

O imaginário sobre a mulher oriental: da arte orientalista às propagandas turísticas contemporâneas

The imaginary about the oriental woman: from orientalist art to contemporary tourist advertisements

El imaginario sobre la mujer oriental: desde el arte orientalista hasta la publicidad turística contemporánea

Camila Dazzi



CEFET/RJ - UFOP

camila.dazzi@cefet-rj.br

Resumo

A arte orientalista do século XIX, produzida no período de dominação e exploração violenta perpetrada pelo Imperialismo, revelou ao Ocidente o Oriente como um local exótico e erótico. Partindo da hipótese de que essa construção do Oriente como um espaço ligado ao mundo dos sentidos e dos prazeres foi apropriada pelo imaginário turístico, o trabalho apresenta uma análise que evidencia que a construção de uma imagem erotizada da mulher oriental permanece presente nas propagandas turísticas sobre o Oriente, tendo sofrido, no entanto, adequações e ressignificações em função das mudanças ocorridas na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Arte orientalista. Erotização. Imaginário turístico.

Abstract

Nineteenth-century Orientalist art, produced in the period of domination and violent exploitation perpetrated by Imperialism, revealed to the West the Orient as an exotic and erotic place. Based on the hypothesis that this construction of the Orient as a space linked to the world of senses and pleasures was appropriated by the tourist imaginary, the work presents an analysis that shows that the construction of an eroticized image of the oriental woman remains present in tourist advertisements about the East, having suffered, however, adjustments and resignifications due to the changes that have taken place in contemporary society.

Keywords: *Orientalist art. Eroticization. Tourist imaginary.*

Resumen

El arte orientalista del siglo XIX, producido en el período de dominación y violenta explotación perpetrada por el Imperialismo, reveló a Occidente el Oriente como un lugar exótico y erótico. Partiendo de la hipótesis de que esta construcción del Oriente como espacio vinculado al mundo de los sentidos y los placeres fue apropiada por el imaginario turístico, el trabajo presenta un análisis que muestra que la construcción de una imagen erotizada de la mujer oriental sigue presente en anuncios turísticos sobre el Oriente, habiendo sufrido, sin embargo, ajustes y resignificaciones debido a los cambios que se han producido en la sociedad contemporánea.

Palabras clave: *Arte orientalista. Erotización. Imaginario turístico.*

Introdução

No século XIX, em função do Imperialismo e do colonialismo, vários territórios compreendidos então como Oriente, como o Norte da África e a Índia, passaram a receber artistas que, imersos em um contexto de violência e deslumbrados pelo exótico, ajudaram a moldar o imaginário de um Oriente pitoresco, sensual e místico. Artistas de diferentes nacionalidades demonstraram grande simpatia à ideia de se aventurar pelas terras longínquas, e muitos deles chegaram a residir em países do Oriente a fim de retratar esses territórios e realidades completamente desconhecidos (THORNTON, 1978).

Defendemos no presente artigo a hipótese de que a construção desse Oriente imaginário no século XIX foi tão bem articulada e difundida, e rendeu obras de arte tão importantes, que grande parte do que o Ocidente compreende como sendo o Oriente ainda hoje, está, em alguma medida, vinculado à definição, repleta de fantasias, clichês e visões romantizadas e estereotipadas do mundo árabe-islâmico, construída por artistas orientalistas.

Um elemento que emerge na arte orientalista do século XIX, possuidor de grande poder visual e simbólico, é a representação da mulher oriental. Tal representação reaparece, ressignificada ou não, nas imagens utilizadas em publicidades turísticas contemporâneas de destinações orientais, como forma de despertar nos viajantes em potencial o desejo de conhecer o Oriente. Procuraremos demonstrar, no presente

artigo, exemplos dessa continuidade.

Para alcançarmos esse objetivo foi realizada uma análise comparativa formal entre imagens utilizadas em anúncios turísticos contemporâneos sobre o Oriente e pinturas oitocentistas. Nesse processo, foram privilegiadas, por um lado, obras de artistas que estiveram no Oriente e cuja produção orientalista é fruto dessa experiência enquanto viajantes. Para a seleção dessas pinturas, foram consultados livros de referência sobre o orientalismo, bem como publicações originadas de exposições com foco na arte orientalista, como o catálogo da mostra *L'Orientalisme en Europe: de Delacroix à Matisse* (DEPELCHIN *et. al.*, 2011). Por outro lado, priorizamos imagens contemporâneas de propagandas turísticas disponibilizadas por agências e receptivos de turismo nas plataformas online *Viator* e o *TripAdvisor*. Fizemos uso, igualmente, de imagens presentes nos sites e páginas das agências e receptivos responsáveis pelas atividades viabilizadas nas referidas plataformas.

Dando sequência a essa breve apresentação, abordaremos alguns tópicos fundamentais, como a relação entre a arte orientalista e o colonialismo e o conceito de imaginário turístico, para, por fim, nos determos na análise comparativa entre as pinturas orientalistas e as propagandas turísticas contemporâneas.

Orientalismo e colonialismo

Na obra *Orientalisme* (2004), a historiadora da arte Christine Peltre aponta que o movimento orientalista na arte se expandiu, no século XIX, graças a circunstâncias históricas específicas, notadamente a expansão europeia no norte da África e na Índia, em função do Imperialismo. David Vinson, em *L'Orient rêvé et l'Orient réel au XIXe siècle* (2004), reforça essa percepção ao considerar que, no Oitocentos, o Oriente tornou-se uma questão política e econômica central para países como a Inglaterra, a França e a Espanha, devido ao processo de dominação exercido por esses países em suas colônias orientais. A razão que levou esses países a dominar esses territórios foi a mesma que motivou todos os processos forçados de colonização: se apoderar de territórios ricos em matéria prima. Os artistas não ficaram alienados desse processo, eles não apenas pintaram exclusivamente receptivos às sensações plásticas, mas também estavam atentos ao ambiente dos países e à situações sociais e políticas, inclusive se posicionando favoravelmente – com poucos contra – ao processo de invasão.

Fazem parte do leque de representações desses artistas, segundo Lynn Thorn-

ton, em *Les orientalistes, peintres voyageurs, 1828-1908* (1978), os aspectos “exóticos” da vida política e social (mercado de escravos, chaklas, execuções, batalhas memoráveis, casamentos); o colorido e “pitoresco” cotidiano de árabes, de hindus e de judeus em tumultuadas medinas e paisagens marcadas por mesquitas, templos, palácios e antigas ruínas.

Esse orientalismo visual, discurso transmitido principalmente como uma imagem e por meio de imagens, difundiu um conjunto de estereótipos que definiu o Oriente como “bárbaro”, “apático” e “sensual” e contribuiu para justificar o colonialismo “civilizador” das grandes potências europeias. É o que afirmam estudiosos como Edward Saïd (1978), Linda Nochlin (1989) e Timothy Mitchell (1989), que em seus escritos destacam a ligação entre poder e representação em contextos coloniais e pós-coloniais. Saïd, em seu aclamado *Orientalism* (1978), sugere que devemos examinar o Orientalismo como um discurso, como um sistema de representação, como um conjunto de enunciados e símbolos que produzem um conhecimento particular sobre o Oriente. Em *Culture and Imperialism* (1994), Saïd destaca o papel das pinturas na produção geral do Orientalismo, chamando essas de “imagens da autoridade imperial ocidental [...] assombrosas, estranhamente atraentes e convincentes” (SAÏD, 1994, p. 106). Para Saïd, segundo Ali, essas imagens funcionam como parte de um projeto mais amplo, elas criam “o tecido cultural que se entrelaça com o projeto político do colonialismo e do imperialismo” (ALI, 2015, p. 36), contribuindo para a construção e perpetuação da polarização entre o Oriente e o Ocidente.

