

Fotografia de bandidos: o enquadramento da celebridade criminosa

Framing crime: the phenomenon of crime celebrities

Ivânia Valim Susin¹

1 Doutora e mestre em História pela Unicamp, com licenciatura em História pela UFRGS. E-mail: ivaniavalim@gmail.com.

Resumo

A celebridade atrelada à transgressão seria um dos efeitos da circulação de fotografias de bandidos nos jornais, a princípio, no formato *mug shot* e, depois, nas diversas variações produzidas pela atuação policial. Nesse sentido, o circuito de produção da fotografia policial e de imprensa e as transformações do olhar do espectador, entendidos como as pontas de um mesmo processo, são considerados agentes fundamentais na construção da celebridade de bandidos.

Palavras-chave

celebridade, fotografia, crime.

Abstract

Celebrity related to transgression would result from crime photography circulating in newspapers, first as mugshots and later as different variations produced by police action. In this regard, the circuit of police and press photography production and the changes in how people look at them, here understood as endings of the same process, are considered key actors in constituting crime celebrities.

Keywords

celebrity, photography, crime.

Este artigo trata, antes de tudo, de problemas históricos e visuais (MENESES, 2003, p. 28), em que se verificou na celebridade de bandidos a possibilidade de relacionar História, fotografia e crime, considerando a imagem fotográfica enquanto artefato (GELL, 2018), agenciada por sujeitos, práticas e instituições, e agenciadora de ações e efeitos. A análise dialoga com os estudos de celebridade, da criminologia cultural e da sociologia do desvio.

Em relação aos estudos de celebridade, o enfoque recaiu sobre os efeitos de uma fama negativa (MARGOLIS, 1977) – ou notoriedade (ROJEK, 2008) – resultante menos de realizações individuais do que de um trabalho midiático, envolvendo imprensa, policiais e, também, certa satisfação produzida nos espectadores (PENFOLD-MOUNCE, 2009), em função da liberdade espetacular da vida de celebridades. Toda celebridade é um ato de transgressão, mas pode tornar-se, ainda, na perspectiva do desvio, uma justificativa para o ato criminoso ou um recurso inventivo em desacordo com a disparidade de acesso aos direitos humanos de determinados grupos historicamente desprivilegiados.

A criminologia cultural, surge a relação intrínseca do uso de imagens visuais com o espetáculo do crime, tanto pela construção social de sujeitos criminosos (FINN, 2009), reforçando estereótipos em boa parte das ocorrências, quanto pelo filtro ao ato de olhar, que a câmera fotográfica estabeleceu no âmbito jurídico (BIBER, 2007) ou nas colunas policiais. A realidade social está impregnada de imagens de criminalidade (HAYWARD, 2010), coadunando uma releitura da prática punitiva (CARNEY, 2010), agora no domínio da visualidade, e estabelecendo uma nova dimensão para a circulação de uma fotografia, antes restrita ao arquivo da polícia.

A sociologia do desvio (BECKER, 2019; VELHO, 1981), por sua vez, identifica o conceito de bandido na forma como foi utilizado neste trabalho. Para além da ideia de que os significados de crime e criminoso são instáveis e, portanto, demandam historicização, foi necessário determinar que o bandido é um desviante, e tal desvio reforça a operacionalidade das regras impostas dentro/e por determinado grupo, assim como denuncia as fissuras deste mesmo sistema social.

A fotografia de bandidos, assim, de acordo com as análises produzidas no âmbito da “virada pictórica”, inscreve-se como imagem pública (MAUAD; SANTHIAGO; BORGES, 2018), relacionada à vigilância social (TAGG, 2009), e imagem-aura (HEINICH, 2012), que, pela repetição produzida nas colunas policiais, ao invés de descaracterizar os originais, acaba reforçando a atração dos espectadores pelos sujeitos criminosos, por meio do trabalho da imprensa. Neste caso, um dos efeitos da circulação pública da fotografia de bandidos é a constituição da celebridade intimamente atrelada à transgressão.

O desvio nos estudos de celebridade

Os autores dos “*celebrity studies*”², em geral, admitem a relação do crime com a celebridade, dedicando variados níveis de atenção ao tema. Entre eles, três autores reservaram um maior número de páginas e até capítulos à celebridade criminosa: Susan Margolis (1977), Richard Schickel (1985) e Chris Rojek (2008).

Susan Margolis (1977, p. 207) entende a celebridade em torno de criminosos como o resultado de uma “fama negativa”, mas esclarece que, na era das celebridades, a essência dos indivíduos, o seu caráter e as suas qualidades não são tão relevantes quanto a sua imagem pública. As realizações individuais, neste caso, mesmo que perversas, não mantêm relação direta com os fatores que levam os espectadores a se sentirem atraídos pela trajetória dos bandidos. Na análise desta autora, aparece a premissa que, nos anos seguintes, contribuiria para a compreensão da celebridade criminosa, qual seja: a possibilidade que se abre aos anônimos, aos sujeitos que compõem a grande multidão dos “sem-rostos”, de viver uma outra vida a partir da trajetória das celebridades. Seria o caso de uma transgressão simbólica que, em termos legais, não se desvia dos parâmetros da honestidade, do bom caráter, da obediência às leis e às convenções, mas,

2 Os estudos sobre a celebridade constituem uma vertente profícua em países como Estados Unidos, Austrália e Inglaterra. No Brasil, onde igualmente se convive com a “onipresença das personalidades midiáticas”, porém, “as análises da produção, da circulação e do consumo da celebridade ainda são escassas” (FRANÇA; FREIRE FILHO; LANA; SIMÕES, 2014, p. 7).

