



PIBIC/CNPq-UFPG 2015

Os indicadores culturais da mídia americana na construção da imagem do muçulmano no cinema

Fernando Henrique de Medeiros Araújo¹; Luciênio de Macêdo Teixeira²

RESUMO

O século XX foi a era da imagem. Nunca na história da humanidade a imagem teve tamanha relevância como prova autêntica do que aconteceu, como elemento chave de argumentação e incitação política, ou mesmo como um mecanismo de entretenimento capaz de mobilizar milhões de pessoas em direção a salas fechadas. Nesse trajeto a imagem acabou por se coadunar a diversos meios de comunicação, compondo ou regendo estatutos de mediação do imaginário dos indivíduos. O cinema instala-se como um dos aparatos desse estatuto de comunicação com as massas, absorvendo o espírito do seu tempo, as influências culturais suas e de outrem sem se furtar em empreender uma representação desse "outro" de acordo com sua própria ótica de nivelamento cultural. No presente trabalho buscamos refletir a figura do muçulmano a partir de sua intersecção tanto na mídia americana como no seu cinema, tomando, por exemplo revistas impressas e filmes do período pós 11 de setembro de 2001, tendo como base teorias da Comunicação, como a teoria da cultivação e a teoria-modelo do *framing*.

Palavras-chave: Cinema, muçulmano, mídia americana.

Cultural indicators of the American media in the Muslim image in the cinema building

ABSTRACT

The twentieth century was the era of the image. Never in human history the image had such relevance as authentic proof of what happened, as key argument and political lobbying, or even as an entertainment mechanism to mobilize millions of people toward the closed rooms. In this way the picture turned out to be in line to various media, composing or conducting imaginary mediation statutes of individuals. Cinema installs itself as one of the apparatuses of this communication status with the masses, absorbing the spirit of his time, the cultural influences their and others without stealing to undertake a representation of this "other" according to its own optical leveling cultural. In this paper we reflect the image of Muslim from its intersection both in the US media as in his movies, taking, for example print magazines and post period films September 11, 2001, based on theories of communication, as the theory the cultivation and the theory-model framing.

Keywords: Cinema, Muslim, American media.

¹ Discente do curso de bacharelado em Arte e Mídia da Unidade Acadêmica de Arte e Mídia da Universidade Federal de Campina Grande. CG- PB. Email: fhlinz@gmail.com.

² Professor doutor da Unidade Acadêmica de Arte e Mídia da Universidade Federal de Campina Grande. CG- PB. Email: lucienio.teixeira@ufcg.edu.br.