

# Flagrantes delitos e retratos

---

ERIC LANDOWSKI

**Resumo** Ao lado de beldades em poses estudadas, figuras características da retórica publicitária, aparece na imprensa outro regime de encenação do corpo: imagens articuladas ao conteúdo da informação, cenas ao vivo e retratos de personalidades políticas. O que constitui a unidade do "discurso público" mais abrangente que, conforme a hipótese central desse estudo, englobaria ambos os regimes iconográficos apesar de tudo o que os opõe à primeira vista? Para empreender essa indagação, destacam-se aqui quatro dimensões específicas do retrato (mimética, hermenêutica, cosmética e estética) e analisam-se suas relações no plano da fotografia política de imprensa como componente da estratégia discursiva midiática global.

**Palavras-chave** retrato, comunicação política, imprensa, publicidade, imagem, iconografia, fotografia, corpo, semiótica

**Abstract** From one page (or even from one column) to another in the same issue, most newspapers display very different modes of featuring the physical appearance of the persons. Alongside advertisements, in which images of anonymous bodies seized in provocative attitudes are offered to our contemplation, information pages show us images of recognizable personalities involved in day-to-day affairs and portraits of political actors. How to understand the coexistence of these iconographic regimes, apparently so strongly opposed? In order to propose an interpretation, this study distinguishes four principal dimensions of the portrait (mimetic, hermeneutic, cosmetic and esthetic) and analyses how they combine in political photographs considered as one of the elements of global mediatic strategies.

**Key words** portrait, political communication, press, advertisement, image, iconography, photography, body, semiotics

## I. TERRITÓRIOS DA IMAGEM: DO PUBLICITÁRIO AO POLÍTICO

Tendo já há algumas décadas se voltado mais e mais para as práticas ou, como no caso deste trabalho, para as imagens, a sociossemiótica abandona um pouco seu objeto empírico original, o discurso *stricto sensu*. Mas, dessa forma, ela responde a certas evoluções que afetam as modalidades da construção do sentido em nosso cotidiano. De fato, quer se trate de nossas relações com os acontecimentos (tal como os apreendemos mediante a visão que deles nos oferecem a televisão ou a foto de imprensa) ou com as próprias coisas (encenadas pelo cinema ou pela publicidade), de nossas relações interpessoais ou, finalmente, das conosco mesmo (por pouco que as consideremos pelo prisma de uma TV – realidade sempre mais ciosa de penetrar as intimidades e sondar os corações), praticamente todas nossas relações com o real se definem hoje em dia pela intermediação de imagens difundidas e primeiramente recolhidas, fabricadas ou, ao menos, formatadas pelas mídias.

De modo tal que o debate público – confronto de idéias entre as quais, ainda há pouco tempo, parecia necessário escolher – foi sucedido pela propagação de um manto de imagens que lustra e unifica uma visão comum do mundo, à qual somos instigados a aderir, a crer, a aquiescer, pelo menos com o olhar. Compreende-se que nessas condições a tradicional análise dos discursos e das ideologias concorrentes que eles defendem cede a vez, ao menos em parte, a essa cobertura visual que em todos os domínios mediatiza doravante nossa apreensão do mundo. A imagem tornou-se não somente onipresente, como todos constatam, mas ela passa, sobretudo, a exercer um papel essencial no plano social e até mesmo político como meio de formação de um consenso difuso sobre a própria construção dos fatos e a definição de valores. Se, da publicidade comercial à comunicação política, essa espetacularização generalizada não pode pretender, por si mesma, nos fazer compreender melhor o mundo (e muito menos explicá-lo, criticá-lo ou reformá-lo), ela se dedica em contrapartida a nos “fazer vê-lo”, e, mais que isso, a nos fazer vê-lo, supostamente, “tal como ele é”.

Efetivamente, se comparada ao discurso, a força da imagem resulta, antes de tudo, do fato de que não suspeitamos, *a priori*, que ela possa nos enganar. Enquanto, segundo o senso comum, todo ato de fala implica uma tomada de posição de ordem “subjetiva”, a imagem, ao contrário, nada faria além de testemunhar “objetivamente” o estado de coisas reportado por ela. Por muito tempo considerou-se que as imagens extraíam seu valor da relação mimética que supostamente mantinham com os objetos que elas estavam encarregadas de “representar”. Mesmo depois da revolução modernista que, a começar pela pintura, teve por efeito invalidar essa

concepção, é ela que, apesar de tudo, continua ainda hoje a impregnar a concepção que comumente se faz do estatuto da imagem, justificando a confiança quase cega que lhe acordamos em termos de verdade. Mais que isso, essa fé ingênua nas virtudes da imagem foi reforçada pela aparição das novas técnicas de gravação e de reprodução ótica, inicialmente fotográficas e depois "catódicas", como se, ao se substituir à arte do pintor, o recurso a instrumentos aparentemente neutros permitisse enfim estabelecer uma relação direta, necessária e autêntica – em uma palavra, verdadeira – entre o real e sua imagem.

No entanto, no interior da grande família das mídias, esses elementos de ordem geral dão lugar a práticas da imagem relativamente diversificadas, dadas as especificidades inerentes a cada um dos territórios particulares que podemos considerar. Vamos nos limitar aqui no confronto entre duas dessas práticas: a publicidade e a produção de imagens do político.