justamente por isso, torna-se poderosa, no sentido da atração e do fascínio públicos, por meio dos sujeitos que, de fato, são transgressores e inconsequentes. As diferenças entre uma celebridade do cinema, um grande líder popular e um bandido são bastante óbvias, mas tornam-se nubladas pelo trabalho da indústria³, que se configura em torno da fama, o que afeta, também, a memória social em torno dos eventos criminosos:

Embora existam grandes diferenças entre uma estrela e um herói e um líder e um vilão e um sacerdote, a indústria da fama obscurece essas diferenças dando a todos a mesma atenção. Então [Charles] Manson viverá, muito depois que o verdadeiro horror de seu feito tiver passado, quando as gerações futuras o considerarão uma pessoa famosa de uma época passada⁴. (MARGOLIS, 1977, p. 208, tradução nossa)

Em outra perspectiva, Richard Schickel (1985) fundamenta o conceito de celebridade na inveja e no ressentimento que os não célebres sentem dos célebres. Acessadas quase que exclusivamente por fotografias, a vida das celebridades provoca a sensação de movimento constante – uma vez que é, justamente, quando se deslocam que se tornam alvos de fotógrafos e jornalistas. Essa sensação de uma liberdade quase perfeita opõe-se cruelmente ao cotidiano das pessoas comuns, fixadas pelas rotinas do trabalho e da família.

Por fim, todo ato criminoso parece ter sua gravidade relativizada, no caso de seu autor ter sido suficientemente celebrado pela imprensa. Este fato, seguindo o raciocínio de Schickel (1985), é um dos fatores de uma “subcultura do assassinato”, verificada nos Estados Unidos, onde a escolha por matar alguém seria apenas uma via para a certificação da celebridade de um indivíduo transgressor pela

3 Ao falar da “indústria da celebridade”, Daniel Boorstin (2012) considera o aparato dos meios de comunicação em torno de eventos e pessoas tidos como de grande interesse público, incluindo editores, jornalistas e fotógrafos. Também no caso das estrelas de cinema, as grandes produtoras, os assessores de imprensa, os escritores, além de estilistas, figurinistas e maquiadores, entre outros. Para os bandidos, não se pode falar de uma indústria da celebridade nestes moldes – ao mesmo tempo em que não se pode negar a importância da imprensa, em particular dos fotógrafos, e do trabalho da polícia na configuração da fama, além das próprias qualidades individuais do sujeito.

4 No original: “Although there are vast differences between a star, a hero, a leader, a villain, and a priest, the fame industry obscures those differences by giving everyone equal attention. So, Manson will live on, long after the real horror of his deed has passed, when future generations will regard him as a famous person of a bygone era”.

imprensa. A atenção da mídia, nestes casos, conformou a maior gratificação que um bandido deste tipo poderia alcançar⁵.

Schickel (1985, p. 283) verifica, ainda, que o narcisismo, o desejo de dominação e o prazer em confrontar autoridades não são características exclusivas da celebridade criminosa, mas de todas as celebridades, uma vez que o estrelato parece ser uma das poucas oportunidades disponíveis para o exercício de uma liberdade plena e visível. Assim, todo tipo de celebridade torna-se uma forma de transgressão. Nesse sentido, concorda com Rojek (2008, p. 160), quando este diz: “a transgressão [...] é intrínseca à celebridade, visto que ser uma celebridade é viver fora da vida comum, convencional”.

Chris Rojek (2008) também considerou a celebridade como uma das justificativas para o cometimento de crimes, sobretudo em uma sociedade na qual os valores são “alucinatórios”, no sentido da injustiça econômica e social, além de uma série de violências cujos resultados foram apaziguados historicamente por preconceitos, como os crimes cometidos contra mulheres e pessoas negras. Em geral, a notoriedade advinda da criminalidade se torna um “objetivo legítimo” na ausência de alternativas para libertar-se da opressão. Segundo Rojek (2008, p. 172), “a notoriedade não é necessariamente buscada para engrandecimento público”, podendo ser desejada como “estratégia para explorar um estado de coisas na sociedade percebido como insatisfatório”.

Intersecções da imagem fotográfica com a ocorrência da celebridade criminosa

A câmera fotográfica foi o dispositivo utilizado para a construção social do “sujeito criminal moderno”, conforme demonstrou Jonathan Finn (2009, p. 175). Finn recupera o século XIX para demonstrar a “natureza mutável” da representação visual de criminosos no contexto legal, a partir dos diferentes usos da imagem. Esses usos vão desde a necessidade de identificar os bandidos com a produção

5 Os Estados Unidos, segundo Schickel (1985, p. 278), não seriam apenas a “terra das oportunidades”, mas a “terra do perdão”, onde bastaria que o sujeito seguisse interessante para a mídia e para o público, convertendo a celebridade em uma forma de poder, pois, além de célebre, o sujeito se tornaria imune às punições legais, mesmo que isso implicasse na perda do anonimato, tão fundamental para a manutenção de práticas criminosas.

das "*mug shots*"⁶ – prática que contribuiu com a construção visual pública deles em fotografias, num ambiente onde circulavam diversas imagens sociais pré-definidas do criminoso, do marginalizado, do desviante – até o exercício do poder e da vigilância social por meio de sistemas visuais de segurança pública e bases de dados, com impressões digitais e coletas de DNA, tudo conformado como benefício da lei. Todas essas formas de "representar visualmente o corpo do criminoso", constituindo "substitutos visuais" (FINN, 2009, p. 26-27) nos arquivos policiais, fizeram um uso intenso da fotografia. Conforme Katherine Biber (2007), o sentido de crime e criminoso é "mutável" e, portanto, constitui fator importante para o uso de dispositivos visuais em uma sociedade de vigilância, bem como na necessidade de implementar formas mais rígidas de identificar o criminoso e, assim, controlar o crime.

