



Éticas, estéticas y políticas cotidianas en torno a la vestimenta islámica. El caso de mujeres conversas al islam en Buenos Aires

The Everyday Ethics, Aesthetics and Politics of Islamic Dress. The Case of Women Converts to Islam in Buenos Aires

Mayra Soledad Valcarcel

Instituto de Investigaciones de Estudios de Género, Universidad de Buenos Aires.
E-mail: mayravalcarcel@yahoo.com.ar

Resumen

El artículo indaga acerca de las sensibilidades, discursividades y materialidades que las mujeres conversas despliegan a partir de la reapropiación del islam como un repertorio de género, tomando al pañuelo islámico, el cuidado y la apariencia corporal como ejemplo. El trabajo etnográfico (2013-2020) emprendido en el Área Metropolitana de Buenos Aires, en diálogo con los testimonios recopilados, permite dar cuenta de las diversas formas en que el islam es reconfigurado localmente. En este sentido, revela que la vestimenta islámica, aunque no constituye una problemática que atraviese el contexto social, emerge como un recurso político, ético y/o estético generizado que interpela las performance y retóricas de las mujeres que abrazan el islam. El texto, por un lado, aborda comparativamente los usos y sentidos que las sujetas le otorgan a la vestimenta islámica; teniendo en consideración si se trata de conversas que adhieren al islam shiita y sunnita o si son seguidoras del sufismo, así como las convergencias y tensiones que surgen con quienes son musulmanas de nacimiento. Por el otro, reflexiona acerca de la agencia femenina más allá de la normatividad religiosa y la engañosa dicotomía establecida entre el hecho de aceptar o rechazar el pañuelo islámico.

Palabras clave: Género; Islam; Conversión; Vestimenta; Buenos Aires.

Abstract

This article explores the sensitivities, discursivities and materialities deployed by women converts through their reappropriation of Islam as a gender repertoire, taking the Islamic headscarf, body care and physical appearance as examples. The ethnographic work (2013–2020), carried out in the Buenos Aires Metropolitan Area in dialogue with the testimonies collected charts the different ways in which Islam is locally reconfigured. It reveals that, while Islamic dress does not constitute an all-pervasive set of social issues, it nevertheless emerges as a political, ethical or aesthetic resource that speaks to the performances and rhetorics of women embracing Islam. On one hand, the text takes a comparative approach to the uses and meanings given to Islamic dress by the subjects, while taking into consideration whether they are converts adhering to Shi'ite and Sunnī Islam or follow Sufism, and the convergences and tensions arising with Muslims by birth. On the other hand, it reflects on female agency beyond religious normativity and the misleading dichotomy of the acceptance or rejection of the Islamic headscarf.

Keywords: Gender; Islam; Conversion; Dress; Buenos Aires.

Introducción

Este artículo resulta de la investigación doctoral llevada a cabo en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) entre los años 2013 y 2020 (Valcarcel, 2021). La experiencia etnográfica a través de la heterogénea y dinámica geografía musulmana local suscitó la transformación del objeto inicial de indagación (el proceso de construcción identitario en torno a las mujeres musulmanas "de cuna") hacia el estudio de las modalidades de conversión femenina, los tránsitos y cambios de adhesión intra-islámicos. En sintonía con este movimiento, la vestimenta islámica

emergió como un eje de interés, a pesar de que el uso del pañuelo en el espacio público o la islamofobia (término en discusión) no constituyan, como sí ocurre en otros países, problemáticas sociales o debates mediáticos y políticos de alta intensidad. De allí que surjan numerosos interrogantes y desafíos para quien investiga: ¿cómo abordar, según revela el campo etnográfico, el hecho de que son principalmente las mujeres conversas quienes adoptan la vestimenta islámica?, ¿cómo contemplar los usos y sentidos que le confieren en un contexto exento, en términos generales, de los conflictos arriba mencionados?, ¿cómo indagar este fenómeno sin descontextualizar

variables y discusiones analíticas propias de otros núcleos académicos?, ¿cómo incluir el tópico del pañuelo islámico sin fetichizarlo ni conferirle una trascendencia que eclipse aspectos igual o más relevantes en los itinerarios de conversión?

En diálogo con estas preguntas, el texto explora las sensibilidades, discursividades y materialidades desplegadas a partir de la reapropiación y operacionalización del islam como un repertorio de género¹; buscando contribuir a la reflexión situada de las experiencias y significantes en torno a la vestimenta islámica. Toma como insumo de análisis: los registros y notas de campo durante las múltiples instancias de observación participante en actividades y espacios culturales, políticos y religiosos solidarios a las distintas vertientes o expresiones islámicas que han sido objeto de estudio (mezquitas de orientación sunnita y shiita, *musallah* del movimiento Jamaat Tabligh, *dargāh* de las cofradías sufíes Yerrahiyah y Naqhsbandiyyah, entre otros)²; literatura y material de divulgación; entrevistas en profundidad y relatos de vida.

Se explicita la realización de más de una treintena de entrevistas abiertas, a las que se suman las conversaciones informales y los testimonios obtenidos durante el trabajo etnográfico. Las mujeres entrevistadas, cuya edad oscila entre los 20 y 70 años, pertenecen a los sectores medios urbanos, y adhieren a distintas corrientes islámicas (sunismo, shiismo, sufismo)³.

¹ Este texto prescinde de adoptar una definición conceptual en particular. Por el contrario, a los fines prácticos y descriptivos de su contenido, recupera libre y ampliamente diversas influencias. En primer lugar, enfatiza el carácter performativo del género (Butler, 2007) en una línea similar a la explorada, por ejemplo, por Elizalde y Felitti (2015) respecto a las pedagogías de la sexualidad. En segundo término, comprende, siguiendo a Noel, los repertorios culturales como conjuntos heterogéneos de múltiples recursos (materiales y simbólicos), junto con las formas socialmente disponibles de habitarlos, apropiarlos y movilizarlos dentro de un colectivo de referencia (2013: 17). En tercer lugar, también incluye los repertorios afectivos y emocionales (Slaby, von Scheve, et.al, 2019); considerando su carácter expresivo, creativo y relacional. Conforme a lo anterior, las mujeres pueden utilizar los recursos (discursos, idearios, rituales, técnicas del cuerpo, formas sensoriales y modos somáticos de atención, pedagogías sexuales, etc.) que conforman los diversos repertorios islámicos para cancelar feminidades “clásicas” / “tradicionales” (próximas a la normatividad) o, en cambio, articularlos con otras prácticas y retóricas sociales (feministas, seculares, etc.) para configurar feminidades heterodoxas y/o disidentes.

² Por más información sobre el campo musulmán, consúltese la introducción del dossier. Para evitar reiteraciones, se reducirán al mínimo las referencias institucionales e histórico-contextuales.

³ La principal división dentro del islam se establece, generalmente, entre sunnitas y shiitas. Sunnismo y shiismo corresponden, entre otras facetas, a corrientes islámicas, comunidades de interpretación y práctica que, a su vez, incluyen en su interior diversas escuelas de jurisprudencia, expresiones y movimientos. El sufismo, por su parte, refiere a la tradición o dimensión mística/esotérica del islam. No remite en *strictu sensu* a una vertiente como las anteriores. De hecho, una cofradía sufi o sus integrantes podrían identificarse tanto con el islam sunnita como shiita. No obstante, y sin prescindir de esta salvedad, el sufismo suele presentarse en el campo etnográfico local como una identidad sectaria o adhesión relativamente autónoma. En consecuencia, y por razones operativas que simplifiquen su lectura,

Estas adhesiones se manifiestan en las modalidades de conversión (intelectual-cultural, intelectual-política, intelectual-mística) y los itinerarios (narrativos, afectivos y corporales) de islamización (Valcarcel, 2022). Detenerse en las convergencias y divergencias entre las trayectorias excede los límites de este artículo. Pero sí cabe señalar que la redirección del problema de investigación, en conjunción con la cadena de afinidades electivas entre quienes abrazaron el islam, condujo a la prevalencia de los testimonios de mujeres conversas (23 sobre un total de 35 entrevistadas). Así, entra en escena un dato, tal vez poco significativo numéricamente y no extensible a otros contextos etnográficos del país, que da indicios de un proceso distintivo. A saber: sólo 13 de las 35 mujeres utilizaban cotidianamente algún tipo de pañuelo o vestimenta islámica al momento de la realización de las entrevistas, y 10 de ellas eran conversas. Es decir, si bien la mayoría de las entrevistadas no había adoptado el pañuelo, casi la mitad de las conversas sí lo había hecho.

La diacronía de las entrevistas y los numerosos testimonios *off the record* permiten destacar otro punto, aquel que sugiere la relativa maleabilidad en los usos y sentidos otorgados a la vestimenta islámica. Esta versatilidad responde, en parte, a las características de cada itinerario personal. Sin embargo, se encuentra condicionada por las redes afectivas que las mujeres tejen, los espacios de sociabilidad islámica que transitan, las normatividades y moralidades que en ellos predominan. Sin olvidarnos, por supuesto, de los dispositivos rituales y de la pedagogía islámica involucrados. En consecuencia, llega a vislumbrarse que, en la comunidad shiita, el uso del pañuelo se aproxima a la reivindicación política-identitaria (compartida tanto por las musulmanas conversas como por aquellas de origen), y que en los espacios sunnitas aparecen interpretaciones e implementaciones de variada rigurosidad que oscilan entre la “cultura árabe” y el precepto de segregación sexual. En cambio, dentro las órdenes sufíes (compuestas predominantemente por personas conversas), el pañuelo suele restringirse al encuentro ritual, mientras en la cotidianeidad se adoptan estilos que evocan fundamentaciones religiosas, pero que, sobre todo, identifican la cofradía de pertenencia.

Por un lado, se sugiere que los fundamentos, sentidos y las modalidades que adquiere la vestimenta islámica se constituyen en la intersección entre las retóricas y codificaciones preponderantes en los espacios de participación concernientes a la vertiente islámica (sunnita, shiita, sufi) a la cual la mujer adhiere, y una gramática transnacional que comprende: la politización del islam, la difusión y localización de movimientos tradicionalistas o místicos, los imaginarios orientalistas y

este texto se toma la licencia de tratar al sufismo como una corriente o vertiente islámica junto a las otras.

la moda islámica, entre otros fenómenos.

