

Corpus absconditum: imagens do Oriente e ideologia na representação do corpo feminino na imprensa

Corpus absconditum: images of the East and ideology in the representation of the female body in the press

ALBERTO CARLOS AUGUSTO KLEIN

Professor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UEL/PR/BR. <klein@uel.br>

DULCE MAZER

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UEL/PR/BR. <mazer.dulce@gmail.com>

RESUMO

Em 11 de outubro de 2010 foi aprovada na França uma lei que proíbe o uso de vestimentas que cubram integralmente o rosto, impedindo o reconhecimento do indivíduo, o que afetou diretamente o costume islâmico de vestir a burqa ou o niqab. Tal decisão provocou intenso debate na mídia internacional do mesmo modo que suscitou discussões sobre o lugar do corpo na religião e na cultura. A partir do conceito de orientalismo de Edward Said, este trabalho compara duas formas de representação do corpo intensamente mobilizadas pela imprensa ocidental. Assim, este artigo aborda a negação da visibilidade do corpo feminino na cultura islâmica e sua redução a determinados estereótipos em contraste com a superexposição corporal da mulher ocidental. Além dos aspectos culturais e religiosos que distanciam ambas as representações, este trabalho propõe que a intolerância ocidental diante do *corpus absconditum* advém do valor de visibilidade propagado pela sociedade midiática do Ocidente, particularmente pela imprensa.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Corpo feminino; Islamismo.

ABSTRACT

On October 11, 2010 a law that prohibits the use of clothing that fully cover the face was approved in France, preventing there cognition of the individual, which directly affected the Islamic tradition of wearing the burqa or niqab. This decision provoked intense debate in the international media the same way that triggered discussions about the place and role of the body in religion and culture. Inspired by the concept of orientalism of Edward Said, this paper compares two ways of representing the body highlighted by western press. Thus, this article discusses the denial of the visibility of the female body in Islamic culture and its reduction to certain stereotypes in contrast to the body overexposure of western women. Besides the cultural and religious aspects that set both kinds of representation apart, this study suggests that the western intolerance of the *corpus absconditum* derives as well from the visibility value propagated by the media society of the West, particularly by the press.

KEYWORDS: Communication; Female body; Islam.

A estratificação de representações duais da relação entre Ocidente e Oriente ganhou fôlego e espaço na imprensa mundial, sobretudo, depois dos atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 nos EUA. Especificamente o universo fotográfico do jornalismo investiu-se em delimitar os campos de sentido de maneira polar, seja projetando ou negando visibilidades de acordo com suas conveniências ideológicas. Ao nos debruçarmos sobre tais representações visuais, devemos indagar sobre as sombras que não foram iluminadas, as imagens irrefletidas, inversões especulares, bem como as imagens que nos foram negadas.

As imagens, neste sentido, jogam, no campo da imprensa, segundo regras políticas tácitas em que a alteridade é (des)figurada como estratégia bélica de sentido. Lembrando que desfiguração e refiguração (Latour; Weibel, 2002) compõem a dinâmica dos gestos iconoclastas. Estes se investem sobre imagens, o que do ponto de vista da imprensa, passa a ser uma conveniência, além de um alibi canalha. Se nos textos, pela sua acuidade de sentidos, há cuidados a serem tomados, conforme as regras do bom jornalismo, é nas imagens, principalmente fotografias, irredutíveis a um único sentido, que o jogo se realizará da maneira mais baixa.

Isto fica claro quando as representações visuais do mundo islâmico são fotograficamente moldadas pelos signos da desordem, caos, selvageria, terrorismo, ignorância, fanatismo, intolerância, obscurantismo (Klein, 2010). A proibição francesa do véu islâmico formou ocasião para uma série de efeitos de sentido na tentativa de gerar novas imagens do universo feminino islâmico. Este artigo, dessa forma, sinaliza um problema que merece destaque, entre tantos outros fatores que reconfiguram disposições de leitura do universo feminino muçulmano, a saber: de que maneira um ambiente midiático permeado pela superexposição corporal tensiona ambientes de alto investimento na invisibilidade, que, de certa forma, codificam a exposição cultural da mulher?