Sobre as "*mug shots*", Finn (2009, p. 212) observa a intersecção de uma prática de identificação policial com a cultura popular, em que a composição de duas fotografias, uma de rosto e a outra de rosto em perfil dos criminosos em salas de identificação, geralmente nas delegacias, passaram a compor o repertório da cultura visual contemporânea, sendo facilmente reconhecidas pelo público em geral. Sem desconsiderar o que interpõe o ato de olhar as fotografias, o próprio ato de produzi-las é importante. Conforme Finn (2009, p. 28-29, tradução nossa): "o ato de representar ou de tornar o criminoso visível é fundamental para a aplicação da lei moderna e contemporânea e para as práticas de identificação criminosa"⁷.

6 De acordo com Sousa (2002), o termo "*mug shot*" deriva do inglês "*to make faces*" (em tradução nossa, "fazer careta/fazer cara feia") e não inclui estritamente as fotografias produzidas em âmbito policial, mas refere-se ao estilo de retrato que enquadra o rosto e os ombros de uma pessoa, geralmente em plano frontal, a fim de sublinhar características pessoais e traços de personalidade que estejam visíveis no rosto. No Brasil, a *mug shot* tornou-se mais popular por volta de 1920, coadunando o estado da técnica fotográfica às possibilidades crescentes de sua reprodução em periódicos, mas, também, conformando o formato ideal de síntese do tema e da apresentação dos envolvidos em retratos diretos e de produção simplificada.

7 No original: "*The act of representing, or making the criminal visible, is central to modern and contemporary law enforcement and criminal identification practices*".

Para além do complexo legal, é certo que a realidade cotidiana da sociedade está impregnada de imagens do crime⁸. Keith Hayward (2010, p. 556) argumenta que vivemos em uma “festa midiática do crime”, em que não apenas circula “a representação visual do crime e da punição”, como tais representações, quando circulam publicamente, são formatadas em produtos midiáticos.

Já Phil Carney (2010, p. 28) fala de uma “virada punitiva”, a partir do uso mais frequente de punições visuais. O espetáculo da punição pública, em declínio somente em inícios do século XIX, foi substituído gradativamente por formas visuais igualmente espetaculares de punir o transgressor publicamente. Carney situa no desenvolvimento da tecnologia de meio-tom ou autotipia, que permitiu a impressão de fotografias com melhor qualidade nos jornais, o estímulo fundamental ao desejo público de ver o crime em sua faceta espetacular. A fotografia, por sua vez, não funciona apenas como uma forma de representar o crime na vida cotidiana, mas instaura uma outra realidade material e passa a fazer parte da vida social, ao articular os efeitos de práticas relacionadas ao poder, ao desejo, ao crime. E justamente no lugar de espectador, não somente extasiado pela presença da fotografia de crime nos jornais, mas confrontando o espetáculo do crime com seus próprios desejos e práticas sociais, o público participa ativamente deste processo, expressando um desejo quase festivo em relação à representação da criminalidade (CARNEY, 2010, p. 19).

A celebridade de bandidos é um dos efeitos do espetáculo do crime, conforme demonstrou Ruth Penfold-Mounce (2009). Como celebridades criminosas, admite-se não apenas os bandidos que se tornam celebridades, mas, também, as celebridades que infringem normas e leis. Penfold-Mounce (2009, p. 20) diferencia, tal qual alguns autores dos “*celebrity studies*”, fama e celebridade: a primeira seria o resultado direto de realizações individuais; a segunda, o resultado da associação entre realizações individuais e trabalho midiático, o que teria se

8 Keith Hayward (2010) argumenta que a prática policial contemporânea é, sobretudo, um “trabalho visual”. Entre os dispositivos, estão: tecnologias de vigilância e monitoramento de imagem, vigilância algorítmica, câmeras em viaturas policiais, fotos e vídeos produzidos durante manifestações políticas, câmera de reconhecimento de placas de automóveis, programas de televisão etc. (HAYWARD, 2010, p. 557-558).

desenvolvido em uma “cultura da celebridade” nas últimas décadas do século XX. Para que um bandido se torne célebre, porém, não é suficiente apenas a interação imprensa/público ou a atuação dedicada da polícia: é preciso que haja, ainda, uma forte conexão entre o público e o indivíduo criminoso.

Penfold-Mounce (2009, p. 63) valeu-se do conceito de ressonância para explicar a relação entre a celebridade e o público, como algo que demanda resposta e interação deste último. Nesse sentido, ele participa diretamente da constituição da celebridade criminosa, por meio de uma espécie de “voyeurismo da criminalidade” (PENFOLD-MOUNCE, 2009, p. 6 e 99), que remete à atração, ao fascínio e à sedução que o crime exerce sobre os que vivem circunscritos aos limites legais. Acompanhar a trajetória de um criminoso é vivenciar a experiência do crime indiretamente. Como forma de infringir o próprio conceito de empatia, associando-se enquanto espectador a uma postura não convencional, tornar-se fã de um criminoso pode, ainda, constituir-se em experiência suficiente de transgressão.