Por otro lado, puede inferirse que la experiencia y performance alrededor del pañuelo islámico juega un rol destacado en el proceso de conversión femenina; exhibiendo variaciones a lo largo de la biografía de cada mujer en función de sus predilecciones personales y cambios vitales, aunque también en relación con los itinerarios de (re)islamización y las tensiones intra-islámicas locales. Por consiguiente, hallamos mujeres que, cuando abrazaron el islam, adoptaron el velo y luego de varios años —épocas que suelen coincidir con la flexibilización de los lazos que mantienen con la comunidad islámica— decidieron dejar de usarlo. Otras, por el contrario, que durante muchos años minimizaban o rechazan la idea del pañuelo, y tras comenzar a frecuentar una entidad islámica distinta a aquella otra en la que se habían convertido, decidieron incursionar en la vestimenta siguiendo las pautas preponderantes de ese nuevo espacio de participación. Asimismo, encontramos intentos de personalización del islam en mujeres que tejen variadas membresías (y lealtades) comunitarias o en aquellas que circulan por las periferias del caleidoscopio musulmán.

A partir del estudio de caso, con perspectiva de género, el artículo profundizará en las dimensiones éticas, estéticas y políticas de la vestimenta islámica (Sandıkçı y Ger, 2005). Se comprende, siguiendo a autoras como Pellegrin (1993), que la indumentaria es un hecho social total que puede abordarse e historizarse desde una multiplicidad de enfoques y facetas. No sólo expresa valores normativos o prescriptivos del cuerpo social (Arthur, 1999), sino que —en palabras de Bard (2012)— configura (en tanto cultura material) usos, deseos, identidades y relaciones de género; poniendo de manifiesto su carácter simbólico y político. Sin embargo, respecto al tópico que aquí nos atañe, urge dejar de restringir la vestimenta islámica exclusivamente a su sentido religioso o los simbolismos políticos a su alrededor.

Sin pasar por alto la fundamentación religiosa del *hiyab* y su relación con la expresión de una moralidad pública (El Guindi, 1999), o su constitución como una tecnología del self que contribuye a la cultivación de ciertos valores éticos (Mahmood, 2012[2005]), vale contemplar la posibilidad de que la apariencia islámica ("*muslim look*") involucre sensibilidades y preferencias estéticas (Tarlo, 2007). Diferentes usos, connotaciones e interpretaciones —más allá del ideal de modestia— coexisten y entran en tensión. El trabajo estético alrededor de la vestimenta puede otorgar un sentido de control sobre el propio cuerpo y la imagen personal, así como puede ser indicador de una específica adhesión religiosa o de la personalización del islam (Sandıkçı y Ger, 2005: 79). En esta línea, Bucar (2016) advierte sobre la santificación de la materialidad del mundo a través de diversos dispositivos y prácticas, entre las que incluye el consumo y la moda

islámica. Reconoce, a su vez, que la dimensión ética de la vestimenta islámica opera en tres niveles: personal (cultivación de la piedad, adoración divina, etc.), relacional (regulación de relaciones sexo-género, entre otras) y comunitaria (control social, adscripción o pertenencia identitaria, etc.).

Las marcas de pertenencia comunitaria que se construyen y proyectan, al igual que las experiencias religiosas, pueden comprenderse —tal como sugieren Algranti y Setton— a través de las mediaciones éticas, técnicas y estéticas intervinientes (2021: 60). Aquí se incluye también, como se anticipó, la dimensión ideológica y/o política. Estas, abordadas en los respectivos acápite en los que se organiza el texto, se intersectan y tensionan; exhibiendo no sólo su porosidad, sino la existencia de itinerarios complejos, creativos y sinuosos, así como identificaciones religiosas "imperfectas" (Algranti y Setton, 2021: 444).

Se hará uso discrecional del recurso comparativo con la intención de mostrar que velarse y desvelarse en distintos momentos biográficos y contextuales pueden constituir acciones de gran polisemia y eficacia simbólica. Prácticas que se encuentran intrínsecamente atravesadas por los regímenes de sensibilidad y agentividad social imperantes, así como por las moralidades, códigos y criterios de membresía específicos de cada grupo, entidad o espacio islámico. Se toma en consideración el papel que desempeña la vestimenta en la configuración de las feminidades islámicas (alternativas, normativas, heterodoxas, entre otras) (Valcarcel, 2022), junto con el entramado sensorial-afectivo que subyace a los itinerarios corporales (Esteban, 2004) y narrativas de conversión (Valcarcel, 2021). Finalmente, se propone una reflexión acerca del sentido común académico, en el que también he incurrido, que simplifica la agencia musulmana a la engañosa dicotomía establecida entre la subjetividad pía y la feminista, o que polariza el "empoderamiento" femenino entre el hecho de aceptar o rechazar el pañuelo islámico.

El pañuelo como bandera: identidad, política e islam en femenino

Algunos trabajos en Brasil y México han advertido sobre la reestructuración de las relaciones de género a través de la práctica islámica (Dumovich, 2013; García Linares, 2016). También, respecto al uso del *hiyab* como una forma de legitimación comunitaria (Ferreira, 2013; Castro, 2015), distinguiendo la implementación emprendida por las conversas, de la reafirmación étnica por parte de las musulmanas de origen (Espinola, 2005), o sugiriendo su resignificación estratégica dentro del mercado matrimonial islámico (Castro, 2015). Pueden identificarse, con matices y contrastes, algunos de estos procesos en el campo etnográfico local. Este registro regional da cuenta de la brecha existente con lo acaecido en otras latitudes

que, tal como se anticipó, se encuentran atravesadas por otras problemáticas sociales. Aun así, las discursividades y prácticas locales en torno al pañuelo islámico no pueden comprenderse al margen de ciertos fenómenos de alcance transnacional. Un ejemplo de ello, y objeto indagación en este acápite, es la resignificación del pañuelo como símbolo político.

Inicié el trabajo de campo con mujeres que asistían a una mezquita shiita de la ciudad. Aunque se trata de una comunidad con raigambre en las familias libanesas que históricamente se asentaron en los barrios porteños de Flores, Floresta y sus alrededores, encontré cierta apertura hacia los y las conversas. De hecho, algunos de sus líderes religiosos y políticos lo son. Era habitual cruzarme con mujeres (conversas y de familia, desde adolescentes a adultas mayores) vistiendo *hiyab* cotidianamente (algunas de ellas con funciones institucionales dentro de la mezquita y otras con trabajos en dependencias estatales o gubernamentales) o que lo empleaban en actividades culturales y políticas específicas (concentraciones públicas en apoyo de luchas o regímenes de Medio Oriente, eventos conmemorativos de la colectividad argentino-árabe, celebración del Día Internacional del *Hiyab*, entre otras). Supuse, apresuradamente, que la politización de la identidad islámica era una característica del campo musulmán argentino en su conjunto, y que el pañuelo islámico constituía su hiperbolización. Claramente, se trataba de una caricaturización simplificada que el tránsito por otros espacios y vertientes sectarias no tardaría en desmoronar. Además, lograría entrever que, al interior de este grupo, la connotación política del pañuelo no escapa a la normatividad sexo-género islámica⁴, y que la participación de quienes abrazan el islam no está exenta de tensiones.

Es una comunidad en la que muchas de las mujeres utilizan *hiyab* cotidianamente y donde el porcentaje entre las nacidas en familias musulmanas y las conversas que lo hacen es similar. Por el contrario, en otras instituciones o espacios, la vestimenta islámica prevalece entre las

⁴ Se recuperan dos contribuciones concernientes a la conceptualización y problematización del género en tanto categoría analítica. Por un lado, la definición provista por Scott (1986) que contempla las dimensiones: institucional-estructural, normativa, cultural-simbólica y subjetiva. Por el otro, la ya clásica categoría sistema sexo/género, desarrollada por Rubin (1975). A pesar de las oportunas críticas vertidas sobre la presunta homologación entre sexo-biología/género-cultura que este modelo preserva, puede ser útil para describir el sistema de relaciones de género y parentesco dentro de la tradición discursiva islámica (Corán, Hadith, etc.), sin desatender que ésta puede variar histórica y contextualmente. Existen diversas escuelas de jurisprudencia, hermenéuticas, prácticas e interpretaciones personales y comunitarias; sin embargo, a modo ilustrativo pueden mencionarse los siguientes puntos: la valoración positiva de la sexualidad (pero su circunscripción dentro del ámbito matrimonial), la posibilidad de la poligamia, el derecho de la mujer al divorcio, la recomendación de la vestimenta islámica femenina, el recaudo sobre el contacto corporal con personas de distinto sexo que no forman parte de su familia, la condena (según interpretaciones hegemónicas) de sexualidades e identidades no heteronormativas, la privación del rezo y el ayuno de Ramadán durante la menstruación, entre otros.

mujeres conversas, las musulmanas de origen de mayor rango etario o aquellas provenientes de países islámicos. Aquí, en cambio, el uso del pañuelo pareciera ser más extendido y transversal generacionalmente. La mayoría emplea un velo que solamente cubre su cabello y escote. Algunas, iraníes o argentinas que residieron en aquel país, adoptan el *chador* durante las conmemoraciones religiosas. Dos elementos son recurrentes en sus testimonios: uno es el pudor y el otro es el simbolismo político del velo. Sin ir más lejos, las mujeres de la UMMA⁵ —principalmente su presidenta— reivindican su rol en la promulgación de la resolución de Ministerio del Interior que, desde el año 2006, posibilita la obtención del DNI (documento nacional de identidad) portando *hiyab*. Varias mujeres, más allá la orientación islámica a la cual adhieren, han renovado su documento con este propósito.

La interrelación entre el sentido político y la argumentación (la noción de pudor o recato) que envuelve a la vestimenta islámica no es exclusiva de la comunidad shiita en Argentina. Esta implicancia se encuentra en una retórica política del islam con fuertes simbolismos generizados que ha sido impulsada por la República Islámica de Irán desde la revolución de 1979. Fórmulas y recursos práctico-discursivos que son reapropiados localmente durante, por ejemplo, la *jutba* de los viernes, las clases de religión, la conmemoración de *Ashura*, la celebración del Día Internacional del *Hiyab*⁶ o las manifestaciones políticas a favor de la causa palestina (García Somoza y Valcarcel, 2020). Se transmiten, también, a través de la literatura religiosa en la que integrantes de las entidades shiitas del país participan en labores de redacción, traducción y divulgación (revistas como *Kauzar*, *az-Zaqalain* y *Angelitos*).

No sorprende, entonces, que muchas de las mujeres que abrazan el islam a través de la vertiente shiita elijan por nombre religioso aquellos referidos a la hija y nieta del profeta, o que declaren que el velo, tal como hizo una joven de 35 años que se autoproclamó "*fan del islam político*", es "*la bandera del islam*" (Testimonio, 2017). Inclusive, que quienes no lo utilizan cotidianamente, decidan emplearlo en situaciones determinadas. Por ejemplo, una mujer de 50 años, quien había abrazado el islam hace dos, indicó que adoptó el pañuelo luego de regresar de un viaje educativo en Qom (Irán), arguyendo que "*se sentía desnuda*" y extrañaba la sensación que le causaba portarlo. Relataba con entusiasmo escenas de cuando iba a realizar trámites o asistía a consultas médicas y alguien, señalando su atuendo, le preguntaba si apoyaba la causa palestina. "*¡Qué orgullo que uses el pañuelo!*", le decían.