Colocar em cena corpos sedutores mas anônimos e praticamente inacessíveis – quase puros "corpos de papel", como se os modelos fotografados não fossem verdadeiramente desse mundo –, eis uma das estratégias favoritas do discurso "publicitário": uma maneira de suscitar nos receptores um desejo que, na falta de poder ser satisfeito apenas na relação com a imagem, deve voltar-se para as mercadorias que esse tipo de dispositivo procura promover. Aos olhos do publicitário, o gesto econômico da compra, espécie de passagem ao ato, não pressuporia uma disposição mais íntima, da ordem de uma libido difusa que se cuidaria em primeiro lugar de incentivar? Pois se é verdade que todo anúncio publicitário, considerado isoladamente, visa a nos persuadir a comprar esse ou aquele bem ou serviço particular, a publicidade, em seu conjunto, tem mais fundamentalmente como conseqüência, senão como objetivo deliberado, nos colocar em uma espécie de estado permanente de concupiscência generalizada, fundado na erotização difusa de nossas relações com os objetos, qualquer que seja sua natureza. É para um resultado dessa ordem que tende, em todos os casos, a estratégia à primeira vista estranha que consiste em associar de maneira quase sistemática à encenação das mercadorias realmente propostas a de corpos imaginariamente ofertados. Mas entendemos que isso encontra sua razão de ser na esperança de que os receptores transfiram para aquelas o valor que não podem não reconhecer nos últimos, a saber, o de objetos de gozo fantasioso.

Das páginas das revistas aos *outdoors* da esquina, passando pela tela da TV, a publicidade nos oferece dessa forma, sem descanso, a visão de um mundo de sonhos, repleto não tanto de coisas úteis, a serem compradas para que delas possamos usufruir, mas, antes, de objetos desejáveis a se oferecer a si mesmo, não importando

quanto custa. Visto sob esse ângulo, o ato de compra (sobretudo quando se trata de produtos de luxo, mas sem dúvida não unicamente) dependeria menos de uma economia da troca calculada do que de uma poética do gasto gratuito... Há aqui, no plano das motivações para consumir, uma componente próxima da ordem do "lirismo", que as austeras leis do mercado ignoram mas da qual a publicidade sabe habilmente tirar partido (Landowski 2002: cap. 4).

Mais ainda, todo esse dispositivo possui a arte de se autolegitimar. Longe de se impor de fora, a comunicação publicitária agora responde, por si mesma, a uma espera partilhada por grande parte de seus receptores, pois, sucesso supremo, à medida que se desenvolvia, ela conseguiu fazer nascer um verdadeiro desejo "de publicidade" no próprio público que toma por alvo. Ela sabe efetivamente criar e difundir uma permanente expectativa "por imagens". Para tal, ela nos fornece diariamente, e com a devida complacência (sem por isso cair necessariamente na pornografia "chique" do estilo Dior do começo dos anos 2000), senão o suficiente para reencantar definitivamente o mundo, pelo menos inúmeras ocasiões de experimentar, pelo canal do olhar, essa forma mínima do gozo em que consiste a fruição de um desejo difuso a cada instante estimulado, encorajado, mimado, acariciado pelo outro.

Entretanto, esse discurso sedutor tem um limite aparente. A primeira vista, ele se detém onde começa o domínio do "político". Embora, no conjunto das mídias e em particular na imprensa escrita, tudo agora, inclusive a informação sobre os diversos aspectos da atualidade — política ou outra — passe em grande medida pelo imagético, não se trata mais das mesmas imagens. Ai, ao lado dos ícones de produtos à venda e das beldades em poses estudadas, ocupadas em se tornarem desejáveis ao fazerem cara de quem nos deseja, aparecem imagens de outro tipo: "ilustrações" articuladas ao conteúdo da "informação", cenas "ao vivo" ou documentos de arquivos, fotos saídas de reportagens ou — é o que vai nos ocupar — retratos de personalidades políticas mais ou menos conhecidas e que poderíamos, se surgir a ocasião, encontrar pela frente. De maneira tal que durante a leitura das mídias, de uma página a outra ou até mesmo entre as colunas da mesma página, freqüentemente podemos nos ver às voltas com regimes bastante diversos de construção das figuras humanas e em particular dos corpos — uma vez que, claro, os políticos, eles também, têm um corpo, mesmo que raramente esse nos seja apresentado de forma particularmente "desejável".

Seguem dois exemplos para destacar essa diferença entre gêneros (figs. 1 e 2).

O que nos é mostrado? De um lado, as formas curvilíneas de uma dessas beldades anônimas que parecem se projetar em nossa direção, como que "na frente" da imagem, de maneira a nos impor sua presença enquanto simulacro de corpo desejante-desejado. Do outro, o retrato em pé de uma personalidade conhecida (o



Fig. 1 *Madame Figaro*, 1997



Fig. 2 *Libération*, 22 de setembro de 2003

primeiro ministro francês), mas que, ao menos aqui, não se impõe pela força de sua presença diante de nós. De fato, se reconhecemos facilmente nesse clichê os traços de um rosto já visto e mesmo uma silhueta familiar (certa compleição, uma maneira de se vestir e de se portar), tudo se passa como se o “modelo”, enquanto ser de carne, dessa vez tivesse se escondido “atrás” da imagem — ou, mais precisamente, como se a foto, ao nos fornecer no máximo certo número de índices figurativos, visasse apenas a “significar um nome”: “Aqui, este senhor de belo terno e de semblante preocupado, que vocês vêem, é *Raffarin!*” Ou, em sentido inverso, se preferir ir do significado em direção à figura que constitui convencionalmente (portanto, momentaneamente) seu significante: “O primeiro ministro da França, Raffarin, ai vejam, senhoras e senhores, caso ainda não o tenham encontrado, o jeito que ele tem!”

