



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

ATRAVÉS DO VÉU, NA FRENTE DAS CÂMERAS: MUÇULMANAS BRASILEIRAS E A DESMITIFICAÇÃO DO USO DO VÉU NO INSTAGRAM


Ruano, Daniela de Paula; Mestre; Centro Universitário Belas Artes de São Paulo,
dani.laruno@gmail.com¹

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar o conteúdo das muçulmanas brasileiras influenciadoras nas mídias sociais, com foco nas conexões entre seus valores, pessoais e islâmicos, e suas escolhas em relação ao vestuário em um contexto cultural de um país não predominantemente islâmico. Como representantes visuais do Islã, mulheres muçulmanas falam sobre a religião e revelam, por meio de suas postagens no Instagram seus estilos de vida, hábitos de vestimenta, identidades culturais, posicionamentos sociais, políticos, além de suas visões religiosas. Elas repelem a associação entre o véu e repressão, reforçam sua identidade como brasileiras, mostram diferenças entre a cultura árabe e islâmica e contestam julgamentos feitos pela ampla sociedade influenciada pela mídia de massa desmitificando o uso do *hijab*.

Para atingir tal objetivo procurou-se compreender a natureza simbólica do uso do *hijab*, observando o seu papel dentro da religião, que, além do uso do véu e abrange toda a conduta de modéstia sobre toda a vestimenta e ao comportamento. Foram identificadas influenciadoras que falam sobre o tema e mostram seu cotidiano abertamente, com um discurso e ativismo social, que usam a plataforma Instagram não apenas para construir uma unidade comunidade de muçulmanos com ideias semelhantes, mas, também, para alcançar usuários não muçulmanos, delineando narrativas em torno do *hijab*, são elas:

¹ Mestre em Arquitetura, Urbanismo e Design no Centro Universitário Belas Artes (2020). Possui graduação em Moda pela Universidade Anhembi Morumbi (2004). Atualmente é pesquisadora em urbanismo, cultura e moda, consultora de construção de marca de moda em redes sociais e criadora de conteúdo.





COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Mariam Chami, e Fabiola Oliveira. A análise dos discursos de seus *posts* e vídeos, permitem perceber como elas se sentem vistas pelos brasileiros não muçulmanos, e, como, respondem a visões estereotipadas sobre seu estilo de viver e vestir e questões sobre a religião. Trata-se de uma pesquisa aplicada cuja abordagem é qualitativa, tendo como suporte metodológico a netnografia e a combinação procedimentos tais como a revisão bibliográfica, coleta de dados audiovisuais e a análise de texto e imagem. Os principais autores utilizados para essa análise são Stuart Hall, Diana Crane, Fadwa El Guindi e Lila Abu-Lughod, traçando correspondências entre a construção de identidade, o papel da modéstia e o uso do véu na sociedade ocidental contemporânea. O resultado do trabalho é uma leitura do discurso dessas influenciadoras, que, com suas identidades multifacetadas e únicas, abrem canais de identificação por meio de pontes entre sua vida privada e o público que as acompanha, transitando entre identificações globais e locais e colocando o véu como um instrumento de empoderamento, libertação e um produto de uso de livre escolha.

Palavras-chave: Hijab; Mídia Social; Influenciadoras.

