



O protagonismo da mídia na construção de estereótipos sobre árabes e muçulmanos e as repercussões psicossociais da retórica islamofóbica

The role of the media in the construction of stereotypes about Arabs and Muslims and the psychosocial repercussions of Islamophobic rhetoric

Sálua Omais*
Manoel Antônio dos Santos**

Resumo: Com mais de dois bilhões de seguidores, o islã tem se destacado como uma das religiões de crescimento mais rápido no cenário mundial. Entretanto, a disseminação repetida de imagens negativas e de informações estereotipadas e deturpadas afetam a dimensão psíquica e social da vida de muitos muçulmanos, e reforçam uma visão negativa sobre o islã, levando à propagação de conceitos e interpretações equivocadas. Com base no conceito de estigma social de Goffman, apresentamos um estudo teórico-reflexivo que discute o papel da mídia na disseminação de representações negativas relativas à religião islâmica, aos árabes e aos muçulmanos, destacando a sua influência na construção de estigmas e estereótipos e apontando as diversas consequências psicossociais resultantes desse processo, dentre elas a islamofobia. Sugermos algumas alternativas para reduzir e conter a estigmatização que se cristalizou sobre esses grupos ao longo dos anos. Ressaltamos a importância dos cuidados relativos à qualidade da informação e à produção do conhecimento sobre o islã e os muçulmanos, tanto pela mídia tradicional como por outros meios, sendo também essencial que o Ocidente mostre uma postura mais aberta, inclusiva e respeitosa em relação às diferentes crenças, povos, costumes e visões de mundo.

Palavras-chave: Islã. Estereótipos. Muçulmanos. Mídia. Islamismo. Islamofobia. Discurso de ódio.

Abstract: With over two billion followers, Islam is one of the fastest-growing religions globally. However, the media's repeated dissemination of negative imagery, stereotypes, and distorted information adversely impacts the psychological and social well-being of many Muslims, reinforcing harmful perceptions of Islam and perpetuating misconceptions. Drawing on Goffman's theory of social stigma, this theoretical-reflective study examines the media's role in propagating negative representations of Islam, Arabs, and Muslims. We analyze how media narratives contribute to the construction of stigmas and stereotypes, emphasizing their psychosocial consequences, including the rise of Islamophobia. To counter these dynamics, we propose strategies to mitigate the stigmatization entrenched against these groups over decades. Central to this effort is prioritizing accurate information and responsible knowledge production about Islam and Muslims across traditional and digital media platforms. Additionally, we argue that Western societies must adopt more open, inclusive, and respectful approaches toward diverse beliefs, cultures, and worldviews to foster intercultural understanding.

Keywords: EIslam. Stereotypes. Muslim. Media. Islamism. Islamophobia. Hate speech.

* Contato: saluaomais@hotmail.com – ORCID: 0000-0003-0009-7052. Doutora em Psicologia (USP, São Paulo-SP)

** Contato: masantos@ffclrp.usp.br – ORCID: 0000-0001-8214-7767. Doutor em Psicologia Clínica (USP, São Paulo-SP). Professor Titular do Departamento de Psicologia da USP (São Paulo-SP).

Introdução

O aspecto holístico da doutrina islâmica tem como ponto de partida a crença na unicidade divina, que não se restringe apenas à dimensão teológica, mas se estende a todas as esferas da vida, uma vez que representa um conjunto integrado cujo propósito é unificar o comportamento humano, direcionando-o para um objetivo principal: a adoração a Deus. Não existe separação entre assuntos religiosos e seculares, uma vez que ambos funcionam de forma coesa e recíproca.

Além de ser visto negativamente e associado de forma generalizada com o terrorismo ou o fundamentalismo, muitas das informações sobre a essência do islã, por diversas razões, chegam ao Ocidente de forma distorcida, incompleta ou mal interpretada (Marques, 2015; Said, 2011; Smaili, 2015). A posição hegemônica do mundo ocidental torna-se claramente visível quando se examina o julgamento relativo a outras crenças e culturas. A imposição de uma visão de mundo exclusivista por meio de crenças, valores e comportamentos ocidentais ou, ainda, a defesa de padrões de liberdade supostamente ideais universais a serem seguidos, tornou-se um solo fértil para a criação de estereótipos e preconceitos em relação àqueles que adotam um estilo de vida diferente. Apresentamos neste estudo um panorama sobre os conceitos, origens e a formação dos estereótipos, bem como seu impacto na vida dos muçulmanos. Enfatizamos ainda o papel da mídia como um dos principais agentes propagadores de informações, apontando algumas alternativas para coibir as distorções e representações que contribuem para todo esse processo.

Distorções e representações como fontes de estigmas e estereótipos

Nos dicionários gerais de língua portuguesa, como o Houaiss (2009), o verbete estereótipo é relacionado à expressão que veicula uma ideia preconcebida, que recorre a uma visão totalizante na qual se valoriza um aspecto particular para a definição do todo, como ocorre no exemplo: “Os muçulmanos são terroristas”. De acordo com o Dicionário Online de Português (2023), o termo estereótipo é definido como:

Padrão estabelecido pelo senso comum e baseado na ausência de conhecimento sobre o assunto em questão. Concepção baseada em ideias preconcebidas sobre algo ou alguém, sem o seu conhecimento real, geralmente de cunho preconceituoso ou repleta de afirmações gerais e inverdades. Algo desprovido de originalidade e repleto de clichês. Comportamento desprovido de originalidade que, faltando adequação à situação presente, se caracteriza pela repetição automática de um modelo anterior, anônimo ou impessoal.

Neste estudo, lançamos mão do conceito de estigma, proposto por Goffman (1988), para compreender as características e alguns dos efeitos dessas categorizações sociais sobre os muçulmanos. Estigmas são atributos depreciativos que acabam criando uma identidade social virtual que, além de distanciar o indivíduo de sua identidade social real, acaba reduzindo-o a apenas uma categoria. Como consequência, um único atributo negativo associado ao sujeito pode dificultar a sua inserção no meio social, bem como bloquear a possibilidade de que outros de seus atributos sejam percebidos pelas pessoas

(Goffman, 1988). Tem-se, assim, um traço marcante que se escolhe para classificar o indivíduo, enquanto as suas demais características são invisibilizadas.

Do ponto de vista cognitivo, os estereótipos são formas das quais o indivíduo se utiliza para processar informações complexas de maneira mais simplificada, mas que nem sempre refletem a realidade. A partir disso, o aparato cognitivo processa e seleciona os elementos mais significativos e distintos presentes nas informações abstraídas e, como informações negativas são geralmente mais marcantes (Omais, 2018), será por meio delas que estes significados provavelmente serão construídos, fixados e estabilizados na mente (Cabecinhas, 2004).