⁵ Unión de Mujeres Musulmanas Argentinas (organización con personería jurídica) conformada en 1985 a partir de un grupo de estudios que encabezaba, en ese entonces, la esposa de un líder religioso iraní que residía en el país.

⁶ Se celebra internacionalmente el 1 febrero desde el año 2013. En los últimos años, las mujeres de la comunidad shiita realizan actividades alusivas en plazas y espacios verdes de la ciudad.

Reflexionó: “Si la gente no ve que tenés pañuelo, no sabe que sos musulmana (...) y sigue ese prejuicio de que sos sometida” (Testimonio, 2014). Así las cosas, el acto de velarse podría concebirse como una práctica y mensaje transportable (Csordas, 2007). Aunque esta conceptualización no es improcedente, no debiera restringirse al corsé identitario: la vestimenta islámica forma parte de una ética sexual religiosa.

Una joven de unos 25 años, quien llevaba más de seis como conversa, comentaba que “interiormente (le) surgió la necesidad de cubrirse (...) la idea del pudor y de seguir el ejemplo de la hija del Profeta y de la Virgen María”. Su objetivo, explicaba, es ser valorada por su intelecto y comportamiento, en vez de por su imagen corporal. “En un país o en una cultura donde prima la valorización externa —afirmaba— voy a ir contra la corriente” (Testimonio, 2013). Algo similar relataba una mujer de 50 años (nacida en el seno de una familia musulmana) quien adoptó la vestimenta islámica en su juventud y emprendió una trayectoria de reislamización dentro de la vertiente shiita.

Pero en un momento decidí usar el pañuelo porque me gustaba y, además, había leído el libro de Mutahhari y otras conferencias que había escuchado. Y me di cuenta un poco de esa cuestión de cómo se usa el cuerpo para atraer. Me daban una visión distinta: eso no me daba tanta libertad. Había pautas que seguir y que también estábamos muy encasilladas. El *hiyab* me liberaba un poco de todo eso. (...) Pero otra cosa es que, a medida que yo me puse el *hiyab*, si bien sentía que me miraban y demás, adquirí una personalidad. Me conocen de una forma y tengo que asumirlo. El tema de la identidad. No puedo separar lo público de lo privado. Para mí esta unión es muy importante. No me puedo dividir en dos. [Testimonio, 2013].

El pudor —asociado, según las entrevistadas, a la sutileza, el recato o la modestia en la forma de comportarse, vestirse y expresarse— podría ser entendido, en su interrelación con el pañuelo islámico, como una tecnología de cultivación del *self* (Mahmood, 2012). El *hiyab* es conceptualizado, en términos nativos, como un modo de relacionarse con la divinidad (Allah) y las personas (musulmanas y no musulmanas). Ahora bien, aunque muchas de las interlocutoras enfatizan que el pudor es una obligación compartida con los hombres, no puede obviarse el sustrato heteronormativo de las interpretaciones religiosas dominantes. Esto no contradice, sin embargo, el hecho de que el velo pueda vehiculizarse, según los condicionamientos sociales y capacidades de agenciamiento, como un capital islámico generizado interviniente en la reconfiguración de las feminidades. O que el concepto práctico y ético subyacente al *hiyab* sea resignificado en beneficio de

la preservación de la intimidad o interioridad (Haeri, 2017), más allá del uso y desuso público de símbolos de religiosidad femenina.

El cuerpo femenino, presuntamente disimulado a través de la vestimenta islámica, adquiere, paradójicamente, mayor visibilidad a partir de la inscripción de estas moralidades privadas y/o espirituales dentro del espacio público en aquellos contextos donde el islam no constituye la mayoría religiosa (Brenner, 2011). Queda manifiesta la polivalencia del cuerpo en tanto materialidad sensitiva e histórica, concepto e imagen que es atravesado por múltiples clivajes (género, sexualidad, clase, etnia, etc.) en el marco de específicas coordenadas intersubjetivas y espaciotemporales (Probyn, 2003). En consonancia, podríamos pensar la transformación del *hiyab* en un ícono de islamicidad femenina —leído en clave de varias interlocutoras como un símbolo contra la estigmatización o una forma de “empoderamiento”— a partir de la intersección de dos ejes.

Por un lado, el proceso iniciado en 1980 de revitalización y reconstrucción de las identidades y entidades islámicas del país (Montenegro, 2014). Sin desconsiderar el dato de que esporádicamente la comunidad shiita se convierte en objeto de interés mediático debido a la cobertura efectuada sobre las causas judiciales concernientes al atentado contra la AMIA (1994). O que sus líderes e integrantes, junto a la comunidad alauita con la que tejen lazos estratégicos, participen enérgicamente “dentro de la constelación de la causa palestina” (Montenegro y Setton, 2016: 229). En sintonía, pueden develarse otras capas de significación y sedimentación en las expresiones vertidas por las mujeres shiitas respecto al uso del pañuelo como un modo de “combatir los prejuicios” o de “compromiso político”. Enfatizan su deseo de ser reconocidas como argentinas que profesan el islam, intentado desglosar la religión de las tradiciones y prácticas asociadas a la cultura árabe. Subyace a ello un intento comunitario de “nacionalización” del islam.

Por el otro, el impacto alcanzado por la retórica del shiismo iraní en las reactualizaciones políticas y disputas locales. Este registro islámico involucra, entre sus múltiples aristas, un discurso acerca de la justicia social y la equidad entre hombres y mujeres que se contraponen al principio de igualdad según los parámetros occidentales (Deeb, 2009, pp. 119). Una construcción ideológica sobre la complementariedad y diferenciación sexual en la que se enaltecen la maternidad y las tareas de cuidado como roles de relevancia e incidencia política y comunitaria. En esta línea, la adopción de la vestimenta islámica puede constituir, siguiendo a Deeb (2009) y otras autoras, una vía de posicionamiento dentro del espacio público nacional y transnacional respecto a las discusiones sobre el feminismo, la “occidentalización” de las comunidades musulmanas y la cosificación de la mujer, entre otros debates.

Vestimenta, éticas y estéticas cotidianas: más allá de la iconografía del hiyab

Si las corporalidades siempre están investidas de lo social, ¿qué sucede cuando una mujer elige una inscripción corporal por la que podría ser interpelada, incluso estigmatizada, según los regímenes de visibilidad (Rancière, 2010) y sensibilidad social imperantes?⁷ En primer lugar, el contexto local, como se anticipó, disminuye algunos de estos riesgos. Segundo, a través de la vestimenta islámica tiene lugar una modificación y escenificación de la apariencia personal que, aunque se fundamente en principios religiosos, responde a una matriz cultural compartida en la que el rostro y la sexualidad son, precisamente, los espacios más “solidarios al yo” (Le Breton, 2002: 74). Siguiendo esta línea, este y el próximo acápite profundizarán en la materialidad (generizada) de la vestimenta islámica (Jones, 2010), sugiriendo la reconfiguración de un complejo andamiaje ético-estético en torno a ella.

En producciones anteriores concedí demasiada atención a las argumentaciones teológicas, quedando anclada en el discurso *emic* del “deber ser” y el infinito espiral de hermenéuticas posibles. Basta pensar en la polisemia de los términos *hiyab* y *awrah*. Mientras para algunas musulmanas se trata de cubrir el cabello y “*las partes pudendas*”, para otras, la mujer en su totalidad —incluida su voz— es *awrah* (objeto de deseo que promueve *fitna* o desorden social). Así, el velo se erige como un mecanismo que garantiza la segregación sexual y preserva las normas *halal/haram* (permitido/prohibido, puro/impuro), delimitando las fronteras con la población no musulmana e intercediendo en la diversificación y segmentación intracomunitaria.

Ante lo expuesto, la vestimenta islámica trasciende su simbología política. Florece como un agente subsidiario en la reconstrucción del cuerpo individual y social. En este sentido, resulta interesante observar los contrastes entre los distintos espacios sunnitas de la ciudad. Mientras que en las instalaciones de una entidad islámica representativa de la comunidad argentino-árabe (Centro Islámico de la República Argentina) son pocas las mujeres que emplean el velo cotidianamente, ocurre todo lo contrario con aquellas que asisten a las mezquitas y

⁷ Nuevamente, vale reiterar que el trabajo etnográfico fue llevado a cabo principalmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y con personas pertenecientes a las clases medias (no se trata de colectivos migrantes ni de sectores populares). Salvo algunos barrios que manifiestan mayor diversidad “multicultural” o religiosa y otros pocos asociados con tendencias de vanguardia, la indumentaria que usualmente se observa en el espacio público es aquella de estilo clásico-urbano, casual-informal y deportiva. No es tan frecuente hallar diacríticos y accesorios identitarios por fuera de los cánones del consumo y la moda occidental. Tampoco podemos olvidarnos de la fuerte injerencia católico-cristiana en la sociedad argentina, la falta de visibilidad pública y mediática de diferentes corporalidades e identidades, ni de los discursos y acciones estigmatizantes contra toda seña que denote una marca racial.

salas de oración vinculadas a los movimientos salafista⁸ (como, por ejemplo, el Centro Cultural Islámico Custodio de las Dos Sagradas Mezquitas Rey Fahd) y deobandi (puede ilustrarse con el grupo misionero *Yamaat Tabligh* que tiene presencia en distintas instituciones, además de contar con algunos espacios propios de reunión)⁹. Si en el primer caso, a excepción de los encuentros dentro de la mezquita, son pocas las musulmanas de cuna que adoptan la vestimenta islámica (de hecho, muchas de ellas cumplen funciones institucionales y visten un estilo ejecutivo), destacándose las conversas que sí lo hacen; en el segundo, son muchas más las mujeres que, además de abrazar el islam, adoptan la vestimenta islámica en su vida cotidiana.