A hipótese que lançamos é que parte da intolerância com o invisível decorre justamente da obsessão midiática pela visibilidade, tomada aqui como mecanismo de legitimação do real, ou como forma de sua desrealização (Baudrillard, 1991). Neste sentido, exploramos primeiramente o *corpus ostendit*, simulacro marcado pelo esvaziamento de sentido pelo espetáculo e pela estetização exacerbada. Em segundo lugar, nos ocupamos do *corpus absconditum*, semelhantemente, exposto de forma exaustiva nos meios de comunicação de massa, apesar da recusa, também obsessiva, ao jogo de visibilidade que lhe é ofertado pelo ambiente midiático ocidental. O trabalho não nega as possibilidades de negociação que se efetuam nas tensões entre o visível e o invisível nas imagens do corpo feminino oriental, embora se disponha a tratar das exacerbações de sentido que se operam na imagem invertida do espelho.

Corpo e retrato

A antropologia visual do gênero ainda é um caminho bastante fértil para as pesquisas no campo da comunicação e da cultura. Sabe-se que as artes sempre conferiram à mulher ocidental um papel decorativo e o conteúdo dos retratos simboliza, de maneira geral, o caráter altruísta da mulher (Fraisie; Perrot, 1991).

Nos espaços midiáticos atuais, a imagem corporal feminina reflete essa tendência. Na retórica da guerra, as imagens de mulheres islâmicas representam a fragilidade feminina sob o domínio do fundamentalismo religioso. A semelhança do olhar necessitado adornado por longos tecidos sóbrios com as imagens de santas e da própria Virgem Maria nos revela a interpretação que dispensamos a esse grupo de mulheres. A abnegação e submissão da mulher são percepções constantemente retratadas no mundo simbólico islâmico. No cotidiano ocidental, em contrapartida, o corpo da mulher é chamariz simbólico para o conteúdo das publicações. O retrato feminino é decorativo e exerce uma função estética essencial no controle sobre o leitor.

Determinante na antropologia, na arte e na comunicação, o retrato se constrói sobre duas representações antagônicas: a da ausência e a da presença (Morin, 1973) e está ligado à condição de representante da morte, da perpetuação da noção de ausência, do finito. Sendo a morte limitadora, o homem questiona sua própria natureza, indagando sobre o nascimento e o sentido da vida. A partir deste questionamento, surge um universo lúdico de recriação, magia e mito. “É a ordem humana que se desenvolve sob signo da desordem” (Morin, 1973, p. 25), manifestando sua presença no mundo e estabelecendo a partir da imagem uma luta contra a ameaça da extinção e a afirmação do ser. Da mesma maneira, as discussões sobre a exibição ou a invisibilidade corporal podem ser baseadas em representações opostas de presença e ausência, para a afirmação de discursos também opostos.

Na civilização ocidental, a ordem visual antecipou-se a todos os demais sentidos. A imagem como representação de si ou do outro surge como manifestação da presença do ser no mundo, na tentativa de recriá-lo ou restaurá-lo contra seu esvaecimento, reafirmar sua individualidade. Sendo o corpo o último refúgio da subjetividade humana, as imagens corpóreas ocupam um espaço valioso entre as propagadas diariamente na mídia.

Corpus ostendit: espaços de exibição corporal

Vivemos um período de promoção das subjetividades. Individualmente, servimo-nos dos meios de comunicação para divulgar as mais íntimas características, como se fossem de interesse público. A autopromoção pode ser avaliada como um simulacro, que constitui a hiper-realidade cotidiana coletiva. Em *Simulacros e Simulação*, Baudrillard (1981) revela que o Simulacro é uma parte da hiper-realidade ou a visão midiaticizada da realidade. É o real espetacularizado. Nunca antes tão em voga, a subjetividade é midiaticizada, expressa nas músicas, em camisetas, na frase de efeito

publicada numa rede social, na tatuagem que pode ser metamorfoseada a cada estação. Em uma sociedade que prioriza a visibilidade e o reconhecimento no olhar alheio, o enaltecimento do corpo humano não é mais que uma consequência do excesso de visibilidade.