O crime, desta forma, é entendido como uma decisão perpassada por sentimentos e emoções, uma conquista de algo mensurável não somente em termos materiais. Essa possibilidade de viver à revelia da lei e, com isso, vivenciar experiências-limite que não se resumem ao espectro das possibilidades de um sistema de convenções sociais. Da mesma forma, as motivações para que determinado grupo social se identifique com aspectos de um crime refletem os valores e os conflitos dos indivíduos desse grupo e são, em grande parte, influenciadas pela busca do prazer e da emoção. Ocorre uma fascinação pública com o desvio. Desta forma, o desejo festivo do público, além de ser uma das consequências da ressonância do crime, é também uma celebração: “as transgressões são transformadas em uma celebração de uma ordem moral invertida na qual o mundo encontra-se de cabeça para baixo por meio do ato criminoso”⁹ (PENFOLD-MOUNCE, 2009, p. 6, tradução nossa).

9 No original: “Transgressions are transformed into a celebration of an inverted moral order in which the world is turned upside down such as via the criminal act”.

Foi a imprensa¹⁰, contudo, que multiplicou o objeto deste fascínio, ao perceber a importância do tema da violência na pauta do dia. O destaque para a notícia da violência fomentou o medo associado a determinadas áreas da cidade ou a certas características físicas, criando estereótipos. A repetição e a insistência com alguns crimes e criminosos assentou-se bem ao espaço aberto pela literatura de folhetim, organizando a audiência que, diariamente, voltava em busca de novidades. E, nesse contexto, em que as colunas sociais disputavam a atenção com a seção policial, foi na imprensa, também, que primeiro as narrativas dos heróis – algo como as “figuras de bem”, de França (2014, p. 26) – foram substituídas pelos relatos frequentes a respeito de indivíduos famosos que, nessa mesma imprensa, são quase sempre tratados como celebridades (PENFOLD-MOUNCE, 2009). Os tais sujeitos famosos, porém, no oposto daquilo que definia os heróis, não precisavam ter realizado grandes feitos em prol do bem comum para adquirir importância na sociedade. Os atributos de sua própria existência eram suficientes, desde que a representação de sua vida tivesse efeito sensacional e espetacular, atraindo a atenção pública.

Demanda de imagem: do renome ao retrato fotográfico

Natalie Heinich (2012) atentou, em termos benjaminianos, para a “aura” que se construiu em torno de alguns rostos mais expostos do que outros, como se a reprodutibilidade do rosto, ao contrário do que considerou Walter Benjamin para as obras de arte, não lhes roubasse a “aura”, mas, sim, os convertesse em objeto de fascínio para milhares de pessoas. A busca pelo “original” e as relações tensionadas entre presença/ausência, distância/proximidade aplicam-se mais evidentemente aos célebres do que às obras de arte, enquanto uma importante mudança no

10 Em grande parte, os jornais que reforçaram a relação entre crime e celebridade são os denominados “sensacionalistas”, a chamada “imprensa marrom”. O uso de fotografias nessas publicações reiterou o papel da narrativa de estimular a emoção e o envolvimento do público leitor, com forte apelo às sensações, principais características desta variedade de imprensa (BARBOSA; ENNE, 2005). Além disso, verificou-se a relação destes jornais com aspectos da cultura popular, em oposição a uma prática mais racional do jornalismo, não apenas pelo tom folhetinesco, como, também, no uso de expressões e gírias, na prerrogativa do tema da violência e no efeito visual da diagramação de textos e imagens nas páginas, com o intuito de forjar uma “aparência” sensacional (PAULA, 2011, p. 6). Segundo Danilo Angrimani (1995, p. 56), as páginas destes jornais apontaram para uma “valorização editorial da violência”.

visível, baseada na dinâmica da reproduzibilidade técnica. Justamente a fotografia, que permitiu a reprodução mecânica da imagem sem precedentes, foi quem garantiu valor aos originais, no caso, os sujeitos celebrizados.

Da imagem em cartazes ou pôsteres ao cinema, onde a imagem associada ao som produziu uma experiência totalmente nova de proximidade entre o espectador e o ator célebre, até a televisão, na qual o espetáculo midiático se impôs com autoridade sobre outras formas de narrativa, e a internet, que permitiu a conexão rápida e sem limites de distância espacial com uma grande quantidade de rostos, a celebridade aparece intimamente ligada à visualidade e, mais especificamente, à imagem pública do rosto, a partir da circulação massiva da fotografia. Conforme Heinich (2012, p. 20, tradução nossa): “a celebridade é, antes de tudo, uma produção material dos instrumentos de difusão da imagem [...] o motivo da popularidade é a visibilidade em grande escala”¹¹.

Como efeito, a imagem da celebridade constitui uma forma de projeção do indivíduo na esfera pública (FRANÇA; FREIRE FILHO; LANA; SIMÕES, 2014), principalmente por meio da imprensa. Nesse sentido, entendemos a fotografia de celebridade como fotografia pública, porque “fornece visibilidade à experiência social de sujeitos históricos” (MAUAD, 2018, p. 124) – e, aqui, subentende-se que qualquer sujeito pode alçar à condição de pessoa célebre, não sendo mais necessária a construção de uma carreira exitosa no cinema, na política ou nos esportes, por exemplo, ou uma atuação sistemática em prol do bem comum.

Também por ser pública, a fotografia de celebridade e, em geral, a fotografia que circula nos jornais, encontra-se com o aparato da vigilância social – elemento recorrente nas análises dos estudos sobre celebridade. Admite-se que um indivíduo possa ganhar notoriedade nem sempre como resultado de uma atuação positiva, o que se percebe mais radicalmente no advento da internet e na produção intensa de imagens a todo momento e em todos os lugares. O espaço público de circulação das imagens se expande. Conforme Mauad (2018, p. 129), a fotografia pública

11 No original: “La célébrité est, d’abord, une production matérielle des instruments de diffusion de l’image [...] la raison de la popularité, c’est d’abord la visibilité à grande échelle”.