Os princípios de eficácia semiótica de tais imagens são relativamente fáceis de delimitar no primeiro tipo de caso, o da publicidade, mas sua análise se torna mais delicada no segundo, o do político<sup>1</sup>. Uma vez constatado que, quando se passa do terreno da publicidade para o da informação política, a retórica da erotização da relação com o mundo (com o que ela tem de simplista e repetitivo) deixa à primeira vista de ser empregada, resta ainda a questão de saber a quais outros tipos de lógica e de estratégias — provavelmente mais diversificadas e refinadas que as de promoção

1. No primeiro ponto, veja-se “Masculino, feminino, social” (Landowski 2002: cap. 5), e no segundo, “Duas formas de sociabilidade” (Landowski 1992: cap. 7).

comercial — o discurso das mídias recorre precisamente na construção da imagem do político e dos políticos. No contexto geral de um universo de imagens massivamente erotizadas, como, por que, para quais efeitos de sentido nos mostram tanto esses personagens aparentemente privados de *eros* que povoam a cena política, quase com tanta insistência quanto os corpos emocionados incumbidos de estimular a *libido consumandi*?

Mas, por evidente que seja, a diferença de tonalidade entre esses dois regimes de figuração — aqui de corpos sem nome, mas desejanter, lá de atores reconhecíveis mas quase sem corpo — não poderia nos fazer esquecer que as imagens pertencentes a um e a outro co-existem no interior do mesmo espaço mediático. Daí resultam freqüentemente espantosas justaposições, como no exemplo seguinte, tirado do *Le Monde* (fig. 3), em que estaríamos perto de crer que o *allegretto* da comédia orquestrada, na metade inferior da página, para a promoção do "Opel Corsa" foi deliberadamente imaginado para responder com derrisão ao "gravíssimo" dos fatos recortados na parte redacional da mesma página em torno da foto de um encontro em 1983 entre Saddam Hussein e o enviado do presidente dos Estados Unidos, então seu zeloso provedor de armas e melhor aliado.



Fig. 3 *Le Monde*, 8 de março de 2003

Que nos diz exatamente esse grande jornal – qual pode ser sua “filosofia” subjacente – quando coloca assim, lado a lado, dois discursos tão opostos quanto a sua visada? De um lado, um discurso que se apresenta como busca da verdade, a ponto de justificar a reprodução da “má fotografia” do alto, retirada dos arquivos do Departamento de Estado; do outro, a extravagância de um discurso da pura artificialidade, da irresponsabilidade reivindicada, como testemunha o hiper esteticismo paródico e provocador da foto de baixo. Quer dizer que o sonho de um mundo de puros prazeres – ou da pura criancice – tal como cultivado pela retórica publicitária (e, é preciso supor, tal como assumido pelo jornal que acolhe e publica tais fantasias), tem como função de apagar ou compensar o trágico da história<sup>2</sup>? Se fosse assim, a contradição seria efetivamente resolvida, ou antes dissolvida em uma espécie de relativismo desabusado mas tranqüilizador, como se, no final das contas, o que procurassem implicitamente nos dizer é que, por dura que seja a realidade do tempo, nada se compara às delícias do consumo a nossa volta, esse condensado do “modelo ocidental” felizmente ainda intacto, apesar de tudo... É mesmo preciso fazer o mercado funcionar!

Mas observemos agora outra página do *Le Monde*:



Fig. 4 *Le Monde*, 11-12 de abril de 2004

2. Cf. também anexos 1 e 2.

Agora as duas imagens não mais se chocam, não mais pertencem a dois modos de apreensão do mundo radicalmente opostos e inconciliáveis (exceto ao preço de acrobacias do tipo precedente). Ao contrário, elas parecem se contaminar reciprocamente. Simples acaso ou malícia da diagramação? As duas personagens parecem se responder e mesmo se ajustar gestualmente uma à outra, dinamicamente — esteticamente —, como se, além da fronteira entre os registros e as rubricas (a “França política” no alto à esquerda, o anúncio de Boss embaixo à direita), elas esboçassem em conjunto, ainda que à distância e sem o saber, alguns graciosos passos de dança<sup>3</sup>... Dessa vez, longe de se repudiar um ao outro, os dois discursos — o político e o publicitário — e os dois mundos correspondentes, um supostamente real, o outro mais de ordem lúdica — se encontram, se harmonizam e mesmo se sustentam mutuamente. Será que temos de admitir que doravante a política também seja da ordem do prazer, ou (o que daria mais ou menos no mesmo) que a publicidade deveria ser nosso único guia em um universo encantado em que a vida se resumiria nos prazeres do consumo cotidiano?

Nessas condições, quaisquer que sejam as diferenças entre os dois regimes que nos servem de ponto de partida pela simples razão que elas saltam imediatamente aos olhos, gostaríamos sobretudo de focar o que poderia constituir a unidade da prática discursiva mais abrangente que — façamos essa hipótese — engloba a ambos. Em outras palavras, apesar da evidente heterogeneidade na superfície, o “discurso público” — publicidade e informação política consideradas a título de hipótese como um todo — não obedeceria, na verdade, a princípios organizacionais e a estratégias invariantes, usados tanto no primeiro quanto no segundo desses dois principais registros que o compõem? Entretanto, para responder a essa questão (talvez somente num trabalho mais amplo, cuja presente contribuição constituiria a primeira parte), é preciso inicialmente isolar, como fizemos antes no que concerne ao campo publicitário, as formas mais características da iconografia do corpo no plano da informação “política”. Tal será o objeto, limitado, das páginas seguintes.