Cabe señalar que en estos últimos espacios (conocidos por las interlocutoras como la “mezquita de Palermo” y la “musalla de Once” en referencia a los barrios en donde están ubicados) la presencia y participación de musulmanes extranjeros es mucho mayor que en las instituciones (sunnita o shiita) con orígenes en la migración histórica. También son más estrictas las normas (sociales y espaciales) de segregación sexual. Así es como, por ejemplo, durante la celebración de Ramadán en la “mezquita de Palermo” pueden observarse mujeres con atuendos que van desde el *niqab*, pasando por pañuelos de estilo *mukena* (típica del sudeste asiático), *al-amira*, hasta *shayla* similar *dupattā* (chal empleado en el subcontinente indio)¹⁰. Las mujeres extranjeras utilizan la vestimenta predominante en sus países de origen. Entre las conversas están quienes optan por vestirse con ropa oscura, holgada y modesta (incluido el *niqab* en algunos casos), y aquellas que emplean prendas informales (jeans, zapatillas y camisa) con un velo sin demasiada pretensión.

⁸ Movimiento iniciado a principios del siglo XX por Jamāl al-Dīn al-Afghānī y Muḥammad ‘Abduh. Su objetivo es la “renovación” y “reforma” (*islāh*) del islam; recuperando (con extrema literalidad o rigidez) el Corán, la Sunna y los primeros tiempos del Profeta Muhammad y sus compañeros. También es asociado con el *wahabismo*, un movimiento revivalista o integrista (*tajdid*) impulsado por Muḥammad Ibn ‘Abd al-Wahhāb (1702-1792) en el actual territorio de Arabia Saudí. Central, de hecho, en la constitución o legitimación de dicha monarquía, que desde hace décadas impulsa activamente la difusión y expansión internacional de esta corriente.

⁹ *Jammah* se traduce como partido, grupo, comunidad o congregación. En este caso designa un movimiento misionero itinerante, un sistema u organización de fortalecimiento y difusión del islam a través de la prédica e invitación (*dawah*). Surge en 1926 con Mawlānā Muḥammad Ilyās (1885-1944) en Mewat (próximo a Delhi) y, aunque tiene su origen en la región indo-pakistaní (donde tiene presencia la corriente sunnita deobandi), en Argentina llega principalmente a través de líderes y misioneros provenientes de Sudáfrica.

¹⁰ El objetivo y extensión de este artículo impide detallar las diferencias estilísticas o predominancias geográficas y culturales de las distintas modalidades de vestimenta islámica. A grandes rasgos, puede indicarse que *hiyab*, *al amira*, *esarp*, *khimar*, *dupattā* y *shayla* son velos que cubren el cabello y dejan al descubierto el rostro; distinguiéndose por su largo y la forma en que se coloca o envuelve. *Doa gaun* o *mukena* se compone de dos piezas (una cubre cabello y torso, y la otra la parte inferior del cuerpo) y es empleada para el rezo. El *chador* es una túnica amplia hasta los tobillos y muñecas que cubre el cabello, pero deja el rostro al descubierto. Mientras que el *niqab* (generalmente negro) cubre todo el cuerpo y el rostro, permitiendo un espacio libre para los ojos.

También, quienes adoptan un “estilo árabe”, luciendo pañuelo y *abaya* (túnica) bordada con arabescos.

Por otra parte, el uso del *niqab* es habitual dentro del espacio tabligh, inclusive entre algunas conversas. Una joven de 30 años, conversa hace 15 y madre de tres hijos, explicaba de este modo el motivo por el cual lo adoptó: “Sentía que no cumplía con algo que me correspondía. (...) O sea, o lo hacés totalmente o no lo hacés. (...) Nosotros nos cubrimos por un tema del *awrah*. (...) Para nosotros, los *shafi’i*, la mujer es toda *awrah*”. Resultó sorprendente cuando, a su vez, sugirió que a causa de su apariencia recibía “tratamiento *vip*” en hospitales y otras dependencias públicas.

Yo decía ¿cómo no me voy a cubrir? Ya uso el *hiyab*, ya uso la *abaya* —porque ya no usaba camisa y pantalón, yo usaba *abaya*— y ¿no uso nada más? Me sentía incompleta. (...) ¿Cuál era mi impedimento para no subir una escalera más, para no darle algo más a Dios? ¿Cuál era el sentido de seguir mostrándome si ya me voy a casar? No quiero que más nadie me vea, no quiero que las miradas se desvíen de nadie porque no tengo esa necesidad y sentía que tenía que darle algo más a Dios en ese momento. [Testimonio, 2016].

Esta joven abrazó el islam durante su adolescencia en la mezquita sunnita coligada al Centro Islámico de la República Argentina. Sin embargo, años después comenzó a transitar por otros espacios comunitarios, incluido el movimiento tabligh al que pertenece su esposo (argentino y converso). Fue profundizando en sus prácticas y conocimientos religiosos, proceso que acompañaba con su apariencia corporal. En cambio, en otros testimonios, el correr del tiempo viene acompañado de una mayor elasticidad en materia religiosa, y hasta del abandono de los diacríticos identitarios. Los itinerarios de islamización recorren altibajos, y la vestimenta islámica puede desempeñar, recuperando a Tarlo (2007), una agencia subsidiaria en ellos. “Islamizarse lleva tiempo”, señalaba una entrevistada. Implica un proceso dialógico, no necesariamente armónico, entre la interiorización y exteriorización de las normas, praxis y saberes islámicos.

El *ethos* de cada espacio y grupo musulmán incide en estas travesías personales. Puede observarse, por ejemplo, en las preferencias por la arabización, desarabización, espiritualización o iranización de las modalidades islámicas. La itinerancia intracomunitaria comienza a ser exigida por los lazos de inmersión y compromiso con los grupos en cuestión. La circulación dentro del caleidoscopio islámico local excede la voluntad personal de libre movilidad. Emergen tensiones con relación a los posicionamientos políticos nacionales e internacionales, las hermenéuticas religiosas, y las formas de definir y practicar localmente el islam. No sólo los líderes religiosos y las estructuras institucionales ejercen influencia, son las propias mujeres

quienes implementan diversas estrategias, mecanismos de disciplinamiento o pedagógicos (la creación de grupos femeninos de enseñanza religiosa, pronunciamiento de advertencias, transmisión de rumores, etc.). Estos dispositivos pueden estar dirigidos a las conversas debido a su “origen” no islámico y su “exageración identitaria”, al decir de algunas musulmanas de cuna. O, en cambio, ser impulsados por las propias conversas para codificar las praxis y conocimientos de sus congéneres, así como señalar la “laxitud” de las musulmanas de origen. Habitualmente, dos tópicos parten aguas. Uno de ellos corresponde a la manera de relacionarse con los varones y la cuestión matrimonial. El segundo refiere al cuidado y la imagen corporal, principalmente en lo que concierne a la alimentación *halal* y el velo.

El primer punto fue explorado en ocasiones anteriores (Valcarcel, 2021; 2022). A los fines de este texto, alcanza con recuperar tres cuestiones. En primer lugar, quiero reiterar que la modalidad afectiva de conversión trasciende los vínculos amorosos con varones musulmanes. Segundo, he de destacar que la importancia concedida por muchas mujeres a la concreción de un matrimonio islámico (especialmente con varones extranjeros) es fuertemente cuestionado por otras; encontrándose, en contrapartida, experiencias que abarcan relaciones amorosas con varones no musulmanes, la práctica del matrimonio temporal (*mut’ah*)¹¹ en la vertiente shiita o la disolución de los vínculos de pareja luego de la conversión. Tercero, sugerir que los imaginarios orientalistas en torno a una masculinidad islámica galante y protectora (amor islámico cortés) contrastarían, en palabras de las entrevistadas, con las modalidades sexo-afectivas vigentes en la sociedad (caracterizadas, según ellas, como efímeras, vacías de compromiso y responsabilidad, etc.). Estos aspectos comparten un hilo conductor que también atraviesa la dimensión ética de la vestimenta islámica. Adoptarla puede incrementar el capital islámico generizado que dispone o exhibe una mujer. Contribuye, tal vez, a reposicionarse dentro del circuito matrimonial, principalmente en aquellos segmentos conformados por musulmanes conversos y extranjeros.

El segundo punto remite a la corporalidad islámica. Nos es inusual oír acusaciones cruzadas respecto al incumplimiento de las normas *halal* en un sentido general del concepto. Por ejemplo, musulmanes shiitas

¹¹ *Nikah mut’ah* designa el contrato matrimonial temporal. Actualmente permitido dentro del islam shiita y prohibido por el islam sunnita, aunque es “practicado” o “resignificado” por creyentes de distintas corrientes. Se entiende que su principal objetivo es la satisfacción del deseo sexual y no la constitución de una familia. Al concluir el *mut’ah*, la mujer —al igual que en el divorcio tras un “casamiento definitivo” o en caso de viudez— debe esperar un período de tiempo (*iddah*) antes de volver a contraer matrimonio para poder determinar si ha quedado embarazada. Ciertas interpretaciones indican que el/la niño/a que nace en el marco de un matrimonio temporal obtiene los derechos de herencia correspondientes, pero la mujer no gozaría de los mismos derechos que posee aquella inmersa en un matrimonio “definitivo”. Localmente también se implementa como una forma de “islamizar” (legitimar) el noviazgo.

que sugieren que quienes integran las entidades sunnitas argentino-árabes son poco respetuosos de la alimentación *halal*, mientras que estos últimos suelen cuestionar la implementación del matrimonio temporal dentro de la comunidad shiita. Sin embargo, aquello que parece despertar mayor malestar entre las mujeres conversas que transitan los espacios sunnitas es el código que conecta el uso de la vestimenta islámica con las relaciones de género. Así, podemos toparnos con musulmanas de cuna que irónicamente llaman “Palermistán” a la “mezquita de Palermo” en crítica a la exacerbación identitaria o excesiva rigurosidad de las conversas que concurren a dicha entidad. A modo ilustrativo, mencionan la adopción de las túnicas de estilo árabe o el *niqab*, así como la evasión exagerada del contacto (físico, visual y verbal) con los varones.

Yo veo que hay un estilo de las que se convierten por el marido o que se convierten y se vuelven súper ortodoxas. Yo veo que son muy ortodoxas con el *hiyab* (...) con esto del vestirse y el desvestirse. Y si bien todas son muy simpáticas, hay cosas que todavía no me cierran. Tal vez sea un prejuicio que yo tengo y como que no quiero relacionarme tanto porque sé que pueden, no engatusarme, pero por ahí ... [Joven de 24 años que abrazó el islam recientemente. Testimonio, 2015].

En otra línea, algunas mujeres conversas indican sentirse más a gusto en las entidades islámicas con raíz en la migración histórica porque encuentran mayor complicidad y proximidad cultural. “*Naturalidad y organicidad*”, según sus palabras. Los describen como ámbitos de impronta familiar, aunque no libres de disputas y jerarquías. Por esta misma razón, otras, en cambio, reconocen que —dentro de esos entramados familiares, sociopolíticos y económicos tejidos a lo largo de generaciones argentino-árabe islámicas— son consideradas “*musulmanas de segunda categoría*”.