“é a imagem que dá rosto à multidão e que distingue o homem comum; mas é, também, a imagem do controle social e da vigilância”¹².

A agência dos espectadores no espetáculo da celebridade

A celebridade é uma forma de relação social mediada amplamente pela visualidade, onde o formato da circulação e do consumo atesta o caráter interdependente desta relação entre o sujeito célebre e o público. Para compor esta análise no campo historiográfico, foram importantes os autores da chamada “virada pictórica” ou “virada icônica”, que, conforme esclareceu Francisco C. H. Santiago Júnior (2019, p. 404), “propunha à historiografia conferir cidadania plena às formas visuais como acesso e visualização do passado”, compreendendo as imagens como “socialmente atuantes”.

As imagens são simultaneamente consideradas como produtos & meios, tecnologias da comunicação & pensamento resultantes da ação humana. Abandonou-se a ideia do olho como fonte da visão, do olhar como processo fisiológico e pensou-se na visão como um conjunto de técnicas/performances que usam suportes e dispositivos articulados socialmente. O olhar e os modos de ver passaram a ser historicizáveis e passou-se a compreender que compunham as formas como as sociedades visualizaram/organizaram seus passados e constituíram conhecimento histórico, seja em formas institucionais (museus, arquivos, academias, coleções) ou não-institucionais (práticas fotográficas, cinematográficas, literárias, videográficas, artísticas, televisivas e tantas outras formas visuais). (SANTIAGO JÚNIOR., 2019, p. 431)

Tal perspectiva leva em conta, ainda, a “iconosfera” (MENESES, 2003), que, como disse Mauad (2018, p. 254), é composta de: “imagens visuais de natureza

12 O discurso da “evidência” se atrelou ao da fotografia a partir da segunda metade do século XIX (TAGG, 2002). Colaborou para isso o surgimento de instituições e suas práticas de observação e registro, visando ao desenvolvimento de dispositivos de disciplina social, por meio da polícia, das prisões, dos asilos, dos hospitais, das escolas e das fábricas. O corpo passou a ser escrutinado pela ciência médica e sanitária, sobretudo, mas, também, em um sentido social e antropológico, pela criminologia e psiquiatria. Tais processos teriam redefinido o conjunto social, enquanto objeto de intervenções do conhecimento e da técnica (TAGG, 2002, p. 5). John Tagg (2009) argumentou que a fotografia se tornou um instrumento, no interior desses saberes, justamente como forma de circunscrever os múltiplos significados da imagem a um determinado espectro de respostas controladas. A fotografia, assim, passou a compor um novo quadro disciplinar, adaptado às demandas de controle e vigilância social de sociedades industrializadas.

diversa que fundamentam os modos de ver, dar a ver e tornar visível aspectos de uma sociedade, uma visualidade compartilhada pelos meios em que as imagens se aderem". O espectador acessa a imagem do rosto de um bandido, primeiramente, pelo noticiário policial que aponta os holofotes para pessoas comuns e desconhecidas. Com isso, tais pessoas saem do anonimato, tornando-se singulares ou excepcionais pela via da transgressão. Na sequência, a imagem se desdobra em programas de televisão, filmes, seriados e outros produtos de consumo de massa, cujo mote é a criminalidade em sua faceta glamorosa, explícita e ostentada como sinal de coragem, valentia, rebeldia. Por vezes, tem a conotação, ainda, de uma postura política, de desvio como crítica e resistência à desigualdade social, à violência policial, às arbitrariedades do Estado. Essas imagens contribuem para a configuração de uma iconosfera do crime, na qual se inserem, da mesma forma, as imagens que fizeram famosos os bandidos.

O espectador, ainda, não seria apenas quem olha para as imagens, mas quem as compreende, ressignifica e recontextualiza a partir do que lhe informa o olhar previamente. No texto de Jacques Rancière (2014, p. 20), fica evidente que tanto o "espectador" quanto o "observador" de Jonathan Crary (2012) definem um lugar de ação (ou de agência) daquele que consome objetos visuais ou performances (a análise de Rancière concentra-se no teatro como metáfora do espetáculo):

Mas num teatro, diante duma performance, assim como num museu, numa escola ou numa rua, sempre há indivíduos a traçarem seu próprio caminho na floresta das coisas, dos atos e dos signos que estão diante deles ou os cercam. O poder comum aos espectadores não decorre de sua qualidade de membros de um corpo coletivo ou de alguma forma específica de interatividade. É o poder que cada um tem de traduzir à sua maneira o que percebe, de relacionar isso com a aventura intelectual singular que o torna semelhante a qualquer outro, à medida que essa aventura não se assemelha a nenhuma outra. (RANCIÈRE, 2014, p. 20)

Entre imagens e sujeitos, ocorre, então, um movimento dialético, em que a forma como vemos as imagens acessa diferentes formas de sermos vistos por elas. Didi-Huberman (2010, p. 169) identificou experiências visuais nas quais

“os objetos ‘nos olham’ desde um lugar suscetível de levar nosso ‘ver’ a um retorno às condições fundadoras de sua própria fenomenologia”. De acordo com o autor, as condições de gênese dos objetos estão inscritas na forma mesma em que se dão a ver, nas novas proposições visuais impostas por eles mesmos. Tal movimento se perfaz na crítica das imagens:

[...] uma imagem em crise, uma imagem que critica a imagem – capaz portanto de um efeito, de uma eficácia teóricos – e, por isso uma imagem que critica nossas maneiras de vê-la, na medida em que, ao nos olhar, ela nos obriga a olhá-la verdadeiramente. E nos obriga a escrever esse olhar, não para “transcrevê-lo”, mas para constituí-lo. (DIDI-HUBERMAN, 2010, p. 171)