A espetacularização e a superexposição corporal encontram na imprensa espaço para as recorrentes incursões de símbolos por meio das imagens, uma ânsia e oportunidade de expor a subjetividade ao espaço coletivo. Corpos nus, voluptuosos e perfeitos ocupam as capas de jornais e a exposição da imagem feminina em trajes miúdos transpassa a simples-exibição corporal. Recebem uma conotação espetacular. Assim, na sociedade do espetáculo, a imagem serve como cura para as mazelas particulares, transformando os indivíduos em consumidores hedonistas.

Ao analisarmos o impacto que a imagem super-exposta, espetacularizada, causa na vida cotidiana, tomamos como exemplo o conjunto de imagens de personagens cujo teor de visibilidade já se tornou saturado, como artistas e políticos, figuras influentes na sociedade, os olímpicos, cuja imagem considerada projetiva torna-se o ideal a ser alcançado (Morin, 1981).

Seguindo a lógica do espetáculo (Debord, 1997, p. 14), na sociedade midiática espetacularizada, o espectador se retrai ao núcleo familiar e se entrega aos deuses olímpicos, vedetes midiáticas que propõem o modelo ideal de vida: “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. A sociedade se espetaculariza porque tudo se torna imagem e esta transforma-se num dispositivo de controle.

Marra (2008) defende o papel que a fotografia desempenhou no realce do corpo e do físico, um fenômeno precedido por complexos motivos sociais, mas que se tornou possível pela facilidade de distribuição dos corpos no suporte fotográfico. Para o autor, a visibilidade cultural adquirida pelo corpo no Ocidente nos anos 1960 e 70 é

favorecida pela complexa rede tecnológica que se estabelecia muitos anos depois do surgimento da fotografia. Coube à fotografia de moda “desenvolver um imaginário claramente mais orientado para uma transgressão dos comportamentos sexuais” (2008, p. 165).

Um exemplo dessa alteração são as *pin ups*, que surgiram nos anos 40, para compensar as frustrações em tempos de guerra, divas imaginárias que divertiam com sua aparência plástica perfeita. No século XX, o surgimento das divas estava aliado ao trabalho fotográfico. O trabalho de fotógrafos de moda muitas vezes extrapolou as editorias, constituindo conceitos. Artistas e profissionais da moda também forjaram suas leituras fotográficas. Hoje, as *pin ups* migram para as capas dos jornais, levando à inversão do papel social feminino no informativo diário.

Na sociedade contemporânea, vemos e somos vistos, mas acima de tudo nos projetamos nas celebridades e queremos saber o que as fazem tão belas e relevantes. Ao observar o comportamento natural desses ídolos, o observador desenvolve uma relação de identificação com suas fraquezas, subjetividades e cotidianidades. Ainda que a identificação seja uma maneira de aproximar a feição do olimpiano ao perfil do cidadão comum, os padrões exigidos para o sucesso dessa relação são cada vez mais altos, tornando a mimese uma atividade difícil. Quando a participação estética ultrapassa o trato com o objeto, transcendendo os limites fotográficos, a relação passa a ser mágica e o objeto ou sua imagem passa a ser percebido como tão real que pode até ser considerado mais real do que o real.

A representação orgânica da individualidade está presente em toda a sociedade ocidental. O corpo abriga o indivíduo e toda a sua necessidade de ser visto, loucamente admirado ou completamente ignorado. Da mesma maneira em que o corpo é enaltecido, é desdenhado de forma agressiva. As próprias revistas de celebridades são fruto das práticas hedonistas de consumo, adequadas ao modelo de gestão corporal vigente.

Esses veículos são, portanto, objeto de consumo visual. Sibilia (2006) toma a sociedade da busca pela pureza orgânica como cenário original para a construção de um arquivo, portfólio de belezas corporais, editadas em programas como o Photoshop e outras ferramentas do gênero, criando um ideal de beleza digital. Tal paradigma extrapola as telas, envolvendo o corpo e a subjetividade à medida que converte as imagens editadas em objetos de desejo e projeção. Essas melhorias são aplicadas sem o menor pudor, abandonando qualquer vínculo com a materialidade e redefinindo a sensualidade num “corpo ícone descarnado e bidimensional” (Sibilia, 2006, p. 72), produzido para ser visto, consumido visualmente.

