



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

RIVISTA DI SEMIOTICA

ANALISI DELLE CULTURE  
CULTURE DELL'ANALISI



**CIRCe**  
Centro  
Interdipartimentale  
di Ricerca  
sulla Comunicazione

05/06

Lexia

---

RIVISTA DI SEMIOTICA  
*nuova serie*

05/06  
2010

## Lexia

RIVISTA DI SEMIOTICA – nuova serie

*Direzione / Direction*

Ugo Volli

*Comitato di consulenza*

*scientifica / Scientific committee*

Kristian Bankov

Pierre-Marie Beauce

Denis Bertrand

Omar Calabrese

Donatella Di Cesare

Raul Dorra

Ruggero Eugeni

Guido Ferraro

Bernard Jackson

Eric Landowski

Giovanni Manetti

Diego Marconi

Gianfranco Marrone

José Augusto Mourão

José Maria Paz Gago

Isabella Pezzini

Marina Sbisà

Frederik Stjernfelt

Peeter Torop

Eero Tarasti

Patrizia Violi

*Redazione / Editor*

Massimo Leone

*Editori associati di questo numero /*

*Associated editors of this issue*

Kristian Bankov, Carla Bazzanella, Pierre-Marie Beauce, Elena Codeluppi, Cristina De Maria, Guido Ferraro, Claudio Guerri, Stefano Jacoviello, Tarcisio Lancioni, Roberto Mastroianni, Andrea Pascali, Maria Pia Pozzato, Antonio Santangelo, Marina Sbisà, Franciscu Sedda, Lucio Spaziante, Andrea Tramontana, Federica Turco, Andrea Valle, Ugo Volli, Zdzik Wasik

*Sede legale / Registered Office*

CIRCE, “Centro Interdipartimentale di  
Ricerche sulla Comunicazione”

con sede amministrativa presso

l’Università di Torino

Dipartimento di Filosofia

via Sant’Ottavio 20, 10124 Torino

Info: massimo.leone@unito.it

Registrazione presso il Tribunale di

Torino n. 4 del 26/02/2009

*Amministrazione e abbonamenti /*

*Administration*

Aracne editrice S.r.l.

via Raffaele Garofalo, 133/A–B

00173 Roma

info@aracneeditrice.it

Skype Name: aracneeditrice

www.aracneeditrice.it

*La rivista può essere acquistata nella sezione  
acquisti del sito [www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)*

*È vietata la riproduzione, anche parziale, con  
qualsiasi mezzo effettuata compresa la fotocopia,  
anche a uso interno o didattico, non autorizzata*

I edizione: settembre 2010

ISBN 978-88-548-3459-0

ISSN 1720-5298

Stampato per conto della casa editrice Aracne  
nel mese di settembre 2010 presso la tipografia  
«Braille Gamma S.r.l.» di Santa Rufina di  
Cittaducale (Ri)

**Lexia adotta un sistema di doppio referaggio  
anonimo**

*Lexia is a double-blind peer-reviewed journal*

# ANALISI DELLE CULTURE CULTURE DELL'ANALISI

(con il contributo del Southeast European Center for  
Semiotic Studies - New Bulgarian University e dello  
Human Resources Development Centre – Bulgaria)

*a cura di Massimo Leone*





# ANALYSIS OF CULTURES CULTURES OF ANALYSIS

(with the contribution of the Southeast European Center  
for Semiotic Studies – New Bulgarian University and of  
the Human Resources Development Centre – Bulgaria)

*edited by Massimo Leone*





## Sommario/*Table of Contents*

|   |     |
|---|-----|
| PREFAZIONE  |     |
| MASSIMO LEONE .....   | 11  |
| <br>  |     |
| PARTE I   |     |
| I confini semiotici della cultura: tensioni .....                                 | 25  |
| PART I  |     |
| <i>The Semiotic Boundaries of Culture: Tensions</i> .....                         | 25  |
| <br>  |     |
| Al di là delle culture, le strategie della memoria                                |     |
| UGO VOLLI .....   | 27  |
| <br>  |     |
| Machines of Culture – Culture of Machines?  |     |
| WINFRIED NÖTH .....   | 41  |
| <br>  |     |
| Il punto di vista semio–culturale   |     |
| ANNA MARIA LORUSSO .....  | 59  |
| <br>  |     |
| Il controllo e la mediazione – Cultura e immanenza nell' <i>Organon</i> semiotico |     |
| EDOARDO LUCATTI.....  | 81  |
| <br>  |     |
| PARTE II  |     |
| La costruzione semio–linguistica della cultura .....                              | 101 |
| PART II   |     |
| <i>The Semio–Linguistic Construction of Culture</i> .....                         | 101 |
| <br>  |     |
| Cultures of Navigation <i>versus</i> Cultures of Erudition                        |     |
| KRISTIAN BANKOV .....   | 103 |



|   |     |
|---|-----|
| Exploring Intercultural Relations from the Intersubjective Perspectives Offered through Creative Art in Multimodal Formats (SIIM Research Program)<br>ASUNCIÓN LÓPEZ–VARELA ..... | 125 |
| Shifters in Reporting and Recollecting – Analyzing Aspects of Culture<br>ANITA KASABOVA .....   | 147 |
| PARTE III   |     |
| Tentativi metaculturali: letteratura, arti, religioni, costume .....  | 179 |
| PART III  |     |
| <i>Metacultural Attempts: Literature, Arts, Religion, Custom</i> .....  | 179 |
| L'aristotelismo radicale di Guido Cavalcanti come agente di conflitto ideologico nel Duecento europeo (omaggio a Maria Corti)<br>ANDREA PASCALI .....                             | 181 |
| Traduzioni e interpretazioni di un testo di mistica medievale<br>ALESSANDRA LUCIANO .....   | 205 |
| Estetica dell'errore ed 'autenticità' nella musica elettronica – Riflessioni, e il caso dei finlandesi Nu Science<br>DARIO MARTINELLI .....                                       | 217 |
| Danze simboliche dal folclore all'avanguardia: <i>Le Sacre du Printemps</i> e il <i>Petroushka</i> da Stravinsky a Tero Saarinen<br>VESA MATTEO PILUDU .....                      | 255 |
| Alla ricerca di una meta-semiotica delle culture: analisi di segni e metasegni nella cultura e nello stile interpretativo fondamentalisti<br>JENNY PONZO .....                    | 275 |