Linda Nochlin, em *The Imaginary Orient - Race-ing Art History* (2013), chama a nossa atenção para o fato de que as pinturas orientalistas não estão desconectadas do cruel contexto histórico no qual foram realizadas, e que, embora tão agradáveis aos olhos, mascaram relações colonizador-colonizado balizadas na opressão e no racismo. A vasta e diversificada produção artística ligada ao Orientalismo oitocentista, apesar das denúncias de Nochlin e Saïd, seguem, ainda hoje, sendo analisadas por muitos historiadores da arte unicamente devido aos seus méritos e inovações estéticas, quando, na verdade, deveriam ser compreendidas como reveladoras das dinâmicas de poder e dos problemas sociais e morais inerentes ao Imperialismo e ao colonialismo.

Albert Memmi, em *The Colonizer and the Colonized* (1957), define o colonialismo como “uma variante do fascismo” (MEMMI, 1957, p. 63). O autor defende que não existe, por parte do colonizador europeu, nenhuma vontade de compreender o

outro, mas sim uma vontade de remodelá-lo, de acordo com os preconceitos ocidentais. Memmi define o colonizador como aquele que impõe sua cultura a um modo de vida que inclui governo, educação, sistema socioeconômico, em total desconsideração pela cultura da população local. No processo de colonização, o colonizador torna-se “um usurpador ilegítimamente privilegiado” (MEMMI, 1957, p. 9). Memmi afirma que o desejo do colonizador de perpetuar a condição de privação do colonizado decorre de sua percepção racista e do mito de sua superioridade. O colonialismo, e consequentemente o Orientalismo, teve efeitos destrutivos no século XIX – e segue tendo ainda hoje – ao colocar em prática seus mecanismos de opressão: o racismo e o terror, o primeiro utilizado para estabelecer a subumanidade do colonizado, e o segundo para reprimir e submeter.

O Orientalismo, portanto, é o modo como o Ocidente, tendo como base a ideologia colonial, representou e representa ficcionalmente o Oriente. Ainda que uma perspectiva decolonial da história seja amplamente apregoada, aceita e defendida por muitos estudiosos, fato é que o colonialismo não morreu. Pelo contrário, o colonialismo vive ainda hoje de muitas formas e maneiras. Sarga Moussa, em *Edward Saïd à répreuve des voyageurs français en Orient au XIXe siècle* (2006), nos chama a atenção para o fato de que nosso imaginário ocidental sobre o Oriente permanece dependente de antigos padrões de pensamento que nos remetem ao passado colonial, a um sistema de dominação. As pinturas orientalistas possuem um papel fundamental na construção desse imaginário perpetuado até hoje; e as propagandas turísticas sobre o Oriente estão no fulcro dessa perpetuação, como veremos mais adiante.

O local ocupado pela mulher no “discurso orientalista” presente nas obras de arte do Oitocentos possui uma complexa dimensão ideológica. Linda Nochlin é uma das primeiras estudiosas a analisar as questões de gênero nas imagens orientalistas. Em *The Imaginary Orient* (1983), a autora argumenta que para muitos pintores o Oriente era um lugar para projetar seus desejos sádicos e eróticos mais profundos. Muitos artistas, através do filtro orientalista possibilitado pela distância e pela diferença cultural, expressavam as suas próprias paixões carnis, contribuindo para a construção de um Oriente imaginário, um lugar sem regras onde tudo é possível para o homem ocidental. O mercado de escravas, o banho turco e o harém, representações usuais na arte orientalista, propagam imagens hipersexualizadas do corpo feminino oriental para o prazer visual masculino.

Ao analisarmos a imagem da mulher oriental na arte orientalista e nas propa-

gandas turísticas contemporâneas, buscamos responder ao seguinte questionamento: as divulgações turísticas sobre Oriente dão continuidade e reverberam os muitos estereótipos que a pintura orientalista ajudou a construir sobre a mulher oriental no século XIX? Em que medida o “discurso orientalista” está presente no imaginário turístico sobre o Oriente?

Imaginário turístico

A crise contemporânea dos paradigmas de análise da realidade e a percepção das falácias existentes na crença em verdades absolutas legitimadoras levou o estudo dos imaginários a um patamar de grande importância. O imaginário, compreendido como “aquilo que só existe na imaginação [é o conjunto de] todos os produtos da imaginação [de um indivíduo]” (CROCE; OSTERMANN, 2014, p. 1) – ou indivíduos, no caso dos imaginários coletivos. Ele, o imaginário, é construído pelas experiências vividas e/ou mitologizadas mescladas com os escritos e imagens que o indivíduo teve acesso sobre um determinado evento, lugar ou grupo social. Esse imaginário é, portanto, uma construção, podendo ser bastante apartado da realidade. Este conceito encontra seu uso em muitos campos, incluindo a história, a sociologia e o turismo.

A definição de imaginário turístico, *grosso modo*, refere-se ao imaginário de lugares geográficos em que se desenvolve a atividade turística. São os imaginários turísticos que permitem que os indivíduos imaginem um lugar como um destino turístico compreensível; os imaginários turísticos tornam o lugar atraente, despertam no turista o desejo de conhecer o lugar, intervindo, assim, na seleção prévia da destinação (STASZAK, 2008). Os imaginários turísticos, como salientam Maria Gravari-Barbas e Nelson Graburn, em *Imaginaires touristiques* (2012), são constituídos, em grande medida, por representações:

compartilhadas, alimentadas por - ou associadas a - imagens materiais (cartões postais, pôsteres, blogs, filmes e vídeos, guias turísticos, brochuras, revistas de viagens, mas também artesanato e outros artefatos) e intangíveis (lendas, contos, histórias, discursos, anedotas, memórias, etc.), moldados pelo imaginário e socialmente partilhados pelos turistas e / ou pelos agentes turísticos (mesmo, por vezes, pelos dois lados, mesmo que o significado atribuído não seja o mesmo). (GRAVARI-BARBAS; GRABURN, 2012, p. 17).

A construção dos imaginários turísticos “implica em uma busca na memória de longo prazo por [essas] cenas e símbolos, panoramas e figuras” (PEARCE, 1988, p. 163). O estudo dos imaginários criados sobre os destinos não é uma adição recente ao campo das pesquisas em turismo. Desde a década de 1980, teóricos ilustram que a visualidade existente sobre os destinos (pinturas, fotografias, filmes, etc.) realmente influenciam na escolha dos turistas. Como resultado, a percepção pelo sentido da visão tem um papel importante em alguns modelos de tomada de decisão de viagem desenvolvidos até o momento, como aquele formulado pelos pioneiros Woodside e Lysonski em seu *A General Model Of Traveler Destination Choice* (1989).