## II. RETRATOS DO RETRATO

A foto do primeiro ministro apresentada acima (fig. 2) já nos permitiu registrar um primeiro princípio, extremamente geral, de organização figurativa, que corresponde à idéia que se faz habitualmente — de acordo com a tradição e o senso

3. Sobre as noções de estesia e de ajustamento intersomático veja-se “En deçà ou au-delà des stratégies, la présence contagieuse” (Landowski 2004: cap. 6).



comum — do que deva ser um retrato, pintura ou fotografia. O princípio de base é o da semelhança: o valor desse tipo de imagens resulta em primeiro lugar de suas qualidades miméticas.

Desse ponto de vista, a figura 2 (p. 35) constitui certamente um "retrato" aceitável, uma vez que nele reconhecemos sem dificuldade alguém específico — o primeiro ministro francês. De fato, a silhueta que se desenha no papel "parece", como se diz, com ele Jean-Pierre Raffarin, em pessoa, assegurarão os privilegiados que tiveram a ocasião de estar lado a lado com ele. E para nós que não tivemos até agora a sorte de "conhecê-lo" a não ser pelas mídias interpostas, a figura parece com "outras imagens" dele anteriormente difundidas pela imprensa escrita ou pela televisão.

Já podemos notar que a noção de semelhança, aparentemente simples, apresenta na realidade alguns problemas. Parecer, mas, antes de tudo, com quem ou com quê? Com o "modelo", o próprio sujeito, ou com as imagens que já fixaram uma visão convencional dele? Em todo caso, se a "verdadeira" semelhança supõe a possibilidade (ou talvez mesmo a arte) de captar e reproduzir exatamente a identidade visível de uma pessoa, seria necessário para isso, no mínimo, que um sujeito se parecesse com ele mesmo em todas as circunstâncias, o que não está absolutamente garantido. Jano ou Proteu, somos todos, mais ou menos, "camaleões", isto é, mutantes na superfície (quer queiramos quer não) à medida que nos tornamos nós mesmos. Compreendemos nesse momento que a idéia de retrato deixa lugar a mais de uma interpretação, e que conseqüentemente possa dar vez a práticas muito diversificadas.

Podemos primeiramente abordar a questão segundo uma perspectiva funcional que encontra sua aplicação em certos usos técnicos da fotografia hoje em pleno desenvolvimento em razão dos recursos que oferece de um ponto de vista nem estético nem mesmo, estritamente falando, de informação, mas de controle essencialmente policial. Mais do que mostrar a terceiros como é alguém que conhecem apenas pelo nome (como quando um editor coloca na capa de um livro a foto do autor porque sua imagem tem pouca chance de ser divulgada pela mídia), a foto serve nesse caso para "identificar" pessoas pela referência à sua imagem previamente gravada (ou, agora, digitalizada, conforme a "revolução informática" e a "segurança" exigem). A precisão da imagem e a exatidão de sua semelhança em relação ao modelo são nessa perspectiva absolutamente essenciais: uma boa foto de identidade é aquela que permite associar com o mínimo de erros um nome próprio a um conjunto de traços fisionômicos necessários e suficientes para reconhecer o indivíduo portador desse nome, e, em seguida, se necessário (por exemplo, nas fronteiras), para verificar sua identidade por comparação com a imagem fixada pelo documento fotográfico.

É menos na imprensa que nos passaportes e nos arquivos da administração que esse modo de figuração encontra seu lugar em sua forma tecnicamente mais acabada. Como sublinhava recentemente o ministério britânico do interior na ocasião da emissão de um novo tipo de documento desse gênero, nesse caso a foto deve "mostrar por inteiro a face do indivíduo olhando fixamente para a objetiva com uma expressão neutra, a boca fechada e os olhos bem abertos" (Roche, 2004: 4). Essas diretivas são perfeitamente obedecidas pelos clichês antropométricos dos três "guerreiros do Islã" revelados em 2001 pelos serviços secretos norte-americanos e abundantemente reproduzidos por toda a imprensa (fig. 5).

Entretanto, nem mesmo na imprensa escrita os "inimigos públicos" têm o monopólio desse regime de tratamento. Quando um novo governo se constitui ou quando uma nova assembléia é eleita, os jornais também freqüentemente recorrem a esse tipo de foto cruelmente "antropométrica" na falta de outras melhores, para dar



Fig. 5 Le Monde Télévision, 31 de agosto de 2002

ao público uma idéia da fisionomia dos recém-chegados à cena política, dando às vezes a impressão de que se trata de avisos de buscas e que sua cabeça foi colocada a prêmio... Efetivamente, com esse tipo de retrato, ninguém parece mais com um criminoso ou com um terrorista do que um jovem ministro ou um novel deputado. Olhar fixo e esbugalhado contra a objetiva... até Adonis passaria por bandido! Verificamos, portanto, que aquilo com o que um sujeito “parece” depende menos do que ele “é” que da maneira como ele é representado.

Ao olhar o clichê seguinte (fig. 6), não diríamos que é exatamente isso – a predominância do construído sobre o dado em matéria de representação – que o ex-presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, está em vias de constatar por sua própria conta?



Fig. 6 *Le Figaro Littéraire*, 25 de junho de 2004

Aparentemente perplexo diante do retrato oficial de sua pessoa que, conforme indicado, acaba de ser instalado na Casa Branca, ele parece escrutinar a face enigmática dessa efigie acadêmica do 36º presidente dos Estados Unidos, provavelmente bastante diferente da idéia que ele, Bill Clinton, tem de si próprio na vida real. E nós que o vemos se ver, o descobrimos também, em certa medida, “outro”: outro

em relação à imagem que tínhamos dele até hoje, e mesmo duas vezes "outro", tanto no quadro da esquerda quanto na foto da direita, mesmo se, claro está, o "reconhecemos" nas duas variantes.