---

|   |     |
|---|-----|
| Analyzing Early Christianity: Structures and Functions of Interpretation in the Canonical Gospels<br>LORENZO L.D. INCARDONA ..... | 293 |
| Culture–objet et Culture–sujet – De l’analyse de la culture à la culture de l’analyse<br>HAMID REZA SHAIRI .....                  | 307 |
| Sotto il velo dei media. Semiotica dell’ <i>hijab</i> tra Oriente e Occidente<br>SIMONA STANO .....                               | 327 |
| Pragmatics of Obituary Posters in Bulgaria<br>BORISLAV GUEORGUIEV .....   | 349 |
| PARTE IV  |     |
| Semiotica e politiche della cultura .....   | 367 |
| PART IV   |     |
| <i>Semiotics and Politics of Culture</i> .....  | 367 |
| What is Culturalism? – The Anatomy of a Contemporary Disease in Academia and Politics<br>FREDERIK STJERNFELT .....                | 369 |
| Notes pour une sémiotique de la culture marocaine<br>MOHAMED BERNOUSSI .....  | 401 |
| On my Accent – Signs of Belonging in Multicultural Societies<br>MASSIMO LEONE .....   | 415 |
| RECENSIONI / <i>REVIEWS</i> .....   | 451 |

|  |     |
|--|-----|
| Paul Cobley (a cura di), <i>The Routledge Companion to Semiotics</i> .                 | 453 |
| Luigi Berzano e Carlo Genova, <i>I lifestyles nella partecipazione religiosa</i> ..... | 463 |
| <br>   |     |
| <i>Note biografiche degli autori</i> .....   | 469 |
| <br>   |     |
| Call for Papers:<br><i>L'Immaginario</i> .....   | 477 |
| <br>   |     |
| Call for papers:<br><i>The Imaginaire</i> .....  | 481 |

## Sotto il velo dei media. Semiotica dell'*hijab* tra Oriente e Occidente

SIMONA STANO\*

*English title: Under the Veil of Media. Semiotics of the Hijab between the East and the West.*

**Abstract:** The Islamic veil has become a central issue in mass communication and policy making. Unfortunately, its representations are strongly stereotyped and often seem to reflect a willingness to invest this cultural headdress with a negative sense, marking it as the symbol of the savagery, violence, and backwardness of Islam. This signifies the loss of the variety originally linked to the so-called *hijab*, whose nature is deeply characterized by polysemy, diversity, and indeterminateness depending on the peculiar context it is related to.

This article tries to go 'under' the veil of such stereotyped images and to explore the mechanisms through which mass media — and in particular women's magazines — create and support certain representations of the *hijab*.

What are the main isotopies of the veil we can find? Are they the result of the combination of figurative and plastic signifiers used in accordance with fixed and specific rules or rather associations set from time to time depending on each particular enunciative context? Are there any models that seem to be more used than others? Why? And what happens to the veil when it comes into contact with Western society and lifestyle (especially with the fashion system)?

By answering these questions as well as others I have tried to show how the representations of Muslim women and the veils they wear seem to take shape, suggesting certain interpretations of the relationship between the East and West, on one side, and the values of oppression and emancipation of women, on the other.

**Key-words:** Islam; veil; *hijab*; mass media; stereotypes.

Il cosiddetto 'velo islamico' è una realtà fortemente presente nella nostra quotidianità: dal numero sempre crescente di donne musulmane che ogni giorno incontriamo nelle città in cui viviamo alle diverse rappresentazioni di tale realtà che ci vengono proposte con insistenza da televisione e informazione stampata, o ancora dai molteplici dibatt-

---

\* Università di Torino.

titi in ambito culturale e dai discorsi di alcuni politici e *leader* d'opinione, questo oggetto culturale ha acquisito una visibilità sempre maggiore, fino a divenire una questione centrale nelle comunicazioni di massa e nell'amministrazione politica.

Non sempre, però, ad una maggiore visibilità corrisponde un grado altrettanto elevato di conoscenza e comprensione. Spesso, al contrario, si tratta di rappresentazioni e discorsi che ne forniscono un'immagine alquanto parziale e, per certi versi, distorta: in essi, il velo tende a rappresentare per lo più il simbolo di un Islam arretrato, barbaro, violento, che cancella l'identità delle donne e le priva dei diritti fondamentali dell'umanità (Bullock 2003; Said 1997; Shirazi 2003).

Un'immagine che, tuttavia, pare essere largamente condivisa dal pubblico che la riceve, pubblico che, a sua volta, vivendo in un mondo sempre più globalizzato, è divenuto strettamente dipendente dalla comunicazione di massa per la conoscenza degli avvenimenti quotidiani.

D'altra parte, diversi studiosi (cfr Bearman 1998; El Guindi 1999; Mernissi 1992) hanno messo in evidenza la molteplicità che sembra caratterizzare i *reali* veli islamici (questa volta al plurale) e i significati di cui essi possono farsi portatori. A partire dall'etimologia del termine *velo*, infatti, ci si rende conto della *polisemia* che lo contraddistingue, e che lo ascrive a quattro dimensioni fondamentali: la prospettiva *materiale* lo interpreta come indumento e ornamento che ricopre il capo, le spalle e talvolta anche il viso; la dimensione *spaziale* ne sottolinea la capacità di dividere, di schermare lo spazio fisico; l'aspetto *comunicativo* ne enfatizza la caratteristica di celare e rendere invisibile; in senso *religioso*, infine, il velo indica isolamento dalla vita mondana e sessuale (come nel caso delle suore cristiane).

Risultano pertanto evidenti l'ambiguità e l'indeterminatezza della parola, che appare oggi, al contrario, utilizzata con eccessiva semplicità e disinvoltura dai media e da attori sociali di diverso tipo. Un'ambiguità ulteriormente ribadita e ampliata nel caso del vocabolo arabo *hijab*, spesso utilizzato, seppur erroneamente, come sinonimo della prima.

Il termine *velo*, infatti, non ha un solo equivalente nella lingua araba e la parola *hijab* (in arabo حِجَاب, *hidjāb*), che deriva dal verbo *hadjaba*, "celare, nascondere allo sguardo", fa riferimento a un campo semantico diverso e ben più ampio di quello descritto finora.

L'*Encyclopédie de l'Islam* lo definisce come “tout voile placé devant un être ou un objet pour le soustraire à la vue ou l'isoler” (Bearman 1998, p. 370), sottolineandone quindi non tanto il significato di velo come indumento, ma piuttosto quello di “tenda”, “cortina”, “schermo” o “barriera” che isola e ostacola la vista.

Nel Corano, inoltre, la parola *hijab* compare sette volte, ma mai in esplicito riferimento a capi di abbigliamento. La sura XIX, 17 designa una separazione che permette a Maria di proteggersi da coloro che la circondano (“ed essa prese, a proteggersi da loro, un *velo*”),<sup>1</sup> e la medesima idea di isolamento e divisione si ritrova nella sura VII, 46 a separare i ‘giusti’ dai dannati (“E fra loro ci sarà un *velo* e sull'alto Limbo uomini, che conoscono tutti, giusti ed iniqui, dal loro aspetto), nella sura XLII, 51 a segnare la distanza tra Dio e l'uomo (“A nessun uomo Dio può parlare altro che per Rivelazione, o dietro un *velame*, o invia un Messaggero”), nella sura XLI, 5 come separazione tra gli empi e Maometto (“e dissero: ‘[...] fra te e noi c'è una *cortina*’) e, infine, nella sura XXXIII, 53, in riferimento alle mogli del Profeta:

O voi che credete! Non entrate negli appartamenti del Profeta senza permesso, per pranzare con lui, senza attendere il momento opportuno! Ma quando siate invitati, entrate, e quando avete finito di mangiare disperdetevi, e non entrate familiarmente in discorso. [...] E quando domandate un oggetto alle sue spose, domandatelo restando dietro a una *tenda*: questo servirà meglio alla purità dei vostri e dei loro cuori.

