entende a segmentação por gênero como um dado natural da história da revista com relação direta com o contexto social em que apareceu. A autora considera que as publicações femininas surgiram num período em que a mulher começava a ter um pouco mais de participação social. E assim temas como relacionamento entre homens e mulheres e comportamento, além do lar e família, começaram a pautar as publicações de revistas impressas na primeira metade do século XX.

Para Tavares e Scwaab (2013), a imprensa feminina de revista é entendida como a maior responsável pelo desenvolvimento da revista que se iniciou com os periódicos de moda e até hoje têm espaço no mercado, nas publicações como *Claudia*, *Marie Claire*, *Elle*, cada uma dirigindo-se a um tipo específico de mulher. Entretanto, Buitoni (1981) vê de maneira crítica essa segmentação. A autora entende que a relação entre mulher e imprensa implica questões mais abrangentes do que a segmentação de mercado. Estão entre as questões que permeiam no mercado editorial de revistas femininas, temas como o papel social da mulher, sua participação política, a vida fora do lar, todos intensamente entrelaçados com questões de cunho ideológico. A autora considera que de maneira superficial, temas como beleza, namoro, culinária, contos de amor, simpatias e outros assuntos tão recorrentes nas páginas de revistas destinadas ao público feminino são neutros. Mas, ao contrário do pensamento comum, todas essas questões assumem discursos ideológicos quando a análise sai da superfície. “Sob a aparência de neutralidade, a imprensa feminina veicula conteúdos muito fortes” (BUITONI, 1981, p. 1). Em sua obra *Mulher de Papel* (edições Loyola, 1981), a autora considera que a imprensa feminina brasileira e, no geral, a imprensa feminina ocidental, não usa recorrentemente o jornalismo informativo em suas edições. No mundo

contemporâneo, as páginas dessas revistas têm aberto seu espaço para o jornalismo interpretativo, diversional e opinativo.

Verón (1974, p. 11), discorre que as presenças do fator ideológico nos discursos da mídia consistem em uma relação entre texto, produção, circulação e consumo. É no discurso que este sistema se perpetua como produtor de significação.

Além do motivo já citado de que a ampliação da imprensa feminina tinha ligação com a ampliação dos papéis da mulher na sociedade, Buitoni (1981) considera também a ascensão do capitalismo como responsável pelo aumento e amplitude ganhada pelas publicações femininas, embora pontue também que o papel destinado à mulher como consumidora destes produtos já era um papel secundário. “O jornalismo feminino já nasceu complementar, revestido de um caráter secundário, tendo como função o entretenimento e, no máximo, um utilitarismo prático ou didático” (BUITONI, 1981, p. 9).

Na década de 40 foi que o pensamento da imprensa norteamericana começou a se expandir pelas páginas das revistas brasileiras, Buitoni (1981) revela que as agências de notícias americanas mandavam material que era traduzido e nunca adaptado. Tanto os textos quanto as fotos vinham assinados por repórteres estrangeiros. Nem revistas como *O Cruzeiro*, que possuíam eventualmente notícias escritas e fotografadas no Brasil, conseguiam escapar da grande influência da mídia estrangeira em nossos meios de comunicação, que se tornou real principalmente pela difusão do cinema. Os emissores dos fatos e fotos que estampavam as páginas das revistas femininas da década de 40 eram sempre as grandes empresas cinematográficas como a Columbia, Warner, Fox e Paramount. Eram sempre os artistas americanos os protagonistas das histórias trazidas por revistas femininas na década de 40. Buitoni (1981) evidencia como as questões políticas e sociais ficavam em segundo plano, enquanto questões de entretenimento ganhavam espaço.

Para se ter uma ideia do conteúdo, em um número de 1942, a guerra aparece pouco nas 156 páginas da revista: apenas nos votos de paz formulados na página 3. No resto, algumas matérias leves, sessões femininas, contos de natal. E Hollywood em toda a revista. Existem também algumas reportagens feitas com brasileiras que desejavam ser estrelas internacionais. (BUITONI, 1981, p. 74).

A autora ainda reforça que moda e beleza não escapam: eram sempre ilustradas com fotos das artistas de cinema norte-americanas, com vestido de noite,

blusas, chapéus e tudo o que estampava as últimas coleções de Hollywood. Isso deu grande contribuição para que o modelo de mulher ideal fosse o padrão da artista estrangeira. A imagem da mulher encontra-se neste modelo, para Buitoni (1981), o padrão de beleza apresentado é um só.

Um gênero vai se firmar quase como obrigatório nas revistas femininas, sejam elas populares ou mais sofisticadas: o da mulher branca, de pele fina, bem proporcionada, cabelos e olhos bonitos, tudo dentro da influência predominante do cinema norteamericano, sempre ilustrado com fotografias de artistas que correspondem a cada um destes tipos. Jean Fontaine, Merle Oberon e Angela Lansbury representam a imagem feminina proposta às leitoras brasileiras. (BUITONI, 1981, p. 81-82).

Buitoni (1981) ainda considera, além de que todas essas características físicas pertencem à americana ou à europeia clara, que há uma outra ligação importante praticada neste tipo de publicação. Era comum juntar-se a aparência física com o temperamento, esperando que a mulher com um determinado porte físico fosse agir de tal modo, difundindo o pensamento de que o corpo vai condicionar a personalidade, minimizando contextos familiares, culturais, sociais, ideológicos, políticos, econômicos etc. Acreditava-se como verdadeira uma relação que não existe.

Outros aspectos consideráveis também compunham a imagem da mulher difundida por este tipo de publicação, sempre na ordem de físico > personalidade > postura a ser adotada. Além dos rótulos físicos adotados pelos padrões estabelecidos há também a convenção das características de ordem moral: a mulher deve ser amorosa, esposa, maternal. Fundamentalmente esposa e mãe era o papel exigido pela sociedade.

A mulher é branca, sorridente, alta, magra, esposa e mãe e este é o rótulo do produto chamado imprensa feminina, produzido para uma verdadeira mulher que conserva fracos pontos de contato com a realidade. Em um país de diversidade cultural, as páginas geralmente não são estampadas por negras, japonesas e mulheres de outras etnias. A mulher brasileira passa longe das páginas da imprensa que se dedica a ela. Até hoje, as capas de nossas revistas, mesmo trazendo manequins brasileiros, são similares às norte-americanas ou europeias.

A imprensa colaborou e continua colaborando para a mitificação de um ser feminino que ajuda a manter padrões, independente de onde ela esteja localizada, o pensamento dominante é sempre o pensamento que estampa suas páginas, seja

em forma de texto ou de fotos. Seguindo o objetivo deste trabalho de desmistificar a imagem da mulher muçulmana comumente trazida pelos meios de comunicações tradicionais, este capítulo evidencia o contexto em que esses estereótipos femininos ganharam e mantiveram seu espaço na mídia tradicional. E o próximo tratará sobre como a imagem da mulher é retratada em diferentes culturas, ocidente x oriente.

4 SER MULHER: UMA QUESTÃO DE GÊNERO

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam o feminino (BEAUVOIR, 1967, p. 10).

Foi só na década de 60 que a questão de gênero e sexo passou a ser pensada sob uma perspectiva multifatorial. Até então, toda a condição sexual do homem e da mulher era reduzida a uma questão biológica: se você nasce macho/fêmea, é isso o que você será durante toda a sua vida. Porém, Simone de Beauvoir, a precursora do feminismo tal qual conhecemos hoje, passou a questionar essa estrutura sexual determinante na sociedade que não levava em conta fatores sociais, culturais etc. e reduzia toda a diversidade sexual ao determinismo biológico. Atualmente, a discussão da sexualidade humana está muito mais avançada, levando em conta aspectos nunca discutidos como a identidade de gênero, a orientação sexual, a performatividade, além do sexo biológico, que é apenas uma parte de todo esse conjunto de elementos que define se uma pessoa é homem, mulher, heterossexual, homossexual, transgênero, cisgênero etc.. Mas a maior das questões relacionadas à sexualidade humana guarda consigo uma binaridade: essa questão pode ser definida entre a vida biológica e cultural do ser humano, levando em conta aspectos sociais, culturais e ambientais na influência sobre a identidade de gênero de cada indivíduo. Nogueira (2001), ao distinguir macho de fêmea, utiliza o termo *sexo* para explicar a diferença física, orgânica e celular entre homem e mulher por meio da reprodução. Já o termo *gênero*, que abrange um conjunto de seres que possuem a mesma origem, pode ser classificado por uma construção social e cultural que distingue da anatomia sexual. Desta forma, pode-se considerar que a definição de gênero não determina diretamente a sexualidade. Para Pereira e Fernandes Filho (2008), o conceito de gênero inclui diversos componentes, como identidade, valores, prestígio, regras, normas, comportamentos, sentimentos entre outros. As relações de gênero são, portanto, construídas pelas sociedades. É partindo destas premissas que chegamos à discussão sobre a imposição ideológica e midiática das condições inerentes a ser e se transformar em mulher.

4.1 AS RAÍZES DE SER MULHER: DE EVA A CLEÓPATRA

O fator religioso sempre esteve presente na difusão e na consolidação das condições de determinação de gênero. Foi com o mito de Eva que o mundo Ocidental ganhou o primeiro grande modelo de ser mulher. Sua história começa quando é criada a partir da costela de seu companheiro, Adão; enquanto ele havia sido criado do barro, à imagem e semelhança de Deus. “Então o Senhor declarou: “não é bom que o homem esteja só; farei para ele alguém que o auxilie e o corresponda. Far-lhe-ei uma ajudadora idônea para ele” (BÍBLIA, 2001, p. 29).

Desde a criação, o texto bíblico coloca Eva em uma condição inferior à do homem, sendo criada para servir e satisfazer seu companheiro que ficaria muito sozinho sem ela. Nesta representação mítica, Eva foi servidora, em seguida seduzida e, seu maior pecado, sedutora. Enquanto habitavam o Jardim do Éden, Deus os avisou sobre o fruto da árvore proibida e lhes disse: “Podes comer de todas as árvores do Jardim ¹⁷. Mas, da árvore do conhecimento do bem e do mal não debes comer, porque no dia em que fizeres, serás condenado a morrer” (BÍBLIA, 2001, p. 6). Mas Eva, ao conversar com a serpente, foi conduzida a comer o fruto e, em seguida, seduziu seu companheiro a provar do mesmo veneno. “E viu a mulher que aquela árvore era boa para se comer e agradável aos olhos, e árvore desejável para dar entendimento; tomou do seu fruto, e comeu, e deu também a seu marido, que aceitou comer.” (BÍBLIA, 2001, p. 18). No mito, este foi considerado o momento em que Adão e Eva conheceram os prazeres e as dores do mundo, deixando o soberano irado e ganhando o castigo de não poderem mais habitar o paraíso, além de sentirem vergonha de seus corpos, tendo que se vestir e obrigados a ganhar seu sustento com o próprio trabalho. Não mais criados para viver eternamente no paraíso, a mulher, precursora do erro de desobedecer a Deus, legou também a todas as outras mulheres as dores do parto e as maldições do mundo.

Seu pecado foi a base de toda a fé cristã, porque a concepção cristã da razão, da missão de Jesus Cristo na Terra provém da desobediência de Eva. Ela pecou e, então, seduziu Adão para segui-la no seu propósito. Consequentemente, Deus expulsou ambos do céu para a Terra, que foi amaldiçoada por causa deles. Eles transmitiram os seus pecados, os quais não foram perdoados por Deus e, por isso, todos os humanos nascem em pecado. A fim de purificar os seres humanos do pecado original, Deus teve que sacrificar na cruz Jesus, que é considerado filho de Deus. Por isso Eva é culpada pelo seu próprio pecado, pelo pecado de seu marido, pelo pecado original de toda a humanidade e pela morte do filho de Deus. Por outras

palavras, uma só mulher, agindo por conta própria, causou a queda de toda a humanidade (RUETHER, 1987, p. 209).

Simbolicamente, esses atos de Adão e Eva podem ser relacionados com as analogias propostas por Vilém Flusser (1963) e reeditadas por Norval Baitello Junior (2010) no livro *A serpente, a maçã e o holograma*. Desconcertante e polêmico, como o próprio Baitello Junior (2010) define, as proposições de Flusser vão da fome à gula, dando vistas de que as ideias orientais tem por característica entender que “quanto mais se come, tanto mais faminto se estará, pois a fome é um desejo e os desejos crescem quando são satisfeitos” (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 14). A linha que delimita o que é fome e o que é gula, o que é necessidade e o que é exagero, o que é ponderação e o que é histeria é frágil a ponto de não conseguir delimitar o momento quando termina a fome e começa a gula. Na relação bíblica, o próprio Adão mata sua fome, mantém sua ponderação, se limita ao necessário, é lúcido a ponto de jamais assumir posição de pecado no paraíso. Adão apenas mata a fome, ao passo que Eva se deixa seduzir pela gula, se deixa seduzir pela serpente, “devora a superfície e as entranhas da terra. Devora, psicologicamente, suas próprias entranhas [...] sua gula é insaciável. Quanto mais devora, tanto mais e mais depressa precisa devorar” (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 14). A gula, o exagero, a histeria, a insanidade e a sedução de Eva os levou ao pecado eterno e à expulsão do paraíso. E a gula de Eva determinou eternamente às mulheres seu papel de consumidora exagerada, seduzida pelos fetiches da mercadoria. “a mulher é vista pela sociedade que a faz consumir e que a consome” (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 25). Segundo Baitello Junior (2010, p. 28) “Flusser se pergunta: qual o papel da mulher na sociedade? E responde: consumir o produzido pelo homem”. Ele mesmo define a mulher como a lata de lixo do homem. “Ora, cálice do pecado ora cheia de graça, mas sempre vasilhame. E, por ser lata, ela é mero objeto para o homem.” (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 28). Este foi o ponto de partida para a construção da mulher no mundo ocidental.