As pinturas orientalistas acabaram, ao longo do tempo, por contribuir na construção de uma imagem mental generalizada – quase um estereótipo de destino – ainda que cada indivíduo possa ter uma imagem mental singular sobre o Oriente. Deste modo, essas pinturas orientalistas agregaram – e agregam – valor a países do Oriente que, por sua vez, se vendem e são vendidos como destinos turísticos. Em realidade, é em grande parte graças à potência das pinturas orientalistas que a marca Oriente conquistou o mercado turístico. E continua sendo, pois as pinturas orientalistas permanecem como um objeto de foco, de interesse e fascínio, seduzindo as classes mais abastadas e influenciando, seguramente, os seus imaginários sobre o Oriente. O deslumbramento que tais pinturas provocam é atestado pelos valores exorbitantes que as mesmas alcançam em leilões promovidos pela Bonham’s¹, pela Sotheby’s² e pela Christie’s³. Mas não somente a elite financeira tem acesso à essas obras; são muitas as exposições, sobretudo na Europa, que possuem por tema central a arte do Orientalismo. Citamos aqui, dentre as mais recentes, a mostra *Fantasía árabe. Pintura orientalista en España (1860-1900)*, que ocorreu em 2019, no Museu Carmen Thyssen, em Málaga; a exposição *Inspired by the east: how the Islamic world influenced western art*, que teve lugar no British Museum de Londres, em 2019, a exibição *Fascinations Orientalistes*, realizada no Musée d’Art et d’Histoire de Montbéliard, em 2020, e *Rêve d’Orient*, que ocorreu no Château-Musée de Nemours, em 2021.

Podemos afirmar, portanto, que o imaginário orientalista do século XIX perpetua-se através de reminiscências visuais, o que, no entanto, não impossibilita, e até mesmo influencia, a criação de novos e determinantes imaginários turísticos sobre esse território. O marketing turístico, deste modo, se alimenta do imaginário orientalista ao mesmo tempo em que ajuda a reformulá-lo:

Imagens e imaginários vacilam continuamente entre correspondências e dissonâncias por meio das quais se confirma a proximidade (ou então surge a lacuna) entre o “real” e sua representação. (GRAVARI-BARBAS; GRABURN, 2012, p. 17).

Ainda que essa relação seja dinâmica, e as imagens e imaginários sobre os destinos turísticos e seus habitantes se adequem às contínuas mudanças pelas quais passam as sociedades, fato é que ela pode ser igualmente caracterizada por uma significativa prostração no que tange aos estereótipos. Ainda que as imagens sobre determinados destinos e seus habitantes se modifiquem, revelando novas possibilidades de compreendermos esses espaços e essas pessoas, fato é que os imaginários previamente construídos sobre eles permanecem em nossas memórias – e muitos deles preconceituosos. A evolução das imagens e a evolução dos imaginários não obedecem à mesma temporalidade. De evolução mais lenta, os imaginários podem se tornar verdadeiros obstáculos, vendas que impedem os turistas de apreenderem os locais que escolhem como destino de viagem por uma perspectiva decolonial (NAEF, 2012).

As pinturas orientalistas do Oitocentos, forte componente visual inerente ao imaginário criado sobre o Oriente, foram determinantes para a construção, muitas vezes estereotipada, de uma *brand image* dos destinos orientais, notadamente a de países islâmicos. Esse processo, tão rico em (des)continuidades, pode ser particularmente percebido quando analisamos o modo erotizado como a mulher oriental foi representada na arte orientalista do século XIX, e grande medida segue sendo, nas propagandas turísticas contemporâneas. Assim como a arte orientalista, “o turismo [se revela] um campo privilegiado para a circulação de desejos imaginários e eróticos associados” (SANOUSI, 2017, p. 1) ao Oriente, pois o discurso turístico, a fim de tornar os destinos orientais mais desejáveis, “utiliza símbolos em que a motivação do turista está associada ao sexo” (SANOUSI, 2017, p. 1).

A nossa busca no presente artigo é apresentar ao leitor uma análise de como os receptivos e as agências de turismo contemporâneo dão continuidade ao imaginário do século XIX sobre a mulher oriental. Para tanto, se faz necessária uma breve apresentação do modo como a mulher oriental foi representada na arte orientalista do Oitocentos.

A Mulher na Arte Orientalista

Théophile Gauthier, um dos mais famosos críticos de arte do século XIX e assíduo viajante ao Oriente, escreveu no seu livro *Constantinople* (1899) um capítulo inteiramente dedicado às mulheres, que se inicia com os seguintes dizeres: “La première question que l’on adresse à tout voyageur qui revient d’Orient est celle-ci: «Et les femmes?»” (GAUTHIER, 1899, p. 195). Como Gauthier evidencia, o corpo da mulher oriental se tornou uma espécie de obsessão no século XIX. Considerada pelos colonizadores como um ser inferior e reduzida a mero objeto estético e sexual, a mulher oriental aparece em inúmeras pinturas ao longo do século XIX tipificando, como aponta Linda Nochlin (1989, p. 10), a “fantasia de posse absoluta” dos corpos femininos, algo que para o colonizador em solo colonizado era, pelo menos em parte, uma realidade (NOCHLIN, 1989).

Para o colonizador europeu pertencente à elite e à alta classe média, o Orientalismo era a sensualidade, o “excitante mistério da nudez sugerido por sedas claras e diáfanas [a] aparente liberdade de modos das mulheres [orientais cujas atitudes e comportamento] contrastavam fortemente com o pudor” (GALOIN, 2007, n. p.) da mulher ocidental, como revela Alain Galoin, em *La femme orientale dans la peinture du XIXe siècle*. Imagens que retratavam ambientes nos quais o corpo feminino oriental era ofertado como um espetáculo dava aos europeus a “sensação algo perversa de entrar num universo proibido onde o exotismo e o erotismo se misturavam intimamente” (GALOIN, 2007, n. p.).

Reina Lewis reforça a percepção de Galoin ao afirmar, em *Rethinking orientalism - women, travel and the ottoman harem*, que: “a exibição sexualizada do corpo feminino oriental foi uma vertente central do orientalismo ocidental, totalmente desenvolvida e bem conhecida na segunda metade do século XIX” (LEWIS, 2004, p. 143). A imagem da mulher oriental foi – e segue sendo – um constructo do Ocidente: a sensualidade e a beleza, atributos aparentemente positivos, mascaram o processo de objetificação do corpo feminino colonizado.

A mulher oriental, no século XIX, não era somente um sinônimo de erotização, ela era igualmente vista como pérfida e dissoluta. Parte do imaginário negativo sobre a mulher oriental se pautava nas vivências pessoais de escritores e artistas, os amores e decepções que viveram no Oriente. Gustav Flaubert, um dos mais renomados escritores do Oitocentos, expressa com essas palavras seu sentimento de

repulsa sobre a mulher oriental, após o relacionamento fracassado que teve no Egito com a famosa dançarina Kuchuk Hanem:

A mulher oriental é uma máquina, nada mais; não faz diferença entre um homem e outro homem [...] De onde deriva então a majestade de suas formas, de onde resulta? Talvez da ausência de qualquer paixão. (FLAUBERT, 1976, p. 313).

A dançarina de Flaubert é uma “máquina” sexual, leviana e pérfida, e ainda que Flaubert não a tenha chamado de meretriz, esse adjetivo fica insinuado. Essa foi uma representação nada inusual na arte orientalista: a mulher como prostituta. A representação das *nautch* indianas durante a colonização inglesa é uma amostra desse imaginário pernicioso. As chamadas “garotas *nautch*” eram artistas indianas de corte (dançarinas e musicistas) possuidoras de um elevado prestígio social antes da chegada da Companhia das Índias Orientais. À medida que o Raj Britânico consolidava o seu poder, no entanto, os elementos de erotismo que eram representados por meio das danças, considerados repulsivos por muitos ingleses, levaram as *nautch* a serem vistas como mulheres vulgares e seus espetáculos como indecentes (HOWARD, 2019).