Marques (2008) afirma que a estigmatização do estilo de vida dos muçulmanos também acaba sendo reforçada por uma “identidade social virtual” disseminada pela mídia, que acaba por incrementar ainda mais a imagem negativa do islã, produzindo o distanciamento daqueles que desconhecem a religião em sua essência verdadeira. Goffman (1988) denomina esse fenômeno de identidade deteriorada. Por outro lado, a despeito de todo o contexto negativo realimentado de modo recorrente pelos meios de comunicação, isso não tem impedido o aumento do número de adeptos e de novas conversões à religião (Marques, 2008).

Os estereótipos difundidos sobre os muçulmanos se confundem com o islã, assim como com as culturas das quais eles fazem parte. A doutrina islâmica é a mesma para todos os adeptos, porém as interpretações mudam de acordo com as escolas de pensamento religiosas e também conforme interesses pessoais ou costumes locais. Fatores como o contexto sociocultural e a personalidade do indivíduo são apenas alguns dos elementos que fazem com que coexistam estilos de vida tão diferentes dentro do mundo islâmico. Sobre isso, Smaili (2015, p. 146) reforça que:

Como se não bastasse todas as distorções em relação aos árabes, o Ocidente tratou de criar grande desinformação a respeito do islã, que é a religião professada pela ampla maioria da população dos países do norte da África, do Oriente Médio e boa parte da Ásia (não árabe). [...] Além disso, existe uma dificuldade das sociedades do Ocidente em separar tradições e cultura de religião, ou mesmo de política.

O comportamento humano é regido por uma complexa rede de influências, tanto internas como externas ao sujeito, e a religião é apenas uma delas. Muitas vezes, é justamente a falta de compreensão sobre essa linha tênue que separa a essência da doutrina religiosa das nuances do comportamento humano o que contribui para a reprodução das divergências na interpretação de certos conteúdos. À medida que os erros e desvios cometidos por um ou alguns indivíduos são atribuídos à religião que ele(s) professa(m), ou à toda a comunidade da qual ele(s) faz(em) parte, maior será a probabilidade da disseminação de estereótipos e distorções sobre o assunto. No islã, em razão da própria natureza da doutrina, que abrange desde hábitos de saúde e higiene até regras de etiqueta e comportamento social, a influência dos preceitos religiosos é considerável. No entanto, dependendo do contexto sociocultural e da personalidade do indivíduo, muitos comportamentos podem se distanciar ou até se chocar com a essência doutrinária. Entretanto, ainda são poucos os não alinhados à religião islâmica que conseguem fazer essa separação (Pinto, 2014; Ramadan, 2010).

Islamofobia: um produto dos estereótipos construídos acerca do islã

A islamofobia tem sido um dos termos mais utilizados nos dias atuais para representar situações vivenciadas pelos muçulmanos como a intolerância religiosa, o racismo, preconceito, discriminação ou quaisquer outros tipos de violências praticadas contra o islã ou seus seguidores. Allen (2013) destaca que os estereótipos são um tema muito presente nos textos sobre islamofobia, destacando a importância de se compreender o que realmente caracteriza e define essa problemática para, assim, facilitar a percepção e identificação de todas as suas dimensões. Para o autor, os estereótipos criam limites e dificultam ideias que se oponham a certos assuntos, construindo, desta forma, significados absolutos, normativos e simplificados, que podem ou não ser desprovidos de precisão. Por isso, esses tipos de categorizações muitas vezes produzem falhas na conceitualização e compreensão de certos assuntos, ocultando suas particularidades e complexidades. O autor explora de forma bastante abrangente o conceito de islamofobia ao dizer que:

A islamofobia deve agora ser conceituada em termos de como os muçulmanos e o islã são pensados, falados e escritos; percebidos, concebidos e subsequentemente referenciados; incluídos e também, em última instância, excluídos. Seja contextualizada socialmente, politicamente ou economicamente, a islamofobia é aquilo que informa e dá significado contemporaneamente sobre os muçulmanos e o islã, seja por meio de operação, disseminação, recepção ou perpetuação (Allen, 2013, p. 195-196, tradução nossa).

Observa-se que essa definição engloba a formação dos estereótipos desde o pensamento até a sua externalização nas mais diversas formas. Percebe-se que o autor não foca somente nos “produtos” da islamofobia, tendo em vista que eles são apenas o resultado de um processo, mas sim em tudo aquilo que anteceda e que contribua para a construção desses produtos. Um outro ponto de extrema relevância são as diversas dimensões e expressões da islamofobia, que, ao contrário do que muitos imaginam, não se restringe à violência explícita, mas, sim, a atitudes implícitas:

A islamofobia, portanto, nem sempre se manifesta necessariamente em atos de violência e retaliação de alto nível – na verdade, raramente isso é realidade – mas, mais ainda no pensamento e no significado que são inerentes às relações de poder menos explícitas e cotidianas que encontramos contemporaneamente: na sala de aula, no escritório, na indústria e assim por diante, e como antes, na mídia, mas não restrita apenas a isto (Allen, 2013, p. 196, tradução nossa).

Allen (2013) reforça que um dos maiores alvos de agressão, violências, abusos e discriminação na Europa são as mulheres muçulmanas, em função do caráter explícito de suas identidades religiosas expressas através da vestimenta islâmica feminina, o *hijab*. Isso nada mais é do que um dos resultados de um estereótipo que instiga pessoas a agirem de alguma forma para “libertar” essas mulheres de uma “suposta” opressão. A repetição de representações negativas da mídia molda a opinião pública, e a relação entre os conteúdos midiáticos e os estereótipos é tão coesa que, para muitos, é praticamente impossível separar a imagem de um muçulmano dessas concepções já formadas e consolidadas. Consequentemente, mesmo que não houvesse mais nenhuma representação negativa sobre os muçulmanos na mídia a partir deste momento, ainda assim seriam

necessários muitos anos para desconstruir tantos estereótipos e um esforço significativo para extinguir tais representações e incluir outras mais positivas.

Os estereótipos criaram ao longo do tempo crenças e presunções de que o islã é uma religião inherentemente violenta e propensa ao terrorismo. Beydoun (2018) explica que a islamofobia está diretamente enraizada no conjunto de estereótipos e distorções construídos pelo orientalismo, um sistema que se materializou na forma de discursos, literatura, disciplinas acadêmicas, políticas e outros saberes que, além de deturpar a imagem do islã, apresentavam-no como uma antítese do Ocidente. O orientalismo foi decisivo para o processo colonial da Europa e contribuiu para a ideia de que árabes e muçulmanos são um grupo único e homogêneo, uma espécie de racialização fluida que se constrói sobre certos grupos por meio de um processo dinâmico e social:

[...] o orientalismo (re)transformou o “muçulmano” em uma raça. Essa conversão da identidade muçulmana de uma religião em uma raça mudou uma população diversificada representada em todos os cantos do globo para a forma estreita do árabe (Beydoun, 2018, p. 53, tradução nossa).