Nella sura XXXVIII, 32, invece, l'*hijab* è il velo della notte, che avvolge la luce del sole (“fino a che il sole s'avvolse nel *velo* della notte”) e, infine, al versetto 45 della sura XVII (“E quando tu reciti il Corano noi poniamo fra te e coloro che rinnegano la Vita Futura un *velo* disteso”) assume una connotazione più strettamente negativa, designando “tout ce qui rende l'homme imperméable à la réalité divine” (Bearman 1998, p. 372), e opponendosi in questo modo al *Kashf* (lo ‘svelamento’, nel senso di illuminazione o epifania).

Per questo, numerosi ricercatori, tra cui la sociologa marocchina Fatima Mernissi (1992), ritengono che la riduzione dell'*hijab* a uno ‘straccio’ imposto alle donne musulmane implichi un forte impoveri-

---

<sup>1</sup> I passaggi coranici sono tratti dalla traduzione italiana di Alessandro Bausani.

mento della sfera semantica cui il termine fa riferimento. Ciò comporterebbe, infatti, la perdita del suo carattere di sacralità e la riduzione della sua configurazione tridimensionale (“visiva, spaziale ed etica”, *ibidem*, p. 111) a un livello unidimensionale e puramente materiale.

Occorre ricordare, inoltre, che all’interno del testo sacro islamico non è riscontrabile la definizione di un preciso codice di abbigliamento, ma sono presenti solo alcune indicazioni di ordine generale che non sembrano affatto dettate dalla volontà d’imporre segregazione tra uomini e donne, bensì dall’esigenza di proteggere queste ultime da ingiurie o violenze derivanti dal mondo esterno e dalla necessità di segnalare la distanza tra quelle di ceto sociale diverso.

Certo l’*hijab* (nel senso di “*foulard*” o “velo islamico”) è divenuto nel tempo anche una forma di segregazione delle donne musulmane e di controllo politico sulla società<sup>2</sup>, ma è erroneo pensare che ciò trovi fondamento nel testo sacro dell’Islam. E la stessa idea che la *sharī’a*, la “Legge divina dell’Islam” (la quale include, tra le altre norme, anche l’obbligo del velo per le donne) trovi le sue fonti nel Corano e nelle azioni del Profeta non è del tutto precisa. Nei decenni successivi alla morte di Maometto, infatti, prevalsero su queste fonti le disposizioni dei primi Califfi, la cui sfera di azione e di interpretazione della Legge Sacra venne ridimensionata solo in seguito.

Si comprende, pertanto, come la questione del velo sia strettamente correlata a quella dell’*ijtihad*, dell’“interpretazione”, e non possa essere ricondotta a visioni unilaterali e semplicistiche, come invece sembra spesso accadere.

Anche soprassedendo all’errore che vuole che il termine *hijab* sia un semplice sinonimo del cosiddetto velo islamico, inoltre, è necessario analizzare le diverse ‘forme’ che può venire ad assumere: esso può ricoprire l’intero corpo o solo alcune sue parti, può essere indossato da donne o da uomini (fattore spesso trascurato dai discorsi mediatici), può essere realizzato con diverse stoffe, più o meno coprenti, e, soprattutto, è soggetto a complessi processi di *de-* e *ri-*semantizzazione, relativi a variazioni del contesto geografico, storico e socio-culturale.

---

<sup>2</sup> A questo proposito, inoltre, occorre ricordare che, all’interno dell’Islam, coesistono correnti moderate e integraliste; non potendo trattare più dettagliatamente l’argomento in questa sede, si rimanda in particolare a Bausani 1980, Branca 1995, Cardini 1999, Nasr 1974 e Shimmel 1992.

Non si può parlare allo stesso modo del *chador* iraniano, del *burqa* afgano o del *turban* turco, non solo perché ricoprono differenti parti del corpo, ma soprattutto per le particolari condizioni geografiche e sociali cui fanno riferimento. Inoltre, anche all'interno di uno stesso contesto geografico e sociale, occorre considerare i cambiamenti storici e le loro conseguenze sui processi di semantizzazione degli oggetti culturali<sup>3</sup>.

Come è possibile, dunque, che una simile varietà si perda fino a giungere al carattere fisso e precostituito che sembra caratterizzare gran parte delle rappresentazioni mediatiche dell'*hijab*?

Il velo islamico, pregno dell'eredità orientalista (cfr Said 1978) che lo interpretava come uno dei simboli più evidenti del grande divario tra Oriente e Occidente (e come uno dei perni del meccanismo di giustificazione dell'impresa 'civilizzatrice' e 'colonizzatrice' del secondo nei confronti del primo), non sembra essere riuscito, nel corso del tempo, a liberarsi dai rigidi stereotipi entro i quali è stato costretto per secoli. Questi, al contrario, sono stati via via ripresi e riproposti con forza, arrivando ad imporsi su larga scala nell'immaginario collettivo occidentale grazie ai nuovi mezzi della comunicazione di massa.

Così, al di là delle trasformazioni politico-economiche che hanno portato a un parziale ridisegno dell'Occidente e dell'Oriente, sopravvive oggi, come ieri, la tendenza occidentale a basare i propri discorsi su quelle che Annamaria Rivera ha definito le *retoriche dell'alterità*, ovvero "le strategie discorsive attraverso le quali il *noi* [occidentale] enuncia e definisce gli *altri*, solitamente nel tentativo di esorcizzarli, addomesticarli, subordinarli o dominarli" (2005, p. 7).

Possiamo parlare, dunque, di un "nuovo orientalismo" (Bullock 2003, p. XVIII), che ha trovato oggi i suoi mezzi di diffusione più congeniali nei *mass media* e le cui retoriche di base si ancorano al tema della sottomissione della donna, dei diritti umani e del fondamentalismo islamico come minaccia per la sicurezza mondiale.

In un simile contesto, il velo ha assunto un ruolo strategico: sotto i loro *burqa*, *niqab*, ecc., le donne islamiche sfuggono allo sguardo e al controllo dell'Occidente, che, senza fare distinzioni tra lunghi *chador*

---

<sup>3</sup> A questo proposito è molto interessante il caso dell'Iran (cfr Codeluppi 2007, pp. 1–21; Guolo 2007, pp. 182–6; Tiefenbrun 2007, pp. 22–35).



neri e *foulard* dalle tinte accese, ha visto e continua a vedere in essi una minaccia da eliminare, un ostacolo al proprio dominio sulle società colonizzate di ieri e su quelle politicamente ostili di oggi (ibidem, pp. 29–30).

Ma restringiamo il campo di analisi: cosa possiamo dire, a questo proposito, della stampa italiana rivolta al pubblico femminile (normalmente caratterizzata dalla grande attenzione riservata al corpo, spesso nudo, e alla moda)? Tramite l'analisi delle cinque riviste femminili italiane più diffuse (*D la Repubblica delle Donne*, *Donna Moderna*, *Io Donna*, *Vanity Fair* e *Vogue Italia*)<sup>4</sup>, ho cercato di studiare in che modo il velo tenda ad essere presentato e rappresentato attraverso il linguaggio iconico, che è la forma di espressione preponderante in simili pubblicazioni. Il periodo scelto per la ricerca va dall'11 settembre 2001, data chiave nei rapporti tra l'Islam e l'Occidente, al 28 febbraio 2008<sup>5</sup>.