Na sociedade capitalista o corpo é instrumentalizado a partir do que é instituído pelo capitalismo. A “política do gozo” é uma nova lógica de mercado, em substituição à era de repressão. “O corpo, nesses termos, torna-se refém de uma lógica contraditória que assume o vazio estrutural do social apenas para oferecer imagens que possam tamponar esse vazio historicamente determinado pela aceleração do tempo” (Fontenelle, 2006). O corpo, frágil e sensível, atua como último grande refúgio da imensa e instável subjetividade humana. É ontológico, à medida que se destina a armazenar



Figura 1 – Hoje, as pin ups migram para as capas dos jornais, levando à inversão do papel social feminino no informativo diário.

o sujeito e obedecer a toda medida corretiva que se aplique ao corpo, ou que possa dispor o indivíduo à visibilidade pretendida, à mercê dos olhos.

A pluralidade dos olhares de e para duas civilizações tão distintas e seus efeitos críticos podem ser intensificados pela cultura da visibilidade, especialmente aquela propagada pela sociedade midiática no Ocidente. A distância e o estranhamento são ingredientes de um sistema de interpretações associativas que limita o corpo ao estereótipo, e que comporta todas as implicações que essa conceituação pode gerar. É preciso observar alguns fenômenos no conflito entre exibição e invisibilidade corporal.

Exibição e invisibilidade corporal

A polêmica sobre o traje feminino islâmico na França serve de pano de fundo para ilustrar essa problemática, que não se limita ao código social de vestimentas. Num país onde a população tem origens religiosas bastante definidas entre o catolicismo e o islamismo, estima-se que cerca de 10% da população seja muçulmana.

Foucault (1982), em suas análises da sociedade industrial e da governamentabilidade liberal, ao comentar biopolítica e biopoder, revela que o Liberalismo é a capacidade de gerir a própria vida de maneira eficiente, administrando seu capital vital no mercado. O autor parte do princípio que a sociedade liberal é individualista e, dessa maneira, não poderia desenvolver biopolíticas públicas. Neste sentido, à luz de Foucault, as novas legislações de controle de espaços públicos consideram os indivíduos incapazes de gerir os próprios limites.

A proibição do véu integral entrou em vigor no dia 11 de abril de 2011. No material de divulgação da legislação foi utilizada a imagem de um busto da República Francesa, a escultura Marianne, de Claude Guéant, figura alegórica de personificação nacional que representa os ideais de liberdade, igualdade e fraternidade.

As mulheres islâmicas se dividem quanto à polêmica que as obriga a sofrer as penas legais ao portarem vestimentas integralmente fechadas, com fendas ou transparências apenas na área dos olhos. A socióloga Agnès de Féoproduziu para o Instituto de Cultura Islâmica o documentário *Sous la burqa* (Sob a *burqa*), que revela algumas das preocupações das mulheres que portam a veste. Entre elas está o fato de que, com a aprovação da lei, algumas não poderão jamais aceder a espaços públicos.

A lei civil, como o Alcorão e qualquer outro código, está sujeita a interpretações e divergentes aplicações. Algumas mulheres, bem como seus pais, maridos e líderes religiosos, aceitam que a civilidade francesa esteja acima de sua liberdade religiosa sendo, portanto, impossível portarem o *niqab* ou a *burqa* em áreas públicas. Essas mulheres acreditam que serão perdoadas, pois nada podem contra a aplicação da lei federal. Muitas, porém, defendem que, com a proibição, serão impedidas de sair de casa com roupas ocidentais e rosto exposto.

Para a maior parte de nós, habitantes de um país tropical no Ocidente, a vestimenta muçulmana parece aflagante. Dá-nos uma sensação de aprisionamento, de sofrimento e calor excessivo. A dificuldade em enxergar através do véu também causa uma sensação angustiante. Acostumados à exibição dos corpos, à opção de usar roupas confortáveis, curtas, transparentes e coloridas, associamos quase que imediatamente o uso das vestes à punição e expiação corporal.

Os parâmetros entre as culturas são tão rigorosos que conceber o uso destas vestes como opção consciente das próprias mulheres islâmicas nos parece impossível. A condescendência aparece no acato às interpretações dos preceitos religiosos e isso, para os ocidentais, sobretudo para os franceses, é inadmissível. Os debates abarcam as questões de segurança, da despersonalização cultural e até mesmo de reconhecimento do espaço público e da privacidade. A erotização e a sexualidade parecem estar, a todo momento, sob a revisão dos puristas e a permissão dos libertadores.