Já no Oriente, onde segundo Baitello Junior (2010, p. 14) “os sábios matavam a fome sem comer para não sucumbir à gula”, a situação da mulher egípcia chamava a atenção pela diferença que se encontrava em relação a outras sociedades, algumas no seu tempo e outras contemporâneas, em questões legais, econômicas, políticas, de direitos e deveres as mulheres detinham igualdade com os homens, como pontua Bakos (1999):

A mulher egípcia podia transmitir e administrar propriedades, negociar e fazer contratos de toda ordem, com qualquer pessoa, e até mesmo com o próprio marido, o que lhe garantia seus bens pessoais. Era-lhe facultado entregar-se como escrava a um credor ou a uma autoridade do tempo. Nesse caso, o senhor assumia o dever de garantir-lhe o sustento e arcar com os custos de seu enterro. Ela tinha o direito de libertar seus escravos, o que muitas vezes implicava adotá-los (BAKOS, 1999, p. 43).

Toda essa questão da paridade social da mulher no mundo egípcio é perceptível em fontes arqueológicas, icnográficas e escritas, fato que levou muitos estudiosos a declarar igualdade de gênero no Antigo Egito. Lesko (1996) reforça que voltar os olhares sobre a vida feminina no Egito é se deparar com “mulheres que há milhares de anos usufruíam de maiores direitos legais e privilégios de mulheres de muitas nações do mundo de hoje” (LESKO, 1996, p. 1). É neste mesmo Egito que surge a figura mítica de Cleópatra (69 a. C.), na grande Delta do Nilo, a maior metrópole cultural, artística e econômica do mundo oriental. De descendência macedônica, a rainha é uma das mulheres mais conhecidas da história da humanidade e a governante mais famosa do Egito. Tendo subido ao trono egípcio aos 17 anos de idade, após a morte de seu pai Ptolomeu XII, ela foi a única de sua dinastia a dominar a língua egípcia, e a última rainha que dominou aquele país. Cleópatra ficou eternizada por ter tido vários maridos e comandar o Império praticamente sozinha. Além disso, Cleópatra era famosa por sua imponência e inteligência, já que foi considerada uma grande negociante e estrategista militar, além de falar seis idiomas e conhecer muito bem a filosofia, a literatura e a arte grega.

Mesmo com todo poder político acumulado por Cleópatra, suas representações, tanto no cinema quanto na literatura e no teatro – notadamente produzidas por fontes ocidentais – dão conta de representá-la como astuta, ambiciosa, manipuladora, perversa, além de extremamente sexualizada e com deslumbrante beleza física. Mesmo que por vezes denominada inteligente, essa inteligência está sempre associada a características ardilosas e de traição, nunca à cultura e à capacidade de articulação política, como confirma Lopez (2007):

En realidad, la imagen de Cleopatra imperante a lo largo de la historia y hoy en día, sólo parcialmente se inspira en la vida real de la última reina egípcia; de ahí la afirmación, no exagerada, de que fue el personaje histórico más adulterado de la Antigüedad. Probablemente, el punto de partida de la leyenda y mito de esta mujer há de situarse en W. Shakespeare

y su conocida tragedia Marco Antonio y Cleopatra (estrenada en 1607), para cuya elaboración se servió de las noticias de Plutarco; este último, historiador griego, del siglo II, de la impresión, a veces, de referirse más a una prostituta que a una reina cuando narra su vida junto a César y Marco Antonio (LOPES, 2007, p. 1).

Para Balthazar (2013), de fato Plutarco – voltando seu olhar ocidental para a vida de Cleópatra – entendia a sedução do corpo como a arma política de Cleópatra, dessa forma o autor ainda pontua que as representações do feminino baseadas nos discursos de homens que olhavam as mulheres como elas eram vistas pela cultura marcadamente masculina, são o ponto de partida para os estudos das relações de gênero nas sociedades antigas e nas contemporâneas.

No mesmo sentido de Plutarco, em sua representação estereotipada pelo olhar masculino do Ocidente sobre a mulher, o Ocidente manteve viva a representação de Eva como a culpada por todo pecado da humanidade. “O pecado começa com uma mulher e graças a ela todos nós devemos morrer”. (ECLESIASTES 25:19, 24.). Já no Oriente, o mesmo mito da criação guardou diferenças em relação ao papel da mulher no episódio do fruto proibido. “Se agora voltarmos a nossa atenção para o que o Alcorão diz, perceberemos de imediato que a concepção islâmica sobre elas é radicalmente diferente daquela encontrada no conceito judaico-cristão” (AZIM, 1993, p. 11).

E dissemos: Ó Adão, mora tu e tua zaujah (esposa e companheira) no paraíso e comam dele prosperamente onde lhes aprouver, e não vos aproximeis dessa árvore e então serei dos injustos. Então, Satanás sussurrou-lhes, a fim de revelar a ambos o que lhes havia sido ocultado (a suas partes privadas) e então, disse: “não vos proibiu a ambos, vosso senhor, desta árvore a não ser para que não vos tornásseis em anjos ou não se tornassem em seres imortais”. E jurou-lhes que era um conselheiro sincero. Assim, enganando-os, trouxe-os para sua queda: quando ambos provaram da árvore, a sua vergonha tornou-se-lhes manifesta e começaram a cobrir-se com folhas do jardim. E o seu senhor chamou-os: “eu não vos havia proibido daquela árvore e dito a ambos que Satanás é vosso inimigo declarado?”. Eles disseram: “Senhor Nosso. Nós injustificamos a nós mesmos e se tu não nos perdoares, te apiedares de nós, certamente estaremos dentre os perdedores (ALCORÃO, 2-35; 7-20:23).

Um exame cuidadoso dos relatos da criação na versão bíblica e na versão alcorânica revela diferenças fundamentais, principalmente no que diz respeito à culpa, que na versão judaico-cristã recai apenas sobre Eva, mas na narrativa islâmica culpa igualmente Adão e Eva pelo erro que ambos cometeram.

Segundo Azim (1993) não há no Alcorão nenhuma sugestão de que Eva tentou Adão a comer do fruto proibido e nem mesmo que ela o tenha comido antes

dele. Eva também não pode ser culpada pelas dores do parto, porque de acordo com o Alcorão Deus não pune ninguém pelas faltas do outro. Na versão alcorânica, Adão e Eva cometeram um pecado e, então, pediram perdão a Deus e ele os perdoou.

De características opostas às de Eva na representação bíblica, uma outra representação do feminino figura as páginas e a memória oral das grandes religiões. Segundo a tradição judaica, Lilith é considerada mulher de Adão e foi expulsa do paraíso por não se submeter ao marido e desafiar a Deus. Segundo Leach (1983, p. 74), o mito de Lilith foi retirado do livro de Gênesis em posteriores edições da bíblia por seu comportamento não corresponder ao modelo de mulher proposto pela cultura da época. O antropólogo brasileiro Roque de Barros Laraia, em seu artigo *Jardim do Éden revisitado* (1997) discute a atitude censora do discurso bíblico original pelos editores “houve uma atitude sensorial, uma espécie de pasteurização do discurso original, numa tentativa de adequá-lo aos valores morais e culturais de suas respectivas épocas” (LARAIA, 1997, p.1).

A versão mais difundida na história oral rabínica é amparada pela interpretação de trechos do Gênesis, como “E criou Deus o homem à sua imagem; à imagem de Deus o criou; homem e mulher os criou” (BÍBLIA, 2001, p. 6). Tal afirmação é uma negação categórica à versão mais conhecida de que o homem teria sido criado do barro antes da mulher, que foi retirada de sua costela. Essa versão está registrada no capítulo posterior.

¹⁸E disse o Senhor Deus: Não é bom que o homem esteja só; far-lhe-ei uma ajudadora idônea para ele. ¹⁹ Havendo, pois, o Senhor Deus formado da terra todo o animal do campo, e toda a ave dos céus, os trouxe a Adão, para este ver como lhes chamaria; e tudo o que Adão chamou a toda a alma vivente, isso foi o seu nome. ²⁰ E Adão pôs os nomes a todo o gado, e às aves dos céus, e a todo o animal do campo; mas para o homem não se achava ajudadora idônea. ²¹ Então o Senhor Deus fez cair um sono pesado sobre Adão, e este dormeceu; e tomou uma das suas costelas, e cerrou a carne em seu lugar; ²² E da costela que o Senhor Deus tomou do homem, formou uma mulher, e trouxe-a a Adão. ²³ E disse Adão: Esta é agora osso dos meus ossos, e carne da minha carne; esta sim será chamada mulher, porquanto do homem foi tirada (BÍBLIA, 2001, p. 6).

A interpretação proposta por Laraia é que, a exemplo do que acontecera com os animais, Deus teria criado também um casal: Adão e uma mulher que antecedeu Eva – e esta mulher teria sido Lilith. E a retirada de determinados trechos deixou este entendimento confuso do momento da criação de Lilith até o momento da

criação de Eva, quando Adão declara que “Esta é agora osso dos meus ossos, e carne da minha carne; esta sim será chamada mulher, porquanto do homem foi tirada”. Sicuteri (1986, p. 27) também reforça um detalhe importante: após a criação de Eva a partir da costela de Adão, o trecho faz referência a uma mulher anterior.

É possível, portanto, imaginar que um corte foi realizado entre o capítulo 1 versículo 28 e o capítulo 2, versículo 21. É provável que o corte tenha ocorrido, mesmo em época bastante remota, como no quarto século antes de Cristo, quando se supõe que o texto tomou a forma aproximada da atual. O próprio teor do capítulo 1, versículo 28, sustenta esta hipótese: “E Deus os abençoou, e Deus lhes disse: Frutificai e multiplicai-vos, e enchei a terra...” Como seria possível abençoar ambos e recomendar a multiplicação se Eva ainda não havia sido criada?” (LARAIA, 1997, online).

Há, ainda, textos anônimos da tradição judaico-cristã, como o Alfabeto de Bem-Sirá (600 d.C.) que conta a história de Lilith como tendo sido a primeira mulher, criada da mesma matéria que Adão, e que foi expulsa do paraíso por não aceitar a submissão que lhe fora imposta, como ficar sempre por baixo durante as relações sexuais. Em um trecho, Bem-Sirá narra a história de Lilith ao Rei Nabucodonosor.

Depois que Deus criou Adão, que estava sozinho, Ele disse: Não é bom que o homem esteja sozinho. Ele então criou a mulher para Adão, da terra, como Ele havia criado o próprio Adão, e chamou-a de Lilith. Adão e Lilith imediatamente começaram a brigar. Lilith disse: “por que devo deitar-me embaixo de ti? Por que devo abrir-me sob teu corpo? Por que ser dominada por ti? Contudo, eu também fui feita do pó e sou tua igual”. Quando reclamou de sua condição a Deus, ele retrucou: “Eu não vou deitar-me abaixo de você, apenas por cima. Pois você está apta apenas para estar na posição inferior, enquanto eu sou um ser superior”. Lilith respondeu: “nós somos iguais um ao outro, considerando que ambos fomos criados a partir da terra”. Mas eles não deram ouvidos um ao outro. Quando Lilith percebeu isso, ela pronunciou o Nome Inefável do Senhor e voou para o ar. Adão permaneceu em oração diante do Senhor: Soberano do Universo! A mulher que você me deu fugiu!. Ao mesmo tempo, Deus enviou três anjos para trazê-la de volta, mas ela não aceitou. Desde então, Deus a condenou a perder 100 filhos por dia e a permanecer eternamente entre os anjos caídos (LARAIA, 1997, online).

Todas estas representações dão bons indícios que permitem refletir sobre o lugar – social, político, ideológico, nos relacionamentos, histórico e cultural –, onde a mulher era socialmente colocada. Mesmo que nem sempre submissa e detentora de algum poder, como é o caso de Cleópatra, sua imagem é constantemente atacada pelas fontes ocidentais que lançam olhar sobre sua história. Somam-se a esta conta também as representações religiosas e mitológicas acerca da mulher, que lhe

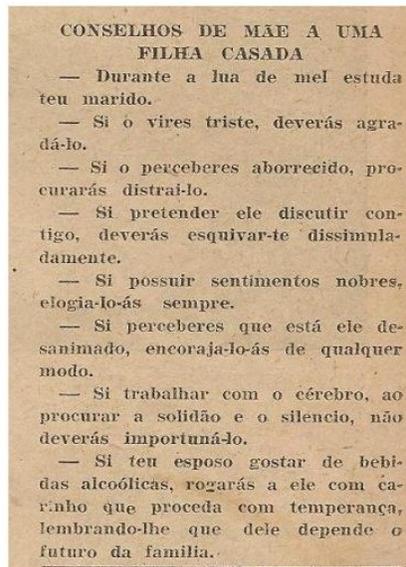
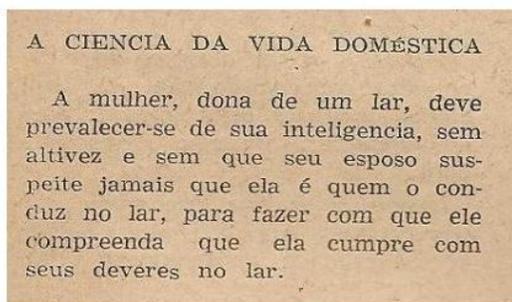
reservaram sempre papel social menos importante e, diante de qualquer indício de não aceitação por parte delas dos locais aos quais foram destinadas, revés discursivos – como a demonização, o pecado, a sexualização –, teriam como função desconstruir sua imagem.