Podemos tirar desses elementos pontuais algumas observações de alcance mais geral, ao precisar o que diferencia estruturalmente os dois tipos de representações aqui presentes um em relação ao outro, e o que, ao mesmo tempo, os diferencia em relação ao tipo ilustrado anteriormente, na figura 5. Efetivamente, mesmo se na figura 6 tanto o quadro fotografado quanto a foto propriamente dita nos parecem "semelhantes", eles não respeitam os critérios de semelhança que seriam de rigor em uma carteira de identidade. Quais são, portanto, os princípios de construção de cada um desses três tipos de imagens, e mais precisamente de retratos?

Existem numerosas variáveis que permitem dar conta da diversidade de formas que a noção de retrato recobre na prática, mas uma entre as mais elementares consiste no modo como o retratista, pintor ou fotógrafo (ou mesmo escritor, pouco importa nesse nível), enfoca a "identidade" do seu modelo. Duas abordagens se opõem nesse aspecto. A identidade pode ser concebida como um conjunto de traços ou de qualidades específicas, inerentes ao sujeito, que o definem "paradigmaticamente", isto é, por diferença em relação ao outro. Desse ponto de vista, o simples registro das impressões digitais (ou das manchas da íris) fornece, com um mínimo de meios, o melhor de todos os retratos possíveis, uma vez que essa técnica permite individualizar qualquer sujeito em relação a todos os outros e, ademais, alicerça a identificação de cada um em traços distintivos que praticamente não mudam ao longo de toda uma vida. O "clichê antropométrico", tal como ilustrado acima (fig. 5), usa os mesmos princípios de uma maneira somente um pouco menos rigorosa.

Mas a identidade também pode ser concebida em termos dinâmicos, como a resultante de um processo, ou seja, de uma construção indefinidamente em curso. Sob essa perspectiva, o sujeito não se deixa mais definir de uma vez por todas por alguns parâmetros invariantes, pois é tão-somente ao longo da vida que ele se torna pouco a pouco, "sintagmamente", o que ele é. Além disso, a partir do momento em que a noção de sujeito perde desse modo o *status* de unidade estável, a idéia de um "eu" que aderiria a todo o momento e em todos os pontos a ele mesmo tende inevitavelmente a ceder a vez a um sujeito visto como plural, clivado, problemático, no limite, simples lugar de confrontação entre uma multiplicidade de facetas psicológicas ou de papéis sociais contraditórios entre si (Landowski 2004: cap. 10).

Nessas condições, fazer o retrato de um indivíduo não poderia consistir unicamente em isolar o que o diferencia dos outros: ao contrário, será preciso multiplicar as tomadas de cena de sua pessoa para apreender como, apesar de permanecer

nominalmente a mesma pessoa, ele difere dele mesmo não somente na duração, ao longo da vida (isto é, por razões exteriores, ligadas ao escoamento do próprio tempo e à diversidade dos contextos), mas também sincronicamente, em função de uma necessidade intrínseca que se deve ao simples fato de que sob nenhum ponto de vista, ele é apenas um.

Foi na pintura, sem dúvida, que essa temática surgiu inicialmente, e que ela foi mais sistematicamente aprofundada. Assim, em particular, com Picasso, que nos ensinou a ver, no interior de uma só obra, a identidade do sujeito não mais reproduzida como uma unidade molar, mas declinada em vários ângulos, dando conta da heterogeneidade dos componentes que entram em jogo na percepção que temos do indivíduo como totalidade (fig. 7):



Fig. 7 Pablo Picasso, *Tête de femme* (1939), *Le Monde*, 7 de novembro de 2003

Na verdade, se, por um lado, esse gênero de pintura inova de maneira decisiva pela sua forma, ao tomar ao pé da letra, explícita e figurativamente, a idéia de pluralidade constitutiva do sujeito, por outro lado, a mesma idéia já estava no centro da problemática do retrato desde, ao menos, a Renascença. Para tanto, basta ver as

infinitas glosas que o sorriso "ambíguo" da Gioconda suscitou ao longo da história da arte. Como quer que seja, é fundamentalmente a mesma filosofia do sujeito – a mesma concepção de identidade esfacelada – que, sob formas evidentemente diferentes na superfície, sustenta uma parte essencial da prática fotográfica de hoje, inclusive no domínio do retrato político. Nesse contexto, a multiplicidade das facetas da pessoa, em vez de se traduzir por uma superposição de pontos de vista no interior de uma mesma imagem, dá lugar a uma proliferação teoricamente inesgotável de enquadramentos distintos, publicados geralmente em separado, dia após dia. Mas se essas imagens terminam por nos dizer qualquer coisa da "verdade" dos homens que nos governam, é precisamente na medida em que, em nossa memória de leitores de jornais ou de telespectadores, elas continuam justapondo ou superpondo-se virtualmente umas às outras – e não em razão do valor intrínseco dessa ou daquela observada isoladamente.

Desde logo, o mesmo princípio vale, *a fortiori*, quando, excepcionalmente, a apresentação das identidades toma a forma de uma justaposição efetiva de clichês contrastivos, como é o caso na figura 8:

Ou melhor ainda, na foto seguinte (fig. 9), em que nos é dado de alguma maneira, inicialmente, no alto, o "tema", depois, abaixo, algumas de suas variações possíveis.

A pluralidade e a diversidade de enquadramentos representam, portanto, também para as mídias – *mutatis mutandis*, como em Picasso! – um dado constitutivo



Fig. 8 *O Estado de São Paulo*, 3 de julho de 2003



Fig. 9 *Diario 16*, 6 de maio de 1994

do retrato: como se, para conhecer o outro, tivéssemos necessidade de um número indefinido de "flagrantes delitos" que testemunhassem as mil maneiras pelas quais um sujeito se revela ele mesmo, justamente parecendo sempre diferente – em parte – do que ele é, ou, ao menos, do que acreditávamos que ele fosse ou que devesse ser.