Si possono quindi individuare<sup>6</sup> diverse *isotopie* del velo, risultato della combinazione di diversi significanti figurativi e plastici, i quali non sembrano essere utilizzati secondo regole precise e fisse, ma in funzione di ciascun contesto enunciativo specifico (anche se vi sono dei modelli che paiono essere più comuni di altri).

Tra queste rappresentazioni, le più frequenti sembrano essere quella del velo della *sofferenza* e della *sottomissione*, prigionia che costringe la 'donna-ombra' musulmana al silenzio, al dolore e all'invisibilità; quella della *violenza*, incarnata dalla minacciosa uniforme della sanguinaria islamista; e, infine, quella dell'*immigrazione*, manifestazione evidente dell'alterità della migrante musulmana, ma spesso

---

<sup>4</sup> La *readership* delle riviste in analisi va da un minimo di 525.000 lettori, nel caso di *Vogue Italia*, ad un massimo di 2.399.000 per *Donna Moderna*, passando per i 916.000 di *D la Repubblica delle Donne*, i 979.000 di *Io Donna* e i 1.086.000 di *Vanity Fair*. Dati Audipress 2008, [www.audipress.it/dati.html](http://www.audipress.it/dati.html).

<sup>5</sup> Si tratta, dunque, di 320 riviste per *D la Repubblica delle Donne*, 336 per *Donna Moderna* e *Io Donna*, 238 per *Vanity Fair* (la cui edizione italiana è stata pubblicata a partire dall'ottobre 2003) e 87 nel caso di *Vogue Italia* (l'unica rivista analizzata a non essere settimanale, bensì mensile). Per ulteriori dettagli, cfr i riferimenti bibliografici.

<sup>6</sup> I risultati qui riportati fanno riferimento alla mia tesi di laurea, *Sotto il velo dei media. Semiotica dell'hijab tra Oriente e Occidente*, discussa presso l'Università degli Studi di Torino nel dicembre 2008.

anche simbolo della sua accettazione incondizionata da parte del 'buon occidentale'<sup>7</sup>.

La sofferenza e la sottomissione sono spesso rappresentate attraverso la metafora dei bambini e delle donne in quanto simboli dell'innocenza (è il caso, ad esempio, dei numerosi appelli per la pace comparsi nelle diverse riviste durante l'inizio della guerra in Afghanistan<sup>8</sup>), o tramite l'inclusione di cimiteri o terre desolate nello sfondo. Inoltre, in diverse immagini si ritrova la gestualità della disperazione, che conduce in genere alla chiusura della figura femminile, a simboleggiare i suoi tentativi di proteggersi dal dolore e dalla violenza del mondo esterno.

Per quanto riguarda la dimensione plastica, troviamo in genere delle immagini monocromatiche:<sup>9</sup> il bianco e nero sembra generalmente simbolizzare una perdita, come se la mancanza di colori incarnasse l'assenza di libertà. Tuttavia, anche le immagini policromatiche possono veicolare la medesima idea di dolore e di sottomissione: talvolta i colori utilizzati creano una sorta di 'macchia' la cui uniformità cromatica impedisce all'osservatore di distinguere i diversi soggetti presenti nell'immagine, oggettivandoli e privandoli della propria identità personale. In altre circostanze, vi è una 'falsa policromia', creata da tinte che rimandano essenzialmente al contrasto /chiaro/ vs /scuro/, al pari delle immagini monocromatiche. Inoltre, la policromia è talvolta utilizzata per mettere in evidenza l'esclusione della donna musulmana dal mondo (colorato) che la circonda. Infine, si può ricorrere ad altri dispositivi quali l'uso della soggettiva, un particolare utilizzo della messa a fuoco o la scelta dell'opposizione /stasi/ vs /movimento/.

Nell'articolo "Prima del burqa" (*D La Repubblica delle Donne*, n. 276 – 13/11/2001), ad esempio, la giornalista Natalia Aspesi descrive la transizione delle donne afgane da un 'prima' antecedente ai talebani

---

<sup>7</sup> Su un totale di 169 immagini analizzate, infatti, 87 fanno riferimento ai temi della sottomissione e della sofferenza, 24 a quello della violenza e 27 all'immigrazione. Nel presente articolo vengono analizzate quelle ritenute più significative in relazione alla dimensione figurativa e/o plastica.

<sup>8</sup> Il riferimento è, in particolare, a *Donna Moderna* (n. 42 del 17/10/2001, pp. 43 e 47; n. 46 del 14/11/2001, p. 33; n. 47 del 21/11/2001, p. 85; n. 48 del 28/11/2001, p. 153; n. 49 del 05/12/2001, p. 39).

<sup>9</sup> Ben 56 delle 87 immagini raffiguranti scene di sottomissione e sofferenza sono caratterizzate dalla monocromia.

a un ‘dopo’ “profondamente e tristemente” (2001, p. 86) segnato dal loro regime.

Ad accompagnare le parole della giornalista vi sono diverse foto, che hanno una relazione molto interessante con l’aspetto cromatico: il primo periodo, in effetti, è rappresentato da fotografie a colori che ritraggono visi sorridenti liberi dal velo o semplicemente adornati con piccoli *foulard*, mentre il successivo è caratterizzato da immagini monocromatiche dove le donne divengono sempre più invisibili sotto il *burqa*.

Si tratta di un bianco e nero che coglie una transizione ma che, allo stesso tempo, sconvolge l’ordine temporale: cronologicamente, infatti, la fotografia monocromatica ha preceduto quella a colori, ma in questo caso avviene esattamente l’opposto. Perché questa scelta? Probabilmente è dettata dalla volontà di investire il ‘dopo’ descritto di un



Figura 1. *D la Repubblica delle Donne*, n. 276 – 13/11/2001, p. 88.

valore negativo, definendolo come privazione: al venir meno della libertà di vestirsi (e svestirsi, seppur entro ferrei limiti) a proprio piacimento, corrisponde il venir meno della policromia.

Molto interessante, inoltre, è quella che si potrebbe definire la *natura aspettuale* della figura 1: come riporta la didascalia dell'immagine (“velo facoltativo e abiti corti per le strade di Kabul”, *ibid.*, 88), essa rappresenta una fase di *transizione* tra i due momenti appena descritti, caratterizzata dalla commistione di veli diversi. In lontananza, si vedono due donne senza velo, mentre le ragazze sulla destra, in una posizione intermedia tra le figure sullo sfondo e la donna con il *burqa*, portano dei *foulard* bianchi che incorniciano il loro volto. La sagoma più vicina all'obiettivo, infine, rappresenta il grado massimo di /occultamento/ del corpo, del quale tuttavia rimangono scoperti un polpaccio e un piede (con una scarpa dal tacco accennato), a causa dello spostamento del velo che il suo movimento comporta. Proprio questo movimento, risultante con forza nonostante la fissità dell'immagine fotografica, può essere considerato il carattere *aspettuale* della fotografia: l'animazione che scuote il *burqa*, lasciandone la parte inferiore quasi ad 'inseguire' colei che lo indossa, veicola molto efficacemente l'idea di transizione di cui la giornalista parla nel testo scritto e che la didascalia ribadisce ulteriormente.



Figura 2. *Io Donna*, n. 32 – 05/08/2006, pp. 44–45.