É o que nos mostra a gravura *A Dancing Woman, of Lucknow, Exhibiting Before an European Family*, presente no livro *The European in India* (1813), de autoria do pintor britânico Charles Doyley, atuante em Calcutá no início do século XIX. Apesar do título da gravura, não há mulheres ou crianças na cena: a plateia é constituída exclusivamente de homens, jovens e velhos, um deles, inclusive, usando um uniforme de oficial da Companhia das Índias Orientais. Os homens não gesticulam ou trocam olhares entre si: a atenção está completamente voltada à dançarina, o que é evidenciado pela postura de um dos ingleses, cujo corpo inclinado para frente e a boca vermelha e carnuda entreaberta são uma clara mostra de interesse.

Figura 1



“A Dancing Woman, of Lucknow, Exhibiting Before an European Family”, prancha XV do livro *The European in India* (1813), a partir do desenho Charles Doyley.

Fonte: Doyley, 1813.

Se os indícios na cena podem ser considerados sutis, o texto que acompanha a imagem, de autoria do Capitão Thomas Williamson, esclarece que se trata de um espaço sexualizado:

Lueknow [...] em cuja corte todos os luxos do Oriente abundam, [é um] resort das pessoas que [...] possuem um espírito liberal de aventura. Consequentemente, encontramos muitos tiufahs, ou conjuntos de dançarinas, em Lueknow, eminentes por seus encantos pessoais [...] Então a célebre Kaunum [famosa dançarina] estava no zênite de sua glória! Aqueles que não testemunharam o domínio que ela detinha sobre uma série de seguidores abjetos, nunca acreditariam que uma mulher negra, arrogante, feia, imunda, poderia, apenas pela graça de seus movimentos [tornar] absolutamente tributários, muitas dezenas de bons oficiais britânicos! (WILLIAMSON, 1813, p. 34).

A mulher oriental é uma dançarina libertina, aventureira e cheia de encantos. Ela seduz e corrompe. Transparece, ainda, na fala de Williamson, o preconceito racial típico do colonizador que percebe higiene e brancura como opostas à negritude. O termo “feia”, utilizado para descrever Kaunum, uma dançarina emblemática do período, está relacionado com “suja” e “negra”: Williamson opõe beleza, limpeza e brancura à feiura, imundice e escuridão. E é, muito possivelmente, essa a razão das muitas representações de haréns realizadas no século XIX mostrem mulheres brancas como odaliscas, enquanto as mulheres de pele escura são representadas como serviçais.

É nas pinturas de haréns orientais imaginários que se faz mais presente o olhar do homem branco europeu que, em função do machismo e do racismo colonial, percebe a mulher oriental como um objeto de posse e desejo. O harém é o local preferido de representação do erotismo atribuído ao Oriente na arte orientalista. Os haréns otomanos, pela lei islâmica, eram impenetráveis aos ocidentais, que, por sua vez, desenvolveram uma verdadeira obsessão em romper essa barreira cultural. Essa compulsão levou a uma vasta produção de obras nas quais as odaliscas e os ambientes do harém foram representados com detalhes aparentemente realistas e vívidos, mas, em verdade, bastante imprecisos dos mistérios proibidos do harém (HERATH, 2015).

Uma representação bastante erotizada da mulher pode ser vista na tela *Le Massage, scène de hammam* (1883), de autoria do pintor francês Édouard Debat-Ponsan, realizada após o artista retornar de Istanbul, onde estava nos anos de 1880 (RUFFIÉ, 2005). A pintura apresenta uma visão voyeurística de uma odalisca no *hammam* de um harém. Debat-Ponsan apresenta aos olhos curiosos e cobiçosos dos ocidentais um dos momentos de maior intimidade de um banho turco, quando o corpo é untado com óleos e depois massageado. A odalisca, de pele muito branca e longos cabelos negros, está deitada sobre uma mesa de mármore cinza. Não lhe vemos o rosto, somente o corpo dotado de grande apelo sexual, no qual se destaca o contorno de um seio e as nádegas proeminentes.

A tela é igualmente marcada pelo racismo inerente ao olhar do colonizador. Ao representar a massagista do *hammam* como uma negra, Debat-Ponsan parece ter desejado destacar a beleza da mulher branca, como se a pele negra fosse sinônimo de feiura: a mulher branca, idealizadamente desejável, possui a pele leitosa e o corpo macio e delicado, em contraste com o corpo áspero e musculoso da serviçal negra.

Figura 2



Édouard Debat-Ponsan: *Le Massage. Scène de hammam*, 1883. Ost, 127x212 cm. Musée des Augustins, Toulouse.

Fonte: COMMONS Wikipedia, n. d.

O olhar do colonizador europeu sobre a mulher oriental também se revela sadístico. É o que transparece as muitas pinturas orientalistas que retratam os mercados de escravos no oriente, uma prática que, mesmo sendo considerada bárbara por muitos ocidentais, rendia telas que eram apreciadas, pois excitavam à imaginação popular, provocavam certa ‘indignação piedosa’ e reforçavam o estereótipo do muçulmano como selvagem (BROOKS, 2019). Nas cenas de mercados de escravos, a mulher oriental é reduzida a um objeto sexual que, na condição de escrava, tem por obrigação se submeter aos desejos, por mais degradantes que estes sejam, de seus senhores (BUISINE, 1993). Uma tela em especial se destaca, dentre muitas, pela atmosfera de resignação e tristeza sombria das mulheres, trata-se da pintura *Marché aux esclaves* (1836) de Horace Vernet.

Na obra, Vernet opta por representar as escravas completamente nuas, exceto pelos adornos. As mulheres deixam-se obedientemente ser examinadas por potenciais compradores, não havendo distinção entre a pele negra e a pele branca: todas são representadas como jovens belas e desejáveis. Como coloca Hugh Honour (1989, p. 164), “[é evidente o] componente erótico deste lugar e desta negociação, devido tanto aos métodos de exame que reduzem as mulheres à categoria de animais ou mercado-

rias, quanto ao desvelamento da carne que esses exames implicam”. Trata-se de uma pintura obviamente feita para “excitar os espectadores” (HONOUR, 1989, p. 164), e não para revelar a realidade sombria dos mercados de escravos no Oriente.

Figura 3



Horace Vernet: *Marché aux esclaves*, 1836. Ost, 65 x 54 cm. Alte Nationalgalerie, Berlin.

Fonte: Alte Pinakothek, n. d.

A representação da mulher na pintura orientalista, como colocado nos parágrafos acima, em toda a sua completude e complexidade, engloba desde obras que representam um Oriente mistificado com traços de realidade a obras que são verdadeiros projetos da imaginação do artista, um espaço de fantasia, no qual “desejos – eróticos, sadísticos ou ambos – podiam ser projetados com impunidade” (NOCHLIN, 1983, p. 123).

Das pinturas orientalistas às propagandas turísticas

Nas décadas finais do século XIX, várias partes do Oriente, notadamente os territórios colonizados, se tornaram um destino cada vez mais procurado por viajantes eu-

ropeus em busca do pitoresco e do exótico que viam representados nas imagens e textos que circulavam sobre as misteriosas e voluptuosas terras orientais. Nas primeiras décadas do século XX, é possível mesmo perceber o surgimento do que poderíamos chamar de uma indústria do turismo nesses territórios, fomentada pelas autoridades coloniais (ZYTNIICKI; KAZDAGHLI, 2009). Os colonizadores tinham por objetivo tornar os territórios colonizados conhecidos e atraentes, de modo a fomentar o turismo, visto então como um novo setor de negócios que atraía investimentos, promovia melhorias de infraestrutura e estimulava o crescimento (ISNART; MUS-JELIDI; ZYTNIICKI, 2018). Surgem, então, inúmeros cartões-postais, livretos e pôsteres de promoção turística, que, no intuito de propagandear esses territórios, se apropriaram e deram continuidade ao imaginário orientalista construído pelos artistas do século XIX.