Voltando um instante, vemos que a figura 4 (p. 37) – metade do alto –, assim como a figura 6 (p. 41) – metade da direita –, são típicas desse quadro. Uma e outra surpreendem seus modelos em atitudes relativamente inesperadas, quer se trate, no primeiro caso, da postura dançante do prefeito de Paris, paralela à pose do manequim que se esforça para se fazer desejar, quer se trate, no segundo, da careta dubitativa do ex-presidente diante de seu retrato. Essas imagens nos dão ambas a impressão de colocar em evidência certos traços profundos das personalidades retratadas: a homossexualidade de um (que embora publicamente reivindicada raramente é confessada de forma assim tão "natural"<sup>4</sup>) e o lado um pouco "moleque" do outro (traço que seu possuidor nunca procurou esconder de verdade, mas mesmo assim raramente exteriorizado com tanta espontaneidade como aqui<sup>5</sup>). Assim, paradoxalmente, quanto mais nos surpreendemos – ao mesmo tempo em que, claro, nos divertimos com o ângulo pouco habitual com que essas fotos um nada maliciosas – quase impertinentes – nos mostram seus modelos, mais temos a impressão que sim, são eles de verdade, tal como são, que, de bom ou mal grado, se revelam nessas expressões capturadas num átimo e no limite do inconveniente.

Assim concebidos, esses "flagrantes delitos" se contrapõem radicalmente a um estilo de iconografia política outrora muito valorizado, mas hoje quase desaparecido: o retrato oficial. Entretanto, acabamos de encontrar um representante dessa espécie – de novo na figura 6, mas dessa vez em sua parte da esquerda – ao qual, para não sair muito do domínio da foto, juntaremos o clichê seguinte (fig. 10, p. 46).

Na realidade, um retrato desse tipo nos afasta tanto do clichê antropométrico quanto do flagrante delito. O primeiro, conforme vimos, preenchia uma simples função de identificação e de "reconhecimento", tornada possível pelo fato de o retratista se concentrar em um tipo de traços ao mesmo tempo suficientemente estáveis para garantir em qualquer circunstância a similitude exata do modelo em relação a ele mesmo, e suficientemente objetáveis para permitir uma semelhança quase perfeita entre o modelo e sua imagem fotográfica. O flagrante delito, por sua vez, se inscrevia em uma perspectiva de busca de "conhecimento", eventualmente de descoberta, do modelo considerado como um sujeito a ser capturado *in vivo*,

4. Ver, todavia, no mesmo sentido, anexo 3.

5. Também aqui, ver, entretanto, no mesmo sentido, anexo 4.



Fig. 10 *Le Monde* 2, 4-5 de abril de 2004

mas, ao mesmo tempo, inacabado e, além disso, por natureza heterogêneo, portanto irreduzível a uma imagem definitiva que pretenda esgotar o que determina sua especificidade. Nessa mesma perspectiva, não seria exagerado dizer que o retrato oficial induz estruturalmente a efeitos de "desconhecimento" [*méconnaissance*].

Um retrato oficial não visa, essencialmente, a permitir o reconhecimento de um dado indivíduo nem a penetrar o segredo ao divulgar certas facetas que, captadas no instante, seriam mais reveladoras que outras. Em vez disso, empenha-se em fixar para a posteridade uma imagem que seja ponto a ponto conforme a uma norma sócio-estética de representação pré-definida. Conseqüentemente, não nos diz quase nada da pessoa que nos mostra, a não ser que ela ocupa dignamente a posição social que a vemos ocupar. Ele consagra, assim, o estatuto do sujeito, ignorando deliberadamente seu *eu*. De fato, longe de procurar revelar o que poderia se esconder aquém ou além do parecer, ele se limita a mostrar que o sujeito parece mesmo com seu papel social. Numa palavra, é necessário e suficiente que a rainha tenha verdadeiramente um ar de rainha.

A mesma regra vale, obviamente, para a República. No Palácio do Elysée, cada



um dos presidentes franceses sucessivamente submetidos ao mesmo regime iconográfico mostra a mesma cara-de-presidente, a tal ponto que todos, vistos lado a lado, possuem uma espécie de ar de família: cada um deles parece mais com os outros do que com ele próprio (fig. 11):



Fig. 11 *Le Monde*, 10 de junho de 1995

Daí, parece-nos, a perplexidade, destacada mais acima, no outro lado do Atlântico, do seu colega da Casa Branca, que, por sua vez, quiçá na impossibilidade de se identificar o suficiente com seu próprio papel institucional, aparentemente não consegue senão com muita dificuldade se reconhecer em seu soberbo retrato como majestade.

### III. A POLÍTICA NO CORPO

Temos reconhecido até o momento três regimes iconográficos distintos, desigualmente representados na imprensa atual. Retomando e sistematizando os dados reunidos até aqui, tentemos agora compreender a que se deve tal desigualdade.