A visão do corpo no Ocidente tampouco é hegemônica. As bipartições entre Ocidente e Oriente, religião e Estado, fundamentalismo e liberdade são demasiadamente abordadas e aqui consideradas totalitárias. Em verdade, o que se encontra entre rótulos e divisão de poderes são pessoas com divergentes opiniões. Na cultura da visibilidade, o excesso de imagens corporais e a afirmação ideológica expressas em diversas modalidades conferem ao corpo coberto noções negativas de percepção. A visão ocidental do corpo feminino é fragmentada e está coberta por inúmeros retalhos ideológicos e culturais.



Figura 2

Quando ocidentalizada, porém, a imagem da mulher islâmica é aceita como democrática. Exemplo dessa transformação semiosférica é a contraditória indústria da moda islâmica. A estilista belga Fatima Rafiy fundou em 2009 a grife *Noor D'Izar*, para criação de véus islâmicos feitos para “mulheres modernas”. Os *hijabs* ultrapassaram a comunidade muçulmana local e começaram a fazer sucesso em outros países e até mesmo entre mulheres não islâmicas.

O modo de produção da coleção é importado do ocidente, uma vez que as proprietárias da marca vivem em um país europeu. A lógica é mercantil, mas a aplicação é religiosa. “Já passou da hora de as pessoas entenderem que o *hijab* não é um símbolo de opressão contra a mulher muçulmana, mas uma escolha que ela faz” (Barba, 2011), disse Fatima em entrevista à rede BBC.

Frente a uma concessão ocidental, o véu islâmico adquire novo significado. Passa a ser uma opção vaidosa de vaidade, moda para mulheres religiosas ou não. O véu parte de símbolo do obscurantismo, da opressão e do machismo sofrido do lado de lá e passa à condição material de simples tecido. Depois é reconfigurado a uma peça de moda, fetichizado, portanto, e esta alternância de sentidos provoca nova reconfiguração cultural do pano. Ele não é mais uma parte da vestimenta caricaturada da mulher islâmica. Tampouco é um tecido. Ocorre então uma troca simbólica (Bourdieu, 2009). Essa negociação confere ao véu a condição de artigo de luxo, objeto de identificação da mulher moderna e elegante.

Diante da dominação ideológica que se estabelece cultural e economicamente, observa-se a iminência de um Tratado de Tordesilhas às avessas, onde a fenomenologia dos hemisférios pode dar espaço para uma intersecção cultural. Considera-se o deslocamento da imagem da mulher moderna ocidental para a imagem da mulher islâmica como prenúncio de uma nova adaptação cultural.

Nesta aculturação, nota-se uma aquisição de valores centrais ocidentais como a liberdade democrática de ser vaidosa e feminina em culturas majoritariamente dominadas por homens e a promoção das subjetividades nos ambientes midiáticos. Dentro desses padrões, a mulher islâmica adquire estado de modernidade e passa a ser aceitável aos olhos ocidentais.

Imagem, estereótipo e ideologia

A circunscrição cultural do corpo expressa-se, sobremaneira, no mundo contemporâneo sob as luzes do espetáculo e da visibilidade midiática. Portanto, é invariavelmente como imagem que o corpo se coloca em uma economia de trocas simbólicas, cujo valor se mede por sua exposição, seja na sua intensa irradiação delimitada pela moda, seja na ansiedade cultural em demarcar os espaços do corpo do outro. Tanto em um quanto em outro caso operam-se muitas vezes reduções representacionais.

Em uma situação limite, apresenta-se, de um lado, o corpo superexposto, preenchendo capas de revista de beleza e saúde, afinal, o corpo-imagem, asséptico, magro, malhado, confunde-se cada vez mais com a ideia de corpo saudável (Sibilia, 2006). No outro hemisfério, o *corpus absconditum*, igualmente exposto pela mídia, mas refletindo constantemente o paradoxo do visível e do invisível. Visível porque exposto midiaticamente. Invisível pela interdição islâmica que determinadas facções religiosas impõe sobre a aparição pública da mulher.