Del otro lado del péndulo, hallamos a mujeres conversas que expresan críticas sobre esas entidades históricas, como, por ejemplo, el CIRA y sus miembros. Aunque las frecuenten o hayan pronunciado su testimonio de fe (*shahada*) allí, manifiestan mayor comodidad y fidelidad con la “mezquita de Palermo” y/o los espacios tabligh. ¿Los motivos? Algunas dejan entrever que nunca logran integrarse a la red que conforman las musulmanas de cuna. Mientras otras enfatizan que en esas instituciones la atmósfera y práctica islámica es “*más pe-re-pe-pe*”. Una de ellas afirmaba con orgullo: “*Soy nacida y criada en Palermo (...) Me islamice en Palermo*” (Testimonio, 2015). Son estas mujeres a quienes he visto indignarse porque otra hermana de fe decidió realizar un ayuno voluntario sin el consentimiento de su esposo, manifestar fastidio por la gestualidad efusiva o la vestimenta ajustada de alguna compañera, y hasta demostrar

intranquilidad por la presencia masculina en los recintos de sociabilidad femenina. Han llegado a intercambiar interpretaciones sobre la prohibición de depilarse las cejas (no así el entrecejo o el bozo) “*porque se estaría alterando la creación divina*” (Notas de campo, 2015). Pero son quienes, también, han contraído más de un matrimonio islámico o han realizado viajes recreativos sin el acompañamiento de sus esposos.

No podríamos dar por finalizado este apartado, sin mencionar la noción de *dawah* en la que muchas mujeres hacen hincapié. Aquí la discursividad en torno al impacto público del velo islámico no gira tanto alrededor de la proclama política, como quizás predomina en la retórica de la comunidad shiita, sino en torno a la difusión e invitación al islam. Es decir, para muchas es un deber religioso visibilizar el islam a través de su comportamiento, apariencia física y la transmisión de los saberes aprendidos. Esta práctica involucra a distintos sujetos receptores, aunque se dirige especialmente al “público musulmán” (aquellas personas que recientemente abrazaron el islam o quienes, teniendo origen familiar, son poco practicantes). En sus términos, la utilización del velo constituye “*una forma de hacer dawah*”. Acorde a ello, cobra importancia un abordaje en el que la gestualidad no quede circunscrita a su funcionalidad. Aquel que permita pensarla en un entramado relacional entre personas, objetos (materiales y simbólicos), praxis, discursos y emociones. La experiencia del *hiyab* puede enmarcarse en la reivindicación identitaria y/o política, pero también comprenderse como un acto simbólico de adoración y un gesto de modestia que tensiona el dualismo cartesiano (Topal, 2017: 587).

Para mi punto de vista, no tiene tanta importancia. Es lindo porque una se siente diferente, pero no vas a ser superior por llevar el *hiyab*, ni inferior por no hacerlo. Pero con Dios, ahí sentís cuando tenés el *hiyab*, porque sentís la presencia de Dios todo el tiempo. Eso es maravilloso. No creo que eso se pueda comparar. (...) Es otro estado. Más allá de la persona y como sea. [Joven conversa de 35 años que durante un período de tiempo usó el velo cotidianamente. Testimonio, 2015].

Algunas informantes conciben la vestimenta islámica como el corolario que robustece su conversión. En sus palabras: “*la frutilla del postre*” que “*cierra con un moño la elección*”. El *hiyab* florece como un catalizador de la islamización, es decir, aquello que les recuerda la presencia divina e invita a una determinada conducta y presentación pública, al mismo tiempo que reafirma su adhesión religiosa. En algunas experiencias —tanto de mujeres conversas como musulmanas de cuna— la incorporación del pañuelo a su vida cotidiana es significado como una necesidad afectiva y un deseo espiritual pendiente. Algunos testimonios dan cuenta de secuencias de alta intensidad emotiva que impulsan esa

decisión. Por ejemplo, mujeres que tras percibir aroma a rosas (interpretado como una señal de protección) en el marco de situaciones convulsas (peligro o tristeza) tomaron impulso para pronunciar la *shahada* y, posteriormente, colocarse el pañuelo.

Otras, tanto musulmanas de familia como conversas, decidieron implementar alguna modalidad del velo luego de visitar o peregrinar por algún sitio sagrado (Meca y Medina en Arabia Saudí, Al Quds en Palestina, Karbala en Irak, Qom en Irán, *maqām* o *dargāh* principal de la cofradía sufí, etc.). Se trata de una seña identitaria que, además, reactualiza el recuerdo afectivo de ese rito de pasaje. En otras ocasiones, como ya fue desarrollado, revisten el pañuelo de una connotación política o lo reivindican como una forma de *dawah*. Si bien dentro de cada comunidad y espacio islámico predominan ciertas prácticas y significaciones alrededor de la vestimenta islámica, los usos y sentidos que las mujeres explicitan en sus narrativas generalmente se enhebran entre sí.

Feminidades islámicas entre cosmopolitas y latinoamericanas

Usos y estilos

Las masculinidades y feminidades islámicas pueden cincelarse, también, a través de la vestimenta, la apariencia y el estilo personal. No sólo las mujeres adoptan el *hiyab*, hallamos varones (y muchos conversos) que se visten siguiendo la *sunna*, dejándose crecer la barba o empleando el *kufi*. En consecuencia, el *stylish* religioso y/o espiritual puede pensarse, sin necesidad de exclusiones entre sí, como una tecnología del *self* que permite cultivar una subjetividad pía, la visibilización de una identidad social, o la reconfiguración y reivindicación de la agencia personal. Nos topamos ante una situación paradójica en la que se reafirma una pertenencia religiosa y comunitaria (*umma*), al mismo tiempo que se aspira a cierta distinción o individualidad social (Moors, 2007). Una ética-estética cotidiana en la que lo secular o lo “profano” no se contraponen a lo religioso. Este doble proceso ha sido ampliamente abordado por la literatura académica internacional desde distintas ópticas, incluyendo las experiencias placenteras o el gusto estético en torno a la vestimenta islámica (Tarlo y Moors, 2013; Lewis, 2015). Esta última incursión es incipiente en el ámbito regional. Chagas y Mezabarba (2018, 2019), por ejemplo, han analizado el rol del pañuelo en la reconstrucción identitaria en musulmanas brasileñas, o las articulaciones entre las normas islámicas y las referencias culturales cariocas en los vestidos de novia.

Mientras tanto, en el campo etnográfico local pueden distinguirse algunas variaciones entre los estilos de vestimenta islámica adoptados. Podrían agruparse, a grandes rasgos, en cuatro variantes: a) aquellas mujeres que emplean indumentaria modesta “tradicional” (algún tipo de velo islámico junto con prendas holgadas

de colores sobrios) y quienes optan por la versión de impronta cultural árabe (*abaya* y *caftán* con distintos grados de elaboración que van desde una túnica sencilla hasta aquellas con bordados y pedrerías); b) mujeres que detentan un estilo confortable, casual o clásico (combinan el pañuelo con *jeans*, pantalones o faldas largas, y prendas superiores sueltas y no escotadas); c) quienes llevan indumentaria bohemia (emplean, en lugar de pañuelo islámico, turbantes o vinchas que conjugan con camisolas coloridas, polleras y babuchas amplias); d) mujeres que introducen guiños *trendy* a sus atuendos (usan accesorios *fashion*, así como diversos estampados y texturas en sus velos y prendas de vestir). Los estilos pueden variar según la edad, el acceso económico, la ocasión social en cuestión (vida cotidiana o conmemoraciones y celebraciones religiosas) y el grupo musulmán en el que participan.

Podría sugerirse que, mientras la modalidad clásica urbana (b) es la más usual en todas las comunidades, el estilo de reminiscencia árabe (a) prevalece en los espacios sunnitas (especialmente entre las conversas), y que aquella forma de vestimenta que las interlocutoras caracterizan como “hippie” (c) predomina en las cofradías sufíes (principalmente en la *Naqhsbandiyyah*). La opción *fashion*, al igual que advierten Chagas y Mezabarba (2019) para el caso brasileño, todavía no se ha consolidado en el campo local. Recordemos que en otras latitudes (Estados Unidos, Europa y países de mayoría musulmana) la moda islámica o modesta (*islamic/modest fashion*) cuenta con todo un nicho de mercado que incluye revistas, desfiles, *instagramers* *hiyabis*, colecciones cápsulas de marcas internacionales como *Nike* y *Dolce Gabbana*, entre otras manifestaciones. Sin embargo, también puede advertirse un crecimiento en la demanda de indumentaria modesta (solicitudes de mayor variedad y accesibilidad) en las comunidades islámicas de América Latina.

Sabemos que las cualidades materiales y simbólicas de los objetos, en este caso de la indumentaria, tienen incidencia en las relaciones sociales y los procesos de corporización (Miller, 2005). Cabe preguntarse, entonces, qué sucede particularmente con la experiencia y el consumo de bienes de índole religioso o espiritual. De la Torre y Gutiérrez Zúñiga (2005) han advertido sobre el doble proceso que comprende, por un lado, la creciente mercantilización de las religiones y, por otro, la sacralización de las estructuras y prácticas económicas. En sintonía, se toman en consideración dos intervenciones que, aunque ponen el acento en aspectos diferentes, ofrecen un giro a la línea analítica que adopté en producciones anteriores.

Primero, el enfoque que aborda la cultura material religiosa a partir del interjuego entre tres registros de análisis: el reconocimiento —en palabras de Algranti— de una compleja convivencia entre las ideas de “lo verdadero” (los argumentos éticos y fundamentos religiosos), “lo bello” (la fuerza estetizante de las religiones

y su sistema de objetos) y “lo útil” (la eficacia técnica, la importancia del cuerpo y las emociones) (2016: 148). Esto implica registrar que, si bien la creatividad personal intercede fuertemente en los estilos espirituales, esta habilidad de inventiva o gusto estético no escapa a los condicionamientos que impone cada religión, ni la posición social del sujeto (ibid.: 161).

La otra propuesta busca pesar el consumo cultural y espiritual más allá de los límites de la legitimación y distinción social, sugiriendo una perspectiva situada y relacional sobre las personas y los objetos (su orden material, afectivo y sensible) (Irisarri y Viotti, 2020: 209). Se pregunta, siguiendo a Irisarri y Viotti, acerca de las formas en cómo las lógicas culturales constituyen modalidades específicas de adhesión a partir de los recursos afectivos y experienciales que despliegan (ibid.: 219). Preferencias personales, estilos de vida y expectativas que, como intenta subrayar este artículo, se encuentran atravesadas por el género. A partir de lo expresado, revisten especial utilidad los estudios de género y feministas al iluminar la porosidad entre piedad y materialidad (Jones, 2010) en un contexto de mercantilización de las subjetividades islámicas y fabricación de una feminidad musulmana transnacional (Gökarkırsel y McLarney, 2010). La moda islámica ocupa una posición “*in betweenness*” entre embellecer y sacralizar el cuerpo (Jones, 2010). La paradoja, al decir de Tarlo (2007), de camuflar y acentuar la corporalidad femenina.