Ciononostante, come si è detto, le immagini monocromatiche non costituiscono l'unico mezzo per rappresentare visivamente le idee di mancanza di libertà e di oppressione delle donne musulmane.

Nell'articolo "Lo sguardo dietro il burqa" (*Io Donna*, n. 32 – 05/08/2006), Marina Terragni (testo scritto) e Sara Terry (foto) mirano a mettere il lettore nei panni di chi è obbligato a indossare il velo: il testo verbale parla di "una realtà frammentata in piccoli cerchi" (Terragni 2006, p. 45) e le immagini cercano di spostare lo sguardo dell'osservatore dietro il *burqa*, mostrando la visuale tipica che esso 'offre'.

A livello visivo, l'effetto è reso con l'uso della *soggettiva* e tramite la creazione di un mosaico di frammenti visivi che rimanda alla retina del *burqa*. Difficile non notare, inoltre, il carattere artificioso della figura, in cui scatti molto diversi<sup>10</sup> tra loro vengono accostati a comporre lo stesso quadro risultante, con lo scopo di produrre un effetto iperbolico in grado di disorientare il lettore, trasmettendo un senso di oppressione, caos e smarrimento. Attraverso il terribile "bozzolo" blu, infatti, non si può che vedere, come riporta il testo scritto, un mondo triste e disordinato, segnato da povertà e crudeltà. "Un mondo in cui le donne non hanno diritto di parola, di desiderio, di progetto" (*ibid.*, 46).

In altri casi, i colori vengono utilizzati per accentuare l'isolamento della 'donna ombra' musulmana dal mondo che la circonda.

Nella figura 3 ("Laboratorio Barhein", *D la Repubblica delle Donne*, n. 437 – 12/02/2005), ad esempio, la vivace policromia della giostra sullo sfondo contrasta fortemente con l'uniformità monocromatica

<sup>10</sup> Le didascalie esplicitano verbalmente la varietà del materiale iconico scelto per l'articolo: (da sinistra verso destra e dall'alto in basso) "Il reportage di Sara Terry inizia con un autoritratto allo specchio", "Il giardino di Babur, uno dei più amati dagli abitanti di Kabul", "Una bici da uomo decorata con fiori finti al mercato di Bamiyan", "Camminando per i vicoli di Kabul", "Giochi di bimbi. Tra la spazzatura davanti casa", "Gli occhi si posano su altre donne con indosso il burqa", "Così appaiono due ragazzi incrociati sul marciapiede", "Uno scorcio di strada. In lontananza, un minareto", "È l'ora della spesa, davanti alla bottega del panettiere" e "Le montagne vicine a Istalaf. Un tempo meta di pic-nic" (Terragni 2006, pp. 44–5). Interessante notare, inoltre, la scelta di riservare i due riquadri centrali al titolo ("Lo sguardo dietro il burqa", *ibidem*, p. 44) e al sommario ("Una realtà frammentata in piccoli cerchi. È così che le donne di Kabul vedono attraverso il loro bozzolo. Anche le cose più belle. Come il viso dei propri figli", *ibid.*, p. 45) dell'articolo, con un ulteriore elemento di mescolanza tra linguaggio verbale e iconico (cui concorre la dimensione cromatica, con l'accostamento e l'alternanza di bianco, nero e azzurro).

del velo che ricopre interamente la figura femminile in primo piano, rendendola simile a una macchia nera che sembra bucare l'immagine. Un contrasto ulteriormente intensificato da un'altra opposizione, quella tra il /movimento/ (della rotazione della giostra, espresso a livello visivo dai suoi contorni sfocati) e la /stasi/ (della *silhouette* nera, la cui sagoma è nitida e ben definita). In questo modo, viene a crearsi una netta frattura tra la donna e la giostra sullo sfondo, rappresentata figurativamente dalla mancanza di una porta da aprire nel cancello che le separa. Il che conduce a una questione fondamentale: chi è il soggetto protagonista della scena rappresentata? Alla 'passività' della donna (/stasi/ → /nitidezza/ dei contorni), si oppone l'attività' della giostra (/movimento/ → /contorni sfocati/), alla policromia del marchingegno rotante il nero senza sfumature del velo. La figura femminile non è altro, in questa immagine, che una spettatrice passiva di una scena cui non può avere accesso, pur trovandosi nello stesso tempo e luogo di quest'ultima<sup>11</sup>. Una combinazione di inclusione ed esclusione che pone l'accento, ancora una volta, sui concetti di 'passività' e 'mancanza di libertà' che paiono caratterizzare la 'donna-ombra' islamica.



**Figura 3.** *D la Repubblica delle Donne*, n. 437 – 12/02/2005, p. 31.

<sup>11</sup> Significativa, a questo proposito, la didascalia che accompagna l'immagine, "Giostre sul lungomare di Manama" (Thumann 2005, 31): la presenza della donna non è contemplata.



Nelle foto qui sopra (*Io Donna*, n. 9 – 01/03/2003), i colori sono utilizzati, come esplicita il testo verbale (cfr. Mernissi in Terragni 2003, pp. 161–6), per sottolineare un avanzamento nel processo di emancipazione femminile, rappresentato a livello figurativo dalla scomparsa del velo. L'aspetto cromatico mira a conferire una connotazione particolare a questa trasformazione, marcandola come cambiamento positivo. All'opposizione /monocromia/ vs /policromia/ corrisponde quella /presenza del velo/ vs /svelamento/ ed entrambe sembrano fare riferimento alla polarità semantica tra 'sottomissione', da un lato, ed 'emancipazione', dall'altro: mentre la donna rappresentata nella figura 4 è anonima<sup>12</sup> e non interamente visibile sotto il suo velo nero, nella figura 5 l'osservatore è rapito dal viso dell'*anchorwoman* di Al Jazeera Rima Salha, la cui identità è rivelata dalla didascalia<sup>13</sup>. I colori, inoltre, partecipano all'idea di emancipazione focalizzando l'attenzione sul trucco della giovane giornalista, altro elemento tipico, a livello figurativo, della rappresentazione visiva della libertà delle donne e della loro possibilità di manifestare la propria identità.

Un ulteriore fattore d'importanza fondamentale è il computer: il parallelismo nella costruzione delle due immagini (con la figura femminile che occupa la parte sinistra dell'immagine e il PC che domina la destra) sottolinea l'importanza di questo dispositivo tecnologico come mezzo di emancipazione capace di compiere il 'miracolo' dello svelamento della donna musulmana, dandole accesso a un nuovo stile di



Figure 4-5. *Io Donna*, n. 9 – 01/03/2003, pp. 161, 166.

<sup>12</sup> La legenda dell'immagine riporta semplicemente: "un internet café in un Paese arabo" (Terragni 2003, p. 161), ignorando del tutto la donna raffigurata.