É quase sempre sob o signo da máxima negação que a imprensa brasileira, pautada pelas agências internacionais, vai delimitar as aparições imagéticas de mulheres islâmicas, sobretudo depois de 11 de setembro de 2001. Negação radicalizada pela torrente de estereótipos que passam a se constituir como espaço de representação do outro islâmico, a partir da mobilização imaginária das Cruzadas, assim como do ideário civilizatório colonialista cujos vestígios ainda marcam profundamente o

olhar ocidental. Dessa forma, o estereótipo opera como uma ferramenta ideológica que oculta a complexidade representacional do universo feminino árabe muçulmano, reduzindo-o a uma imagem fixa.

Conforme Homi Bhabha (1998), o problema do estereótipo não é o fato de ele constituir-se como uma mentira – até porque em muitos casos ele não o é –, mas é sim sua incapacidade de desdobrar-se em outras imagens, múltiplas e complexas, para dar lugar a um único e invariável modelo representativo. Segundo Bhabha

“

O estereótipo não é uma simplificação porque é uma falsa representação de uma dada realidade. É uma simplificação porque é uma forma presa, fixa, de representação que, ao negar o jogo da diferença (que a negação através do Outro permite), constitui um problema para a representação do sujeito em significações de relações psíquicas e sociais.

(1998, p. 117)



Figura 3 – Mulheres aguardam notícias de vítimas de confronto entre manifestantes antigoverno e forças de segurança em hospital de Manama, capital do Bahrein.

Se tomarmos a noção marxista de ideologia como falsa consciência, notamos que o estereótipo apresenta-se antes de tudo como um eficaz instrumento ideológico que não permite uma apresentação do mundo árabe muçulmano senão sob os mesmos signos e condições semióticas previamente dadas. Se, no período das Cruzadas, a narrativa ideológica estava a cargo da Igreja, e no período colonialista inglês e francês, a academia e a literatura tinham um papel importante na consolidação deste olhar, atualmente é a imprensa, em seus diversos suportes midiáticos, que se coloca como espaço privilegiado em que este jogo com a alteridade se realiza com notável injustiça.

A fixação dos estereótipos ocidentais sobre o Oriente Médio pode ser avaliado a partir de metanarrativas às quais se pode aplicar perfeitamente a noção marxista de ideologia, como imagem invertida da realidade. Uma dessas metanarrativas constitui um corpo sólido de conceitos e textos que se sedimentaram ao longo do período colonialista dos séculos XVIII, XIX e XX, ao qual o intelectual palestino Edward Said (1996) chama de *Orientalismo*.

Uma segunda corresponde à espetacularização das narrativas da imprensa para atender às demandas crescentes da imagem técnica em seu espaço, tendo como impactos decisivos a simplificação discursiva dos textos verbais, além de sua compressão. A capilaridade do espetáculo, estendendo-se muito além do campo da informação, abarcando as vivências sociais, já havia sido denunciada por Debord na década de sessenta. Para ele, o espetáculo tornara-se o grande motor do capitalismo contemporâneo, estabelecendo-se claramente como condição de vida dentro da lógica de consumo. Como bom marxista, Debord acreditava na superação desta condição, da mesma maneira que se pode reverter a posição de uma imagem.

Sem dúvida, a concepção espetacular do mundo, muito presente na cultura de massas, opta pelo modo mais arcaico e econômico de codificação da realidade: a

polarização dual. Dividir o mundo em dois e atribuir-lhes pólos positivo e negativo são operações (Bystrina, 1995) de base na dinâmica dos textos culturais. Mas pode também configurar-se como uma obsessão semiótica que reduz a complexidade do imaginário, bem como dos textos sobre o real, a uma demarcação enrijecida entre caos e cosmos, santos e pecadores, bandidos e mocinhos e nós e os outros. Tal obsessão ficou claramente expressa no mundo pós 11 de setembro, quando a imprensa brasileira também aderiu ao clima de Cruzada proposto por Washington (Klein, 2010). A adesão, no plano imagético, se deu mais por submissão às agências do que necessariamente por um posicionamento claro e consciente diante das tensões com o Oriente Médio.