Beydoun (2018) também alerta para o fato de que a associação da islamofobia somente a atores privados, sem considerar os fatores macro envolvidos nessa problemática, pode tornar a discussão do assunto um tanto superficial. Por isso, ele ressalta a existência de três níveis ou dimensões dessa prática: a islamofobia privada, efetivada por indivíduos isoladamente, a islamofobia estrutural, oriunda de políticas públicas, e a islamofobia dialética, baseada no diálogo entre o Estado e seus cidadãos. Apesar das três categorias, o autor dá uma ênfase especial à islamofobia estrutural, considerando-a a mais perigosa em função da sua ampla abrangência social e política. Nessa modalidade os agentes são os governos, bem como seus governantes, as políticas públicas e as leis construídas sob a alegação de proteger o Estado e seus cidadãos de possíveis ameaças de grupos islâmicos ligados ao terrorismo. Tais ações políticas exacerbam e solidificam a imagem de perigo a respeito do islã e dos muçulmanos, fomentando, assim, mais comportamentos islamofóbicos.

O islã na mídia

A mídia é considerada um potente instrumento de poder. No Reino Unido, por exemplo, diversos tabloides foram apontados como responsáveis pela terminologia ofensiva, discriminatória e provocativa criada para se referir aos muçulmanos. Um relatório elaborado na Grã-Bretanha sobre as representações associadas ao islã e os muçulmanos confirma o papel proeminente que a mídia exerce como veículo de disseminação de informações. Um relatório realizado na Inglaterra pela Insted (2007) reuniu dados quantitativos de diversas pesquisas sobre o assunto. Dentre os diversos dados citados, o relatório revelou que, no período de apenas uma semana, foram identificados na Inglaterra um total de 352 artigos em jornais impressos que abordavam temas ligados ao islã ou aos muçulmanos. Desses artigos, 91% das notícias eram de teor negativo, 5% eram neutras e apenas 4% tinham um apelo mais positivo. Tal estatística se torna ainda mais alarmante quando o relatório menciona que 74% dos britânicos não sabem nada

ou quase nada sobre o islã, e que 64% dos indivíduos pesquisados têm a mídia como única fonte de informação sobre o islã (Insted, 2007). Um outro estudo realizado na mídia impressa de países como a Espanha e a Itália também confirmou o teor islamofóbico presente em jornais impressos, destacando que, além das representações serem negativas, há uma nítida parcialidade da mídia, pois ela raramente dá oportunidade para que os muçulmanos se manifestem ou se expressem sobre esses assuntos (Cervi, Tejedor, Gracia, 2021).

A maior parte dos conteúdos midiáticos revelam os muçulmanos como elementos perigosos para a sociedade ou, então, “diferentes” do Ocidente, representando-os como “os outros”, aqueles que são incompatíveis com os valores ocidentais e que só poderiam fazer parte da civilização ocidental se abandonassem seus hábitos “bárbaros”. A construção e representação da imagem do islã e dos muçulmanos como retrógrada, opressiva e primitiva é constantemente contrastada com a imagem de liberdade e modernidade do Ocidente. As narrativas reforçam esse antagonismo a partir de estereótipos culturais ou de simples especulações. São narrativas que, ao longo do tempo, acabaram consolidando uma associação dos muçulmanos ao terrorismo (Allen, 2013, Beydoun, 2018). Tais efeitos em países europeus ou norte-americanos acabam tendo reflexos em outros países, como no Brasil. A utilização de imagens e informações obtidas por meio de noticiários internacionais servem frequentemente de fonte para as redes de jornalismo nacionais. Sendo assim, não basta discorrer sobre a mídia brasileira sem antes compreender os mecanismos de funcionamento da mídia internacional e a forte influência que os grandes canais de comunicação estrangeiros exercem sobre o que se divulga no cenário nacional, uma vez que a mídia no Brasil acaba muitas vezes replicando certas narrativas hegemônicas, alinhadas aos interesses das potências mundiais.

Deduz-se o provável efeito da manipulação que vai muito além da simples divulgação de notícias tendenciosas sobre algum fato ou acontecimento envolvendo árabes e muçulmanos. Por trás da disseminação constante de uma imagem midiática na qual os muçulmanos são posicionados como “vilões” ou pessoas não tão evoluídas, há também a ideia de uma religião com princípios retrógrados e opressivos, que supostamente não se coadunam com o padrão de liberdade pregado no Ocidente e nas religiões judaico-cristãs (Said, 2011; Smaili, 2015). Percebe-se que tais deturpações também atingem diretamente o povo árabe, uma raça que existe há mais de 3.500 anos e que teve um papel de destaque na história e no legado deixado por várias civilizações até os dias de hoje. No entanto, não é essa a imagem que se construiu sobre os árabes nas últimas décadas. Segundo Smaili (2015, p. 146), “o século XX foi permeado por situações que anunciam a discriminação da cultura árabe e do Oriente, tornada natural em um modo hegemônico de conceber a vida em sociedade”.

Desse modo, apesar de nem todo muçulmano ser árabe e de nem todo árabe ser muçulmano, percebe-se que essa associação com a religião islâmica se consolidou a tal ponto de muitos desconhecerem que a maior parte dos muçulmanos são originários de outras etnias. Uma análise mais apurada desse fenômeno revela a forma reiterada com que tal população foi e continua sendo retratada:

Durante decênios, desenrolou-se uma guerra cultural contra os árabes e o islamismo nos Estados Unidos: caricaturas racistas assustadoras de árabes e muçulmanos dão a

entender que são todos terroristas ou xequês, e que a região é uma grande favela árida, só prestando para a guerra ou o lucro (Said, 2011, p. 328).