Ocupada de perpetuar ou não as narrativas deturpadas sobre o papel da mulher na sociedade, de forma tão simbólica quanto essas representação que as religiões criaram dessas mulheres, a mídia cria, recria, divulga e interpreta representações tão deformadas quanto, em que se pese apenas uma possibilidade: a de condição de dependência do homem, seja física, financeira, sexual, discursiva, espiritual ou intelectual.

4.2 A MULHER PELAS PÁGINAS DA IMPRENSA

Conforme foi explicado nos capítulos anteriores, a imagem é tratada como uma representação do real por diversos autores a exemplo de Baitello Junior (2001), Contrera (2006) e Joly (2007). As imagens estão e sempre estiveram fortemente atreladas às visões de mundo, experiências e determinantes ideológicos de seus produtores. Em especial, as representações que retratam o universo feminino carregam grande carga ideológica de seus contextos de produção. Conforme explica Buitoni (1986, p. 24), “jornais e revistas femininos funcionam como termômetro dos costumes daquela época”. Não poderia ser diferente numa sociedade em que a mulher ocupa papel subalterno em relação ao homem. Segundo Jung (2015), as representações midiáticas sempre trataram a mulher como objeto de sedução do homem e provocação de outras mulheres, considerando-se os meios de comunicação como formas concretas de perpetuação dos padrões de beleza criados pela sociedade. A imagem da mulher que se construiu ao longo do tempo é a da mulher sensual, perfeita fisicamente, com um corpo que exhibe magreza, pele lisa e branca, recatada, mãe, esposa, cujos diretos estariam sempre condicionados a uma aprovação ou reprovação masculina etc.. Jung (2015) destaca que ao difundir tais padrões, a mídia – como aparelho ideológico – determina e difunde um padrão de mulher a ser buscado, tanto pelos homens quanto pelas próprias mulheres que desejam ser aceitas por estes homens. Nas imagens abaixo, pode-se destacar alguns exemplos de como esta mulher era enxergada pela mídia.

Figuras 18 e 19 – Matéria “O Evangelho das Mães”



(Fonte: Jornal das Moças, 1943)¹⁸

Não só o jornalismo carrega consigo essa possibilidade de difundir padrões, segundo Horkheimer e Adorno (2006), também fica determinada à publicidade esse princípio de difundir e tornar socialmente aceitável determinados padrões. Essas publicidades influenciam tanto, que os meios de comunicação acabam definindo para o público um estilo de vida proposto por imagens midiáticas. Muitas vezes, essas representações retratam a figura de uma mulher com um “perfil de mulher exigido pela sociedade atual” (JUNG, 2015, p. 4). Geralmente, este perfil era copiado de revistas europeias do século XIX, como no exemplo abaixo de um catálogo fashion para as mulheres.

Figura 20 - Capa da revista *La Nouvelle Mode*

¹⁸ Disponível em <file:///C:/Users/vitor/Downloads/3013-5762-1-PB.pdf>. Acesso em 09/05/2017.



(Fonte: Foto de internet)¹⁹

Além das atividades de comunicação como o jornalismo e a publicidade, a literatura, a arte e a ciência também guardam uma representação de mulher fortemente determinada por características sócias históricas. E esse tipo de representação não encontra suas raízes na atualidade, mas desde a primeira representação do Brasil, quando em 1500 Pero Vaz de Caminha enviou ao rei de Portugal uma carta contando o que viu na “Terra Nova”, já trazia uma representação da mulher delineada por características físicas, exaltando as curvas e a beleza das índias em detrimento do choque cultural. O exemplo desse contexto, a literatura também traz em suas representações a imagem da mulher submissa ao homem e tendo como único destino o matrimônio e a maternidade, sem a possibilidade de estudo, trabalho fora de casa, direito político etc. (JUNG, 2015).

Medeiros (2010) ainda reforça a tendência da literatura brasileira, massivamente dominada por homens de descrever a mulher em um papel subalterno, inclusa em uma sociedade patriarcal e conservadora. Por este motivo as mulheres eram vistas de formas estereotipadas pela sociedade e, para se encaixar, deviam seguir os padrões impostos. Vale ainda ressaltar que na mesma literatura brasileira, em épocas distintas, a mulher sempre tinha um papel socialmente dependente de um homem. É como se a mulher sempre precisasse de um

¹⁹

Disponível em <file:///C:/Users/vitor/Downloads/3013-5762-1-PB.pdf> Acesso em 09/05/2017

companheiro para obter uma realização. Seja como esposa, mãe, viúva, donzela, prostituta, bastarda ou ainda solteira, mas condenada a solidão por optar por não se casar durante a juventude. Mesmo Machado de Assis não conseguiu em suas obras enxergar a mulher fora destes contextos. Anos mais tarde, aproximadamente em 1830, novas representações femininas apareceram na mídia para orientar uma geração que deveria seguir padrões de beleza e de dona de casa. (Wolf, 1992).

O mito da beleza, em sua forma atual, ganhou terreno após as convulsões sociais da industrialização, quando foi destruída a unidade de trabalho da família e a urbanização e o incipiente sistema fabril exigiam o que os técnicos em ciências da época chamaram “esfera isolada” de domesticidade, que sustentava a nova categoria do “ganha-pão”, aquele que saía de casa para o local de trabalho todos os dias (WOLF, 1992, p. 18).

Para ilustrar o questionamento do autor, é possível enxergar este tipo de estereótipos sobre envolvimento a mulher na capa e nas matérias do *Jornal das Moças* (1938).

Figura 21 e 22 - Capa e matéria do *Jornal das Moças*, 1938.



(Fonte: Foto de internet)²⁰

Saiba escolher os figurinos

Escolher os figurinos que mais nos convenham não é nada fácil. Nós que moramos na América e recebemos os figurinos da Europa estamos arriscadíssimas a cometer incessantes e graves erros na escolha dos figurinos. Já vou explicar por que.

Os figurinos trazem sempre a última moda. Pois bem. Essa última moda está vigorando na Europa.

Lá é inverno quando aqui é verão. Aqui é inverno quando lá é verão. Nos meses em que eles atravessam o outono, nós nos deleitamos com a encantadora primavera.

Está aí a diferença, na aparência tão simples, no fundo tão grave.

É devido a essas diferenças que aqui vestimos roupa de inverno quando faz calor, (nem todas, felizmente) e que andamos decotadas em tempo de frio. (outra vez digo, nem todas, porque seria engração ao extremo se todas as mulheres andassem em desacordo com as estações do ano no tocante ao vestido).

Atenção, minha cara, saiba escolher seus figurinos. F. C. L.

Visinha INDESEJAVEL

É a uma scena grotesca que infelizmente é muito comum. Martyris o pobre companheiro de viagem e serve de alvo às pilherias alheias. Livro-se disto, tomando **PHYTOFUCUS** de **COELHO BARBOSA**, que sempre isento de substâncias nocivas é vendido.

PALADAR AGRADAVEL
PUREZA ABSOLUTA
DISSOLUÇÃO RÁPIDA

²⁰

Antes disso, Biceglia e Funes (2002) já encontravam nos primeiros indícios da civilização humana a mulher ocupando papel de submissão. Segundo os autores, solteira, a mulher era objeto de posse do pai. Após se casar, tornava-se objeto de posse do marido. E ainda seguindo o desenvolvimento histórico da construção do papel social da mulher, Santos (2003) descreve que durante toda a Idade Antiga, Média e Moderna, a condição feminina estava reduzida à possibilidade ou não de seus aparelhos reprodutores gerarem filhos. Neste momento, acreditava-se e construía-se uma imagem da mulher fisicamente frágil, delicada e moralmente insuficiente. Os próprios filósofos iluministas, responsáveis por grande parte do pensamento social, cultural e político do mundo contemporâneo, determinavam a mulher como o ser da paixão e não da realidade objetiva. Segundo eles, a mulher não seria capaz de invenção e, mesmo tendo acesso à ciência ou literatura, jamais seriam consagradas com o pioneirismo. Segundo Soihet (1997) a beleza, determinada por estes pensadores como atributos desta condição de gênero, era incompatível com o desenvolvimento de faculdades intelectuais, mesmo esquecendo as grandes realizações femininas ao longo da história da humanidade, como Joana D'Arc, heroína militar francesa da guerra dos 100 anos. Cristina de Pisano, contemporânea de D'Arc e primeira escritora profissional da Europa. Marie Curie, cientista polonesa e a única pessoa no mundo a ser contemplada com dois Prêmios Nobel em diferentes categorias (física e química). E a própria Cleópatra, mais antiga que todas estas e sobre a qual já tratamos neste capítulo. Soma-se a estas histórias narrativas contemporâneas que trazem à tona a necessidade de se acabar com a desigualdade que ainda envolve o imaginário social sobre a mulher, reforçando dispositivos de segregação, submissão e desigualdade, seja econômica, reprodutiva e de acesso a direitos fundamentais.

Neste sentido, grande parte destes estereótipos, tão antigos quanto a própria história das civilizações modernas e cuja formação se deu grande parte atrelado à difusão do pensamento judaico-cristão em todo o mundo ocidental, tem sua propagação fundamentada na divulgação e difusão do senso comum por meio de aparatos midiáticos. Neste trabalho serão tratados primordialmente de representações estereotipadas do contexto da comunicação visual, em especial as fotojornalísticas, mas antes disso, será necessário situar este tipo de prática comunicativa em um contexto mais amplo que será chamado de imprensa.

A formação de uma nova classe social na Europa na fase de transição entre a Idade Média e a Idade Moderna, a burguesia que viria a ser a classe dominante, séculos depois, possibilitou o surgimento da esfera pública como um novo espaço de discussão de assuntos relacionados a sociedade civil. Este contexto de grande movimentação econômica exigiu da burguesia, novas formas de exposição de ideias. (BRIGGS e BURKE, 2006). O papel maleável só surgiu no século XV junto com a prensa gráfica de Gutemberg, permitindo a impressão de livros em larga escala – notadamente a impressão da Bíblia Sagrada Católica –. Por volta de 1500, 250 lugares na Europa, entre Itália, Alemanha e França produziam cerca de 127 mil exemplares ao ano. Com a posterior popularização da prática da impressão, outros títulos passaram a ser impressos causando preocupação à Igreja com a divulgação de títulos laicos, este fato político gerava cada vez mais a troca de informações e o acesso da população a leitura e a escrita, antes concentrada nas mãos do clero e da nobreza.

O crescimento econômico da época favoreceu o acesso à alfabetização e diminuiu o analfabetismo e, segundo Thompson (1998, p.20) “os meios de comunicação foram as rodas de fiar o mundo moderno e, ao usar estes meios, os seres humanos fabricavam teias de significação para si mesmos”.

A formação desse novo espaço público, onde ideias, informações e conhecimentos eram propagados gerou demanda para a ascensão de novas práticas comunicativas, levando estas discussões das ruas, praças e clubes para as páginas que agora poderiam ser impressas.

O espaço público era o local das discussões políticas, da formação de opiniões e da legitimação do poder, com a imprensa ocorreu o deslocamento desse espaço para os jornais. A imprensa foi a primeira instância de mediação do espaço público, antes concretizado pelos debates em clubes, ruas e praças. No entanto, como os meios de comunicação não atendem a todos os segmentos sociais que desejam ou tentam participar do debate estabelecido na mídia, os grupos excluídos da esfera midiática são, por consequência, excluídos do espaço público (HABERMAS, 1984, p. 23).

Nesse contexto em que as desigualdades se tornaram mais potentes por meio da divulgação do pensamento dominante na mídia secundária (PROSS, 2003) é que surge a imprensa como difusora de discursos de ideias e pensamentos, colaborando para o que Habermas (1984) chama de “privatização do espaço público”.

Para Bordieu (1999) a dominação masculina passa necessariamente pela dominação das estruturas subjetivas dos corpos. Esta estrutura se inscreve como dominação no corpo dos dominados por meio de gestos, posturas, disposições marcando a submissão. Esta submissão só existe no contexto social inserida em uma cultura – deixa-se de lado o aspecto físico da dominação para se assumir um aspecto cultural –, ou seja, cada representação do corpo feminino (como mídia primária que produz sentido) traz consigo não só uma representação física, mas, sobretudo, uma representação cultural que assume significados e valores em determinado contexto.

As representações do feminino na mídia são fundamentadas pelo pensamento que circula na sociedade e estabelecidas como realidade por meio de instituições que normatizam a formulação dos dispositivos de regulação do feminino e do masculino. À medida que aprova, sustenta, divulga e confirma comportamentos, valores e atitudes atribuídos a uma ou outra condição de gênero, a mídia se investe, por meios das relações de poder, de propagadora dos discursos e transmissora das representações que são constituídas na sociedade acerca da mulher.

Neste sentido, como privatizadora do espaço público (Habermas 1984), a mídia propaga as formas simbólicas existentes na sociedade reproduzindo crenças, valores, ideias e ideologias e contribuindo para a fixação das relações sociais de dominação – traz para o espaço público uma pequena gama de ideias que são tomadas como verdadeiras –. Deve-se considerar aqui todos os esforços do movimento feminista junto com outros setores da sociedade para a conscientização da forma como a imagem da mulher é abordada pela mídia. (FUCK, BISOL, SABATI, 2005). Além de matérias e fotografias, publicidade induzindo a mulher e servir ao homem era frequentemente utilizada em jornais e revistas de grande circulação no Brasil, como por exemplo, *O Cruzeiro*.

Figura 23 - Publicidade da revista O Cruzeiro, 1930.

Porque é que elle não me beija?

... Elle não teria a indelicadeza de dizer-lhe...
 Saiba entretanto, Senhorita, que a uma bocca não basta ser bella: um halito desagradavel mata a seducção dos labios mais lindos. Mas o liquido Odol dá, a quem não tem, um halito sadio, impregnando de suas essencias perfumadas toda a mucosa buccal.