<sup>13</sup> "L'anchorwoman Rima Salha di Al Jazeera" (*ibid.*, p. 166).

vita. In effetti, la tecnologia e i media sono molto importanti per il processo di 'liberazione' delle donne, non solo perché permettono una migliore conoscenza del mondo, ma anche perché aumentano le possibilità dei soggetti femminili di giocare un ruolo attivo nella società. Grazie alla stampa ma soprattutto alla radio (mezzi di comunicazione estremamente importanti in Paesi dove l'analfabetismo riguarda spesso una parte considerevole della popolazione femminile), le donne possono avere accesso all'informazione. Inoltre, la televisione e soprattutto i nuovi media stanno lentamente reintroducendo lo *jadal*, ovvero la tradizione di dialogo e interazione nella sfera pubblica, restituendo al mondo femminile dei canali per far sentire la propria voce (*ibid.*, p. 162). Certo, si tratta di cambiamenti lenti e gradualmente vincolati al controllo delle autorità, ma che lasciano intravedere ottime opportunità per l'emancipazione femminile.

Ciononostante, le riviste tendono spesso<sup>14</sup> a non prendere in considerazione simili aspetti, concentrandosi quasi esclusivamente sullo 'svelamento', presentato come la principale tappa del processo di liberazione femminile. Nella maggior parte degli articoli analizzati, infatti, vi è un'opposizione bipolare tra presenza del velo e svelamento, da una parte, e oppressione ed emancipazione femminile, dall'altra. A ciò si aggiunge un'altra contrapposizione: da una parte il 'velo-prigione' della sofferenza e della sottomissione imposto dalla società islamica, dall'altra la figura del 'buon occidentale', il cui intervento può 'salvare' le donne musulmane. Questo non solo quando l'Occidente viene presentato come il promotore di violenti ma 'necessari' conflitti armati contro gli integralismi dell'Islam — apportando cambiamenti politici e sociali il cui impatto è spesso celebrato con testi dai toni entusiastici e da immagini colorate di donne che si 'liberano' dei loro *burqa*, *chador*, ecc. — ma anche quando la società occidentale apre le proprie porte alle vittime della presunta brutalità del mondo musulmano. È il caso dell'*immigrazione*: anche se i veli non scompaiono completamente, essi sono sottomessi a un'evidente riduzione e a un processo di fusione con elementi tipici dell'Ovest. In numerosi casi, infatti, piccoli

---

<sup>14</sup> Tra gli articoli analizzati, solo nove fanno riferimento a forme di emancipazione che non prevedono la scomparsa del velo come requisito indispensabile per l'accesso a nuove (e migliori) condizioni di vita per la donna musulmana.



*foulard* sono accompagnati da uniformi scolastiche o da altri vestiti o accessori il cui marchio esprime chiaramente la loro appartenenza al contesto occidentale. Di qui la creazione di un'immagine del tutto positiva dell'immigrazione e dei suoi effetti sulle condizioni di vita delle donne musulmane<sup>15</sup>. Un'immagine che, a livello visivo, trova espressione mediante l'uso di simmetrie e rime cromatiche, oltre alla frequente ricomparsa di sorrisi e visi truccati.

Inoltre, è molto interessante analizzare i processi di ri-semantizzazione ai quali il velo può essere soggetto entrando in contatto con la società occidentale e il suo stile di vita. Due esempi permettono di illustrarlo efficacemente: la campagna pubblicitaria *Food for Work* di *COLORS* (la rivista di Benetton – n. 54, *Food*) in associazione con il Programma Alimentare Mondiale e l'inclusione del *burqa* nel sistema della moda occidentale.

Per quel che riguarda il primo, è importante analizzare l'aspetto cromatico: il *burqa* rappresentato nelle immagini della campagna abbandona i colori pallidi e neutri che lo caratterizzano generalmente in Afghanistan, per colorarsi di tinte vivaci che rimandano immediatamente alla marca *United Colors of Benetton* e alle sue abituali pubbli-



**Figura 6.** Campagna pubblicitaria *Food for Work* di *COLORS*.

<sup>15</sup> Solo in un articolo di *D La Repubblica delle Donne* si può riscontrare un approccio diverso al tema dell'immigrazione, con il tentativo di descrivere la difficoltà delle donne musulmane a *ri*-definire la propria identità e a conformarsi al nuovo contesto in cui vivono.

cià (United Colors of Benetton 2008). Ancora una volta, il colore è utilizzato come espressione di una trasformazione, espressa, a livello figurativo, dallo /svelamento/: la donna, inizialmente invisibile sotto il velo, si scopre e rivela la propria identità, a sua volta specificata dalla legenda<sup>16</sup> (che porta l'attenzione dell'osservatore sul marchio, uno dei 'promotori' di un simile miracolo).

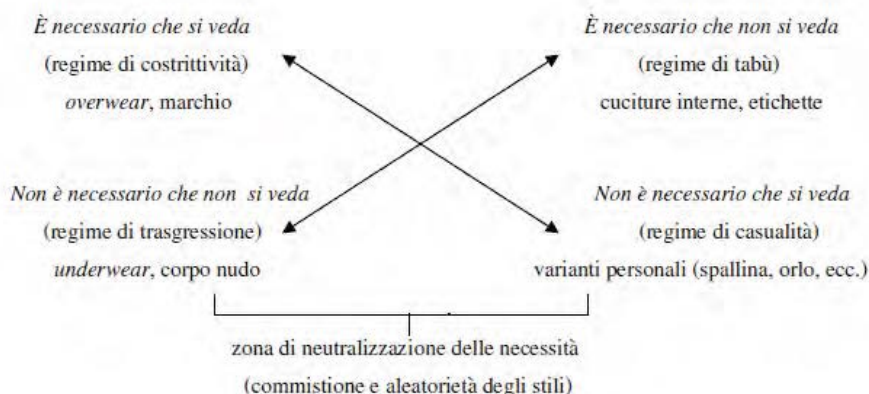


Figura 7. *Vogue Italia*, n. 630 – Febbraio 2003, p. 316.

<sup>16</sup> “Food for Work. Basmima, 15, is now free to find work in Kabul. Food aid supports her while she looks for a job” (United Colors of Benetton and the World Food Program, 2003, in *D la Repubblica delle Donne*, n. 338 del 15/02/2003, retro copertina).

Per quel che riguarda l'inclusione del *burqa* nella moda occidentale, invece, è molto interessante un articolo presente nel n. 630 di *Vogue Italia* (Febbraio 2003): il velo cessa qui di essere un ingombrante fardello che nasconde il corpo sotto i propri colori neutri e si accende di tinte vivaci che lasciano trasparire la sinuosità e la sensualità della modella. È un *burka* (nella dicitura della didascalia<sup>17</sup> delle immagini) che sovverte completamente i valori cui è legato originariamente, sia per le tinte di cui si colora che per la trasparenza che viene a caratterizzarlo. Il suo obiettivo non è più di nascondere il corpo allo sguardo, ma di incitare a guardarlo.