É importante salientar ainda que diversos interesses podem estar ocultos por trás dessas narrativas, sobretudo aqueles de ordem geopolítica ou econômica. A doutrina islâmica prescreve algumas proibições que, se fossem aplicadas de forma universal, afetariam fortemente alguns dos setores mais poderosos da indústria mundial, como a interdição aos jogos de azar, à prática da usura e à comercialização de bebidas alcoólicas. A dinâmica econômica no islã se opõe à perspectiva capitalista focada no utilitarismo, uma vez que seu foco não se restringe somente ao consumo material, mas visa à obtenção de um equilíbrio entre os desejos do indivíduo e os limites estabelecidos pelas prescrições religiosas (Kahf, 1980). Isso pode representar uma ameaça para o Ocidente, sobretudo em um mundo capitalista que visa a maximização dos lucros a todo custo, mesmo que isso resulte em prejuízos à sociedade. Esse cenário, somado também aos interesses geopolíticos, de certa forma evoca algumas das raízes que podem estar ligadas à forte propaganda que o Ocidente construiu contra o islã nas últimas décadas.

Para Portilla (2018), as deturpações disseminadas pela mídia fazem parte de um amplo sistema de discriminação, tendo em vista que elas prejudicam a autoestima de indivíduos e grupos aos quais elas se referem, além de incentivar a segregação cultural. Montenegro (2002) também afirma que, além de contribuírem para a criação de estereótipos, não se sabe até que ponto as representações sociais transmitidas de forma enviesada pela mídia afetam esses grupos. Para se recuperar dos efeitos dessa exposição, os muçulmanos se veem diante da necessidade de adotar estratégias defensivas diversas, desde simplesmente assumir uma posição submissa e resignada até a franca rejeição às construções midiáticas, com seus significados construídos por meio de um viés ocidental e a partir de uma perspectiva social determinada. De acordo com a autora, “nos textos jornalísticos, o islã aparece como algo estranho para a cultura nacional, como fé difícil de ser seguida no Brasil”, atribuindo-se um caráter de “extrema rigidez” à doutrina religiosa (Montenegro, 2002, p. 83).

O impacto da mídia sobre os muçulmanos é significativo. Estereótipos construídos em torno do islã e dos muçulmanos, sob um olhar macrossocial, não são facilmente reversíveis em função do longo período de tempo em que isto vem sendo reforçado, de modo repetitivo e direcionado. Apesar de estarem presentes em algumas narrativas e nem sempre representarem discursos de ódio, tais estereótipos podem ser até mais perigosos em razão da normalização dessas representações que, à medida que são repetidas ao longo do tempo, acabam se tornando “verdades” absolutas. Para compreender melhor o impacto da mídia nesse processo de estereotipização não basta somente avaliar as palavras ou imagens utilizadas, mas os diversos recursos e elementos linguísticos que são utilizados de forma conjunta ativando gatilhos emocionais por meio de matérias com um tom dramático, alarmista, sensacionalista e até, algumas vezes, abusivo. Na verdade, é esse o padrão de notícia buscado por alguns setores da imprensa, pois são exatamente essas características que a tornam ainda mais relevante ao público. Por essas e outras razões que Allen (2014) confirma a responsabilidade da mídia como formadora de opinião na sociedade, uma vez que suas matérias não são focadas somente nos fatos em si. Segundo ele:

É incorreto supor que os jornais são simplesmente refletores passivos da sociedade. O discurso da mídia influencia a opinião pública e a imprensa pode agravar ou moderar as percepções de medo. As “opiniões fechadas” frequentemente apresentadas podem dar suporte ao racismo, seja essa a intenção ou não (Allen, 2014, p. 95, tradução nossa).

O autor também lembra que, apesar da liberdade de expressão ser um direito, este direito não seria absoluto. Por isso, ele destaca que uma das soluções para guiar esse processo seria por meio da educação, ou seja, realização de seminários ou outros eventos sobre temas relacionados ao islã ou à islamofobia, voltados especificamente para jornalistas (Allen, 2014).

O Estado também é um fator diretamente relacionado à islamofobia, e, no campo político, ela pode ser praticada por diferentes atores políticos, desde partidos conservadores ou de direita até os partidos liberais ou de esquerda. Beydoun (2018) reforça que a islamofobia não se restringe à esfera privada, mas inclui um forte papel do Estado nesse processo, uma vez que ele fomenta e direciona o comportamento dos seus cidadãos por meio de suas ações e discursos.

O islã nos filmes: considerações sobre a mídia cinematográfica

O poder de disseminação de conteúdos negativos sobre árabes e muçulmanos não se restringe somente ao campo jornalístico. Diversos estereótipos se consolidaram através dos filmes. Um estudo realizado por Shaheen (2003) com o objetivo de identificar e analisar o quanto a imagem desses grupos era manipulada mostra um resultado impressionante. A pesquisa analisou mais de 1000 filmes produzidos em Hollywood, ao longo de um século, com personagens árabes e muçulmanos, chegando-se ao inacreditável número de 936 filmes com teor negativo. Pergunta-se: o que há por trás desse número expressivo de produções que frequentemente coloca árabes e muçulmanos do lado do “mal”? Seria esse quantitativo exorbitante de produções anti-árabes e anti-islã uma simples coincidência? Ou estaria a indústria cinematográfica sendo mais um instrumento de manipulação que oculta em seus bastidores motivações de cunho pessoal, político ou religioso cujo objetivo é fomentar estereótipos negativos sobre essa população?

Parece haver um “padrão” bastante normalizado por trás desse número massivo. Se mais de 90% dos filmes apresentam de forma repetida o mesmo cenário de terror e medo a respeito de um grupo racial ou religioso específico, existe, então, uma construção representacional explicitamente racista e preconceituosa que visa induzir o público a também internalizar essa ideia. Por trás desse número assustador encontram-se ainda várias questões implícitas. Em primeiro lugar, constata-se a existência de uma manipulação ideológica através de um instrumento de disseminação em massa que se oculta por trás das telas da ficção, contribuindo para a longevidade de certos estereótipos. Segundo Shaheen (2003), ao longo de aproximadamente 100 anos, árabes e muçulmanos foram retratados nas produções cinematográficas por contextos de brutalidade, violência, intolerância, terrorismo, opressão, ignorância, fanatismo e situações diversas que denotam medo, ódio e perigo. A indústria do entretenimento também faz disso

uma exploração econômica milionária que gera altos lucros, ou seja, um enriquecimento às custas da deturpação de um povo.

Além da imagem caricaturizada, muitas dramatizações também falsificam realidades geopolíticas:

Nunca os filmes apresentam os palestinos como vítimas inocentes e os israelenses como opressores brutais. Nenhum filme mostra soldados e colonos israelenses desenraizando pomares de oliveiras, atirando em civis palestinos em cidades palestinas. Nenhum filme mostra famílias palestinas lutando para sobreviver sob ocupação, vivendo em campos de refugiados, lutando para ter seu próprio país e passaportes declarando “Palestina” (Shaheen, 2003, p. 186-187, tradução nossa).