A Pasta Odol limpa e clareia os dentes, aos quaes dá brancura e brilho, protegendo o esmalte. Não ha pasta dentifricia que se lhe compare, porque nenhuma tem o poder de clarificação, a maciez e o sabor agradável da «Pasta Odol». Utilize juntamente com o «Liquido Odol» e levar á Perfeição a hygiene da bocca.

(Fonte: Foto de internet)²¹

Mesmo assim, ainda se percebe nas representações midiáticas concepções essencialistas de representação do feminino e do masculino, fundamentadas no natural como forma de delinear as relações entre sexo, gênero e sociedade. As narrativas propostas pela mídia determinam construções simbólicas, míticas e discursivas que se tornam culturalmente comuns para a maioria dos indivíduos. Sabat (1999) entende esse universo de imagens e orientações como forma de regulação social, reproduzindo costumes, valores, fenômenos sociais e padrões comumente mais aceitos nos contextos sociais. Uma vez assimilados e tendo produzido significação nos discursos sociais, suas ideias são assimiladas pelos sujeitos e, tido nelas uma representação, essa representação se torna real para a sociedade, o que é produto das movimentações culturais e sociais ao longo do tempo passa a ser entendido como inato.

Essa naturalização dos fenômenos tidos como algo que sempre existiu que é natural e não cultural, é produto corrente na mídia como algo que não pode ser modificado e muito menos refletido. Thompson (1995) entende essa confirmação como estratégia para a naturalização de determinados valores simbólicos e posturas

²¹

Disponível em <<http://memoriaviva.tumblr.com/page/2>> Acesso em 09/05/2017

como pertencentes a uma tradição inquestionável e, portanto, aceito e justificável, ocultando seu caráter sócio-histórico.

Os atos de conhecimento e reconhecimento práticos da fronteira mágica entre dominantes e dominados, que a magia do poder simbólico desencadeia, e pelos quais os dominados contribuem, muitas vezes à sua revelia, ou até contra a sua vontade, para sua própria dominação, aceitando tacitamente os limites impostos (BORDIEU, 1999, p. 51).

Desse modo, essas práticas discursivas, atreladas ao discurso dominante, veiculadas de forma permanente na mídia, fortalecem os abismos e contribuem para que a dominação masculina perpetue e a discriminação das mulheres continue existindo na esfera pública e, de forma mais preocupante ainda, na esfera privada. A mulher e por extensão o seu corpo (fragmentado em papel social) na mídia, é tratada como objeto de consumo, pois a fragmentação que torna evidentes apenas algumas partes de seu corpo, da sua vida e dos seus discursos não a constitui enquanto sujeito, mas sim enquanto produto.

Segundo Buitoni (1986) a imprensa é um conceito definitivamente sexualizado – o sexo de seu público, de seus personagens e de seus constituintes faz parte da natureza de seus discursos –. A autora entende que as caracterizações da imprensa, tida como feminina traz consigo elementos definidores de propagação dos discursos do senso comum sobre a representação da mulher em que se pode considerar conteúdos como moda, beleza, culinária, decoração, trabalhos manuais, entretenimento e a linguagem, geralmente mais pessoal e afetiva de forma a definir o lugar social reservado às mulheres. Buitoni (1986) define a conceituação de diversos assuntos tidos como femininos como forma de sustentação dos discursos de gênero que atribuem à mulher o papel de mãe, esposa, dona de casa, parceira sexual etc.

A inserção destes assuntos como femininos na imprensa aconteceu desde sua formação, mas ganhou força na década de 40 com a expansão do jornalismo norte-americano e a criação de diversas agências de comunicação que enviava materiais prontos para a imprensa do resto do mundo. Os textos eram estrangeiros e as fotos também e era Hollywood que definia os padrões, que não escapavam da avalanche processada pelo cinema. As grandes produtoras cinematográficas como Warner, FOX, Paramount eram os grandes emissores de material para a imprensa, em fotos ou textos e que normalmente traziam informações sobre os artistas que

figuravam seus filmes. Mesmo em uma época de intensa movimentação política, em plena a Segunda Guerra Mundial, revistas com média de 150 páginas raramente traziam alguma informação sobre os conflitos bélicos, dando todo o seu espaço ao entretenimento e aos assuntos ligados à casa, saúde, sexo, beleza etc.. Como pode-se notar nas duas capas abaixo, tiragem de 1940 e 1945.

Figura 24 e 25 - Capa da revista O Cruzeiro de 1940 e 1945.



(Fonte: Foto de internet)²²

Moda e beleza eram também sempre temas recorrentes nas representações da imprensa sobre a mulher e para a mulher, como descreve Buitoni (1981):

Moda para mulheres, figurinos para crianças, receitas de tricô, dicas de decoração para a casa, crochê, culinária eram os temas que enchiam as páginas da imprensa que dava algum espaço para a mulher (BUITONI, 1981, p. 74).

Sullerot (1969, p. 269) ainda reforça a explicação sobre de que forma a mulher era representada na mídia no início do século XX.

Ao longo desta longa história, a imprensa consumiu e assimilou diversas imagens da condição feminina: a mulher puramente tida como objeto; a mulher pedra angular da tradição familiar burguesa; a mulher conquistada pela liberdade e responsabilidades masculinas; a mulher heroína, capaz de conduzir uma vida masculina e uma vida feminina. (SULLEROT 1969, p. 269).

²²

Disponível em

<http://www.carnaxe.com.br/axelook/revistas/revista_ocruzeiro_1940_carmemmiranda.htm> e

<<https://sebodomesias.com.br/revista/o-cruzeiro/o-cruzeiro-ano-1945-n06.aspx>> Acesso em 09/05/2017

Hall (1997) diz que a identidade feminina não é apenas formada, mas transformada a todo tempo e de forma contínua trazendo forte relação com as formas de representação nos sistemas culturais. De tal modo, é impossível desvincular as representações midiáticas da mulher das representações discursivas que ela sofre, formando dialogicamente elementos de demarcação social do que é “normal” ou do que é “estranho”. O autor ainda discorda de que a identidade feminina tenha nascido mãe, objeto, vítima ou sensível, a mulher não possui naturalmente essas características, mas as assume quando se veem representadas dessa forma nos grandes aparelhos midiáticos.

Podemos observar a recorrência do tema tratado por Hall (1997) na sessão de cartas de leitores de produtos da imprensa feminina, em que as mulheres buscam receitas de adequação aos moldes impostos pela representação midiática, acreditando não haver outra forma possível de ser mulher a não ser aquela imposta pela mídia.

Claudia está sempre comigo. Me casei aos 18 anos, fui morar longe e *Claudia* me acompanhou. Tive três filhos e ela me ajudou. Hoje, aos 51, me vejo na menopausa sem saber o que fazer... Olha quem chegou: a minha revista *Guia de Saúde da Mulher*. Mais uma vez, é *Claudia* me socorrendo. (Vilma Lemos, sessão de cartas dos leitores, ano 7, p. 6).

No trecho destacado pode-se perceber que as próprias mulheres procuram na imprensa modelos para sua vida nas formas de representação do feminino, transformando a imprensa em manuais que ditam regras do que é feminino e influenciando fortemente para a construção das identidades de gênero. Estas publicações desempenham papel importante na configuração da visão da mulher sobre si mesma e da sociedade sobre ela, não tratando apenas de assuntos para mulheres ou de interesse das mulheres, mas da feminilidade como condição, como forma de ser e como conjunto de práticas.

Alguns estudos de Melo (2006) realizados com três principais revistas femininas do país revelam que 38,23% das matérias giram em torno do relacionamento entre homem e mulher. Outros assuntos como beleza, sexo, lazer e moda juntos ocupam metade das matérias nas publicações. E só cerca de 12% abordam outros temas. Pode-se observar que o predomínio da temática de relacionamento é entendida pela imprensa como o tema mais importante para o

público ao qual se destina, sempre colocando a mulher em relação a uma figura masculina.

Não só nas representações textuais as mulheres ganhavam formas definidas por estereótipos de gênero, mas as fotografias que acompanhavam as publicações impressas também mantinham consigo elementos de significação que convergiam com as mensagens trazidas pelos textos e reforçadas no meio social: a mulher deveria responder a padrões de forma positiva, adequando-se aos lugares sociais definidos de forma a pertencer àquele contexto social. As fotografias de imprensa possuem, segundo Flusser (*apud* Baitello Junior, 2010) *status* especial dentre todas as imagens porque resgata a magia com sua qualidade germinativa e possibilita o retorno à circularidade do olhar. O autor ainda reforça que a fotografia é o primeiro objeto pós Revolução Industrial cujo valor não lhe é atribuído pelos elementos que compõem sua materialidade – como acontece nos folhetos e nos pedaços de papel –, mas seu valor é atribuído principalmente pela sua informação e pelo seu teor semiótico, possibilitando um ritual de magia em que “não é o homem que opera seus símbolos, mas os símbolos que operam o homem” (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 56).

Ao encontro do pensamento proposto por Hall (1997) sobre a força que as representações possuem nos contextos sociais, Flusser (1985) propõe que a fotografia pode ser entendida como formadora de opiniões. “No fundo não somos nós quem a manipulamos, é ela quem nos manipula” (FLUSSER, 1965, p. 62).

Neste sentido, utilizando o conceito proposto por Pross (2003) das formas de comunicação, Baitello Junior (2010) conceitua que quando o homem passa a utilizar objetos extra-corporais (comunicação secundária) para deixar seus signos impressos no mundo real, nasce um outro mundo: o mundo em que se transforma em imagens, subtraindo a especialidade da comunicação.

Todas estas representações midiáticas, sejam em texto ou em imagens, reiteram as metáforas da devoração propostas por Flusser (1985) quando trata do consumo. Para o autor, as dialéticas do consumo se voltam para a tese de que a mulher se deixa consumir, ou seja, se deixa devorar pelos mecanismos essencialmente masculinos de submissão e representação.

Vê-se aqui uma interessante manifestação de feminismo por Flusser. Evidentemente com uma leitura antropofágica do feminino sendo reduzido

pelo masculino a uma mera função de consumidora, destrutiva do próprio masculino. O consumo consome a todos (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 41).

Baitello Junior (2010) ainda propõe que o grande panorama de imagens que inundou o desenrolar do século XX, o excesso de visualidade e a metrópole visual, moldados pelas possibilidades de reprodução técnica, transmissão e projeção acabam por deixar as camadas mais profundas do uso e da história da imagem cair no esquecimento. A dispersão visual no mar de imagens nos espaços públicos e privados captura nosso olhar e cria na nossa memória social uma hegemonia dos meios de comunicação visual em relação a outros aparelhos de comunicação. Ou seja, a criação de ambientes comunicacionais não cria apenas um pano de fundo para a partilha de informações em determinados contextos, mas gera uma atmosfera consagrada pela disponibilidade das pessoas e pelo seu desejo e intenção de estabelecer vínculos.

Uma cultura da palavra escrita constrói ambientes adequados a temporalidade da leitura. E uma cultura da imagem visual operará igualmente a construção de ambientes voltados para a hegemonia da visão, com todas as consequências que dela decorrem (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 84).

No mundo de hoje, em que há grande domínio da imagem e perda progressiva da escrita em relação a construção simbólica de ícones pictóricos, podemos definir esse fascínio pelas imagens que estão em todas as partes pelo conceito Flusseriano de “iconomania”. O cenário da iconomania pode ser associado ao fator do medo, dando a imagem valor de permanência, de registro, e trazendo a natureza fundamental e paradoxal das imagens “em seu valor de culto, em seu valor mágico, em seu valor de exposição” (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 89). O autor ainda reforça que esse valor fundamental das imagens está inscrito em suas camadas mais profundas – toda imagem possui potencial causador do medo porque evoca, retorna e traz a tona camadas soterradas pelo tempo – e a estratégia para lidar com esses medos é por vezes “a reprodução da própria imagem. Pela atividade de reprodução, busca-se obter sedação”.

Este trabalho busca por meio da análise de imagens de mulheres, especificamente mulheres muçulmanas divulgadas na mídia, conhecer e interpretar as estruturas simbólicas presentes nestas representações e que foram soterradas pelo tempo, levando em consideração a primeira distância criada por meio de sinais,

gestos, cheiros e sons – a divisão sexual. Quando a mídia primária, ou seja, o corpo foi efetivo para a produção de linguagens, gestos, sons, posturas e movimentos. A mídia primária ainda configura as primeiras aventuras da divisão sexual divulgadas na mídia secundária. O estudo da comunicação humana e da comunicação por meio de imagens procura amputar o que está obscuro nos fundamentos comunicativos, procurando os fundamentos afetivos da nossa sociabilidade, e buscando as dificuldades impostas pela superficialidade que a nossa cultura dispõe para a leitura de imagens.

A partir dos percursos metodológicos propostos a seguir, este trabalho procura fazer uma leitura profunda dos fundamentos comunicativos das generalizações impostas e dos estereótipos divulgados pela representação da mulher muçulmana em imagens midiáticas.

5 DEFINIÇÃO DO CORPUS

Análise de imagem é um conceito amplo (DUARTE, 2006) do qual derivam diversas possibilidades analíticas com base no mesmo objeto de estudo. Analisar, eu sem conceito amplo, diz respeito a aprofundar o olhar sobre os planos mais profundos que a imagem pode apresentar, porque segundo os conceitos apresentados por Flusser (2002) uma imagem está representada em planos que podem ser capturados pelo olhar de formas mais ou menos profundas. O exercício da análise seria o exercício que possibilita encontrar as significações mais profundas que cada imagem produz em seus contextos de produção e veiculação como signo visual.