Por fim, considerando que as fotografias de bandidos célebres fazem parte de uma iconosfera de imagens violentas¹³, cabe indagar por que interessa ao espectador vê-las e demandá-las, e o que nos impede de nos tornarmos monstros morais, ao “não sofrer com essas fotos, não sentir repugnância diante delas, não lutar para abolir o que causa esse morticínio, essa carnificina”, como temia Virgínia Woolf em relação à sociedade de sua época, no prefácio de *Diante da Dor dos Outros* (SONTAG, 2003). Para Ariella Azoulay (2008), somos todos responsáveis pelo que a máquina fotográfica nos permite ver. Desta forma, o espectador estaria implicado ativamente no que está visível na sociedade. Na leitura de Ana Maria Mauad (2018, p. 260), o espectador teria uma responsabilidade ética, no sentido de “não isolar a fotografia da experiência que a funda – o evento da fotografia – situações, que mesmo não sendo fotografadas, integram o território da fotografia”. A fotografia, desta forma, seria o meio de “tornar mais real” os temas que as pessoas privilegiadas ou em segurança não gostariam de conhecer ou enfrentar (SONTAG, 2003).

13 A fotografia de bandido e sua relação com o fenômeno da celebridade atrelada à transgressão traz consigo toda a esfera de violência que envolve o crime previamente cometido, bem como as sanções jurídico-legais em relação ao acusado, o cumprimento da lei dentro dos limites civilizatórios, as instâncias que tomam parte nos trâmites, a delegacia, os interrogatórios, o tribunal e a prisão etc. Ademais, a vida prévia do criminoso, o que o levou a cometer crimes, a condição socioeconômica, os aspectos familiares, o acesso a direitos civis etc. Tudo isso conforma uma visibilidade mais ampla, não enquadrada em uma *mug shot* ou qualquer outra fotografia produzida pela imprensa para divulgar o rosto dos bandidos. Mas nem por isso está menos visível na análise do contexto de produção da imagem fotográfica.

Neste sentido, é pertinente a colocação de Frantz Fanon (1968, p. 163), quando, referindo-se à militância política, defendeu que “não há inocentes nem espectadores. Estamos todos sujando as mãos nos pântanos de nosso solo e no vácuo terrível de nosso cérebro. Todo espectador é um covarde ou um traidor”.

A aceção de um espectador como o oposto de um militante, de um sujeito de ação, remete à dinâmica do espetáculo, conceito mais bem verificado na obra clássica de Guy Debord¹⁴, *A Sociedade do Espetáculo*, de 1967, na qual o público estaria circunscrito a uma atitude passiva e subjugada, em que: “o espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente” (DEBORD, 1997, p. 17). O espetáculo manteve relação com a compreensão do fenômeno da celebridade, e quase se confundiu com ele conceitualmente, uma vez que os espectadores foram compreendidos pelo viés da passividade diante do efeito de ilusão das celebridades, tentando apenas imitá-las e viver a vida delas indiretamente, por meio do consumo de produtos impressos e audiovisuais.

É importante admitir o lugar do espectador na cultura da celebridade, também, porque os célebres coadunam valores morais e sociais de determinado grupo, e dependem de se comunicar efetivamente com o “desejo inconsciente e subconsciente” destes grupos para darem continuidade à celebridade (ROJEK, 2008, p. 120). Segundo Fred Inglis (2012, p. 24): “já virou um lugar-comum da celebridade que suas figuras sejam transformadas naquilo que são pelas compulsões e fantasias dos que afluem para vê-los”.

A imagem, por sua vez, ao ser o principal meio de divulgação e circulação da celebridade, amplia o espectro do desejo do público pela pessoa célebre. Daí, também, as analogias percebidas por alguns autores entre a celebridade e as práticas religiosas, onde os sujeitos célebres na modernidade aparecem como

14 De acordo com Debord (1997, p. 16), “o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é social – como simples aparência”. A celebridade, nessa vertente, foi entendida como uma das facetas do espetáculo midiático-capitalista, relacionada com a circulação e a repetição de imagens, onde celebridades são consumidas como mercadorias, em fluxo semelhante à produção industrial e ao comércio, incluindo a publicidade. A celebridade, como outros componentes da sociedade espetacular, também é exibida publicamente em imagens que se repetem com frequência, e que são produzidas em ritmo contínuo. Os meios de comunicação, a partir delas, elaboram a propaganda dos valores morais/ímorais, de êxito/ruína, de certo/errado, de beleza/feiúra, e o consumo acontece a partir de sua “aparência”, dos efeitos de sua “representação”.

substitutos da realeza e das divindades, inclusive com a adoção de rituais e regras, elaborados e executados como nas igrejas (MARGOLIS, 1977). A “qualidade sagrada da celebridade” (INGLIS, 2012, p. 20) justifica, ainda, “paixões bizarras”, com comportamentos que oscilam entre o amor e o ódio, por meio da empatia e do reconhecimento de indivíduos à distância, cuja forma mais comum de aproximação – e única, quase sempre – acontece por meio da imagem.

A imagem fotográfica, mais especificamente, no caso dos bandidos, o retrato “*mug shot*”, forneceu não apenas a identidade, mas uma síntese para o crime, com enquadramento simples, direto e de fácil memorização, recuperada como um ícone toda vez que o nome do bandido era citado publicamente. Susan Sontag (2003) chamou atenção para a aderência da imagem fotográfica à memória, cuja “unidade básica é a imagem isolada”; logo, a foto ofereceria “um modo rápido de aprender algo e uma forma compacta de memorizá-lo”. Além disso, a fotografia seria o suporte que “fere mais fundo”, em matéria de recordação, a despeito de um fluxo intenso e incessante de imagens.