A indústria cinematográfica, com seu amplo alcance em mais de 100 países do mundo, contribuiu significativamente para a criação de um cenário repleto de preconceitos sobre essa população, que certamente deixarão resquícios ao longo de várias gerações. Como bem diz Shaheen (2003, p. 171, tradução nossa), ao citar um provérbio árabe – *“Al tikrar biallem il hmar”* – que significa “pela repetição até o burro aprende”, frase que resume de forma simples e irônica o poderoso impacto da repetição no processo educativo e a uma perigosa realidade que está presente significativamente no mundo da mídia. A repetição é a base do aprendizado humano, contribuindo para a consolidação das crenças e para a automação dos pensamentos até transformá-los em verdades absolutas, a partir das quais surgem os estereótipos. Esse percurso marcado por deturpações persistentes tem uma participação expressiva da indústria do cinema, uma vez que Hollywood utiliza “a repetição como uma ferramenta de ensino, ensinando o público do cinema ao repetir continuamente, filme após filme, imagens insidiosas do povo árabe” (Shaheen, 2003, p. 172, tradução nossa).

De acordo com Shaheen (2003) apenas 5% dos papéis ligados a esses grupos retratam personagens humanos normais. Logo, se mais de 90% das produções cinematográficas norte-americanas são islamofóbicas ou arabo-fóbicas, onde estão os filmes sobre os árabes e muçulmanos comuns? E se essa mesma quantidade de produções, por exemplo, fizesse apologia ao nazismo, cujas marcas são o racismo e o antisemitismo, seria isto aceito pela sociedade? Por uma questão de lógica e equidade, se qualquer símbolo ou ideia que remeta a qualquer prática discriminatória é imediatamente censurada e condenada, por que os conteúdos islamofóbicos das telas de cinema, que também carregam um teor racista e xenofóbico, não o são?

O islã na educação

Muitos estereótipos podem ser formados já na infância, e por isto, falar sobre o assunto sem incluir a responsabilidade da educação tanto na construção como na desconstrução desses conhecimentos deixaria uma lacuna considerável nessa discussão. Para Salgado Neto (2010), a construção de estereótipos resultante de representações deturpadas sobre os muçulmanos não se faz presente somente na mídia, mas também em ambientes educacionais, tornando a situação ainda mais preocupante, uma vez que a escola é um disseminador de saberes transmitidos como

verdades que, teoricamente, possuem um embasamento acadêmico que supostamente deveria ser fidedigno.

Parece haver “uma percepção no Brasil que vê a população muçulmana como adversária” (Salgado Neto, 2010, p. 66). Isso provavelmente tenha relação com as lentes a partir das quais esses livros são construídos. Livros didáticos em geral, segundo o autor, descrevem o islã por uma ótica eurocêntrica, mais especificamente francocêntrica. Isso muda completamente o conteúdo, pois, numa perspectiva francocêntrica, a França representa o padrão da Idade Média e os muçulmanos um obstáculo para a expansão europeia. Descrever o islã sobre o olhar de um país como a França, que há séculos abomina as práticas e hábitos islâmicos, certamente perpetuará a disseminação de representações negativas sobre a religião.

Efeitos e consequências da islamofobia

Os estereótipos são a base sobre a qual se constrói o preconceito, a discriminação, e, no caso dos muçulmanos, a islamofobia. Dentre as consequências resultantes da cobertura negativa da mídia apontadas por Allen (2012) estão a maior probabilidade de insegurança, ansiedade e suspeita sobre a comunidade muçulmana e maior dificuldade de coesão entre muçulmanos e não muçulmanos. Com relação aos efeitos psicológicos sobre os muçulmanos, o relatório aponta a presença de sentimentos de vulnerabilidade, insegurança e alienação. Tais consequências, segundo o relatório, acabam enfraquecendo as estratégias do governo que visam reduzir ou prevenir o extremismo. Na verdade, essa não é mais do que a lei da ação e reação, quando atos de violência acontecem em resposta a um contexto social de discriminação e exclusão.

A islamofobia é representada por um conjunto multifacetado composto por comportamentos, discursos e estruturas que expressam sentimentos de medo, hostilidade, rejeição ou ansiedade com relação aos muçulmanos. São condutas que, quando praticadas contra muçulmanos, podem fazer estes indivíduos se sentirem desmoralizados, deprimidos, desesperançosos com relação ao futuro, podendo também provocar sentimentos mais aversivos como insatisfação, raiva, sensação de injustiça (Richardson, s. d.). Tais sentimentos negativos podem, inclusive, servir de estímulo para a adesão de jovens muçulmanos a grupos extremistas (Sian, Law, Sayyid, 2012). Sentir-se inferior ou diferente dos outros também são características presentes. Um outro ponto marcante da islamofobia é que os membros da comunidade acabam sendo injustamente responsabilizados por condutas inadequadas de alguns sujeitos, em razão da generalização que unifica e reduz a identidade de todos os muçulmanos a uma mesma categoria de pessoas que supostamente pensam e se comportam de forma homogênea e padronizada.

Um efeito psicológico relevante que nem sempre recebe destaque são as consequências dos estereótipos quando estes são internalizados pelos próprios muçulmanos, como parte de sua própria identidade construída por representações que na verdade não correspondem à real identidade do indivíduo. O contato repetitivo com as notícias disseminadas pela mídia, as injúrias e violências verbais, atos discriminatórios, *bullying* e outras condutas hostis acabam gerando, dentre outros sentimentos, a vergonha.

Sentimentos de culpa e vergonha estão diretamente ligados ao preconceito. Esse é um ponto de grande relevância, pois, ao contrário do que muitos pensam, os próprios muçulmanos se envergonham dos atos terroristas e de outros comportamentos inadequados, mesmo que não possuam nenhuma participação nisto. A atribuição repetitiva pela mídia de atos isolados de alguns indivíduos à religião islâmica acaba afetando indiretamente a imagem de toda a comunidade e acaba contribuindo para o colapso da identidade dos muçulmanos (Sadek, 2017).

Representações negativas associadas a guerras, atentados ou violência geram uma sensação de impotência e sentimentos de vergonha que, além de dolorosos, são tóxicos. Várias reações podem ser geradas a partir disso, como a culpabilização entre muçulmanos de diferentes nacionalidades e fragmentações, desesperança, desespero, sentimentos de inferioridade ou até atos de violência. Outra consequência da vergonha e da internalização dos estereótipos pelos muçulmanos é o medo de ou o constrangimento em discorrer sobre conteúdos islâmicos, ou falar sobre seus hábitos, crenças e visões de mundo, ou ainda de realizar práticas religiosas em público, incluindo o uso de vestimentas islâmicas, e serem censurados por isso. Muitos ainda ocultam ou deixam de seguir prescrições religiosas que são incompreendidas no meio social ou vistas como rígidas ou retrógradas quando comparadas ao padrão ocidental, o qual, socialmente, ainda é tido como o jeito “normal” ou “ideal” de vida. Esse cenário reforça o isolamento desses indivíduos dentro de seus grupos étnicos e religiosos, em que eles se sentem seguros reduzindo, assim, a sua inserção em outros círculos sociais (Sadek, 2017).