Figura 4



Adrien Henri Tanoux: *Beautés du harem*, 1892. Óleo, 106.6 x 80.6 cm. Coleção Particular.

Fonte: Sothebys, n. d.

Figura 5



“Tipo de Mourisca”, ilustração do livreto: *Douze cartes postales, L’Algérie pittoresque. Alger-Casbah*. Vollenweider, 1930.

Fonte: STASZAK, Illustration 7, 2018.

A imagem erotizada da mulher oriental foi utilizada em muitas dessas divulgações como mais um atrativo turístico que esses territórios colonizados tinham a oferecer, sendo nelas clara a continuidade do imaginário nas pinturas Oitocentistas (STASZAK, 2018). Um bom exemplo visual desse processo pode ser estabelecido na comparação entre a tela *Beautés du harem* (1890), do pintor francês Adrien Henri Tanoux, e um dos cartões postais do livreto *L’Algérie pittoresque* (TANOUX, 1930): simultaneamente encobertas por véus e despidas, as mulheres orientais, reduzidas a meros objetos de desejo, se desvelam aos olhos do observador ocidental.

Esse tipo de representação do Oriente e da mulher oriental estava fadado, no entanto, a um significativo processo de adaptação ao longo do século XX, e, sobretudo, nas décadas iniciais do século XXI, em função das lutas feministas, da emancipação feminina e dos novos espaços conquistados pelas mulheres na sociedade contemporânea (CHAMBERS; RAKIĆ, 2018). O turismo sexual, uma prática corriqueira no século XX, se tornou igualmente foco de críticas acirradas nas últimas décadas (STASZAK, 2018), o que veio a contribuir, igualmente, se não para o desaparecimento, ao menos

para a atenuação do nível de sexualização da mulher oriental representada nas propagandas turísticas. Fato é que, nos dias de hoje, não é possível localizar uma agência ou um receptivo de turismo minimamente prestigiado que utilize a imagem da mulher oriental de um modo explicitamente erotizado.

Mas se a objetificação explícita do corpo feminino não mais ocorre nos dias atuais nas propagandas turísticas sobre o Oriente com a mesma intensidade, há, por outro lado, uma clara continuidade de representações que mostram um Oriente culturalmente tradicional e quase intocado pelo mundo globalizado, em uma continuidade banalizada da “fantasia colonial” do exótico. Há, nelas, igualmente, o uso de uma erotização mascarada, muitas vezes, pela rubrica de pitoresco. Menos difícil de detectar, e, portanto, de sofrer críticas, esse modo de representação encontra igualmente suas origens na pintura orientalista Oitocentista.

Se o século XIX, como demonstramos anteriormente, foi abundante em pinturas que retratavam a mulher oriental de modo explicitamente sexualizado, também nele é possível localizar telas nas quais essa erotização é colocada de modo velado. Bom exemplo é a tela *Juives d'Alger au balcon* (1849), realizada pelo pintor francês Théodore Chassériau, com base nos desenhos feitos durante uma estadia na Argélia, em 1847 (POUILLON, 2012). Na tela, vemos duas mulheres judias, envoltas em sedas coloridas e ornadas com joias, conversando, apoiadas em uma balaustrada de madeira esculpida e rodeadas por uma arquitetura tipicamente oriental. As duas mulheres não são vistas plenamente de frente; os seus olhares não se voltam ao espectador que, por não ser notado, tem a sensação de adentrar sorrrateiramente em um espaço feminino íntimo. O interior da casa judia, assim representado, remete ao de um harém, e as mulheres às odaliscas, ao mesmo tempo reclusas e disponíveis à realização de fantasias sexuais.

Figura 6



Théodore Chassériau: *Juives d'Alger au balcon*, 1849. Ost, 35 X 25 cm. Musée du Louvre, Paris.

Fonte: Collections Louvre, n. d.

Essa sexualização que aparece por forma de metáforas com conotações eróticas reverbera até hoje em propagandas turísticas. Seleccionamos para estabelecer uma comparação visual com a obra de Chassériau duas imagens utilizadas pelo receptivo de turismo marroquino Tareke, como forma de propagandear o seu roteiro turístico para Marrakech e Agadir. Em ambas as imagens vemos uma bela mulher, cuja indumentária é composta por luxuosos vestidos com traços nitidamente orientais, inserida em meio a duas belas arquiteturas de matriz islâmica. Assim como na tela de Chassériau, a modelo não nos olha nos olhos, a sua postura é recatada, e a sensualidade insinuada se revela pelo modo como o fotógrafo optou por representá-la: os longos cabelos soltos (um notório fetiche masculino) e as formas alongadas e sinuosas de seu corpo simultaneamente reveladas e ocultadas pelos vestidos. A escolha dos tecidos, com bordados feitos à mão, que remetem a fios de ouro, e as cores rosa e azul buscam nos passar, igualmente, uma sensação de delicada sensualidade e de requinte. A modelo parece caminhar por um corredor com arcos e colunas, como se estivesse

no interior de um palacete otomano, com suas várias galerias e paredes decoradas do piso ao topo com ornamentação de estuque e azulejos de padrão geométrico. Tudo nas imagens remete ao Oriente das Mil e Uma Noites: mágico, exótico e sensualizado.

Figura 7



Fotografias associadas ao roteiro turístico para Marrakech e Agadir, do receptivo de turismo Tareke.

Fonte: Tarek Tours, n. d.

Outra pintura do século XIX bastante conhecida, na qual, assim como em *Juives d'Alger au balcon* (1849), o artista não precisou recorrer a corpos femininos nus para atribuir ao Oriente uma conotação erótica, é a tela *Femmes d'Alger dans leur appartement* (1834), feita pelo pintor francês Eugène Delacroix, após uma estadia na África do Norte em 1832 (FONT-RÉAULX, 2014). Ainda que na obra as mulheres não sejam explicitamente erotizadas, existe nela um forte apelo sexual unicamente pelo fato de se tratar da representação do interior confinado de um harém. Na tela, vemos três mulheres sentadas sobre luxuosos tapetes orientais, suntuosamente adornadas e usando túnicas de seda bordadas sobre calças largas que deixam as suas pernas parcialmente à mostra. O ambiente é luxuoso e sensual: almofadas encapadas com ricos e coloridos tecidos, paredes revestidas de azulejos adornados com delicados padrões, um espelho ricamente emoldurado e, por todos os lados, artigos femininos de toalete. O prazer do vício também está presente na cena por meio do narguilé usufruído pela

mulher com longos cabelos negros. A atitude lânguida dos corpos femininos, facilitada pelos ditos “venenos do Oriente” (PIWIŃSKA, 1975, p. 29), como o ópio e o haxixe, sugere uma lascívia impossível de conceber no Ocidente oitocentista. O exotismo da tela tem um tom explicitamente erótico.

Figura 8



Eugène Delacroix: *Femmes d'Alger dans leur appartement*, 1834. Ost, 1,8 x 2,29 m. Musée du Louvre, Paris.

Fonte: Collections Louvre, n. d.