O fator decisivo no deciframento de imagens é tratar-se de planos. O significado da imagem encontra-se na superfície e pode ser captado por um golpe de vista. No entanto, tal método de deciframento produzirá apenas o significado superficial da imagem. Quem quiser 'aprofundar' o significado e restituir as dimensões abstraídas, deve permitir à sua vista vaguear pela superfície da imagem.(...) Imagens não são conjuntos de símbolos com significados inequívocos, como o são as cifras: não são 'denotativas'. Imagens oferecem aos seus receptores um espaço interpretativo: símbolos 'conotativos' (FLUSSER, 2002, p.8).

Dito isto, este capítulo precede a análise de uma série de imagens com base nos conceitos até então propostos e cujo percurso de análise, seleção e abordagem estarão aqui descritos. O objetivo deste estudo é analisar imagens midiáticas de mulheres muçulmanas, tendo em vista as discussões trazidas até então e sobre as diversas questões encontram seu ponto de convergência, entre elas consideramos *imagem, gênero, representação, generalizações, estereótipos e espacialidade*. As imagens escolhidas para compor o corpus deste trabalho encontram-se no ambiente digital, em matérias hospedadas no portal de notícia independente *The Huffington Post* e trazem mulheres muçulmanas realizando atividades nunca antes retratadas pela mídia, como a primeira mulher muçulmana corredora a sair na capa de revista norte-americana; a primeira mulher de *hijab* (lenço que cobre parte da cabeça usado por mulheres muçulmanas) a posar para a *Playboy*; a primeira tatuadora retratada pela mídia, a primeira muçulmana a realizar o sonho de se tornar bailarina e o primeiro desfile de moda feminino composto exclusivamente por peças de roupa feitas para mulheres muçulmanas.

A seleção de imagens para compor o corpus, norteadas pelas questões deste trabalho – inicialmente propostas pelo Projeto de Pesquisa “Além do véu: a representação da mulher muçulmana na mídia” (PIVIC/2016) –, que são “como as mulheres muçulmanas são representadas na mídia?” e “quais são os estereótipos que a sociedade reproduz sobre elas?”, levou em consideração, primeiro, o veículo ao qual estavam vinculadas: foi escolhido o portal *The Huffington Post* por trazer uma abordagem diferente à que era comum e utilizada para retratar mulheres muçulmanas, normalmente representadas em contextos de guerra e assédio moral pelos homens de seu grupo cultural. Após a escolha do veículo, as imagens foram selecionadas com base no critério de trazerem (1) mulheres declaradamente muçulmanas representadas (2) mulheres utilizando a vestimenta islâmica, mais precisamente o véu islâmico *hijab* (3) e, por fim, mulheres em situações de autonomia, nas quais há a possibilidade de reivindicar aspectos da vida cotidiana que provavelmente não são comumente retratados na imprensa.

5.1 PERCURSO METODOLÓGICO

Para a análise das imagens será usada a metodologia de Análise de Imagem seguindo o método de Desconstrução Analítica proposto por BONI (2000). Para a verificação da intencionalidade do fotógrafo na produção de uma imagem midiática, estudaremos o percurso gerado entre o fotógrafo e a fotografia (BONI, 2011, p. 43). Para isso, realizaremos uma decomposição da fotografia, descobrindo a intencionalidade do uso de cada elemento que a compõe, sejam seus recursos técnicos e os elementos da linguagem fotográficas utilizadas pelo fotógrafo. Para BONI (2000, p. 13) a fotografia sempre permite uma leitura, superando a escrita em termos de comunicação, já que a linguagem verbal limita a comunicação aos alfabetizados. Geralmente, a mensagem fotográfica a mensagem fotográfica apresenta uma relação binária entre significante e significado. O significante é a mensagem fotográfica e o significado é construído a partir da leitura do significante (BONI, 2000, p. 19). O produto desta relação é parte integrante do significante depois de pronto (fotografia) e induz o leitor a construção do significado.

Antes de construir um elemento de significação, ou seja, uma fotografia, o fotógrafo possuiu uma mensagem fotográfica construída na sua cabeça, e as diversas escolhas técnicas e estéticas que ele faz na hora do clique são tentativas

de construir o significado que ele havia mentalizado. Portanto, a metodologia proposta por BONI (2011) em sua Tese de Doutorado *O Discurso Gráfico: A Intencionalidade de Comunicação no Fotojornalismo* e aqui utilizada na análise das fotografias por meio de 15 elementos. Desta forma, a metodologia escolhida para análise considera, em seu percurso analítico elementos relativos à técnica empregada na apreensão da fotografia, e é dividida em três vertentes pelo autor: técnicas, como o tipo da lente e o plano escolhido; os recursos de linguagem fotográfica, como foco, ângulo, iluminação, contraste e os elementos de significação presentes na composição da imagem.

Seguindo as diretrizes propostas por BONI (2000) para cada um dos elementos no método de Desconstrução Analítica, realizaremos a análise dos elementos acima descritos nas imagens selecionadas para entender a intencionalidade do fotógrafo sobre as imagens de mulheres muçulmanas veiculadas na mídia.

6 ANÁLISE DAS FOTOGRAFIAS

Figura 26 – Primeira bailarina muçulmana



Fonte: Lisa Maree Willians | Getty Images

Dados da imagem:

Título – *These Photos Capture The Beauty And Grace Of The World's First Muslim Hijabi Ballerina* (Essas fotos capturam a beleza e a graça da primeira bailarina muçulmana de *hijab* do mundo [tradução nossa])

Legenda – não possui

Autora – Lisa Maree Willians

Ano/procedência – *The Huffington Post* | 2016

Gênero – fotojornalístico

Parâmetros técnicos – fotografia colorida

Formato – 970 x 1455 pixels

Suporte – digital (portal *The Huffington Post*)

Descrição da fotografia

A matéria fala sobre Stephanie Kurlow, primeira bailarina profissional a usar *hijab*, foi escrita por uma mulher, a repórter Priscilla Frank de Arte & Cultura do site *The Huffington Post* americano. No texto, Priscilla evidenciou o fato de Stephanie ter apenas 14 anos de idade e, mesmo sofrendo preconceito de sua religião e de escolas de balé por conta de sua vestimenta, a jovem não desistiu de seu sonho de ser bailarina e batalhou para conseguir o que tanto queria. Stephanie mora em Sydney, na Austrália e, aos 9 anos de idade, sob a orientação de seus pais, passou a seguir a religião muçulmana. Já nesta época ela teve medo de não poder mais dançar, e isso se concretizou quando ela buscou apoio em entidades de dança, que não a aceitaram pelo fato de usar *hijab* enquanto ensaiava.

Por este motivo, Stephanie contou sua história na internet para buscar um financiamento coletivo e, com a ajuda de 700 pessoas, conseguiu arrecadar 7 mil dólares. Com o dinheiro, a garota pretende abrir sua própria unidade de dança para jovens que se sentem excluídos por conta de suas etnias, religiões ou origens.

Análise

Trata-se da imagem de uma bailarina aparentemente dançando em posição vertical com a perna esquerda erguida a ponto de formar um ângulo de 90°. A bailarina em questão encontra-se centralizada em relação à área do fotograma. Seu braço, levantado, é refletido no espelho ao fundo, que se encontra atrás da dançarina. Na ponta de um dos pés, pode-se notar que sua sapatilha é rosa claro e que sua meia é, aparentemente, branca. As únicas partes de pele do corpo que estão à mostra são as mãos e o rosto.

Utilizando o conceito de BONI (2000), a imagem enquadrada na posição vertical habitualmente é uma opção da fotógrafa para causar a impressão de

movimento. Seguindo à análise, o plano escolhido pela fotógrafa foi o Plano Geral de Pessoa, que o autor define como o tipo de plano que “pressupõe a interação equilibrada e harmônica do homem com o ambiente” (BONI, 2000, p. 68). Essa proximidade da câmera com o objeto fotografado permite a apreensão de certos detalhes, como texturas e feições, mas sem deixar de lado a interação com o ambiente. Neste caso, o Plano Geral de Pessoa permitiu evidenciar o olhar altivo da mulher, a precisão de seus passos, a firmeza de seus movimentos e a sua interação com o contexto. O Plano de Foco também privilegia a mulher como figura central do fotograma, de forma a nem ser perceptível o fundo. A postura ereta do objeto principal (mulher) da imagem cria a impressão de firmeza, autoconfiança, profissionalismo, e mesmo sendo fotografada, ela não parece se inibir na frente das câmeras.

Outro elemento importante da análise é a composição, que segundo BONI (2000) “cuidando da disposição dos elementos em suas fotos, você está manipulando o tema para expressar um ponto de vista” (BONI, 2000, p. 77). Seguindo o método de regra dos terços, a mulher é colocada no centro do fotograma, sendo destacada como o elemento principal e acumulando para si a importância de toda a imagem.

Representando o ponto de vista da fotógrafa em relação ao motivo fotografado BONI (2000) o ângulo da fotografia em questão também sugere intencionalidade, neste caso, o ângulo é normal, ou seja, a fotógrafa se encontrava na mesma altura em que a bailarina se encontrava. Para BONI (2000), o ângulo normal é o que melhor reproduz o sujeito, pois ao olhar a fotografia de um sujeito fotografado deste ponto de vista, tem-se a impressão de igualdade, de que ele está na mesma altura do expectador. E é esta a apreensão que podemos ter da mulher, que embora de cabeça erguida, encontra-se em uma posição de igualdade. Sua roupa é azul escura e, mesmo em um fundo preto, a cor da roupa destaca e realça a bailarina. Também dá para perceber uma faixa branca de parede em cima, bem onde acaba a mão que está levantada, e outra na parte inferior, bem na divisão entre o tornozelo e o pé.

A iluminação e a penumbra, a luz e a sombra, são elementos opostos que apresentam possibilidades de reflexão quando se raspam as camadas de sentido para a compreensão dessa binaridade extremamente polarizada. A luz, no Mito da Caverna, representada pelo sol por Platão, permitia às coisas do mundo a

oportunidade de serem vistas. A possibilidade de ver é, para Pláto nessa alegoria da caverna, a possibilidade de conhecer e, no mundo dos sentidos, a luz representa o conhecimento e a razão. Desse modo, a luz está no eixo positivo, o seu contrário, a sombra, está no eixo negativo (FRANZON, 2012, p. 69). Nesta mesma linha de pensamento, a sombra representa o obscuro, o escondido. A luz que enfoca a mulher representa a mulher que deve ser vista, uma mulher que representa a emancipação, a mulher que é a figura central de sua vida. A luz que ilumina a cena vem do canto superior direito e aparenta ser um holofote e que, foi a luz que provavelmente deu suporte para a iluminação da fotografia. Com a luz, também é possível enxergar a divisão das paredes e dos espelhos. Ainda na fotografia, consegue-se notar a presença de tons frios: preto e azul.

A cor predominante na fotografia é o azul, que nas culturas ocidentais está habitualmente associada ao masculino, à força e à virilidade, entretanto no Oriente Médio é associada à espiritualidade e à imortalidade da alma. O azul escolhido, remetendo à espiritualidade, clareia a possibilidade da mulher forte, independente e pioneira continuar com sua confissão religiosa, sem que precise separar a natureza espiritual da natureza material – fato esse confirmado pela história de vida de Stephanie.

A dança também diz muito sobre a imagem, elementos como a postura, as pernas e braços perfeitamente eretos, além da precisão com que a ponta do pé toca no chão guardam consigo elementos de significação que traduzem a intenção do fotógrafo em evidenciar o profissionalismo dessa mulher em detrimento de outros elementos. O *hijab*, nesta representação, está em perfeita harmonia com a veste da bailarina, se tornando elemento secundário em relação à dança, à postura, ao movimento, à confiança, à precisão, à seriedade e ao profissionalismo que a imagem transmite.

Podemos perceber, nesta imagem, pelos elementos de sentido que a fotógrafa utilizou na composição, elementos que – em determinados contextos culturais – traduzem mensagens comunicativas que colocam a mulher em primeiro plano e sua religião em segundo – de forma a não interferir em sua carreira, mas sempre ligada a ela –, evidenciando seu trabalho, seu profissionalismo e sua capacidade de exercer com competência aquilo que ela quer e acha importante para a sua vida, tudo isso sem precisar se afastar de sua religião.

Foto 27 – Primeira estilista muçulmana

Foto: Frazer Harrison | Getty Images

Dados da imagem:

Título – Behold The Glory Of New York Fashion Week's First All-Hijab Show
(Contemplando a glória no Nova Iorque *Fashion Week* do primeiro desfile só de *hijab*
[tradução nossa])

Legenda – não possui

Autora – Frazer Harrison

Ano/procedência – *The Huffington Post* | 2016

Gênero – fotojornalístico

Parâmetros técnicos – fotografia colorida

Formato – 640 x 420 pixels

Suporte – digital (portal *The Huffington Post*)

Descrição da fotografia

A matéria, escrita pela repórter Antonia Blumberg do portal de notícias *The Huffington Post* americano, tratou sobre o primeiro desfile de moda completamente composto por mulheres usando *hijab*. Mesmo com modelos não muçulmanas, a estilista indonésia e muçulmana Anniesa Hasibuan fez história ao apresentar 48 tipos de roupas diferentes usando a vestimenta islâmica. Ainda no texto, a repórter trouxe marcas de roupas famosas, como *Dolce & Gabbana*, que com a indústria de moda islâmica em alta, está lançando roupas e coleções temáticas para o Ramadã – período em que os muçulmanos praticam o ritual de jejum –. No fim de desfile, Anniesa foi aplaudida de pé pelos convidados – sendo a maioria não muçulmanos –. Vale ressaltar que a estilista abriu sua primeira boutique em 2015, fez uma trajetória pela Europa apresentando suas roupas em Londres e, menos de um ano depois, foi para os Estados Unidos apresentar sua coleção de roupas completamente compostas por *hijab*, sendo a primeira muçulmana a apresentar este tipo de vestimenta no NYFW.