Allen (2013) afirma que, no Ocidente, os muçulmanos são vistos como o “outro” ou o “diferente”, utilizando-se para isto um padrão de comparação hegemônico considerado bom o suficiente para servir de guia para as demais culturas. Assim, comportamentos islâmicos como a cobertura do corpo feminino em qualquer contexto público, a proibição do consumo de quaisquer tipos de bebidas alcoólicas e de certos alimentos, a proibição de relações afetivas e sexuais fora do casamento, a atribuição de papéis femininos e masculinos claros, as regras econômicas e a abstenção não só de práticas ilícitas propriamente ditas, mas de quaisquer atos que indiretamente as promovam são apenas alguns dos exemplos de situações que nem sempre são bem vistas em países ocidentais. Essas práticas se tornam ainda mais constrangedoras para os muçulmanos quando somadas às representações já solidificadas sobre o islã e os muçulmanos no Ocidente. Isso faz com que muitos adeptos acabem abdicando ou realizando suas práticas apenas no âmbito privado para não se sentir julgados ou censurados.

Ao invés de se buscar compreender os reais motivos por trás dos comportamentos e prescrições islâmicas e, com isto, ampliar o conhecimento para perspectivas que nem sempre são abrangidas pela visão ocidental, tal oportunidade acaba sendo rompida imediatamente em virtude de concepções já pré-concebidas. Partindo desse raciocínio é preciso, então, refletir se a rigidez, tão frequentemente atribuída ao islã, está realmente no estilo de vida dos muçulmanos ou na visão engessada daqueles que não conseguem ampliar suas perspectivas de mundo e querem insistentemente adequá-los, ou encaixá-los dentro de um padrão cultural único. Estaria o problema realmente na “rigidez” dos muçulmanos ou no excesso de liberdade, de forma irrestrita, difundida no Ocidente como padrão ideal de vida?

Alternativas para a redução dos estereótipos sobre os muçulmanos

Dentre as alternativas para prevenir a continuidade desse cenário preocupante, Portilla (2018) destaca o monitoramento interno e externo de notícias e imagens veiculadas, canais de abertura dos jornais para pedidos de correção das matérias, campanhas contra discursos de ódio propagados tanto pela mídia quanto pelo público em geral, iniciativas como premiações e incentivos para os agentes que lutam contra a islamofobia, bem como festivais, comédias ou artes em geral que representem, em forma de imagens ou dramatizações, os efeitos deletérios que essa realidade exerce sobre os muçulmanos, buscando-se, com isto, promover maior conscientização sobre essa problemática (Portilla, 2018).

A diversificação de imagens sobre o islã ou os muçulmanos através de conteúdos que mostrem outras realidades desta população também são uma alternativa importante para enfraquecer alguns desses estereótipos ao longo do tempo (Allen, 2014). O jornalismo responsável, que evite manchetes sensacionalistas sobre esses grupos, o cuidado com o teor, a veracidade e as fontes de informação, bem como a conscientização da população para a identificação e as devidas denúncias de discursos de ódio e falsas notícias, são algumas das estratégias sugeridas na literatura (Civila, Romero-Rodríguez, Civila, 2020).

A regulação ou monitoramento de notícias tem sido adotado por alguns países. Diante do frequente clima de hostilidade contra o islã e os muçulmanos, recentemente foi criado, por exemplo, na Inglaterra, um centro de monitoramento de mídia. Dirigido por Miqdaad Versi, o projeto tem o objetivo de destacar e identificar publicações distorcidas ou imprecisas sobre o islã presentes nos meios de comunicação, buscando apontar as devidas correções para os jornais responsáveis, bem como promover boas práticas, estimulando a comunidade a interagir mais ativamente com a mídia. O projeto visa também empoderar a comunidade muçulmana para que se compartilhe histórias de vida, esforços e trabalhos importantes realizados por seus membros no dia a dia, no intuito de transformar, gradualmente, a tradicional narrativa da mídia sobre os muçulmanos, abrindo-se para uma perspectiva mais positiva e transformadora (Promoting fair and responsible reporting of Muslims and Islam, 2018).

Com relação à mídia cinematográfica, Shaheen (2003) sugere que sejam feitas reuniões entre os profissionais envolvidos nas produções e membros da comunidade islâmica no intuito de se conscientizar a respeito dos impactos negativos que algumas representações têm nos contextos familiares, sociais e políticos.

O movimento ativo da comunidade também é de grande importância. A busca de um contradiscurso dos muçulmanos com relação à mídia por meio de entrevistas, textos, vídeos e orientações cujo intuito era desvelar tais distorções disseminadas pela imprensa já foi e continua, até os dias atuais, sendo incansavelmente realizada pela comunidade muçulmana. Sociedades islâmicas no Brasil, assim como os próprios muçulmanos individualmente, já se manifestaram inúmeras vezes, mantendo-se à disposição para responder ou esclarecer quaisquer dúvidas sobre o islã ou corrigir certos conteúdos. No entanto, uma das reclamações recorrentes da comunidade é a de que, mesmo concedendo entrevistas aos jornalistas que os procuram, as matérias acabam distorcendo suas palavras com edições que tornam os conteúdos totalmente descontextualizados ou

deturpados, demonstrando, assim, uma postura não somente desrespeitosa aos sujeitos entrevistados, como também antiética e tecnicamente irresponsável. Tal realidade causa constrangimento à comunidade que, além de pouca ou quase nenhuma voz para desconstruir esses estereótipos criados pela mídia, acaba reforçando esse cenário involuntariamente à medida que conteúdos da sua própria fala são utilizados de forma adulterada ou incompleta (Montenegro, 2002).

No campo educacional, sugere-se um maior contato tanto de alunos como professores diretamente com representantes ou adeptos do islã, buscando-se, assim, conhecimentos direto da fonte. Sobre isso, Salgado Neto (2010) revela que os profissionais da área de educação deveriam se aproximar do objeto do saber na sua forma mais pura e original e, assim, apreender o valor do objeto como em si, na sua própria realidade. Dessa maneira, “os educadores afastam-se dos mecanismos de julgamento, em que se toma uma identidade como padrão e julga-se o diferente como anormal, classificado de forma inferior em uma hierarquia de valores” (Salgado Neto, 2010, p. 68). Ou seja, essa é uma desconstrução que profissionais da educação precisam fazer neles próprios antes de transferir o conhecimento aos seus alunos.