Essa cena das Mil e Uma Noites, que em um primeiro momento encanta, mascara a visão colonial que concebe o Oriente como um “grande bordel”, como defende Rachid Boudjedra (1996) em sua ferrenha crítica ao orientalismo de Delacroix. Para o autor, a percepção que Delacroix apresenta sobre a mulher oriental em *Femmes d'Alger dans leur appartement* está “restringida pela visão colonial, orientalista, exótica – [sendo a tela] um erotismo barato” (BOUDJEDRA, 1996, p. 26). Enquanto “o canhão troveja e Argel está em fogo e sangue [devido à guerra de conquista colonial, Delacroix decide representar a intimidade de um harém] carregado de bugigangas”

(BOUDJEDRA, 1996, p. 11), com o propósito de evidenciar o quão descontextualizada da triste realidade imposta pelo colonizador francês na Argélia é essa obra do afamado pintor francês.

Figura 9



“Enjoying tea and shisha”

Fonte: SEBOVA, 2019a.

Com o propósito de evidenciar o processo de apropriação desse imaginário colonial pelo Turismo, estabelecemos uma comparação visual entre a tela *Femmes d’Alger dans leur appartement* (1834) e uma imagem utilizada pelo site *Intrepid Travel* ao divulgar o Irã como destino turístico (SEBOVA, 2019b). A fotografia traz elementos fundamentais do interior de Delacroix: as mulheres sentadas no chão, o azulejos islâmicos e o narguilé. No entanto, o erotismo presente na pintura é decantado, sendo aproveitada somente a dimensão pitoresca da tela. Substituindo as “bugigangas” femininas da tela de Delacroix, há uma grande mochila de viagem no canto esquerdo da fotografia. As duas viajantes vivenciam o exótico, mas não compõem a ambientação como mais um elemento para o deleite do olhar. Esse processo de ressignificação pode ser compreendido pelo fato de a *Intrepid Travel* ser uma agência comprometida com o respeito às culturas das comunidades receptoras, bem como em função de o texto

“*10 things I loved about travelling in Iran*” ter sido escrito por uma mulher e claramente direcionada para um público feminino.

Essa ressignificação da imagem da mulher oriental no marketing turístico e a consequente mudança da imagem da mulher viajante ocidental no Oriente ainda não foram devidamente analisadas nos meios acadêmicos. Mas fato é que essa ressignificação – (des)construção? – revela a crescente preocupação da indústria do turismo em agradar o público feminino. O que não ocorre sem razão: 82% das decisões de viagens são feitas por mulheres (RODRIGUEZ, 2014). Como coloca Doni Belau, fundadora do *Girls Guide to Paris*, em entrevista à Forbs:

[...] as mulheres não estão apenas viajando sozinhas, mas com outras amigas, com suas irmãs ou filhas. [...] Elas tomam a maioria das decisões relacionadas às viagens de lazer. Elas decidem sobre os locais a visitar, reservam os bilhetes, reservam os hotéis, fazem reservas para o jantar. (RODRIGUEZ, 2014, n. p.).

No entanto, as perceptíveis mudanças nesse imaginário turístico estão ocorrendo igualmente em função da participação das mulheres como profissionais do turismo. Genevieve Hathaway, diretora de marketing da *ArchaeoAdventures*, salienta, em entrevista concedida à *Business 2*, que: “Muitas vezes, os viajantes experimentam um novo lugar principalmente através de uma lente masculina, porque a maioria dos profissionais de turismo com quem eles interagem são homens” (DUNHAN, 2013, n. p.). Fundada com a convicção de que “as mulheres trazem uma perspectiva diferente para as viagens” (DUNHAN, 2013, n. p.), a *ArchaeoAdventures*, dentre outras iniciativas, emprega guias femininas locais para conduzir seus passeios imersivos no Oriente Médio e no Norte da África.

A análise realizada revela que o imaginário construído sobre a mulher oriental durante o século XIX é perpetuado, até hoje, de forma anacrônica no imaginário turístico, tornando visível a sobrevivência, o encontro e a superposição de temporalidades contraditórias e diferentes. O passado é mantido no presente, mas não de modo incólume: ele é ressignificado, desconstruído, adaptado.

Conclusão

O texto que o leitor tem em mãos é uma produção ligada ao Grupo de Pesquisa “Estudos integrados em Turismo e Humanidades” (CNPq), que tem como uma de suas linhas principais o “Turismo: estudos críticos da imagem e do discurso”. Nos últimos dois anos, os integrantes da linha vêm se debruçando sobre as relações entre a produção artística realizada no século XIX sobre o Oriente e o imaginário que ainda existe sobre este vasto, múltiplo e complexo território nos dias atuais.

O trabalho propôs, primordialmente, apresentar uma análise que busca evidenciar que o imaginário construído sobre a mulher oriental, no auge do Imperialismo Oitocentista, permanece presente nas propagandas turísticas sobre o Oriente, ainda que tenha sofrido adequações em função das mudanças ocorridas na sociedade contemporânea, dentre elas as conquistas feministas.

Para tanto, dividimos o texto em quatro etapas. A primeira delas tem como foco a indissociável relação entre arte orientalista e o colonialismo, uma vez que o imaginário artístico sobre a mulher oriental foi perpetrado por artistas pertencentes a nações Imperialistas, como a França e a Inglaterra. Com esse propósito, expomos ao leitor algumas reflexões teóricas importantes de estudiosos como Edward Saïd (1978), Linda Nochlin (1989) e Albert Memmi (1957). Na segunda etapa, traçamos a nossa compressão sobre o conceito de imaginário e imaginário turístico, tendo como base autores como Maria Gravari-Barbas e Nelson Graburn (2012) e Jean-François Staszak (2018). Na sequência, e sem o propósito de esgotar o assunto, apresentamos algumas obras relevantes da arte orientalista do século XIX que erotizam a mulher oriental, etapa fundamental para o leitor compreender a construção desse imaginário específico. Foram selecionadas, com esse propósito, as obras *A Dancing Woman, of Lucknowly* (1813), de Charles Doyley; *Marché aux esclaves* (1836), de Horace Vernet, e *Le Massage. Scène de hammam* (1883), de Édouard Debat-Ponsan. Por fim, realizamos a análise comparativa proposta, fazendo uso, para tanto, de pinturas orientalistas do Oitocentos e imagens utilizadas por receptivos e agências de turismo contemporâneas. Foram duas as comparações estabelecidas: a primeira entre a tela *Juives d’Alger au balcon* (1849), de Théodore Chassériau, e imagens associadas ao roteiro turístico para Marrakech e Agadir, da Agência de Turismo Tareke. A segunda, entre a pintura *Femmes d’Alger dans leur appartement* (1834), de Eugène Delacroix, e uma imagem utilizada pela agência de turismo Intrepid Travel ao divulgar o Iran como destino

turístico.

A título de considerações finais, cabe ressaltar que o imaginário é construído por memórias de cenas e símbolos, panoramas e pessoas. O imaginário turístico sobre o Oriente é uma mescla de lembranças, de imagens vistas em revistas, de filmes assistidos, de livros lidos, de reportagens marcantes. O que é válido notar é que grande parte dessas fontes possui como base o discurso orientalista, visual e escrito, do período de dominação e exploração violenta do Oriente, que revelou ao Ocidente o Oriente como um local exótico e erótico. As ligações perpetuadas entre o exotismo e o erotismo na esteira do colonialismo, como coloca (STASZAK, 2008), conectaram raça com gênero e colocaram o corpo do outro à disposição do desejo masculino “branco”, desejo esse muitas vezes carregado de hostilidade: humilhar, ferir, causar dor.