Análise

Esta fotografia, por si só, já é histórica: trata-se da primeira estilista do mundo a colocar o *hijab* em passarelas americanas. Anniesa Hasibuan está no ao centro de uma imagem de Plano Geral, curvando-se diante de aplausos e de celulares apontados para si a fotografando. Para Boni (2000), a escolha do Plano Geral é uma forma de contextualizar o objeto de interesse do fotograma com o ambiente no qual se encontra inserido. Ao utilizar este tipo de enquadramento, o fotógrafo procurou mostrar o quão Anniesa estava sendo ovacionada pelo público naquele momento – entre aplausos e outras tantas câmeras apontadas para si, ela está lá, ao centro, com uma placa com seu nome e sua nacionalidade acima de sua cabeça. Boni (2000) também pontua que a escolha da horizontalidade em fotografias remete à serenidade, à falta de movimento, a um recorte no tempo. Neste mesmo sentido, a fotografada se encontra em um momento de felicidade. A obra de Spinoza (filósofo holandês) limita o sentimento de felicidade ao desejo de parar o tempo em determinados momentos em que a “vontade de potência” (um sentimento de grande

euforia) encontra-se em estado elevado. Anniesa, no momento da fotografia, também parecia serena e feliz, com desejo de aumentar a duração daquele momento.

A iluminação também diz muito. A fotografada encontra-se de preto, sob um fundo branco de grande luz, ao passo que os elementos secundários da fotografia, como os que a aplaudem e a fotografam, encontra-se nas laterais e sob a penumbra. Este tipo de composição, que além dos elementos de significação, posiciona Anniesa ao centro da área fotografa, deixa evidente a importância desta mulher neste contexto. Seu nome e sua nacionalidade, acima da sua cabeça e iluminado também reforça sua identidade, quem ela é e mostrando a que veio.

Anniesa, o elemento central, encontra-se vestindo blusa e *hijab* pretos e saia colorida, com uma mão no peito e outra esticada, e levemente curvada em posição de agradecimento mostrando a gratidão pelo reconhecimento de seu trabalho.

Como protagonista de sua própria história, Anniesa não deixa de lado sua identidade. Mesmo tendo exibido seu trabalho em um cenário predominantemente ocidental, o fotógrafo traz à composição da imagem elementos importantes de significação que reiteram a identidade e importância de Anniesa naquele momento. Em especial sua roupa e seu nome e nacionalidade reforçam a identidade da qual Anniesa tem orgulho, logo depois de protagonizar um desfile inteiro com roupas que também evidenciam sua cultura. O ângulo em que o fotógrafo se coloca, na altura da fotografada, também evidencia o tratamento que dá para o objeto de interesse da fotografia: Anniesa é tratada sob a mesma perspectiva, sob a mesma ótica de igualdade, sob a mesma altura dos demais.

É uma imagem em que seu trabalho e sua cultura e origem são respeitados, em um momento de glória para a fotografada, que é aplaudida em uma passarela de uma potência mundial, mostrando que sua roupa e sua cultura também têm valor em outras paragens.

Foto 28 – A primeira mulher a vestir *hijab* na *Playboy*

Foto: Kate Warren | Instagram

Dados da imagem:

Título – Noor Tagouri Becomes The First Woman To Wear A Hijab In Playboy (Noor Tagouri se torna a primeira mulher a vestir um *hijab* na *Playboy* [tradução nossa])

Legenda – It's here! I'm honored to share that Playboy has named me a 2016. Renegade and has featured me in their piece!! (Está aqui! Estou honrada em compartilhar que a *Playboy* me nomeou em 2016. Renegada, mas apresentada em uma de suas peças!! [tradução nossa])

Autora – Kate Warren

Ano/procedência – *The Huffington Post* | 2016

Gênero – fotojornalístico

Parâmetros técnicos – fotografia colorida

Formato – 1080 x 715 pixels

Suporte – digital (portal *The Huffington Post*)

Descrição da fotografia

Depois de 63 anos de publicações da revista *Playboy*, Noor Tagouri, de 22 anos foi a primeira mulher com *hijab* a posar para o exemplar. A matéria, que foi escrita pela editora Rebecca Shapiro do site *The Huffington Post* sobre a jovem, descreve que Noor é uma jornalista de televisão recém-formada que nasceu na Virgínia Ocidental e, desde sua formação, tem um único objetivo: tornar-se a primeira âncora de telejornal usando *hijab* em uma televisão americana.

Para conquistar o que tanto almeja, Noor conta com inúmeros seguidores em sua conta no Instagram e com mais de 150 mil pessoas inscritas em seu canal no *YouTube*, em sua maioria muçulmanos. Em entrevista para a *Playboy*, a jornalista contou que é bom ter uma legião de fãs muçulmanos, pois assim o jornalismo americano ganha mais confiança de sua etnia.

Análise

Noor Tagouri aparece de dentes cerrados, sentada em um cavalete e tem como pano de fundo uma bandeira norte-americana. Além de ser a primeira mulher a sair nas páginas da revista americana *Playboy* usando a vestimenta islâmica, Noor Tagouri, que se formou recentemente na faculdade, tem o objetivo de se tornar a primeira âncora de telejornal americano a utilizar o *hijab*.

Noor é americana e tanto seu desejo quanto o pano de fundo escolhido para deixam claro seu gosto pela sua nacionalidade – o desejo de se tornar a primeira americana a apresentar um telejornal utilizando vestimenta islâmica se funde à bandeira norte-americana escolhida para fazer parte da fotografia.

A bandeira, na verdade, é a pintura da parede que se encontra atrás da fotografada, mas não trata-se de uma pintura comum de bandeira. Outros elementos a compõem, como algumas marcas de tiro, uma ferradura, o símbolo da paz e algo que se parece com uma pomba carregando um ramo de oliveira no bico.

A roupa que Noor usa também evidencia elementos da cultura norte-americana, como a jaqueta de couro, a calça justa e o escrito na sua camiseta, que mesmo parcialmente encoberto pela jaqueta, possibilita ver na estampa as letras “USA”, que significam *United States of America*.

Esse misto de duas culturas que aparentemente encontram-se diametralmente opostas no contexto histórico e político contemporâneo, sobretudo por conta das diversas guerras que permeiam a região do Oriente Médio e têm como

principal opositor político a política estatal norte-americana, encontra um respiro de paz nos elementos de significação desta imagem.

Uma mulher muçulmana sob uma bandeira americana já são elementos passíveis de interpretação intercultural, quando esta imagem se soma aos signos presentes na composição imagética, como o símbolo da paz das culturas hippies e a pomba carregando o ramo de oliveira dizem muito sobre o desejo de cultura de paz que Noor pretende representar. A pomba, por si só, já é signo cultural que representa a paz, carregando um ramo de oliveira, ganha mais força no sentido de vislumbrar um novo horizonte sobre o futuro. Esta significação se funda no mito da Arca de Noé, quando termina o dilúvio e a terra firme não é vista. Noé, então, envia uma pomba, que volta com um ramo de oliveira no bico, mostrando que a terra está próxima. Esta fotografia traz a mensagem de um novo horizonte intercultural, de novas possibilidades para uma cultura da paz.

Noor é o objeto principal da fotografia, aparece ao centro, em uma fotografia horizontal e vestindo um misto de roupas americanas e muçulmanas – um *hijab* marrom e o restante das roupas remetendo à cultura norte-americana. Sentada em uma posição despojada sobre um cavalete e de dentes cerrados, Noor se parece com uma roqueira muçulmana, deixando evidenciar a possibilidade intercultural e de apreensão de elementos de diversas culturas na formação das identidades em um mundo globalizado.

Mesmo com todos os elementos da cultura norte-americana presentes na composição imagética, o *hijab* não foi esquecido, remetendo à origem que Noor não pretende abandonar.

Figura 29 – Primeira corredora muçulmana a estampar a capa de uma revista americana



Foto: Womens Running

Dados da imagem:

Título – Meet The First Hijabi Woman To Grace The Cover Of A U.S. Fitness Mag (Conheça a primeira mulher de *hijab* a estampar a capa de uma revista americana [tradução nossa])

Legenda – não possui

Autora – Womens Running

Ano/procedência – *The Huffington Post* | 2016

Gênero – fotojornalístico

Parâmetros técnicos – fotografia colorida

Formato – capa de revista

Suporte – digital (portal *The Huffington Post*)

Descrição da fotografia:

A matéria feita sobre a primeira corredora de *hijab* a sair em uma capa de revista americana foi escrita por Jenavieve Hatch, associada ao portal de notícias *The Huffington Post*. No início do texto, Jenavieve parabeniza a corredora Rahaf Khatib pelo fato de ser a primeira muçulmana a estampar a capa de uma revista norte-americana. Rahaf era de Damasco, capital da Síria, mas ao se mudar para Michigan, nos Estados Unidos em 2012, ela participou de uma corrida com o filho e se apaixonou pela atividade.

Depois do primeiro contato como corredora, Rahaf percebeu que neste meio não havia muitas mulheres usando *hijab*, então teve a ideia de criar uma conta no Instagram (@RunLikeAHijabi – corra com um *hijab* [tradução nossa]) para inspirar outras muçulmanas a começar a correr. Foi com a fama de seu perfil, que conta com milhares de seguidores, que Rahaf foi pautada para estampar a capa da revista norte-americana *Women's Running* e falar sobre saúde.

Análise:

Rahaf Khatib é chamada, na capa de uma revista americana de Rahaf "hijab runner" khatib e é a primeira mulher muçulmana corredora a estampar a capa de uma revista norte-americana. A corredora, que é síria de nascimento e americana de vivência, estampa a capa de uma edição da revista americana *Women's running* sorrindo em uma fotografia na qual aparece em pé, de braços cruzados e com a perna esquerda flexionada e encostada na parede atrás. Ela veste uma blusa gola alta da Nike, tênis de corrida da mesma marca e uma calça de corrida sobre a qual cai uma pequena saia preta. O *hijab*, que caracteriza sua qualidade muçulmana é preto também e deixa à mostra apenas o rosto. Ao seu redor, no restante da capa, diversas chamadas convidam a leitora a ultrapassar seus limites com a prática da atividade física.

Elementos típicos da cultura globalizada e do pluralismo cultural contemporâneo estão presentes e podem ser percebidos principalmente em suas roupas – ao passo que o *hijab* marca sua identidade islâmica, o famoso signo da Nike – uma das maiores empresas de material esportivo do mundo –, também evidencia o multiculturalismo presente na composição.

Sua expressão corporal que, sem dúvida, configura um elemento de significação, produz a sensação de conforto, confortabilidade, como pontua Weil e Tompakow (1973) na célebre obra “O corpo fala”.

Cruzar os braços, em público, muitas vezes principalmente em situações em que você se está expondo para mais pessoas, representa um abraço em si mesmo, que lhe proporciona conforto a qualquer momento. O auto-abraço é uma das saídas automáticas que costumamos ter na nossa postura corporal para nos sentirmos confortáveis (WEIL e TOMPAKOW, 1973, p. 28).

Indo no mesmo sentido, a perna de Rahaf dá a impressão de conforto, porque se encontra levemente apoiada em uma posição que parece de descanso. Todos esses signos visuais mostram a mulher islâmica em uma situação de conforto com sua condição. Rahaf escolheu correr e escolheu usar o *hijab* e isso é uma situação confortável, que seu sorriso também deixa transparecer.

Outros elementos presentes, como a sobrancelha bem delineada, o batom que recobre os lábios, o esmalte sobre as unhas e as roupas justas – comuns a quem pratica corrida –, além do corpo erguido trazem novos olhares para a mulher muçulmana, cujas representações midiáticas sempre deram conta de reforçar pensamentos sobre sua condição subalterna. Aqui, o fotógrafo juntou elementos de significação que constroem uma mulher muçulmana e vaidosa, muçulmana e feliz, muçulmana e independente – sem criar categorias de significação que oponham diametralmente estas condições. Nesta representação, o uso do véu não reduz a mulher muçulmana a uma condição inferior ou desprovida de voz pública e de lugar de fala. Aqui, o véu representa apenas um elemento escolhido pela mulher, como o batom, o esmalte ou o tênis da Nike e que compõe uma mulher satisfeita e confortável com sua condição.

A posição de braços cruzados também evidencia certo poder por parte da mulher. Se junta a esta percepção a representação de pessoas poderosas em fotografias por diversas vezes aparecerem de braços cruzados, como Dilma Rousseff aparece na edição “*The 100 most powerful women*” da Revista americana Forbes e outras, como Margareth Thatcher na revista em edição histórica da revista Time.

Esses elementos traduzem a linha de raciocínio por detrás da fotografia em questão, cuja representação é de uma mulher dona de si, feliz e satisfeita com sua opção e condição e sem perder a feminilidade e a vaidade.

Figura 30 – A primeira muçulmana tatuada a aparecer na mídia



Fonte: Logan Jackson | You Do You

Dados da imagem:

Título – Meet The First Hijabi Woman To Grace The Cover Of A U.S. Fitness Mag (Conheça a primeira mulher de *hijab* a estampar a capa de uma revista americana [tradução nossa])

Legenda – não possui

Autora – Womens Running

Ano/procedência – *The Huffington Post* | 2016

Gênero – fotojornalístico

Parâmetros técnicos – fotografia colorida

Formato – capa de revista

Suporte – digital (portal *The Huffington Post*)

Descrição da fotografia:

Originalmente, a matéria foi escrita por Taylore Scarabelli para a plataforma colaborativa *You Do You* e, posteriormente, publicada no site *The Huffington Post*. O texto trata de Kendyl Noor Aurora, uma jovem tatuada que não deixa de lado sua escolha pela fé islâmica. Criada em Nova Iorque, sob a tutela de uma família católica, sua opção pelo islã veio aos 18 anos, mas anteriormente, aos 16, fez sua primeira tatuagem e, agora, tem que lidar com o preconceito dentro da religião que se sente bem.