É importante também estabelecer equidade e ajustes no âmbito das legislações. Discussões sobre os limites do direito à liberdade de expressão têm sido objeto de debate frequente na área jurídica. Determinadas situações exigem o amparo de legislações para coibir a divulgação de informações falsas ou até mesmo o discurso de ódio que muitos muçulmanos hoje enfrentam, tanto no mundo real como no ambiente virtual. Sobre essa questão, autores como Machado (2007) e Sarmento (2009) argumentam que o discurso de ódio, além de gerar medo, angústia, vergonha e dor psíquica, também é uma forma de desprezo ou de anulação do outro, abalando a confiança e autoestima, levando o ofendido muitas vezes a silenciar-se em razão do constrangimento em manifestar livremente suas ideias.

Castro e Nascimento (2019) reforçam ainda que as manifestações de pensamento e a liberdade de expressão se tornam um problema a partir do momento que elas começam a estigmatizar as ideias, convicções, crenças e os próprios indivíduos que as professam, uma vez que a crença religiosa acaba sendo parte da identidade étnico-cultural de indivíduos e grupos. Muito mais do que a simples conscientização da população, existe ainda a responsabilidade do Estado de desestimular todo tipo de comportamento que incite a violência ou intolerância religiosa. Tais condutas atingem a dignidade da pessoa humana, cuja dimensão é bem abrangente, uma vez que engloba as esferas física, psíquica e social (Reale Júnior, 2010).

Um Ocidente anti-islã ou um islã anti-Ocidente?

É importante lembrar que, historicamente, muitas violências também foram e continuam sendo perpetradas pelo Ocidente até os dias de hoje. Armstrong (2002) sustenta que nenhuma ideologia ou entidade política foi desafiada de forma tão contínua e persistente como se fez com o islã. A questão, segundo ela, é que “nunca seremos capazes de ver da mesma maneira a nossa religião e as religiões de outras culturas”

(Armstrong, 2002, p. 17). A despeito dos ataques sistemáticos, a autora afirma que não existe nenhuma característica na religião islâmica que seja essencialmente antiocidental, e entende que o próprio Ocidente deveria se esforçar em compreender melhor os muçulmanos, valorizando e respeitando não somente suas convicções religiosas, mas também suas angústias, aspirações, expectativas, comportamentos e necessidades. Por outro lado, é preciso reconhecer que a histórica distorção que envolve o islã e a persistente desinformação que ronda o modo de vida dos muçulmanos devem-se não apenas à falta de conhecimento mais apurado e de fontes confiáveis, como também são resultantes das condutas de alguns grupos fundamentalistas que, ao alegar estarem seguindo os passos do profeta Muhammad, distorcem completamente o exemplo que ele cultivou ao longo de sua vida (Armstrong, 2002).

Lippmann (1922, p. 90) resume muito bem a ideia de estereótipos quando afirma que “somos informados sobre o mundo antes de vê-lo. Imaginamos a maioria das coisas antes de experimentá-las”. Ou seja, as pessoas interiorizam certos rótulos antes mesmo de ter um contato mais próximo e íntimo, e muitas vezes se recusam a acreditar em outras versões que contrariem aquela primeira informação recebida. Se a informação sobre coisas e pessoas chega até nós antes que possamos experimentá-las, só há duas alternativas para lidar com os estereótipos. Uma delas é tentar vivenciar a experiência aproximando-se do sujeito ou do objeto “estereotipado” a fim de conhecer sua realidade mais de perto e, assim, questionar as informações que recebemos e constatar se são verdadeiras. O outro caminho é criar um maior controle de qualidade sobre os conteúdos que são disseminados, sobretudo por aqueles que detêm o poder da informação, os quais não se restringem somente ao mundo da mídia.

Assim, além dos telejornais, jornais impressos, revistas, redes sociais, internet e meios de comunicação em geral, o poder da informação também se encontra em produções artísticas como filmes, séries, telenovelas, teatros, artes, ilustrações, em ambientes de ensino e em diversos recursos educacionais como livros, vídeos, documentários, artigos e pesquisas acadêmicas. Imagens distorcidas sobre o islã podem facilmente ser identificadas em qualquer desses canais e, por isto, a amplitude de fontes disseminadoras, somada à repetição exaustiva ao longo do tempo, contribuíram e continuam contribuindo para a solidificação e perpetuação dos estereótipos.

Considerações finais

Conciliar crenças e comportamentos religiosos e lidar com a pressão de uma sociedade que não está preparada para conviver com o “diferente” é um desafio não apenas para os muçulmanos, mas para qualquer indivíduo que faça parte de uma minoria étnica ou religiosa. Imagens, notícias e outros conteúdos aversivos ao islã exercem um impacto negativo direto sobre os muçulmanos, uma vez que as distorções e estereótipos geram sofrimento social e psíquico que afeta a autoestima, a autoconfiança, a socialização e o bem-estar de modo geral.

Somando-se a distância geográfica dos países de maioria muçulmana em relação aos países ocidentais às ideias e estereótipos atrelados a imagens de violência, tem-se um

caldo de cultura propício para despertar sentimentos de raiva e medo, que facilmente se transformam em preconceitos, atitudes de aversão e repulsa, ataques xenofóbicos ou, no mínimo, uma atitude de desvalor, desconfiança, desmerecimento e desinteresse em conhecer ou aproximar-se do islã.

A normalização de determinadas práticas ou verbalizações relativas aos muçulmanos, sobretudo as que se valem do pretexto da “brincadeira inofensiva”, acaba popularizando ainda mais os estereótipos e perpetuando a tolerância social a tais comportamentos. A falta de percepção sobre as agressões praticadas em segmentos religiosos, culturais ou sociais, seja numa dimensão micro ou macro, na esfera física ou psicológica, de forma ativa ou omissiva e de modo explícito ou implícito, continuará reforçando a invisibilidade do problema e a visão estereotipada que o Ocidente mantém sobre o islã e os muçulmanos. Por essa razão, o esforço de sustentar um olhar reflexivo sobre a diferença deve ser uma meta comum. É preciso cultivar um olhar generoso e apreciativo, que valorize as qualidades e necessidades do outro. Esse é requisito fundamental para a convivência social e a construção de uma sociedade inclusiva e tolerante.