A comienzos del trabajo de campo conocí mujeres, principalmente conversas sunnitas, que tenían proyectos independientes de vestimenta islámica. Una de ellas, por ejemplo, confeccionaba a pedido modelos deportivos y prendas estilo *burkini* (empleados para nadar e ir a la playa). Otras diseñaban indumentaria urbana en escasa cantidad. Señalaban la dificultad que acarrearían estos emprendimientos y, según pude sondear, no prosperaron. Por su parte, varias mujeres que viajan a países de mayoría musulmana o cuyos esposos se dedican al comercio de importación venden vestimenta de “estilo árabe” (abayas, caftán, pañuelos) o conjuntos de pantalón y *kurta* (camisa suelta que traspasa la cadera) de impronta indo-pakistaní. Estas compras suelen efectuarse en locales ubicados en barrios dedicados al comercio mayorista como Once y Flores o en intercambios personales que muchas veces tienen lugar dentro de las mezkitas.

Recientemente, tuve conocimiento de otros proyectos que intentan afianzarse localmente. Uno de ellos es *María & Nur: Modest fashion clothing*. Se trata de un emprendimiento de moda e indumentaria femenina estilo *prêt-à-porter*, impulsado por dos musulmanas conversas. En sus redes sociales se presenta como una “*marca dedicada a la mujer, no importa en donde estés, que te veas bella es nuestro objetivo*”. A fines de 2019 promocionaba el lanzamiento de su primera colección *Nurbanu* (mujer de luz) “*inspirada en las mujeres llenas de*

luz, amor, fuerza y poder” (Cuenta Twitter @Hijabs_arg, 20/12/2019). Este proyecto alcanzó relativa visibilidad en las redes luego de ser reconocida por *Aquila Style*¹² (*Modern Muslim Living*), un sitio que publica contenido sobre moda islámica, entretenimiento, salud e islam en América (centrado especialmente en la población latina en América del Norte). La noticia se replicó en *Hiyab Latinoamérica*¹³, una cuenta de Instagram cuyo lema reza “*inspira tu clóset con acento latino*” y alcanza, por ahora, 1238 seguidores (último relevamiento en marzo de 2023). Allí se difunde información de musulmanas latinas que residen en el continente o fuera de éste, sus blogs y emprendimientos de gastronomía *halal*, cosméticos, indumentaria o arte.

En *María & Nur* diseñan *niqab*, *khimar*, *hiyab*, túnicas, vestidos y camisas, confeccionadas en distintas texturas y colores. También, ofrecen ropa deportiva urbana. Realizan encargos a pedido y ventas nacionales e internacionales. Los modelos son exhibidos en sus redes sociales (Facebook e Instagram)¹⁴ ya que actualmente su página de venta se encuentra suspendida. Una de sus creadoras me contaba que la idea se originó una década atrás, pero quedó aplazada debido a su mudanza a un país de mayoría musulmana. Tras regresar a la Argentina, decidió retomar el proyecto, cuya identidad de marca conjuga el nombre que le otorgaron al nacer con aquel que ella y su compañera eligieron al abrazar el islam. Relataba:

Lo retomamos en diciembre de 2019, el 9 de diciembre para ser exactas. (...) Nuestra intención es poder tener una impronta propia para que distinga a la Argentina, para que alguien de afuera lo vea y diga “*eso está hecho por musulmanas argentinas*”. Hace tiempo venimos peleando por esto. No sólo nosotras, sino marcas latinoamericanas. (...) Desde *María & Nur*, mostrar que nosotras somos latinas, argentinas y también tenemos diseño. No tenemos por qué andar necesitando de las árabes en general. (...) Ahora es un pequeño emprendimiento que de a poco va creciendo. Al principio éramos un equipo muy chiquito y ahora, *Alhamdulillah* [Alabado sea Dios], somos 11 personas (...) Dentro de lo que es *modest fashion* no sé si tenemos restricciones. Siempre piensan que la mujer musulmana tiene que estar con un estilo determinado, de negro y siempre tapadas. Sí, es verdad que tenemos que estar cubiertas, pero le podemos poner nuestro propio estilo. (...) Entonces, la idea es sumar más variedad que acá no hay. Más allá de que también, como vos dijiste anteriormente, muchas hermanas

¹² <https://www.aquila-style.com/>

¹³ @hijab.latin_america https://www.instagram.com/hijab.latin_america?hl=es-la

¹⁴ <https://www.facebook.com/marianurok/> [694 seguidores en marzo 2023].

@marianurok <https://www.instagram.com/marianurok?hl=es-la> [1504 seguidores en marzo 2023].

traen la ropa de afuera y esa ropa es cara. Las chicas estaban gastando en dólares y acá el dólar es volátil. No todas son pudientes. Hay muchas hermanas con necesidades. Nosotras veníamos escuchando mucho eso: “Yo me hago mi *hiyab*, yo me hago mi *confección*”, y la verdad que después, *Astaghfirullah* [Pido perdón de Allah], llegaban al punto del ridículo. Nosotras dijimos: “Esto no puede pasar más”. En ningún sentido de la palabra. Nosotras nos podemos vestir bien, nos podemos sentir lindas. Es una necesidad muy básica que tenemos que abarcar. [Entrevista, 2020].

Conforme a lo anterior, se destacan dos aspectos. Primero, la activa participación de mujeres conversas en la elaboración, difusión y/o consumo de proyectos culturales o comerciales que tienen al islam como protagonista. Segundo, el desarrollo en América Latina —aunque muy incipiente en contraste con otras regiones— de propuestas que conjugan industria *fashion*, nuevas tecnologías de comunicación e islam. Un ejemplo de esta articulación es “La Musu” (Amanda Salazar): una *youtuber* venezolana que inauguró una academia de maquillaje y lanzó su propia línea *beauty*. En su página oficial¹⁵ se presenta como “artista del maquillaje, musulmana, latina”. Se convirtió —según indica— a los 19 años y luego adoptó el pañuelo islámico. Sube contenido a su canal en YouTube (con más de 250 mil suscripciones) desde 2013.

Así las cosas, resulta difícil pensar la configuración de feminidades *muslim* por fuera del mercado global. Tiene lugar una compleja articulación entre las retóricas islámicas transnacionales y cosmopolitas y, por otro lado, los imaginarios postfeministas que celebran el “empoderamiento” en elecciones, agencias y consumos individuales (presuntamente neutrales), pero que eclipsan emancipaciones y reivindicaciones colectivas (Gill, 2007; McRobbie, 2004). Sin caer en la tentación de reducir la praxis y simbología del velo a una *commodity* dentro de la industria *fashion*, vale contemplar la incidencia de los modos de subjetivación capitalista en la *performance* generizada de la islamicidad. En especial, las formas en cómo la estética islámica es resignificada como distinción social, de género, adscripción comunitaria y/o etnicidad. Pienso, por ejemplo, en una propuesta de indumentaria sufi sobre la que tuve conocimiento hace poco tiempo. La peculiaridad, en este caso, reside en que está orientada especialmente a los varones. Se trata de *Bismillah-Modo Sufi*¹⁶, un emprendimiento textil (pantalones, chalecos estilo otomano, camisas y conos) que ofrece, además, otros complementos (bálsamo para barba y aceites esenciales, *masbaha*, etc.) elaborados por integrantes de la tariqa Naqhsbandi radicados en distintos puntos

del país.

Esta propuesta no sólo pone de manifiesto las oportunidades comerciales que surgen en su interjuego con la espiritualidad, sino que ilustra cómo las masculinidades musulmanas también se configuran a través de la apariencia estética y la vestimenta. No es potestad exclusiva de las mujeres, aunque este texto, al igual que gran parte de la literatura existente, haga hincapié en ellas. No es un dato menor, tampoco, que este proyecto sea impulsado dentro de la cofradía Naqhsbandi. Fue explicitado que las órdenes sufíes en el país, salvo aquellas vinculadas a la migración senegalesa contemporánea, están compuestas mayoritariamente por personas conversas¹⁷.

Las cofradías Yerrahi y Naqhsbandi, aquellas comprendidas en el marco de esta investigación, detentan diferencias en su práctica ritual, su linaje de transmisión (*silsila*), las formas de liderazgo, expansión y emplazamiento territorial local. Pero también contrastan en las cualidades materiales y arquitectónicas de sus espacios de reunión, así como en la performance y diacríticos de sus integrantes. Si los naqhsbandi tienen un *styling* característico: pantalones babucha o *salwar*, cono en la cabeza y barba prominente; los yerrahi tienen el suyo: indumentaria clásica, barba prolijamente recortada y *kufi* blanco. Las mujeres, al menos en el ámbito ritual, lucen pañuelo verde junto a un vestuario más uniforme y sobrio. En cambio, las mujeres naqhsbandi —aunque también comparten una impronta común— utilizan muchos más colores y estampados.

Mirá, como anécdota de color, yo suelo usar pañuelo como lo tengo ahora y no lo hago como una cuestión obligatoria. Lo hago por mí, porque yo me siento mejor. Es el elemento material que me ancla con mi realidad espiritual. Es lo que me hace acordar todo el tiempo lo que soy. Es una herramienta. No sé cómo explicarlo. Y cuando no tengo me siento rara. Me parece como que me falta algo. Aunque no lo uso tapándome todo el pelo —lo uso como turbante o vincha— pero lo tengo. Es como que digo: “Yo soy musulmana”. Me hace acordar todo el tiempo que soy musulmana. [Mujer naqhsbandi de alrededor de 45 años. Testimonio, 2017].

Modestia y seducción

El texto fue indagando en las articulaciones política, identitaria, ética y estética de la apariencia y vestimenta islámica. Pero ha quedado flotando en el aire una arista algo más controversial o sugerente. Si bien las señas de alteridad (el uso del velo) pueden ser objeto de estigmatización (las trilladas figuras de “terrorista” o “mujer oprimida”), la exotización alrededor de las fantasías orientalistas —aquellas cuestionadas, inclusive,

¹⁵ <https://www.lamusu.com/home>

¹⁶ https://www.instagram.com/bismillah_modosufi/
<https://www.facebook.com/people/Bismillah-Modo-Sufi/>

¹⁷ Por más información sobre el sufismo en Argentina, se recomienda leer el artículo de Cecilia Capovilla que integra este dossier.

por muchas de las interlocutoras musulmanas— transforma esos diacríticos en recursos de diferenciación social o cultural. Conceden un “plus” que, además, podría ser erotizado al ser asociado a la sensualidad, el misterio, el lujo, la respetabilidad femenina, entre otros imaginarios.