Suas escolhas pessoais já fazem cair por terra diversas imagens construídas pela sociedade sobre a mulher islâmica, como a da inferioridade cega a preceitos religiosos. Kendyl é uma revolucionária dentro do contexto islâmico local, porque mesmo havendo uma passagem da Hadith [um conjunto de ensinamentos do profeta Mohammed] que proíbe gêneros como a tatuagem ou até mesmo maquiagem dentro dos seguidores do islã, ela permanece com seus traços na pele, além de discutir sobre assuntos de liberdade de expressão e questões de gênero em suas redes sociais, que ainda são consideradas tabus no escopo de diversas religiões.

Análise

Na fotografia escolhida, Kendyl aparece usando roupa preta e um *hijab* cinza, da mesma cor da sombra que utiliza nos olhos. Parte dos seus cabelos ficam à mostra e revelam a cor loira, combinada com a cor das sobrancelhas bem desenhadas. A cor do fundo é inteira em um tom de laranja queimado. A tatuadora aparece séria em uma foto de close up em semi-perfil, olhando fixamente para o horizonte. O piercing no nariz é um objeto à parte.

O fotógrafo utilizou um recorte próximo, deixando evidente os traços delicados da jovem tatuada. Os traços são de padrão americano: magra, loira, olhos claros.

O enquadramento do perfil remete ao olhar altivo de Davi, de Michelângelo, Giuliano Medici de Verrochio ou de Hércules, de Bandinelli, todas obras renascentistas cujo olhar longe representam o espírito do renascimento cultural, em que a razão e o pensamento livre sobrepunham outros elementos de sentido. O

enquadramento não deixa de lembrar também as representações egípcias de Faraós e figuras sagradas, sempre em perfil e com olhar voltado para frente.

Boni (2000) pontua que fotos de perfil têm como característica comum esconder algo, e mostra só uma parte do objeto representado, estimulando a atenção do espectador diante do que não é mostrado. Nesta foto, além da escolha do enquadramento e ângulo, elementos como a beleza da fotografada somam-se aos elementos que a fotografia esconde: Pra onde ela olha? Por que está tão séria?.

Kendyl se mostra na matéria como uma jovem questionadora e de opiniões fortes e sua fotografia mostra uma mulher bonita e maquiada, derrubando dois estereótipos que rondam a imagem da mulher muçulmana: a de fisicamente renegada – sem possibilidade de escolher o que veste ou de que forma compõe seus elementos de corporalidade –, e a de intelectualmente renegada – que aceita sumariamente tudo que lhe é imposto. Kendyl não se mostra assim e mistura de signos aparentes, como o piercing, a maquiagem e sua imagem pensativa, relacionada às esculturas renascentistas, somam-se a sua história de vida, que mostra uma jovem engajada na mudança do pensamento cultural dentro de sua própria comunidade.

7 DISCUSSÃO DAS ANÁLISES

Tentamos, após as análises, buscar um ponto de convergência entre as imagens analisadas, a fim de entender de que forma a cultura se manifesta como código de signos inserido nos elementos que permeiam a composição da imagem como complexo de comunicação. Foram considerados, na busca por elementos comuns entre as narrativas fotográficas analisadas, não só elementos de sentido, de técnica e de linguagem fotográfica, mas o contexto de produção e veiculação destas imagens enquanto objeto de comunicação. Como pontua Kossoy (2002), tanto fotógrafo – produtor –, como público – receptor –, possuem universos culturais que atingem sobre a produção e veiculação de imagens de qualquer tipo.

Em especial as imagens midiáticas e fotojornalísticas, sobre as quais não recai apenas a responsabilidade estética, mas também um fator informativo, delineado por métodos e cultura próprios do universo jornalístico, os horizontes de produção e significação ganham mais importância nas análises, uma vez exercem especial influência sobre sua forma e seu conteúdo. Por exemplo, para Sousa (2000) no momento em que a fotografia passa de objeto estético – como algo próximo das pinturas de retrato dos pintores renascentistas –, a ser objeto de interesse jornalístico, exercendo influência sobre a forma como a sociedade encara as questões de interesse público, diversas mudanças na forma e conteúdo das fotografias começam a aparecer. “Pela primeira vez, os soldados foram fotografados lutando no campo de batalha”. (SOUSA, 2000, p. 123).

Há de se pensar, também, as questões fundamentais que caracterizam a imagem e, de tal forma, a imagem fotográfica em suportes materiais ou digitais como produto de comunicação e de cultura. Retomando os conceitos apresentados neste trabalho, a imagem surge nas civilizações ágrafas como forma de reprodução do mundo em signos visuais. As paredes das cavernas serviam de suporte exógeno às imagens endógenas de representação do mundo (conhecido) pelos homens pré-históricos. O termo imagem surge depois, segundo Baitello Junior (2006), derivado do termo latino *imago*, que caracterizava máscaras mortuárias produzidas com a figura do rosto dos entes mortos. Daí em diante, toda imagem passa a ser considerada representação ou reprodução de algo.

Em determinado momento histórico, a fotografia como suporte material de imagens, passa a ser considerada uma reprodução do real (KOSSOY, 2002) e esse

discurso vai se somando ao discurso jornalístico de que a notícia é a reprodução da realidade. Desta forma, a imagem jornalística também passa a ser considerada e socialmente aceita como um espelho do mundo real, deixando de lado suas origens representativas e categorizadoras de visões de mundo.

Postas estas discussões, vale lembrar que o objetivo inicial deste trabalho era analisar fotografias midiáticas de mulheres muçulmanas, de forma a encontrar os elementos de significação passíveis de reforçar tópicos culturais que colocassem essas mulheres em uma situação inferior à do homem. Baseado na observação, durante o desenvolvimento do trabalho, encontramos outro tipo de abordagem sobre as mulheres muçulmanas, também representadas em fotografias midiáticas, mas nas quais elas apareciam em situações de empoderamento. As fotografias foram escolhidas sob o critério do pioneirismo – todas possuem alguma mulher muçulmana (com roupas muçulmanas) retratada como pioneira em alguma situação –, e tiveram também um portal em comum: o *The Huffington Post*.

Outro ponto importante, que vale ser ressaltado, diz respeito a todas as fotografias integrarem matérias escritas por mulheres – o que já é um ponto importante de intencionalidade a ser considerado nas análises. Outro ponto é que quase todas as fotografias também foram tiradas por fotógrafas mulheres. À luz das teorias propostas por Boni (2000) e Kossoy (2002), esses elementos são fortes influenciadores do ponto de vista do fotógrafo, que antes de apertar o botão que dispara o obturador da máquina fotográfica, vai intencionalmente ou não, fazer escolhas técnicas de linguagem a fim de dispor os signos visuais que vão compor uma imagem fotográfica.

Além disso, outros elementos de significação importantes compõem os fotogramas analisados. Em quase todos eles, há um ou outro elemento que traduz novas abordagens interculturais entre os hemisférios representativos das imagens. Em todas as imagens, os horizontes entre Ocidente e Oriente se misturam, seja entre as roupas muçulmanas e as passarelas norte-americanas, de forma mais sutil, ou de forma visualmente mais clara, quando a modelo muçulmana é colocada à frente de uma bandeira dos Estados Unidos da América.

Todas essas possibilidades criam um vínculo simbólico entre a libertação da mulher e as políticas ocidentais de liberdade, trazendo à tona a reedição de velhos discursos de que a mulher necessita de “algo” para salvar-se das garras da cultura oriental.

De tal forma, a liberdade da mulher muçulmana encontrou-se representada nestas fotos por algum elemento culturalmente vinculado ao mundo ocidental, como um batom, roupas, os próprios elementos propositalmente inseridos nas imagens de forma a compor sentido ou o próprio lugar de fala dessas mulheres enquanto abordagem jornalística.

Sempre felizes nas fotos, todas as imagens representam mulheres socialmente confortáveis com a opção que escolheram, mas sempre condicionadas às leituras ocidentais de suas práticas, sejam elas profissionais ou simbólicas.

Assim, todos os elementos que compõem cada uma das fotografias são construídos ideologicamente e carregam com si cargas densas de direcionamento cultural. Por mais libertadoras que possam parecer certas representações imagéticas sobre as mulheres, muçulmanas ou não, quase sempre essas representações criarão algum vínculo de significação com contextos culturais previamente estabelecidos pelo senso comum. O fato das imagens, desde o seu momento de produção, serem carregadas de elementos da cultura de quem as produz reduz a liberdade interpretativa do interpretante, legando às produções simbólicas elementos de sentido prévia e inconscientemente estabelecidos.

As fotografias analisadas podem representar certos pontos importantes a serem abordados nas representações atuais sobre a mulher, sobretudo a muçulmana, que ainda trazem consigo – embora de maneira mais escondida –, signos que convergem para uma liberdade parcial, que expressa o entendimento ocidentalizado de que a mulher muçulmana necessita de um elemento que possa salvá-la da sua submissão.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente este trabalho havia desenvolvido seu percurso de observação baseado na constatação de que as fotografias midiáticas de mulheres muçulmanas possuíam farta qualidade representativa dos signos criados pelo ocidente para representar o oriente. Diante disso, a procura de autores que pudessem trazer sustentação teórica para este percurso se enviesou pelo campo das ciências sociais, trazendo à tona um olhar que fincasse suas bases em um sólido alicerce sobre o que as principais correntes teóricas dizem sobre representação de diferentes culturas.

A questão foi encontrar conceitos e autores que abarcassem esse grande emaranhado de possibilidades sociais, culturais, comunicativas, estéticas, políticas e religiosas sobre as quais se entende a mulher de uma perspectiva analítica. A escolha do objeto de estudo que este trabalho se propôs a analisar, até então parcialmente desconhecido, trouxe a necessidade de, além de ampla pesquisa bibliográfica sobre as condições culturais, políticas e históricas que garantem a sustentação do Islã como a segunda maior religião do mundo em número de fiéis, uma abordagem metodológica para análise que respeitasse e levasse em consideração, além de todas essas questões citadas, também as condições e contextos de quem olha e de quem produz estes produtos midiáticos.

Esta procura nos levou à semiótica da cultura, que por sua vez, permitiu lançar olhar sobre o fotojornalismo para além de suas características estéticas, dando chance para compreendê-lo como suporte material e ideológico para algo infinitamente mais amplo, que a produção de imagens. As imagens são milenares e acompanham o homem antes mesmo da escrita, trazendo consigo cargas de significação visuais mais poderosas que a própria escrita (FLUSSER, 2006). Enquanto a humanidade considera a escrita como um marco de passagem entre dois momentos da vida do homem sobre a terra e a estabelece como o principal meio de comunicação humano, a imagem se expandia e se infiltrava nos mais diversos contextos de comunicação, ganhando espaço na mente humana, em suportes materiais e, bem mais tarde, nos suportes virtuais.

Cada vez mais atrelada às práticas culturais humanas, a imagem ganha espaço no jornalismo e cria seu próprio desdobramento deste, o fotojornalismo (SOUSA, 2006). Dado isso, surge a necessidade de estudá-la sob uma perspectiva

mais ampla que, neste momento, além de levar em conta seu valor simbólico e ideológico enquanto produto de comunicação, há de considerar também a intencionalidade de quem a produz, visto que configura produção simbólica. Esta necessidade dá espaço para outra teoria trabalhada neste trabalho, que de forma mais ou menos instrumental, mas com grande carga reflexiva, deu as bases metodológicas e técnicas para análise das imagens escolhidas de maneira ampla.

Este trabalho, então, buscou as bases da semiótica da cultura para compreensão do caráter cultural das imagens e suas origens e a desconstrução analítica como método de análise para compreender as condições de produção destes produtos midiáticos.

A análise das cinco fotografias possibilitou uma reflexão sobre como a mulher muçulmana é retratada sob os olhos e sob as lentes do mundo ocidental. Mesmo que sendo originárias de um portal aparentemente progressista, diversos pontos analisados nas imagens foram responsáveis por indiciar que a representação de elementos alheios à cultura de quem produz as imagens (e o texto das matérias), indiscutivelmente, traz consigo uma fusão de horizontes culturais.

Diversos elementos presentes nas imagens reiteram pensamentos difundidos no senso comum sobre a imagem da mulher muçulmana, por exemplo, que sua liberdade esta atrelada às perspectivas de liberdade, cunhadas pelo mundo ocidental. Na maioria das imagens, o único elemento que caracteriza as mulheres como muçulmanas é o uso do hijab, um véu que cobre parcialmente a cabeça, mas sem evidenciar outros elementos de seus cotidianos culturais, minimizando toda a conjuntura cultural do Islã ao uso do véu. Não à toa, todas as mulheres retratadas nas fotografias são habitantes do mundo ocidental e fundem em seus *ethos* diversas características da cultura estadunidense. Todas as mulheres retratadas nas fotografias trouxeram consigo práticas ocidentais em suas atividades, às quais o portal americano exalta como sendo de algum pioneirismo.

Sob esta ótica, percebe-se o olhar etnocêntrico lançado sobre as mulheres muçulmanas e sobre sua cultura – atividades comuns ao mundo ocidental chocam-se com seu universo cultural, mas não acontece o contrário quando uma mulher ocidental decide por adotar práticas orientais em seu cotidiano –. Este fato é um dos indicativos que fazem crer que a hipótese que mais se aproximou dos resultados deste trabalho é a de que “é possível identificar os elementos presentes na

composição imagética e entender de que forma eles revelam as intenções comunicativas do fotógrafo através da carga simbólica de cada um dos elementos”, respondendo à questão “de que modo os elementos de sentido presentes nas fotografias de mulheres muçulmanas revelam as intenções comunicativas acerca dessas mulheres?”.