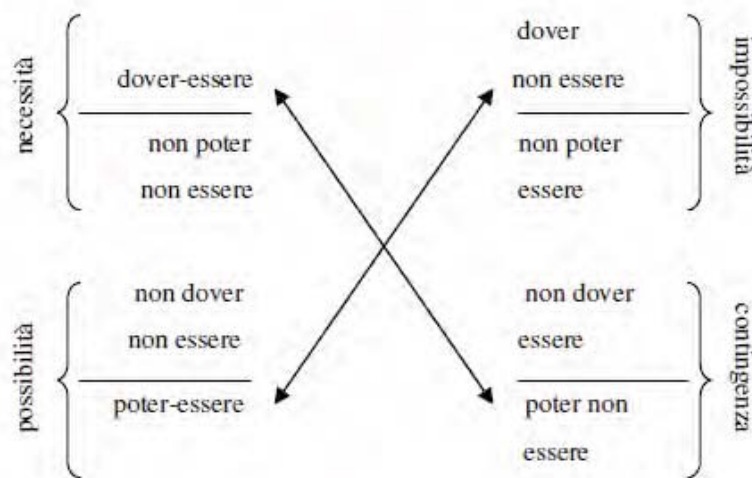
Riprendendo il quadrato semiotico di Maria Pia Pozzato (2005, p. 39), quindi, notiamo uno spostamento dell'indumento dal regime di *tabù* (che, nella moda occidentale, è generalmente riservato a cuciture interne ed etichette) a quello di *trasgressione*, in cui il *burqa* cessa di essere il simbolo dell'occultamento e dell'oppressione della donna e rende il suo corpo visibile e persino seducente.



In parallelo a questo passaggio, sembra avvenirne un altro: non si tratta più, infatti, di un *burqa* ('con la q') imposto e repressivo, ma di un *burka* ('con la k') provocante e scelto come accessorio di moda (che si può indossare o togliere e, con pochi gesti, trasformare in una

<sup>17</sup> "Aperti a utilizzi fantasiosi i burka di nailon in colori fluo, riducibili a dimensione borsa, Jun Takahashi per Undercover" (Acquarone 2003, p. 316).

comoda borsa a tracolla). Dalla sfera del *dover essere* (il *burqa* dell'invisibilità della donna, talvolta un vero e proprio *dover non essere*), si passa a quella del *poter essere* (il *burka* come accessorio di moda, anche simbolo di un *non dover essere* necessariamente come impone un determinato codice), secondo il confronto dei quadrati semiotici proposto da Greimas e Courtés (2007, 274):



Dai regimi della *necessità* e dell'*impossibilità*, tipici del *burqa*, si assiste quindi, con il *burka* della moda, al passaggio a quelli della *possibilità* e della *contingenza*.

A partire da questi esempi, vediamo come, in molti casi, il velo tende ad essere rappresentato come una prigione imposta a donne impotenti e passive dalla barbarie e dalla crudeltà dell'Islam, mentre l'emancipazione sembra essere il risultato dell'intervento dell'Occidente, grazie al quale l'*hijab* può scomparire, essere visibilmente ridotto o soggetto a complessi processi di ri-semantizzazione che sovvertono il suo senso originario.

Ma non si tratta degli unici casi in cui le donne musulmane sembrano lasciare il campo della passività per entrare in quello dell'attività: con il

‘velo della violenza’, ad esempio, esse abbandonano il loro statuto di vittime per divenire sostenitrici della presunta brutalità dell’Islam.<sup>18</sup>

Quanto alla rappresentazione di questo ‘velo-minaccia’, le immagini rinvenute sono in genere caratterizzate dalla forte presenza di armi nella scena raffigurata, dalla messa in scena di folle grandi e compatte (la cui omogeneità è ottenuta grazie all’uniformità cromatica) o dalla ‘fusione’ del velo con altri elementi, quali l’uniforme mimetica o la fascia che testimonia la professione di fede in Allah e Maometto. Molto interessante, inoltre, è l’inclusione dell’infanzia in questo tipo di rappresentazione, che porta a un totale sovvertimento della tradizionale metafora della figura femminile e di quella del bambino come simboli della vulnerabilità e dell’innocenza. Ne è un esempio la figura 8, in cui è riscontrabile un ulteriore elemento di estrema importanza in relazione alla raffigurazione della ‘donna carnefice’: il dispositivo enunciativo dello sguardo, generalmente rivolto verso l’obiettivo fotografico, in modo da far presa sull’osservatore ed esprimere un senso di determinazione e crudeltà<sup>19</sup>.



**Figura 8.** Vanity Fair, n. 16 del 15/04/2004, p. 114.

<sup>18</sup> Molto interessante, in relazione alla rappresentazione del “velo-minaccia”, è la poetica sviluppata dall’artista iraniana Shirin Neshat, nelle cui opere “la giustapposizione delle armi rappresenta la violenza come simbolo dell’immagine stereotipata dell’Islam del mondo occidentale”, Neshat in Caraffini 1998, *Virus (1994–1998) Mutation*, in [www.undo.net](http://www.undo.net). Cfr, in particolare, Neshat 1998.

<sup>19</sup> Significativa, a questo proposito, la didascalia che accompagna l’immagine: “A Gaza, durante i funerali dello sceicco Ahmed Yassin, una bambina con gli abiti tipici di chi è pronto al martirio. La scritta sulla fascia che porta in testa è la professione di fede in Allah e Maometto” (Dviri 2004, p. 114).

Talvolta, poi, a essere rappresentati sono gli effetti della violenza: da una parte le vittime degli attentati (con un capovolgimento della relazione tra presenza del velo e sofferenza, ora non più subita ma inflitta da donne velate), dall'altra l'incarcerazione di coloro che, per un motivo o per l'altro, non sono riuscite nella propria impresa di morte e si trovano ora costrette alla doppia prigione delle grate di ferro e della stoffa che le avvolge<sup>20</sup>.

Al di là della minacciosa kamikaze, l'altra figura che incarna il passaggio delle donne alla sfera dell'azione è quella della donna musulmana emancipata 'malgrado' il velo che porta. È il caso dello sport, della musica e di altre attività che mostrano la donna in azione, ma anche della sua occupazione dello spazio pubblico. I soggetti femminili non sono più relegati in un regime di invisibilità e passività, ma invadono la sfera sociale, ora caratterizzata dalla promiscuità sessuale e non più dalla segregazione. Inoltre, la tecnologia dell'informazione e l'istruzione permettono alle donne di entrare in sfere cui non potevano avere accesso prima e di essere consapevoli dei loro diritti e delle diverse possibilità di far sentire la propria voce.

A livello visivo, questo tipo di rappresentazione trova espressione attraverso diversi formanti figurativi — come la raffigurazione di media, strumenti musicali o ritratti di donne che giocano in spiaggia, danzano o fumano il narghilè — e da vari significanti plastici — quali la policromia o una particolare messa a fuoco che permette di distinguere i soggetti femminili dai maschili (conferendo loro maggiore importanza all'interno della scena raffigurata) o di mettere in evidenza il loro stato di movimento.<sup>21</sup>

Ciò che è essenziale notare è che, in questi casi, il velo non nasconde più l'identità delle donne ma ne fa parte, come un riferimento culturale scelto e non imposto a chi lo porta. Ne consegue che non si tratta più di *burqa*, *chador*, *abaya* o *niqab*, ma di veli ridotti che rendono visibile il volto e permettono di muoversi facilmente.

La presenza di una simile rappresentazione è molto importante, poiché mostra che l'emancipazione non è più il risultato del-

<sup>20</sup> Cfr *D la Repubblica delle Donne*: n. 515 del 09/09/2005, pp. 37 e 41; n. 524 dell'11/11/2006, pp. 59–61 e 64; e *Vanity Fair*: n. 5 del 10/02/2005, p. 102.