Referencias

- ALLEN, C. A review of the evidence relating to the representation of Muslims and Islam in the British media. Birmingham, AL: Institute of Applied Social Studies, p. 1-18, 2012. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190519000549id_/https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-social-sciences/social-policy/IASS/news-events/MEDIA-ChrisAllen-APPGEvidence-Oct2012.pdf>. Acesso em 18 abr. 2023.
- ALLEN, C. Islamophobia. Farnham: Ashgate Publishing, Ltd., 2013.
- ALLEN, Fleur. Islamophobia in the UK: The role of British newspapers in shaping attitudes towards Islam and Muslims. 2014. Dissertação de Mestrado. University of Wales Trinity Saint David (United Kingdom). Disponível em: <<https://repository.uwtsd.ac.uk/id/eprint/413/1/Fleur%20Allen%20new.pdf>>. Acesso em 20 de abr. de 2023.
- ARMSTRONG, K. Maomé: uma biografia do profeta. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- BEYDOUN, K. A. American Islamophobia: Understanding the roots and rise of fear. Oakland: University of California Press, 2018.
- BUCAILLE, M. A Bíblia, o Alcorão e a ciência. São Bernardo do Campo: Ed. Makkah, 2012.
- CABECINHAS, R. Processos cognitivos, cultura e estereótipos sociais. In: ATAS DO II CONGRESSO IBÉRICO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2004. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/1650>>. Acesso em 16 de abr. 2023.
- CASTRO, A.; NASCIMENTO, G. B. Liberdade de expressão frente à liberdade religiosa: direitos fundamentais em conflito e proteção de direitos da personalidade frente a discursos de ódio. Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas, Santa

Catarina, v. 7, p. 1-32, 2019. Disponível em: <<https://www.unifafibe.com.br/revista/index.php/direitos-sociais-politicas-pub/article/view/667/pdf>>. Acesso em: 8 abr. 2023.

CERVI, L., TEJEDOR, S., GRACIA M. What Kind of Islamophobia? Representation of Muslims and Islam in Italian and Spanish Media. *Religions*, v. 12, n. 6, p. 1-17, 2021.

CIVILA, S., ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M., & CIVILA, A. The Demonization of Islam through Social Media: A Case Study of #Stopislam in Instagram. *Publications*, v. 8, n. 4, p. 1-19, 2020.

DICIO. Dicionário online português. www.dicio.com.br, 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/estereotipo/>. Acesso em 18 de mar. 2023

GOFFMAN, E. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade*. Trad. Mathias Lambert, 1981. LTC: Rio de Janeiro.

HOUAISS, A. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, 2009. Rio de Janeiro: Objetiva (Versão eletrônica).

INSTED CONSULTANCY. The Search for Common Ground – Muslims, non-Muslims and the UK Media, a study conducted by Insted Consultancy for the Greater London Authority, 2007. Disponível em: <<http://www.insted.co.uk/search-for-common-ground.pdf>>. Acesso em 22 de abr. 2023.

KAHF, M. A. Contribution to the theory of consumer behavior in an Islamic economy. In: AHMAD, Khurshid (Org.). *Studies in Islamic economics*. International Centre for Research in Islamic Economics, King Abdul Aziz University and Leicester, UK: The Islamic Foundation, 1980. Disponível em: <https://iei.kau.edu.sa/Files/121/Files/93418_Con1-Chapter02-05.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2023.

MARQUES, V. L. M. islã: práticas religiosas e culturais. *Horizonte: Revista de Estudos de Teologia e Ciências da Religião*, v. 13, n. 38, p. 733-749, 2015.

MARQUES, V. L. O islã no Brasil: um estudo comparado. In: 26ª Reunião Brasileira de Antropologia, Porto Seguro, Bahia, 2008. Disponível em: <https://www.academia.edu/27141163/2008_O_Isl%C3%A3_no_Brasil_Um_estudo_comparado>. Acesso em 18 de fev. 2021.

MONTENEGRO, S. M. Discursos e contradiscursos: o olhar da mídia sobre o islã no Brasil. *Maná*, v. 8, n. 1, p. 63-91, 2002.

OMAIS, S. *Manual de Psicologia Positiva*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2018.

PINTO, P. G. islã: religião e civilização, uma abordagem antropológica. Aparecida: Santuário, 2014.

PORTILLA, K. P. Challenging media (Mis)representation: an exploration of available models. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, v. 7, n. 4, 2018.

PROMOTING fair and responsible reporting of Muslims and Islam. Center for Media Monitoring. Cfmm.org.uk, 2018. Disponível em: <<https://cfmm.org.uk/about-us/>>. Acesso em 18 abr. 2023.

RAMADAN, T. *What I believe*. Oxford: Oxford University Press, 2010.

REALE JÚNIOR, M. Limites à liberdade de expressão. *Espaço Jurídico Journal of Law* [EJJL], v. 11, n. 2, p. 374-401, 2011. Disponível em: <<https://periodicos.unoesc.edu.br/espacojuridico/article/view/1954>>. Acesso em: 24 abr. 2023.

RICHARDSON, R (s.d.). Islamophobia or anti-Muslim racism—or what?—concepts and terms revisited. Disponível em: <<http://www.insted.co.uk/anti-muslim-racism.pdf>>. Acesso em: 22 de abr. 2023.

SADEK, N. Islamophobia, shame, and the collapse of Muslim identities. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, v. 14, p. 200-221, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1002/aps.1534>>. Acesso em: 22 de abr. 2023.

SAID, E. W. *Cultura e imperialismo*. Trad. Denise Bottman. São Paulo: Companhia de Bolso, 2011.

SARMENTO, D. A liberdade de expressão e o problema do “hate speech”. In: CHAVES, Cristiano (Org.). *Leituras complementares de direito civil: o direito civil-constitucional em concreto*. 2. ed. Salvador: JusPodivm, 2009. pp. 39-95.

SHAHEEN, J. G. *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, v. 588, p. 171–193, 2003. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/1049860>. Acesso em: 15 de jun. 2023.

SIAN, K., LAW, I., & SAYYID, S. *The Media and Muslims in the UK*. Centre for Ethnicity and Racism Studies, University of Leeds, 2012. Disponível em: <<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=3c4d640e080b120de35b0fa776562d8ef335633f>>. Acesso em: 18 abr. 2023.

SMAILI, S. S. Migrantes, pós-colonialismo e fundamentalismo: enlaces entre Oriente e Ocidente e a questão do islã. *Psicologia USP*, v. 26, n. 2, p. 145-151, 2015. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/psicousp/article/view/102378>>. Acesso em: 18 abr. 2023.

Recebido em: 06/07/2023.

Aprovado em: 05/12/2024.

Conflito de interesses: Nenhum declarado.

Editor responsável: Fábio L. Stern.