Mais do que responder à questão com uma das hipóteses, este trabalho permitiu reflexão mais ampla sobre as formas de se comunicar sobre culturas às quais o produtor de conteúdo não pertence. Podemos perceber diversos elementos que revelam intenções comunicativas dos fotógrafos sobre a mulher muçulmana, mas, mais que isso, pode-se entender de que forma os contextos culturais influenciam as produções simbólicas, sendo muitas vezes mais marcantes do que a própria intenção individual do fotógrafo.

Os objetivos deste trabalho de a) discutir de que modo a mulher muçumana é representada na mídia por meio do fotojornalismo; b) analisar como a composição das imagens veiculadas no *The Huffington Post* reforçam ou quebram estereótipos sobre a cultura e a religião islâmica no ocidente; c) identificar os elementos de significação presentes nas composições fotográficas analisadas e estudar de que forma esses elementos produzem sentido no processo interpretativo, portanto, foram por nós entendidos como atingidos, mesmo que dentro das limitações acadêmicas de um trabalho de conclusão de curso.

Principalmente no que diz respeito a entender de que forma o portal *The Huffington Post* reforça ou quebra estereótipos de cultura e da religião islâmica, acreditamos que a proposta colaborou para ampliar a reflexão sobre de que forma os elementos de significação presentes nas imagens configuram-se como carga simbólica. Além disto, acreditamos que este tema é relevante e pode se estender a uma análise mais profunda, em outra etapa de pesquisa, sobre a representação da mulher em outros contextos e em outras modalidades de fotografia.

O objeto de estudo deste trabalho, a mulher muçulmana não é a única que sofre com a imposição de critérios e modelos de vida como formas totalizantes de ser. No geral, a mulher é representada sob o olhar construído pela mídia ao longo de sua existência e calcado em fatores culturais de determinados grupos dominantes. Este trabalho teve como eixo principal entender de que forma estas minimizações acontecem por meio das representações midiáticas, mas não espera ser um terminativo das reflexões acerca do papel da mulher na sociedade e de que forma

esses papéis são representados pelos meios de comunicação. Pelo contrário, busca ser ponto de partida para outras reflexões sobre o papel social da mulher e suas representações.

Por fim, considero importante ressaltar as contribuições desta pesquisa para o horizonte pessoal de alguém que aprendeu a compreender que a imagem diz muito mais do que o que está posto em sua superfície visível. Antes de entendê-la como um objeto de significação que esconde em suas camadas diversos eixos de produção de sentido, diversos desdobramentos culturais e discursos convergidos para um ponto interpretativo, este trabalho contribuiu para um crescimento que extrapola as possibilidades de um trabalho acadêmico. A conversão de diversos discursos entrelaçados em uma análise pontual pode parecer comum às monografias de conclusão de curso, mas representam os esforços em desconstruir pensamentos pré-estabelecidos e recosturá-los sob a luz de uma unidade metodológica, teórica, ideológica e, acima de tudo, subjetiva.

Reconstruir o olhar sobre as imagens e, sobretudo sobre a imagem de mulheres é o mérito maior deste trabalho, porque ajudou, mais que entender as minimizações pelas quais o feminino é representado nos discursos midiáticos (e da sociedade como um todo) a encontrar parte dos fundamentos culturais que sustentam de forma incauta milênios de minimização da mulher na esfera social. Fazer este trabalho reacendeu uma fagulha de esperança em compreender que os processos culturais se constroem em diversas rupturas e reconstruções. E é a este fim que serve a comunicação.

9 REFERÊNCIAS

ALEXANDRINO, P. **Apontamentos de fotojornalismo**. In: SOUSA, Jorge Pedro de. Fotojornalismo. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1991.

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ARMELIN, Santo PE. **Antropologia bíblica feminina do novo testamento**. São Paulo: Paulinas, 1959.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.

AZIM, Sherif Abdel. **A mulher no Islã**. Philadelphia: Westminister Press, 1993.

BAITELLO Jr, Norval. **A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia**. São Paulo: Paulus, 2010.

BAITELLO Jr, Norval. **Mídia, tempo, ordem, sincronização**. In: BAITELLO Jr, Norval. O animal que parou os relógios: ensaio sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 2009. p. 94-104.

BAITELLO Jr, Norval. **O tempo lento e o espaço nulo: mídia primária, secundária e terciária**. Porto Alegre: Compos, 2001.

BAITELLO Jr, Norval. **Podem as imagens devorar os corpos**. In Revista Sala Preta ppgac. Volume 16, nº 2. São Paulo: V. n.2 p. 97-110, 2007.

BAITELLO Jr., Norval. **“Incomunicação e imagem”**. In: BAITELLO, N.; CONTRERA, M. S.; MENEZES, J. E. O. (org.). Os meios da incomunicação. São Paulo: Annablume, 2005.

BAITELLO Jr., Norval. **A Serpente, a maçã e o holograma**. São Paulo: Paulus, 2010.

BAITELLO Jr., Norval. **O pensamento sentado: Sobre glúteos, cadeiras e imagens**. Rio Grande do Sul: Editora Unisinos, 2012.

BAITELLO Jr., Norval; CONTRERA, Malena. **Na selva das imagens: algumas contribuições para uma teoria da imagem na esfera das ciências da comunicação**. Inter.Ação.com, São Paulo, nº 5, volume I, ano IV, dezembro de 2006.

BAKOS, Margaret Marchiori. **Desdobramentos de um desejo**. In: Funari, Pedro P.; FEITOSA, Lurdes. Desejo e poder na antiguidade. Campinas: Editora Unicamp, 2003. Pp. 29-47.

BALTHAZAR, Gregory da Silva. **Cleópatra: a sedução do oriente. O corpo como meio feminino de exercer polícia**. Disponível em: <www.hcomparada.historia.ufrj.br/revistahc/artigos/volume003_num002_artigo005.pdf> acessado em: 23/04/2017, às 20h.

BALTHAZAR, Gregory da Silva. **O feminismo e a igualdade de gênero no antigo Egito: uma utopia da emancipação feminina**. In: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo, 2013.

BARBOSA, Andreia; CUNHA, Edgar Teodoro da. (orgs). **Antropologia e imagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2016.

BARROS Jr, Antônio Walter Ribeiro de [et al.]. (org). **Antropologia: uma reflexão sobre o homem**. Bauru: Edusc, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BECKER, Howard S. **Balinese Character: uma análise fotográfica de Gregory Bateson e Margaret Mead**. Rio de Janeiro: Núcleo de antropologia da imagem. V. 2, n. 1, 1989.

BELTING, Hans. **Semelhança e presença: a história da imagem depois da era da arte**. Chicago: The University of Chicago Press, 2007.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte da era de sua reprodutibilidade técnica**. In: Teorias da Cultura de Massa. São Paulo: Paz e terra, 1969.

BÍBLIA. Português. **Bíblia Sagrada**. 160ª ed. São Paulo: Editora Ave Maria, 2006.

BOAZ, Frans. **Antropologia cultural**. Textos selecionados. Trad. Celso Castro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005.

BONI, Paulo César. **Discursos fotográficos**. Londrina: Plano Gráfica, 2011.

BORDIEU, Pièrre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Ática, 1986.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de Papel: A representação da mulher da imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

BUITONI, Dulcília Schoreder (org). **A cidade e a imagem**. Jundiaí: Editor In House, 2013.

BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

BYSTRINA, Iva. **Semiótica da cultura (manuscrito)**. Trad. Aurora Bernardini. São Paulo: Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura, 2015.

CAMARGO, Isaac Antônio. **Reflexões sobre o pensamento fotográfico: pequena introdução às imagens e à fotografia**. Londrina: Eduel, 1999.

CASALI, Caroline. **Revistas: configuração do relacionamento entre homem e mulher como estratégia de segmentação do público**. Dissertação de Mestrado: ppg em ciências da comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 2007.

CHAUÍ, Marilena. **Janelas da alma, espelhos do mundo**. In: NOVAES, Adalto (org). O olhar. São Paulo: Companhia das letras, 2016.

DEBRET, Jean Baptiste. **A forma difícil**. São Paulo: Ática, 1992.

DEMANT, Peter. **O mundo muçulmano**. São Paulo: Contexto, 2004.

DUARTE, Jorge (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

FLUSSER, Vilém. **A Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Relume Dumará, 2001.

FLUSSER, Vilém. **Língua e realidade**. São Paulo: Herder, 1963.

FLUSSER, Vilém. **Universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 1985.

FRANZON, Erica Cristina de Souza. **Luz e sombra, mostrar e esconder**: os efeitos de sentido e as estratégias da imagem fotográfica em Magnum in Motion. Bauru, 2012.

FREUND, Gisele. **La fotografia como documento social**. Barcelona: Gustavo Gili, 1989.

FREUND, Gisele. **Photografie et société**. Paris: Seuil, 1994.

FUNARI, Pedro Paulo. **Iconografia e Semiótica**: uma abordagem histórica. Campinas: Unicamp, 2015.

HABERMAS, Jürguen. **Mudança estrutural na esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1984.

HALL, Edward. **A dimensão oculta**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1997.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Dialética do esclarecimento**. São Paulo: Cultrix, 2006.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. São Paulo: Papirus, 2007.

JUNG, Carl Gustav. **A via simbólica**: escritos diversos. Petrópolis: Vozes, 2015.

KAMPER, Dietmar. **O trabalho como vida**. São Paulo: Annablume, 1997.

KAMPER, Dietmar. **Os padecimentos dos olhos**. In: Ensaio de complexidade. Porto Alegre: Sulina, 2002.

KLEIN, Alberto.

KLEIN, Alberto. **Imagem**: arqueologia e conceitos. Significação (UTP), São Paulo, v. 23, p. 175-194, 2008.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens de mídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. São Paulo: Instituto Moreira Sales, 1989.

KOSSOY, Boris. **Hércule Florence**: a descoberta isolada da fotografia no Brasil. São Paulo: Edusp, 1980.

- KOSSOY, Boris. **Realidade e Ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2016.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura é um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1997.
- LEACH, Edmund. **O homem egípcio: sociedades, moralidades e práticas religiosas**. Lisboa: Imprensa Nacional, 1983.
- LESKO, Barbara. **The remarkable women of ancient egypt**. Providence: Scribe, 1996.
- LOPEZ, Rosa Maria Cid. **Cleópatra: Mito, leyenda e história**. Disponível em: <<http://antiqua.gipuzkoakultura.net/pdf/cid.pdf>> acessado em: 23/04/2017, às 20h.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- MARIGNIER, Jean Louis. **Principle of the invention of photography**. In: www.nicephore-niepce.com/pagus/pagus-inv.html. Acesso em: 15/04/2017.
- MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MELO, Luiz Gonzaga de. **Antropologia Cultural**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- MENEZES, José Eugênio de Oliveira. **Ecologia da comunicação: a cultura como um macrosistema comunicativo**. In: CHIACHIRI, F. (org). **Comunicação, Tecnologia e Cidadania**. São Paulo: Plêiade, 1999.
- MONDZAIN, Marie-José. **Ícône, Économie: Les sources byzantines de l'imaginaire contemporain**. In: *L'Image peut-elle tuer?*. Paris: Bayard Édition: 1996.
- MORIN, Edgar. **O gesto e a palavra: técnica e linguagem**. Lisboa: Edições 70, 1997.
- NOGUEIRA, Conceição. **Um novo olhar sobre as relações sociais de gênero: feminismo e perspectivas críticas na psicologia social**. Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.
- PEREIRA, Erik Giuseppe Barbosa; FERNANDES FILHO, José. **Ciência e Motricidade humana: um novo espaço para o debate das relações de gênero**. Buenos Aires: Revista Digital, ano 13, n. 124, setembro de 2008.
- PESAVENTO, Sandra Jatahi. **Dimensões do urbano**. Chapecó: Argos, 2008.
- PROSS, Harry. **A economia dos sinais e a economia política**. São Paulo: Centro interdisciplinar de semiótica da cultura, 2003.
- PROSS, Harry. **Estructura simbólica del poder**. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.
- RIBEIRO, José da Silva. **Antropologia visual: da minúcia do olhar ao olhar distanciado**. Porto: Edições Afrontamento, 2004.
- SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

- SANTAELLA, Lúcia. **Imagem: cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2008.
- SCALZO, Lúcia. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2009.
- SICUTERI, Robert. **Lilith: a lua negra**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- SILVA, Henrique. **Imagens na análise do não verbal nos meios de comunicação**. Jaboticatubas: SBF, 2004.
- SILVA, José Lourenço Pereira. A definição de imagem no Sofista de Platão. Cadernos de Atas da ANPOF, nº 1, 2001.
- SOIHET, Rachel. **História das mulheres**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
- SONTAG, Susan. Diante da dor dos outros. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2003.
- SONTAG, Susan. Sobre fotografia. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2004.
- SOUGEZ, M.L. **História de la fotografia**. Madri: Catedra, 2001.
- SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo - Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. São Paulo: Porto, 2002.
- SOUSA, Jorge Pedro. Uma história crítica do jornalismo ocidental. Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.
- TAVARES, F.M.B; SCHAWAAB, R. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHAWAAB Reges. A revista e seu jornalismo. Porto Alegre: Penso, 2013.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social da era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- TURAZZI, Maria Inês. **Poses e trejeitos: as fotografias e as exposições na era do espetáculo (1839-1889)**. Rio de Janeiro: Funarte/Rocco, 1995.
- VERON, Elizeo. **La producion de sentido**. Madri: Edições Paráfrases, 1974.
- VILAS BOAS, Sérgio. O estilo Magazine. São Paulo: Summus, 2010.
- WEIL, Pièrre; THOMPAKOW, Roland. **O corpo fala**. Petrópolis: Vozes, (1973).
- WHITE, Leslie. **O conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.
- WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.