Cabe advertir que no es objeto de esta reflexión introducirnos en las discusiones teóricas ni políticas en torno al concepto de capital erótico (Hakim, 2010)¹⁸. Se pretende, en cambio, abrir interrogantes sobre la posible intervención de la dimensión erótica en los itinerarios de conversión e islamización femeninos; preguntándonos acerca de la influencia de los imaginarios culturales y oníricos sobre el “mundo musulmán” y “Oriente” en la reconfiguración de las identidades y subjetividades musulmanas locales. Los repertorios islámicos, como en cualquier otra tradición religiosa o cultural, son intrínseca y transversalmente generizados. Podríamos permitirnos contemplar, entonces, la posibilidad de que la vestimenta islámica constituya una tecnología de género (De Lauretis, 1996) que podría ser sexualizada y/o erotizada dentro y fuera de la comunidad musulmana.

Me encontraba dentro del área femenina de la mezquita con motivo de una celebración religiosa. Una mujer conversa de unos 45 años, a quien acababa de conocer, me pidió que le tomase unas fotografías cuando se desocupase el recinto. Usaba lentes de contacto color turquesa que resaltaba con un delineado al mejor estilo Elizabeth Taylor. Vestía una túnica —con su *hiyab* en *composé*— bordada con canutillos dorados. Se ubicó sobre la alfombra y se recostó haciendo poses que emularían cabalmente cualquier pintura sobre *harem* y *huríes* confeccionada por algún artista orientalista del siglo XIX. Esas fotografías, que poco tenían que ver con el motivo de la festividad religiosa que nos convocaba, no pasarían a ser solamente un archivo visual personal. Era evidente (y si mal no recuerdo esgrimió un comentario al respecto) que iban a ser exhibidas ante amistades no musulmanas que encontrarían en ellas un escenario (revestimiento, arquitectura, sujetos, vestuario) “exótico” —suntuoso, tal vez—, pero “*made in Argentina*”. Una secuencia que contrastaba notablemente con aquel consejo brindado por una de las primeras conversas sunnitas que entrevisté, quien me previno sobre no fotografiar a mujeres musulmanas, especialmente en el interior de las mezquitas. Señaló que una vez

que poseen conocimientos religiosos, se vuelven más cuidadosas y reservadas con su cuerpo e imagen personal. [Reconstrucción del diario de campo, *Eid al Fitr*, 2014].

Recuerdo que, en el marco de una actividad de difusión, una de las asistentes me dijo: “*Cuando ella* (en referencia a su amiga, una joven musulmana de cuna) *usaba hiyab y además la forma en que se lo ponía con todo el estilo, los pibes caían como moscas. Siempre tuvo mucho levante*” (Notas de campo, 2018). Comentario solidario a otros vertidos por algunas conversas sobre el hecho de “*recibir más piropos*” en el transporte o el espacio público cuando llevan pañuelo que cuando no lo hacen. Es por esta misma razón que muchas dicen no adoptar la vestimenta islámica o procuran hacerlo de la forma más austera posible. Entienden que “*en Occidente tiene el efecto contrario*”. Los focos de atención se posarían sobre ellas cuando el objetivo es, presuntamente, disuadirlos. Por consiguiente, se entiende, siguiendo a Fadil (2011), que el “no velarse” tampoco es una práctica neutral y mucho menos puede reducirse a la “asimilación occidental” o una reacción contra la “ortodoxia musulmana”.

El *hiyab* supera tanto la significación identitaria, como la materialidad textil del pañuelo. Para muchas mujeres implica una forma de conducirse que puede encontrar su corolario en la vestimenta islámica, aunque jamás ceñirse a ella. En esta misma línea, otras critican la “*hipocresía*” de quienes “*se visten como mojígatas, pero no se comportan como verdaderas hermanas de fe*”, advirtiendo sobre la supuesta incongruencia entre la finalidad ética de la vestimenta y su “*tergiversación*” estética. “*Están todas tapadas, te hacen sentir mal y, sin embargo, andan con carteras ostentosas o provocando más a los hombres que una con jean y camisa*” (Testimonio, 2015). Por otra parte, merece acentuarse que no se trata aquí de comprender el grado de inmersión y participación comunitaria, así como tampoco la intensidad en la práctica devocional o la adquisición de conocimiento islámico a través de ningún tipo de “*hiyabmetría*”: luxómetro que reforzaría —parafraseando a Fadil— el imaginario construido acerca de la mujer con velo como la auténtica sujeta musulmana [poscolonial] (2011: 105).

Acá no está el sentido de la protección, o sea, a nadie se le ocurre pensar que yo estoy seduciendo más o menos por eso. (...) A mí no me cosifican porque yo no doy lugar a que me cosifiquen, porque el lugar me lo doy yo con o sin velo. No necesito que me proteja una tela. Ese es mi concepto. (...) Cuando yo uso velo llamo más la atención que cuando no (...) llamando la atención para que me vengán a preguntar, con lo cual me obliga a mí también a saber mucho del islam, con la responsabilidad que eso implica y no solamente dar mi opinión y mi subjetividad. (...) Tipos me han pedido el teléfono cuando he usado *hiyab*. Les

¹⁸ Catherine Hakim (2010) propone comprenderlo como un capital multifacético de variación cultural que opera de manera diferencial entre varones y mujeres. Incluye una serie de elementos: la belleza, el atractivo sexual (*sex appeal*), la gracia o encanto, la vitalidad (*liveliness*), la presentación social o estilo y la competencia o habilidad sexual. Otras autoras cuestionan esta conceptualización por considerarla esencialista y excesivamente centrada en la idea de propiedad individual neoliberal.

pinta el morbo. (...) Yo no necesito esa protección. Es así de sencillo. Me defiendo solita sin velo. Y tampoco juzgaría a alguien teniendo o no teniendo velo, porque el velo a mí no me inmuniza de la boludez que tenga encima. ¿Me entendés? (...) Si vos me vas a definir por el velo, estamos mal y no habla muy bien de tu islam. [Mujer conversa de 35 años que no utiliza vestimenta islámica. Testimonio, 2015].

La dimensión estética no se encuentra supeditada exclusivamente a los estilos de vestimenta islámica, ni unívocamente al hecho de "*verse y sentirse lindas*", tal como fuera expresado por algunas interlocutoras. No se reduce al hecho de imprimirle un carácter atractivo u ornamental al velo islámico. Por el contrario, los emprendimientos de moda e indumentaria islámica recientemente impulsados en el contexto local, así como las resignificaciones y disputas en torno a la sensualidad femenina, entre otros ejemplos y ejes abordados a lo largo de estas líneas, abren la puerta a futuras indagaciones acerca del rol que el deseo, la agencia creativa, las preferencias, la materialidad y apariencia corporal tienen en la reconfiguración de feminidades a través del islam.

Comentarios Finales

Este artículo pretendió alejarse de los debates en torno a la laicidad, el islamismo y el *hiyab* que atraviesan otros tejidos sociales y, por ende, otros centros académicos. Allí pueden encontrarse posicionamientos políticos y analíticos en los que el velo islámico es presentado como símbolo de una "modernidad no secular", o un emblema identitario que confronta la islamofobia generizada (Göle, 2002; Zine, 2006). Pero también se hallan posturas disidentes que cuestionan los discursos académicos de normalización del velo. Algunas autoras consideran que este tipo de análisis invisibiliza las críticas vertidas por las propias mujeres musulmanas y hacen uso desmedido del relativismo cultural. Ponen el acento en aquellas conceptualizaciones que definen el *hiyab* como una práctica aparentemente neutral, pero culturalmente significativa. Señalan, en contraposición, que el velo posee un excedente de significado que trasciende la elección o valorización personal de quien lo porta, dado a que se inscribe en una tradición discursiva determinada: un sistema de relaciones de género que logra adaptarse a distintas formaciones y contextos sociales (Lazreg, 2014: 93).

Este campo de discusión supera los límites del estudio de caso aquí presentado. A pesar de ello, se ha inmiscuido en las anticipaciones de sentido e interpelado, en sus proximidades y contrastes, el abordaje emprendido. En primer lugar, contribuyó a tomar magnitud de la complejidad que rodea la cuestión de la vestimenta islámica, sobre todo, su influjo en la reconfiguración de las feminidades. En segundo término, permitió

pensar situacionalmente las formas y capacidades de agenciamiento, marcando distancia de aquellas prácticas de tutelaje que reproducen algunas corrientes feministas. Las iconografías, experiencias y prácticas corporales se inscriben en paisajes sociales en los que coexisten diversos repertorios culturales y regímenes discursivos, así como geografías de lo religioso y lo secular (Gökariksel, 2009).

Del trabajo etnográfico y los testimonios recopilados se puede inferir que las jóvenes (tanto musulmanas de nacimiento como conversas) son las que más enfatizan el uso político e identitario del velo, quienes, a su vez, manifiestan mayor versatilidad en sus retóricas y experiencias. Entre las mujeres de mediana edad es más frecuente encontrar conversas que musulmanas de cuna portando *hiyab*. Las nacidas en familias musulmanas de ascendencia árabe insinúan no estar habituadas a esta vestimenta (no es ni una costumbre cultural, ni una imposición reglamentaria en este país), demostrando que no es un aspecto que les preocupe en demasía e, inclusive, considerándolo contraproducente. En cambio, las mujeres conversas de mediana edad suelen referirse al pañuelo como un deber religioso, una práctica de adoración de sustrato afectivo o una forma de hacer *dawa*. "*Llevar hiyab es amor y confianza. Es parte de mi ser*" (Testimonio, 2015).

Asimismo, el hecho de que la mayoría de las mujeres (tanto conversas como musulmanas de cuna) no emplee el velo por fuera de las instancias rituales no es connotado por las interlocutoras como una afrenta o confrontación de las normas religiosas. Pero sí existen, como se ha mencionado, tensiones entre las distintas vertientes y comunidades islámicas respecto a la rigurosidad o flexibilidad en materia de interpretaciones y prácticas religiosas, entre las que se incluye el *hiyab*. Mientras para algunas mujeres el velo es un deber religioso, para otras es una recomendación cuya implementación es una decisión de índole personal que no debiera cuestionarse. Para muchas, además, el *hiyab* constituye una ética de conducta que excede la adopción (o no) de la vestimenta islámica. Más allá de las desavenencias acerca de las formas de clasificar y definir los actos que constituyen obligaciones religiosas, este artículo ha querido dar cuenta de la plasticidad y diversidad de la vestimenta islámica; desentrañando aquellos fenómenos y debates que eclipsa y revela. Advertir sobre su rol en los itinerarios de conversión y durante la reconfiguración de las feminidades islámicas.