Somam-se, também, elementos da cultura popular que tensionam a faceta do fenômeno da celebridade atrelada ao crime, quando os criminosos têm relacionados a si valores e estereótipos herdados das estórias de heróis, bandidos, mocinhos, princesas, romance, enfim, toda uma “experiência do êxtase” (ROJEK, 2008, p. 120) que se oferecia já ao leitor do folhetim, transferindo, no consumo de textos e fotografias nos jornais, o interesse das colunas sociais às policiais. Tal qual a mercadoria, que “ocupou totalmente a vida social”, e manteve uma relação apenas “visível” com o seu público consumidor, produzindo o espetáculo (DEBORD, 1997, p. 30), a celebridade passou a ocupar os pensamentos e as conversas dos espectadores de notícias, mais pelas imagens do que pelas ações em si mesmas, diminuídas diante do peso das aparências (MARGOLIS, 1977).

Bandidos, desviantes, marginais e célebres

No uso que se fez da palavra no transcorrer deste artigo, bandido é a pessoa que cometeu qualquer tipo de infração contra a lei, a saber, furtos, roubos, sequestros,

extorsão, corrupção, assassinatos etc. Para embasar teoricamente o conceito, a definição de “desviante”, conforme disposta na obra de Gilberto Velho (1981, p. 27) – em referência aos “outsiders”, de Howard Becker (2019) –, localiza o bandido no desvio às regras impostas no interior do sistema sociocultural, no qual também está inserido, assinalando a desigualdade adjacente do próprio sistema, onde a um grupo dominante cabe estabelecer as regras, enquanto aos outros demanda cumpri-las ou desviar-se delas:

O “desviante”, dentro da minha perspectiva, é um indivíduo que não está fora de sua cultura, mas que faz uma “leitura” divergente. [...] Ele não será sempre desviante. Existem áreas de comportamento em que agirá como qualquer cidadão “normal”. Mas em outras áreas divergirá, com seu comportamento, dos valores dominantes. Estes podem ser vistos como aceitos pela maioria das pessoas ou como implementados e mantidos por grupos particulares que têm condições de tornar dominantes seus pontos de vista. O fato é que não é o ocasional gap entre a estrutura social e a cultural, mas sim o próprio caráter desigual contraditório e político de todo o sistema sociocultural que permite entender esses comportamentos.

Os conceitos de desvio e desviante dão conta do sujeito criminoso por assumirem, assim, que o entendimento do crime não se sustenta quando restrito à análise do indivíduo, mas, justamente por ser o bandido parte do tecido social, é que o desvio denuncia as fissuras da própria sociedade, onde há níveis desiguais de acesso a direitos civis e bens de consumo. Da mesma forma, as instâncias legais, jurídicas e criminais, representadas pela polícia, pelos tribunais e pelas prisões, encontram-se intimamente envolvidas no evento do crime (BECKER, 2019, p. 13), uma vez que assumem para si a tarefa de conter a criminalidade e, com isso, definem quem são os desviantes. Pode-se dizer que a definição do desviante, no âmbito do crime, é perpassada pela identificação visual do bandido nos arquivos policiais e acentuada quando a fotografia alcança a imprensa, podendo recrutar diferentes tipos de engajamento entre o bandido e o público. A fotografia de bandido, assim, sobrepõe a técnica fotográfica e os parâmetros de enquadramento, direção do rosto e enumeração à interpretação dos espectadores da imagem, esta última tornando-se um filtro ao ato de ver (BIBER, 2007) e organizando, com isso, uma dimensão visual para o desvio.

Ao serem vistas em fotografias policiais, onde o ver é perpassado por concepções historicamente aceitas e socialmente compartilhadas a respeito do crime e dos criminosos, as imagens dos bandidos demonstram que a pena aplicada ao desviante pode variar, não apenas de acordo com a gravidade do desvio, mas, sobretudo, levando-se em consideração as características individuais:

O menino de classe média tem menos probabilidade, quando apanhado pela polícia, de ser levado à delegacia; menos probabilidade, quando levado à delegacia, de ser autuado; e é extremamente improvável que seja condenado e sentenciado. Essa variação ocorre ainda que a infração original da norma seja a mesma nos dois casos. De maneira semelhante, a lei é diferencialmente aplicada a negros e brancos. (BECKER, 2019, p. 27)

O indivíduo desviante, por sua vez, ao exibir uma trajetória de vida que não corresponde à normalidade do padrão social, exerce atração sobre os demais, justamente por ser visto como “um tipo especial” (BECKER, 2019, p. 17). A atração se explicita, antes, como curiosidade popular: “o que os leigos querem saber sobre desviantes é: por que fazem isso? Como podemos explicar sua transgressão das regras? Que há neles que os leva a fazer coisas proibidas?” (BECKER, 2019, p. 19). Quando acrescida de um trabalho midiático, a atração se converte em celebridade.

Nesse sentido, os conceitos de celebridade e desvio se aproximam em dois pontos: a) a definição de desvio, assim como da celebridade, depende do resultado das interações sociais entre desviante/célebre e os outros membros do grupo social. Tanto o desviante quanto o célebre só o são em relação a um grupo maior de não desviantes ou não célebres. A própria condição de ser uma celebridade é, em síntese, uma forma de desvio da vida ordinária e comum, das imposições sociais, familiares e do trabalho, nas quais se insere a maior parte do grupo, os não célebres; b) ambos os conceitos são dinâmicos historicamente e se alteram com o tempo e o espaço de ocorrência, a depender das concepções sociais (regras) de um grupo neste tempo/espaço específico. Ou seja, o que é considerado desvio, assim como o funcionamento de uma celebridade, só pode ser compreendido a partir do estudo histórico da sociedade que engendrou o indivíduo criminoso ou o famoso.