A construção sensualizada e erotizada da mulher, associada à percepção que perdura até hoje do Oriente como um espaço localizado além do real, fora das normas morais, ligado ao mundo dos sentidos e prazeres carnis, permanece no imaginário turístico contemporâneo, ainda que receptivos e agências de turismo estejam adaptando e ressignificando esse imaginário por meio de imagens que apresentam a mulher como viajante, desfrutando do exotismo proporcionado pelas destinações orientais, e não mais como um objeto para o deleite do olhar masculino. Reformulando uma colocação de Anas Sanoussi, no nosso “mundo globalizado”, o “desejo erótico permanece autorregulado nos discursos [visuais, respondendo mais ao] desejo de turismo para atividades recreativas e culturais do que às necessidades sexuais” (SANOUSI, 2017, p. 45).

Concluimos, assim, que é sempre importante levar a cultura visual a sério, não importando como nos sentimos em relação a uma determinada obra de arte. Muito do que chamamos de orientalismo apresenta imagens estereotipadas e, é claro, essas precisam ser examinadas criticamente. Esse tipo de autoconsciência histórica deve permitir-nos pensar cuidadosamente sobre as imagens do Oriente que vem sendo realizadas desde o século XIX até os dias atuais.

Notas

1 BONHAM'S. Orientalist Art. Disponível em: <https://www.bonhams.com/auctions/26561/>. Acesso em: 10 dez. 2020.

2 SOTHEBY'S. Second Sale of Selections from the Legendary Najd Collection to Take Place in London. Londres, c2020. Disponível em: <https://www.sothebys.com/en/articles/second-sale-of-selections-from-the-legendary-najd-collection-to-take-place-in-london?locale=en>. Acesso em: 15 dez. 2020

3 CHRISTIE'S. Calendar. Londres, c2020. Disponível em: <https://www.christies.com/19th-century-european-art-21508.aspx?saletitle=&intsaleid=21508&pg=5&action=paging>. Acesso em: 15 dez. 2020.

Referências

ALI, Isra. The harem fantasy in nineteenth-century Orientalist paintings. *Dialectical Anthropology*. [S. l.], v. 39, n. 1, p. 33-46, March 2015. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/43895901>. Acesso em: 10 ago. 2021.

BOUDJEDRA, Rachid. *Peindre l'Orient*. Paris: Zulma, Paris, 1996.

BROOKS, Francis. *Barbarian Cruelty: An Eye-Witness Account of White Slavery Under the Moors*. Wales: Sandycroft Publications, 2019.

BUISINE, Alain. *L'Orient voile*. Paris: Zulma, 1993.

CHASSÉRIAU, Théodore. *Juives d'Alger au balcon*, 1849. Ost, 35 X 25 cm. Musée du Louvre, Paris. COLLECTIONS Louvre. Juives d'Alger au balcon. Disponível em: <https://collections.louvre.fr/en/ark:/53355/cl010059948>. Acesso em: 11 ago. 2022.

CROCE, Cécile. OSTERMANN, Gérard. Imagination, imaginaire, imaginal. *PSYCHO-média*, Tours, [s. v.], n. 47, [n. p.], Mai/Juin 2014. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01805964>. Acesso em: 10 ago. 2021.

CHAMBERS, Donna; RAKIĆ, Tijana. Critical considerations on gender and tourism: an introduction. *Tourism, Culture & Communication*, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 1-8, 2018. Disponível em: [https://cris.brighton.ac.uk/ws/portalfiles/portal/492539/An+ Introduction.pdf](https://cris.brighton.ac.uk/ws/portalfiles/portal/492539/An+Introduction.pdf). Acesso em: 10 ago. 2021.

DEBAT-PONSAN, Édouard. *Le Massage*. Scène de hammam, 1883. Ost, 127x212 cm. Musée des Augustins, Toulouse. COMMONS Wikipedia, n. d. Disponível em: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Le_message_au_Hamam_par_Edouard_Debat-Ponsan_1883_\(3\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Le_message_au_Hamam_par_Edouard_Debat-Ponsan_1883_(3).jpg). Acesso em: 11 ago. 2022.

DELACROIX, Eugène. *Femmes d'Alger dans leur appartement*, 1834. Ost, 1,8 x 2,29 m. Musée du Louvre, Paris. COLLECTIONS Louvre. Juives d'Alger au balcon. Disponível em: <https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010065869>. Acesso em: 11 de ago de 2022.

DEPELCHIN, Davy *et al.* *L'Orientalisme en Europe: de Delacroix à Matisse*. Paris: Reunion des Musees Nationaux, 2011.

DOYLEY, Charles. *A Dancing Woman, of Lucknow, Exhibiting Before an European Family*. prancha XV do livro *The European in India* (1813). GOOGLE Bookes, n. d. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/The_European_in_India.html?id=VNFbAAAAQAAJ&redir_esc=y. Acesso em: 11 ago. 2022.

DUNHAM, Jamie. Marketing Travel to Women: Eight New Trends You Need to Know. *Business 2 Community*, [S. l.], [s. n.], [n. p.], July 16, 2013. Disponível em: <https://www.business2community.com/marketing/marketing-travel-to-women-eight-new-trends-you-need-to-know-0554906>. Acesso em: 10 ago. 2021.

FLAUBERT, Gustave. Lettre à Louise Colet. *Œuvres complètes de Gustave Flaubert. Correspondance (1850-1859)*. Paris: Club de l'honnête homme, 1976. Disponível em: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k26956x/f329.image>. Acesso em: 10 ago. 2021.

FONT-RÉAULX, Dominique de. *Eugène Delacroix: Objets dans la peinture, souvenir du Maroc*. Paris: Le passage, 2014.

GALOIN, Alain. La femme orientale dans la peinture du XIXe siècle. *Histoire par l'image*, [S. l.], [s. n.], [n. p.], jan. 2007. Disponível em: <https://histoire-image.org/de/etudes/femme-orientale-peinture-xixe-siecle>. Acesso em: 10 ago. 2021.

GAUTHIER, Théophile. *Constantinople*. Paris: Fasquelle, 1899.

GRAVARI-BARBAS, Maria; GRABURN, Nelson. Imaginaires touristiques. *Via – Tourism Review*, Paris, 1, [s. n.], p. 1-34, 2012. Disponível em: <http://journals.openedition.org/viatourism/1178>. Acesso em: 10 ago. 2021.

HERATH, Thisaranie. Women and Orientalism: 19th century Representations of the Harem by European female travellers and Ottoman women. *Constellations*, Alberta, v. 7, n. 1, p. 31-40, 2015. Disponível em: <https://journals.library.ualberta.ca/constellations/index.php/constellations/article/view/2705>. Acesso em: 10 ago. 2021.

HONOUR, Hugh. *L'image du noir dans l'art occidental*. De la Révolution américaine à la Première Guerre mondiale, Paris: Gallimard, tome 2, 1989.

HOWARD, Grace E. S. *Courtesans in Colonial India Representations of British Power through Understandings of Nautch-Girls, Devadasis, Tawa'ifs, and Sex-Work, c. 1750-1883*. 2019. Thesis (Master of Arts in History) – Department of History, University of Guelph, 2019. Disponível em: <https://atrium.lib.uoguelph.ca/xmlui/handle/10214/16082>. Acesso em: 10 ago. 2021.