As figuras do espelho, da imagem retiniana invertida, da câmara escura, não são gratuitas quando se trata de associar as fotografias estereotipadas do universo feminino islâmico ao conceito marxista de ideologia. Em *A ideologia Alemã*, Marx e Engels (2005), vinte anos depois de Joseph Nicéphore Niépce conseguir fixar a imagem fotográfica em uma superfície sensível, fazem clara referência ao processo de inversão imagética na câmara escura para explicar a dinâmica da ideologia.

“

E se, em toda ideologia, a humanidade e suas relações aparecem de ponta cabeça, como ocorre em uma câmara escura, tal fenômeno resulta de seu processo histórico de vida, da mesma maneira pela qual a inversão dos objetos na retina decorre de seu processo de vida diretamente físico.

(Marx; Engels, 2005, p. 51)

Quando Marx e Engels escreviam este livro na primeira metade do século XIX, a fotografia era saudada como o instrumento que melhor poderia representar a realidade. John Locke (apud. Mitchell, 1986, p. 168), em um tom inverso ao de Marx, a colocava como melhor metáfora para a compreensão da realidade. Mitchell observa que a câmera escura, neste sentido, como técnica que precede a fotografia, já era considerada um sinônimo do empirismo e da observação racional (1986, p. 168).

Embora estejamos certos de que Marx e Engels não pretendiam, com sua obra, investigar a natureza discursiva da fotografia, ou seu distanciamento em relação à realidade, seu texto nos fornece pistas instigantes para compreender o papel ideológico da imagem fotográfica. Do ponto de vista técnico, como se pode deduzir do texto marxista, a correspondência entre a imagem da câmara escura e a ideologia é patente. Mas para o campo de estudos da comunicação, interessa-nos, sobretudo, a dimensão humana da produção de sentidos ideológicos que se projetam na fotografia.

No caso das representações de mulheres muçulmanas, especificamente, o totalitarismo do estereótipo nos leva ao falseamento, mesmo que parcial, de uma realidade complexa sufocada pela simplificação discursiva. A reversão desta imagem, entretanto, não significa, como Marx e Engels poderiam pressupor, a revelação da realidade, mas jogar dentro do campo discursivo com outras imagens possíveis. Aquelas que nos são obsessivamente negadas. ●

REFERÊNCIAS

BARBA, Mariana Della. Estilista belga lança coleção de véus islâmicos modernos. In: *BBC Brasil*. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2010/09/10091_9_hijabmoda.shtml> Acesso em: 18 mar. 2011.

BAUDRILLARD, Jean. *Para uma crítica da economia política do signo*. Lisboa: edições 70, 1981.

_____. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

- BOURDIEU, Pierre. *Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- BYSTRINA, Ivan. *Tópicos de Semiótica da Cultura*. São Paulo: CISC, 1995.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FONTENELLE, Isleide. Corpo, mobilidade e a cultura da imagem. *Revista de Psicologia Hospitalar*, vol. 4, n 1, 2006. Disponível em: <http://www.cepsic.org.br/revista/v4n1a06.htm>. Acesso em: 18 mar. 2011.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1982.
- FRAISSE, Geneviève; PERROT, Michelle. *História das Mulheres*. O século XIX. Vol. 4. Porto: Afrontamento, 1991.
- KLEIN, Alberto. A polarização Oriente-Occidente no fotojornalismo pós-11 de setembro: a sedimentação de estereótipos do muçulmano como texto cultural. *Ghrebh - Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia*. São Paulo, v.1 n.15, pp. 41-49, maio 2010.
- LATOUR, Bruno; WEIBEL, Peter. *Iconoclash*. MIT Press. Cambridge, 2002.
- MARRA, Claudio. *Nas sombras de um sonho: história e linguagens da fotografia de moda*. São Paulo: Senac, 2008.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Aideologia Alemã*. São Paulo: Martin Claret, 2005.
- MITCHELL, W.J. Thomas. *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago: The University of Chicago Press, 1986.
- MORIN, Edgar. *O paradigma perdido: a natureza humana*. Lisboa: Publicações Europa-America, 1973.
- SAID, Edward. *Orientalismo*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.
- SIBILIA, Paula. Imagens da beleza pura: o corpo digitalizado. In: *FILE - Festival Internacional de Linguagem Eletrônica*. Disponível em: http://www.file.org.br/file2006/symp_rio/papers_doc/portugues/paula_sibilia.doc. Acesso em: 13 maio 2010.