Se o clichê antropométrico vale pela exatidão da relação "mimética" que mantém com seu modelo, o flagrante delito cumpre, por seu lado, uma função "hermenêutica": indefinidamente a ser completado, ele oferece pela acumulação de instantâneos uma via de acesso ao sentido inerente à própria diversidade de formas em que um sujeito pode se apresentar. Quanto ao retrato oficial, ele preenche uma função de ordem "cosmética" (em breve voltaremos a discutir a escolha desse ter-

mo). Ele trabalha o "perfil" do sujeito retratado – o engrandece, o "embeleza" se quisermos, ou antes o normaliza – de maneira a tornar sua aparência tão conforme quanto possível a um cânone de representação da função ou do estatuto que ele assume na sociedade. Ao impor assim ao indivíduo um modelo identitário pré-concebido, espécie de traje *prêt-à-porter* no interior do qual ele deverá se deixar moldar, tal regime iconográfico reserva, por definição, um lugar apenas marginal para a exploração das singularidades individuais. É preciso de fato apagar tudo o que possa destoar na pessoa para que o personagem, elemento de uma classe – política, social, profissional ou outra –, possa entrar na galeria dos retratos que celebrará "oficialmente" sua memória (ou, em outra escala, segundo a tradição das boas famílias, no álbum ou nos porta-retratos decorativos nos ambientes da sala).

Assim, esse regime inverte sistematicamente a ordem de prioridade que pudemos constatar nos dois outros. Efetivamente, ao contrário, tanto no clichê antropométrico quanto no flagrante delito, o que domina é o sujeito de referência, aquele que é fotografado: o "modelo individual" aqui presente, e não o modelo canônico que fixa de antemão as modalidades de sua representação. É sua identidade singular que se trata de captar. E se é assim, é porque é a singularidade mesma de sua pessoa que é valorizada de uma maneira ou de outra, seja para fins de reconhecimento policial, seja em vista de um conhecimento de ordem mais geral.

No primeiro caso, conforme vimos, é suficiente captar uma vez por todas essa singularidade no plano das invariantes anatômicas (ou mesmo, doravante, biométricas); mas, desse modo, a foto necessariamente reduz a pessoa ao *status* de um simples "corpo-objeto", único passível de observações exatas e de medidas "numerizadas". No segundo caso, ao contrário, é preciso proceder por aproximações sucessivas, atentando para as modulações efêmeras e inumeráveis da expressão fisionômica e, de forma mais geral, gestual e postural. De fato, tarefa certamente mais árdua que a precedente, se trata então de captar o complexo de uma "subjetividade", ou mais exatamente (dado que a objetiva pode tão somente "ver" as manifestações corporais) de uma *hexis*, isto é, de uma maneira própria de cada sujeito estar fisicamente no mundo<sup>6</sup>.

Em outros termos, enquanto o clichê antropométrico tem olhos, se podemos dizer, apenas para o corpo que "temos" (tamanho, cor dos cabelos, forma dos olhos etc.) o flagrante delito se interessa pelo corpo que "somos"<sup>7</sup>. Dessa forma, temos de um lado a simples reprodução da fisionomia de um indivíduo reduzido ao estado de

6. Sobre a noção de *hexis*, tomada de forma bastante livre dos trabalhos de Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1979), veja-se Landowski, 2004: 175-176.

7. Cf. "Faire signe, faire sens: régimes de signification du corps", *ibid.*, cap. 4.

não-sujeito, e, no caso oposto, a imagem de um *sujeito*. Claro, há uma infinidade de procedimentos possíveis de serem usados na construção de tal imagem, mas todos têm em comum o mesmo princípio de base: somente podemos reconhecer um "sujeito" na imagem de um indivíduo a partir do momento em que o vemos entrar em relação com um "objeto" qualquer, quer se trate do mundo que o envolve, de um parceiro, ou até, no limite, simplesmente dele próprio. Assim, na figura 2, embora o primeiro ministro francês mostre o olhar vazio — não se detendo em nada e não se dirigindo a ninguém —, o adivinhamos concentrado em *qualquer coisa*, no caso, no "objeto" de suas próprias preocupações.

A fotografia de identidade pede exatamente o contrário. Se, enquanto foto, ela tem freqüentemente um aspecto desagradável para o modelo, que ela despersonaliza, é porque, entre outras razões, ela admite e mesmo exige sua "descontextualização". Seguindo as instruções ministeriais apontadas acima, a face deve se destacar sobre um fundo neutro. Ora, a vocação que atribuímos hoje em dia à fotografia (profissional ou amadora) é, exatamente ao contrário, privilegiar, segundo a conhecida expressão de Cartier-Bresson, o "momento decisivo", isto é, a captura dos sujeitos "em situação". Na verdade, essa atenção dirigida aos elementos situacionais ou contextuais como componentes do sentido da imagem caracteriza não apenas o flagrante delito (na acepção que aqui conferimos ao termo), mas até mesmo o retrato oficial, ainda que em termos mais limitados em razão das convenções que o restringem. Um e outro se empenham, em geral, a captar o modelo em um contexto, freqüentemente colocado em segundo plano, suficientemente evocador para permitir situar, no tempo e no espaço, um mínimo de características pertinentes próprias ao universo do sujeito fotografado e, se for o caso, a seu campo de ação.