Por fim, a notoriedade ou a celebridade criminosa é uma forma de desvio da condição de se tornar célebre, um desvio moral da trajetória do herói. Os bandidos célebres acessaram a fama reforçando a atração visual do excepcional sobre o público, fato que assinalou o poder do rosto na ampliação do fenômeno da celebridade.

Considerações finais

A ocorrência de celebridades criminosas se relaciona intimamente aos usos de imagens visuais da criminalidade, associados a certas práticas de imprensa, visando o espetáculo. Tal premissa se desdobra em três fatores: a) primeiro, a forma de apresentação e veiculação da imagem do criminoso nos jornais, cujo retrato, replicado diversas vezes, frequentemente converte o rosto do bandido em um símbolo, uma espécie de carimbo que permite ao espectador identificá-lo com facilidade, dispensando até mesmo a leitura do texto das notícias; b) depois, a associação de atributos individuais do bandido, por um lado, e atributos estéticos da imagem fotográfica do crime, por outro, com a indústria cultural e a cultura popular; e, finalmente, c) o interesse do público espectador pelas histórias de bandidos.

É na imprensa, ainda, que o interesse pelos bandidos se desvanece, em geral, no momento da prisão ou da morte, ou seja, do encerramento do caso. A menos que os bandidos acessem o lugar de escritores, roteiristas, atores etc., ou qualquer outra ocupação que remeta à possibilidade de alimentar a celebridade em uma experiência de vida pós-crime – e considerada como fundamental a questão racial, a celebridade dos bandidos é efêmera, restando poucos deles na memória popular. Por fim, é a imprensa, também, que adiciona aos bandidos o adjetivo de “célebre”.

Referências

ANGRIMANI, D. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.

AZOULAY, A. *The civil contract of photography*. Nova York: Zone Books, 2008.

BARBOSA, M.; ENNE, A. L. S. O jornalismo popular, a construção narrativa e o fluxo do sensacional. *ECO-PÓS*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 67-87, 2005.

BECKER, H. S. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.

BIBER, K. *Captive images: race, crime, photography*. Londres: Routledge-Cavendish, 2007. *E-book*.

BOORSTIN, D. J. *The Image: a guide to pseudo-events in America*. Nova York: Vintage Books, 2012. *E-book*.

CARNEY, P. Crime, punishment and the force of photographic spectacle. *In: HAYWARD, K. J.; PRESDEE, M. Framing crime: cultural criminology and the image*. Nova York: Routledge, 2010. p. 17-35.

CRARY, J. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

PAULA, F. P. Jornalismo popular e representações sociais: sensacionalismo, espetacularização e estereotipagem. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 16., 2011, São Paulo. Anais [...]*. São Paulo: Fecap, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3wZyZIO>. Acesso em: 13 ago. 2020.

DIDI-HUBERMAN, G. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 2010.

FANON, F. *Os condenados da terra*. São Paulo: Civilização Brasileira, 1968.

FINN, J. *Capturing the criminal image: from mug shot to surveillance society*. Mineápolis: University of Minnesota, 2009.

FRANÇA, V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P. *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

GELL, A. *Arte e agência*. São Paulo: Ubu, 2018. *E-book*.

HAYWARD, K. Opening the lens: cultural criminology and the image. Tradução Álvaro F. O. da Rocha; Tiago L. Cunha. *Revista de Direito da Cidade*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 550-580, 2010.

HAYWARD, K.; PRESDEE, M. (ed.). *Framing crime: cultural criminology and the image*. Nova York: Routledge, 2010.

HEINICH, N. *De la visibilité: excellence et singularité en régime médiatique*. Paris: Gallimard, 2012.

INGLIS, F. *Breve história da celebridade*. Rio de Janeiro: Versal, 2012.

MARGOLIS, S. *Fame*. San Francisco: San Francisco Book Company Inc., 1977.

MAUAD, A. M.; SANTHIAGO, R.; BORGES, V. T. *Que história pública queremos?* São Paulo: Letra e Voz, 2018.

MENESES, U. T. B. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 23, n. 45, p. 11-36, 2003.

PENFOLD-MOUNCE, R. *Celebrity culture and crime: the joy of transgression*. Londres: Palgrave MacMillan, 2009.

RANCIÈRE, J. *O espectador emancipado*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SANTIAGO JÚNIOR, F. C. H. Dimensões historiográficas da virada visual ou o que pode fazer o historiador quando faz histórias com imagens? *Tempo e Argumento*, Florianópolis, v. 11, n. 28, p. 402-444, 2019.

SCHICKEL, R. *Intimate strangers: the culture of celebrity*. Nova York: Doubleday, 1985.

SONTAG, S. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SOUSA, J. P. *Fotojornalismo*. Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Porto: BOCC (Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação), 2002. Disponível em: <https://bit.ly/3m75pG5>. Acesso em: 20 nov. 2020.

TAGG, J. *The burden of representation: essays on photographs and histories*. Nova York: Palgrave MacMillan, 2002.

TAGG, J. *The disciplinary frame: photographic truths and the capture of meaning*. Londres: University of Minnesota Press, 2009.

VELHO, G. (org.). *Desvio e divergência: uma crítica da patologia social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

submetido em: 31 mar. 2022 | aprovado em: 5 maio 2022