ISNART, Cyril; MUS-JELIDI, Charlotte, ZYTNICKI, Colette (dir.) *Fabrique du tourisme et expériences patrimoniales au Maghreb, XIXe-XXIe siècles*. Rabat: Centre Jacques-Berque, 2018.

LEWIS, Reina. *Rethinking orientalism - women, travel and the ottoman harem*. London: I.B. Tauris & Co Ltd, 2004. p.143.

MEMMI, Albert. *The Colonizer and the Colonized*. Boston: Beacon Press. 1957.

MITCHELL, Timothy. Orientalism and the Exhibitionary Order. MIRZOEFF, Nicholas (éd.). *The Visual Culture Reader*. Londres: Routledge, 1989.

MOUSSA, Sarga. Edward Saïd à l'épreuve des voyageurs français en Orient au XIX e siècle. *Kultur Poetik*, Gottingen, v. 6, n. 1, p. 96-102, 2006. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/40621759>. Acesso em: 10 ago. 2021.

NAEF, Patrick. Voyage à travers un baril de poudre: Guerre et imaginaire touristique à Sarajevo. *Via – Tourism Review*, Paris 1, [s. n.], [n. p.], 2012. Disponível em: <http://journals.openedition.org/viatourism/1257>. Acesso em: 10 ago. 2021.

NOCHLIN, Linda. The Imaginary Orient. Art in America. *Aesthetic Apperceptions*. [S. l.], [s. n.], p. 118-191, may 1983. Disponível em: https://aestheticapperceptions.files.wordpress.com/2013/01/nochlin_imaginary_orient.pdf. Acesso em: 10 ago. 2021.

NOCHLIN, Linda. The Imaginary Orient. In: PINDER, Kymberly N (Ed). *Race-ing Art History: Critical Readings in Race and Art History*. London: Routledge, 2013. p. 69-85.

NOCHLIN, Linda. *Women, Art, and Power: and Other Essays*. Great Britain: Thames & Hudson, 1989.

PEARCE, Philip. *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Spring-Verlag, 1988.

PELTRE, Christine. *Orientalisme*. Paris: Terrail, 2004.

PIWIŃSKA, Marta. Wschodnie maskarady. *Teksty teoria literatury krytyka interpretacja*, [S. l.], v. 3, n. 21, p. 29-53, 1975. Disponível em: <https://bazhum.muzhp.pl/autor/Piwi%25C5%2584ska/Marta/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

POUILLON, François. *Dictionnaire des orientalistes de langue française*. Paris: Karthala, 2012.

RODRIGUEZ, Cecilia. Girls Guide to Paris Shows That In Travel, Women Are On Top. *Forbs*, [S. l.], [s. n.], [n. p.], Apr. 21, 2014. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/ceciliarodriguez/2014/04/21/paris-one-girls-guide-to-leveraging-womens-travel-spend/?sh=5ccdc2623d96>. Acesso em: 10 ago. 2021.

RUFFIÉ, Paul. *Debat-Ponsan (Toulouse 1847- Paris 1913)*. Toulouse: Editions Privat, 2005.

SAÏD, Eduard. *Culture & Imperialism*. New York: Vintage, 1994.

SAÏD, Edward. *Orientalism: Western Representations of the Orient*. New York: Published by Pantheon Books, 1978.

SANOUSI, Anas. La atracción de Tánger a través de las guías turísticas impresas: formas latentes y transgresivas. *Via – Tourism Review*, Paris, v. 11-12, [s. n.], p. 1-45, 2017. Disponível em: <http://journals.openedition.org/viatourism/1704>. Acesso em: 10 ago. 2021.

SEBOVA, Martina. Enjoying tea and shisha. 10 things I loved about travelling in Iran. In: *The Journal By Intrepid Travel*, April 10, 2019a. Disponível em: intrepidtravel.com/adventures. Acesso em: 01 jan. 2022.

SEBOVA, Martina. 10 things I loved about travelling in Iran. In: *The Journal By Intrepid Travel*, [S. l.], [n. p.], April 10, 2019b. Disponível em: <https://www.intrepidtravel.com/adventures/why-youll-love-iran-travel/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

[Sem título], Marrakech e Agadir. *Tarek Tours*, [n. d.]. Disponível em: facebook.com/watch/Tarektours. Acesso em: 1 jan. 2022.

STASZAK, Jean-François. Exotisation et érotisation d'un haut-lieu et bas-fond touristique: la Casbah d'Alger. *Téoros*, [S. l.], v. 37, n. 2, p. 1-71, 2018. Disponível em: <http://journals.openedition.org/teoros/3360>. Acesso em: 10 ago. 2021.

STASZAK, Jean-François. Qu'est-ce que l'exotisme?. *Le Globe, Revue genevoise de géographie*, [S. l.], [s. v.], n. 148, p. 7-30, 2008. Disponível em: https://www.unige.ch/sciences-societe/geo/files/4314/4464/7645/Globe2008_Article1_.pdf. Acesso em: 10 ago. 2021.

TANOUX, Adrien Henri. *L'Algérie pittoresque*. Alger-Casbah. München: Vollenweider, 1930.

TANOUX, Adrien Henri. *Beautés du harem*, 1892. Ost, 106.6 x 80.6 cm. Coleção Particular. SOTHEBYS, n. d. Disponível em: sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2009/19th-century-european-art-including-important-british-paintings-no8580/lot.130.html. Acesso em: 11 ago. 2022.

THORNTON, Lynn. Introduction. In: The Fine Art Society (Author). *Eastern Encounters: Orientalist Painters of the Nineteenth Century*. London: The Fine Art Society, Eastern Encounters, 1978, p. 25-42.

VERNET, Horace. *Marché aux esclaves*, 1836. Ost, 65 x 54 cm. Alte Nationalgalerie, Berlin. ALTE Pinakothek, s. d. Disponível em: https://recherche.smb.museum/detail/963416/sklavenmarkt?language=de&question=%22Horace+Vernet%22&limit=15&controls=none&collectionKey=NG*&collectionKey=NGAlteNationalgalerie&objIdx=0. Acesso em: 11 ago. 2022.

VINSON, David. L'Orient rêvé et l'Orient réel au XIXe siècle. *Revue d'histoire littéraire de la France*, [S. l.], 104e Année, v. 104, n. 1, p. 71-91, janvier 2004. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/40535048>. Acesso em: 10 ago. 2021.

VOLLENWEIDER. Tipo de Mourisca”, ilustração do livreto: Douze cartes postales, L'Algérie pittoresque. Alger-Casbah, 1930. In: STASZAK, Jean-François/ *Exotisation et érotisation d'un haut-lieu et bas-fond touristique: la Casbah d'Alger*. Téoros [Online], v. 37, n. 2, 2018. Disponível em: <http://journals.openedition.org/teoros/3360>. Acesso em: 11 ago. 2022.

WILLIAMSON, Thomas. *The European In India - From a Collection of Drawings by*

Charles Doyley. London: Edward Orme, 1813. Disponível em: <https://play.google.com/books/reader?id=VNFbAAAAQAAJ&pg=GBS.PP6>. Acesso em: 10 ago. 2021.

WOODSIDE Arch G; LYSONSKI Steven. A General Model Of Traveler Destination Choice. *Journal of Travel Research*, v. 27, n. 4, p. 8-14, 1989. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728758902700402>. Acesso em: 10 ago. 2021.

ZYTNIICKI, Colette; KAZDAGHLI, Habib (dir). *Le tourisme dans l'empire français. Politiques, pratiques et imaginaires*. Paris: Société Française d'Histoire des Outre-mers, 2009.