<sup>21</sup> Data l'impossibilità di procedere in questa sede a un'analisi più dettagliata di esempi concreti, si rimanda a Stano 2008, pp. 114–21, 143–5, 161–9, 172–7 e 206–8.



l'intervento occidentale, bensì un fattore endogeno al contesto islamico.

Purtroppo, anche se nelle riviste analizzate è possibile riscontrare una tendenza crescente a includere questo aspetto, nella maggior parte dei casi<sup>22</sup> il velo sembra rimanere sempre e comunque una presenza ingombrante, su cui si affacciano, è vero, alcuni spiragli di emancipazione e indipendenza, ma non tali da abbattere il primato della sua caratterizzazione in termini prettamente negativi.

È in questo senso che sembrano sopravvivere “nella forma più pura i principali dogmi orientalisti: l'assoluta e sistematica contrapposizione di un Occidente razionale, progredito, umano, superiore a un Oriente irrazionale, arretrato, disumano e inferiore” (Said 1991, p. 319). Nella maggior parte dei casi, inoltre, l'Islam tende ad essere rappresentato, sulla scia degli scritti di Gibb, Massignon, von Grunebaum e altri autori dei secoli scorsi, come un'entità “monolitic[a], incurante dell'esperienza umana di ogni giorno, grossolan[a], riduttiv[a], immutabile” (*ibid.*, p. 317), senza distinzioni tra correnti moderate e integraliste, né riferimento alcuno ai contesti storici, geografici, sociali e politici che ne determinano le diverse declinazioni e forme di organizzazione e semantizzazione degli oggetti culturali.

È quindi necessario, innanzitutto, decostruire l'opposizione Islam–Occidente e la conseguente attribuzione di valori negativi al primo e positivi al secondo, riconoscendo l'’Altro’ non esclusivamente in opposizione al ‘Noi’ occidentale ma nella specificità che gli è propria, in un'ottica priva di pregiudizi e stereotipi e basata su una conoscenza approfondita dei contesti islamici e dei loro veli.

Ciò significa, in altri termini, liberare le nostre menti dal ‘velo’ che sembra coprirle: un invisibile ma pesante *burqa* da sotto il quale si vorrebbe vedessimo la realtà che ci circonda.

#### Riferimenti bibliografici:

Acquarone L., (2003) “Scrapbook”, *Vogue Italia*, 603: 316.

Aspesi N. (2001) “Prima del burqa”, *D la Repubblica delle Donne*, 6, 276: 85–90.

---

<sup>22</sup> Come già detto in precedenza, infatti, solo in nove dei casi analizzati il velo non costituisce un impedimento al processo di emancipazione femminile.

- Bausani A. (1980) *L'Islam*, Garzanti, Milano.
- Bearman P. (1998) *Encyclopédie de l'Islam/Encyclopaedia of Islam*, Brill, Parigi.
- Branca P. (1995) *Introduzione all'Islam*, Paoline, Milano.
- Bullock K. (2003) *Rethinking Muslim Women and the Veil. Challenging Historical and Modern Stereotypes*, The International Institute of Islamic Thought, Herndon.
- Cardini F. (1999) *Europa e Islam. Storia di un malinteso*, Laterza, Roma-Bari.
- Caraffini F. (1998) *Shirin Neshat – intervista*, in “Virus (1994–1998) – Mutation”, [www.undo.net](http://www.undo.net), consultato il 2 Marzo 2010.
- Codeluppi E. (2007) *L'Iran veste Prada*, in “Ocula – Semiotic Eye on Media”, [www.ocula.it](http://www.ocula.it), consultato il 21 Aprile 2008.
- Dviri M. (data) *Voi israeliani siete tutti matti. Prima al nemico gli sparate e poi lo andate a curare*, “Vanity Fair”, 2, 16: 110–4.
- Greimas, A.J. e J. Courtés (1979) *Sémiotique raisonnée de la théorie du langage*, Hatte, Parigi (trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Mondadori, Milano 2007).
- El Guindi F. (1999) *Veil: Modesty, Privacy, Resistance*, Berg Publishers, Oxford and New York.
- Guolo R. (2007) *La via dell'Imam: l'Iran da Khomeini a Ahmadinejad*, Laterza, Roma.
- Mernissi F. (1992) *Donne del profeta: la condizione femminile nell'Islam*, ECIG, Genova.
- Nasr S. H. (1974) *Ideali e realtà dell'Islam*, Rusconi, Milano.
- Neshat S. (1998) *Women of Allah: Photographies, Films, Videos*, Paris Audiovisuel/Maison européenne de la Photographie, Parigi.
- Pozzato M.P. (2005) *Velature e svelamenti. Un problema di semiotica delle culture*, in G. Franci e M.G. Muzzarelli (a cura di) *Il vestito dell'altro. Semiotica, arti, costume*, Lupetti, Milano.
- Rivera A. (2005) *La guerra dei simboli. Veli postcoloniali e retoriche sull'alterità*, Dedalo, Bari.
- Said E.W. (1978) *Orientalism*, Pantheon Books, New York (trad. it. *Orientalismo*, Bollati Boringhieri, Torino 1991).
- . (1997), *Covering Islam. How the Media and the Experts determine how we see the rest of the world*, Vintage Books, New York.
- Shirazi F. (2003) *The Veil Unveiled: Hijab in Modern Culture*, University Press of Florida, Gainesville, FL.
- Stano S. (2008) *Sotto il velo dei media. Semiotica dell'hijab tra Oriente e Occidente*, tesi di laurea, Università degli Studi di Torino.
- Terragni M. (2003) *Il digital islam rilancia le donne*, “Io Donna”, 8, 9: 161–6.
- . (2006) *Lo sguardo dietro il burqa*, “Io Donna” 11, 32: 44–8.
- Thumann M. (2005) *Laboratorio Bahrein*, “D la Repubblica delle Donne” 10, 437: 30–42.
- Tiefenbrun S. (2007) “The Semiotics of Women’s Human Rights in Iran”, in Thomas Jefferson School of Law, [www.papers.ssrn.com](http://www.papers.ssrn.com), consultato il 12 Aprile 2008.



- Trevisani I. (2003) *Il velo e lo specchio. Pratiche di bellezza come forma di resistenza agli integralismi*, Baldini Castaldi Dalai, Milano.
- United Colors of Benetton (2008) “Presentazione pubblicità UCB”, [www.press.benettongroup.com](http://www.press.benettongroup.com), consultato il 12 Agosto 2008.
- United Colors of Benetton and the World Food Program (2003) *Hunger-Fame*, supplemento di *COLORS* (54): *Food*, Fabbrica, Milano.

*Riviste analizzate*

- D la Repubblica delle Donne*, Gruppo Editoriale L'Espresso (n. 267: 11 Settembre 2001 – n. 586: 23 Febbraio 2008).
- Donna Moderna*, Mondadori (n. 37: 12 Settembre 2001 – n. 8: 27 Febbraio 2008).
- Io Donna*, RCS (n. 37: 15 Settembre 2001 – n. 8: 23 Febbraio 2008).
- Vanity Fair*, Condé Nast (n. 1: 9 Ottobre 2003 – n. 8: 27 Febbraio 2008).
- Vogue Italia*, Condé Nast (n. 613: Settembre 2001 – n. 690: Febbraio 2008).