En suma, se intentó una aproximación situada e interseccional de las relaciones que las mujeres musulmanas entablan con y a través de su corporalidad y la vestimenta. La versatilidad característica de la indumentaria se encuentra sujeta a los condicionamientos sociales. Queda abierta la puerta a futuras contribuciones acerca de la redefinición local de las preferencias colectivas y modalidades islámicas, en diálogo con las

transformaciones en los itinerarios y estilos personales. El enfoque sobre las tecnologías del yo, los procesos de *embodiment* y las formas de agenciamiento podrá verse sumamente enriquecido por aquellos otros que, por ejemplo, contemplan la vestimenta en sus múltiples sentidos interactivos (Hansen, 2004), incluido, entre ellos, la dimensión socioeconómica de la moda y la belleza; así como también por aquellas perspectivas que abordan la interrelación entre consumo, cultura material, hedonismo y religión.

Buenos Aires, 13 de marzo de 2023

Agradecimientos

Agradezco a Silvia Montenegro y Damián Setton por las sugerencias vertidas sobre el manuscrito de este texto, así como a las atentas evaluaciones externas. A Valeria Alcino por las contribuciones bibliográficas sobre la historia de la vestimenta.

Bibliografía

Algranti, J. (2016). Modelos de orden, modelos de juego. Notas para una sociología del gusto religioso. *Estudos de Religião*, 30(1), 145-164.

Algranti, J. y Setton, D. (2021). *Clasificaciones imperfectas. Sociología de los mundos religiosos*. Buenos Aires: Biblos.

Arthur, L. (1999). Dress and the Social Control of the body. En: Arthur, L (Ed.). *Religion, Dress and the Body*. Oxford: Berg (pp. 1-8).

Bard, C. (2012). *Historia política del pantalón*. Buenos Aires: Tusquets Editores.

Brenner, S. (2011). Private Moralities in the Public Sphere: Democratization Islam and Gender in Indonesia. *American Anthropologist*, 113(3), 478-490.

Bucar, E. (2016). Secular Fashion, Religious Dress, and Modest Ambiguity: The Visual Ethics of Indonesian Fashion-Veiling. *Journal of Religious Ethics*, 44(1), 68-91.

Butler, J. (2007 [1999]). *El género en disputa. El feminismo, la rebelión de la identidad*. Buenos Aires: Paidós.

Castro, C.M. (2015). Usar ou não o hijab no Brasil? Uma análise da religiosidade islâmica em um contexto minoritário. *Religião & Sociedade*, 35, 363-383.

Chagas, G. y Mezabarba, S. (2018). Fashioning selves: Biographic pathways of hijabi women in Rio de Janeiro, Brazil. En: Almila, A.M. e Inglis, D. (Eds.)

The Routledge International Handbook to Veils and Veiling Practices. Londres: Routledge (pp. 18-194).

Chagas, G. y Mezabarba, S. (2019). Dressed to marry: Islam, fashion, and the making of muslim brides in Brazil. *Religions*, 10(9), 499. <https://doi.org/10.3390/rel10090499>

Csordas, T. (2007). Modalities of transnational transcendence. *Anthropological Theory*, 7, 259-272.

De la Torre, R. y Gutiérrez Zúñiga, C. (2005). La lógica del mercado y la lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas. *Desacatos*, 18, 53-70.

De Lauretis, T. (1996). La tecnología del género. *Revista Mora*, 2, 6-34.

Deeb, L. (2009). Piety Politics and the Role of a Transnational Feminist Analysis. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, (s/n), 112-126.

Dumovich, L. (2013). O que importa é a intenção: a reconfiguração do "self religioso" na conversão de mulheres o islã na mesquita da luz. *REVER-Revista de Estudos da Religião*, 13(1), 85-111.

El Guindi, F. (1999). *Veil: Modesty, Privacy and Resistance*. London: Berg.

Elizalde, S. y Felitti, K. (2015). "Vení a sacar a la perra que hay en vos": Pedagogías de la seducción, mercado y nuevos retos para los feminismos. *Revista interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, 1(2), 3-32.

Espinola, C. (2005). *O véu que (des)cobre: Etnografia da comunidade árabe muçulmana em Florianópolis*. Tesis de doctorado en antropología, Universidad Federal de Santa Catarina.

Esteban, M. L. (2004). *Antropología del cuerpo. Géneros, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Barcelona: Bellaterra.

Fadil, N. (2011). Not-/Unveiling as an Ethical Practice. *Feminist Review*, 98, 83-109.

Ferreira, F. (2013). Diálogos sobre o uso do véu (hijab): empoderamento, identidade e religiosidade. *Perspectivas*, 43, 183-198.

García Linares, R. J. (2018). Observaciones metodológicas. Lo decolonial en el análisis de las mujeres y el islam en México. *Interdisciplina*, 6(16), 137-166.

- García Somoza, M.S. y Valcarcel. M. S. (2020). Mi Corazón late Husayn: Identity, Politics and Religion in a Shi'a community in Buenos Aires. En: Scharbrodt, O. y Shanneik, Y. (Eds.) *Shi'a Minorities in the Contemporary World. Migration, Transnationalism and Multilocality*. Edinburgh: Edinburgh University Press (pp. 46-72).
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of cultural studies*, 10 (2), 147-166.
- Gökarrksel, B. (2009). Beyond the Officially Sacred: Religion, Secularism and the Body in the Production of Subjectivity. *Social and Cultural Geography*, 10(6), 657-674.
- Gökarrksel, B. y McLarney, E. (2010). Introduction: Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industry. *Journal of Middle East Women's Studies*, 6(3), 1-18.
- Göle, N. (2002). Islam in Public: New Visibilities and New Imaginaries. *Public Culture*, 14(1), 173-190.
- Haeri, N. (2017). The sincere subject: Mediation and interiority among a group of Muslim women in Iran. *HAU, Journal of Ethnographic Theory*, 7(1), 139-161.
- Hakim, C. (2010). Erotic capital. *European Sociological Review*, 26(5), 499-518.
- Hansen, K. (2004). The world in dress: Anthropological perspectives on clothing, fashion, and culture. *Annual Review of Anthropology*, 33, 369-392.
- Irisarri, V. y Viotti, N. (2019/2020). ¿Más allá de la distinción? La reproducción de diferencias sociales y los regímenes de objetos-personas. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 88, 205-222.
- Jones, C. (2010). Materializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in contemporary Urban Indonesia. *American Ethnologist*, 37(4), 617-637.
- Lazreg, M. (2014). Resucitando el pasado: las mujeres, el islam y la identidad. En: Ramírez, A. (Ed.). *La identidad imaginada. El pánico moral y la construcción de lo musulmán en España y Francia*. Barcelona: Bellaterra (pp.79-97).
- Le Breton, D. (2002). *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Lewis, R. (2015). *Muslim fashion: Contemporary style cultures*. Durham: Duke University Press.
- Mahmood, S. (2012 [2005]). *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*. Princeton University Press y Oxford University Press.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and Popular Culture. *Feminist media Studies*, 4(3), 255-264
- Miller, D. (2005). Introduction. En: Kùchler, S. y Miller, D. (Eds.) *Clothing as material culture*. Oxford: Berg (pp. 1-13).
- Montenegro, S. (2014). El Islam en la Argentina contemporánea: estrategias institucionales y modos de estar en el espacio nacional. *Estudios Sociológicos*, 21, 593-617.
- Montenegro, S. y Setton, D. (2016). Trayectorias militantes: formación e ideario de la Federación de Entidades Argentino-Palestinas. En: Kahan, E. (Comp.), *Israel-Palestina: una pasión argentina. Estudios sobre la recepción del conflicto árabe-israelí en Argentina*. Buenos Aires: Prometeo (pp. 215-238).
- Moors, A. (2007) Fashionable Muslims: Notions of Self, Religion, and Society in Sana'a. *Fashion Theory*, 11(2/3), 319-346.
- Noel, G. (2013). De los códigos a los repertorios: algunos atavismos persistentes acerca de la cultura y una propuesta de reformulación. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 3(2), 36-65.
- Pellegrin, N. (1993). Le vêtement comme faite social total. En: Charle, C. (Ed.). *Historie sociale, historie globale?* París: EHEES (pp. 81-94).
- Probyn, E. (2003). The Spatial Imperative of Subjectivity. En: Anderson, K. et al. (Eds.) *Handbook of Cultural Geography*. Londres: Sage (pp. 290-299).
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manantial.
- Rubin, G. (1998 [1975]). El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo. En: Navarro M. y Stimpson, C. (Comps.) *¿Qué son los estudios de mujeres?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica (pp. 17-74).
- Sandıkçı, Ö. y Ger, G. (2005). Aesthetics, Ethics and Politics of the Turkish headscarf. En: Kùchler, S. y Miller, D. (Eds.) *Clothing as material culture*. Oxford:

- Berg (pp. 61-82).
- Scott, J.W. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *American Historical Review*, 91, 1053-1075.
- Slaby, J. y von Scheve, C. (Eds.) (2019). *Affective Societies. Key Concepts*. New York: Routledge.
- Tarlo, E. (2007). Islamic Cosmopolitanism: The Sartorial Biographies of Three Muslim Women in London. *Fashion Theory*, 11(2-3), 143-172.
- Tarlo, E. y Moors, A. (Eds.). (2013). *Islamic fashion and anti-fashion: New perspectives from Europe and North America*. Londres: Bloomsbury.
- Topal, S. (2017). Female Muslim Subjectivity in the Secular Public Sphere: Hijab and Ritual Prayer as 'Technologies of the Self'. *Social Compass*, 64(4), 582-596.
- Valcarcel, M. (2021). "Allah sabe más". *Femineidades e itinerarios de conversión en Buenos Aires*. Tesis doctoral en antropología. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Valcarcel, M. (2022). Women Embracing Islam in Buenos Aires: Unsubmissive Femininities on the Move. *Journal of Latin American Religions*. <https://doi.org/10.1007/s41603-022-00166-6>
- Zine, J. (2006). Unveiled Sentiments: Gendered Islamophobia and Experiences of Veiling among Muslim Girls in a Canadian Islamic school. *Equity & Excellence in Education*, 39(3), 239-252.