No caso do retrato oficial, será tipicamente a biblioteca, motivo convencional até recentemente quase obrigatório (figura 11, fileira de baixo), cujo papel é sublinhar que a atividade e, primeiramente, o horizonte de reflexão de um homem de Estado (ao menos no estilo "velha Europa") superam as peripécias da atualidade e se inscrevem na História... No flagrante delito, o rol de figuras utilizáveis é muito mais aberto, e mesmo, *a priori*, inteiramente aberto. Nenhum estereótipo de gênero, nenhum cenário particular se impõe de forma absoluta. Por exemplo, tratando-se de destacar a escala, evidentemente fora do comum, do contexto relevante para tal o outro dirigente de uma "superpotência", a imagem poderá tematizar, se não for a envergadura temporal de seu pensamento ou de suas referências culturais, pelo menos a extensão do espaço no qual ele se gaba de exercer momentaneamente seu império, graças a um enquadramento adequado da tomada de cena e a uma perspectiva habilmente calculada, como mostra a figura 12:



Fig. 12 *International Herald Tribune*, 30 de junho de 2004

Mas é sobretudo quando a imagem captura o sujeito em relação com o outro que ela apresenta um interesse particular do ponto de vista político, ao menos se admitimos que na raiz de todo comportamento político há, antes de tudo, uma determinada maneira de experimentar a si mesmo na presença do outro e, conseqüentemente, de dirigir-se a ele. Os modos de figuração oferecidos a um pintor ou a um fotógrafo para colocar em cena essas relações são por sua vez muito diversos. O outro, o interlocutor, pode, por exemplo, também ser figurado no interior da imagem, ou seja, no enunciado fotográfico, como na figura 3 (p. 36), ou na seguinte (fig. 13).



Fig. 13 *Le Figaro*, 8 de julho de 2003

Mas a tomada também pode ser organizada de forma a atribuir ao interlocutor da pessoa fotografada a posição, por definição exterior à imagem, do enunciatário – do leitor –, a quem o modelo estará então se dirigindo, seja mediante sua atitude corporal como um todo (era o caso na figura 1, em que o corpo, e apenas ele, nos “falava” por seu movimento, mas de forma bem eloqüente), seja pelo olhar ou pelo gesto. Isso é ilustrado, por exemplo, na figura 14, caso extremo, é verdade, em que o flagrante delito joga, por assim dizer, com ele próprio, uma vez que nesse caso o interlocutor exterior à imagem – o enunciatário – que o modelo (Aristide Briand, sujeito enunciante) interpela maliciosamente com o dedo não é outro senão o próprio fotógrafo (Erich Salomon), em vias de fotografá-lo em companhia dos outros participantes de uma reunião diplomática ocorrida em 1931 em Berlim, em princípio a portas fechadas.



Fig. 14 *Welt am Sonntag*, 22 de agosto de 2004

Em uma palavra, ao contrário do clichê antropométrico que, literalmente, "tira a palavra" do sujeito – boca fechada e olhar fixo –, o flagrante delito (e em menor grau, conforme visto, o retrato oficial) coloca em cena "sujeitos enunciantes", ou de forma geral corpos em estado de comunicação. Por esse motivo, ele nos possibilita ver ao mesmo tempo o tipo de relação que tais sujeitos mantêm com seu próprio corpo e, por meio dele, a maneira como vivem naquele instante sua relação com o mundo e, em primeiro lugar, com os outros – parceiros figurados no enunciado ou enunciatários pressupostos – isto é, com outros corpos-sujeitos.

Se o jornalismo tem por missão, entre outras, nos ajudar a melhor conhecer nossos representantes e dirigentes, compreendemos a partir desses elementos por quais razões de fundo a fotografia ocupa hoje tanto espaço inclusive na parte redacional dos jornais – um espaço (os repórteres fotográficos com razão são os primeiros a sublinhá-lo) que não mais pode ser considerado como o de simples "ilustrações" subordinadas à "informação". É que a imprensa dispõe hoje em dia de recursos técnicos que lhe permitem não apenas nos informar, pela escrita ou pela fala, sobre as "posições" políticas que exibem os homens do poder. Graças à fotografia, mesmo a imprensa "escrita" está em condições de captar, além disso, e de nos fazer sentir diretamente as "posturas" – também elas políticas, mas em um nível mais profundo – que eles adotam corporalmente. E com esse propósito, a imagem é sem nenhuma dúvida o melhor instrumento tanto de investigação quanto de demonstração.

Examinemos a título de exemplo o que a figura 15 ao lado nos diz em termos de relação tanto com o próprio corpo, quanto com o corpo do outro.

Lado a lado, ombro a ombro, um grande corpo e um outro menor. O primeiro aparentemente mais sereno e relaxado, o segundo, em comparação, mais tenso. Um tem a cabeça erguida e a boca entreaberta, esboçando um sorriso, o outro, os lábios cerrados e a cabeça inclinada como que para um enfrentamento. Ele estaria, por acaso, a ponto de empurrar seu vizinho? E para sintetizar o todo, à esquerda o olhar frontal, dirigido para a objetiva – franco em suma – de um homem, o presidente da República francesa, que nos olha parecendo esquecer a presença ao seu lado do mais "popular" de seus ministros... e, à direita, ao contrário, o olhar oblíquo, dissimulado, do dito ministro.

Se tudo isso estivesse sendo representado no cinema, em alguma encenação de Shakespeare, iríamos achar que esses dois atores estão exagerando nas mímicas. Não é preciso tanto para mostrar quem é o bom e quem é o mau! Mas aqui, os protagonistas desse corpo a corpo vivem na cena política bem real e é nela que estão em vias de nos contar esteticamente (sem palavras, simplesmente nos fazendo sentir seu próprio sentir) a natureza "tímica" de sua relação com eles mesmos – satisfa-



Fig. 15 *Sud Ouest Dimanche*, 11 de julho de 2004

ção ou mal-estar na própria pele (simples questão de estatura?) —, com o outro, e finalmente também conosco, espectadores ou testemunhas. Ora, mesmo sendo bem possível que em sua alma e consciência César, à esquerda, não seja a transparência em pessoa, é verdade que nessa ocasião ele parece encarnar a “retidão mesma” em todo seu porte. Do mesmo modo, ainda que Brutus, seu vizinho da direita, seja possivelmente um homem honesto, o que a imagem desse indivíduo de olhar oblíquo nos faz sentir é, inscrita em todos seus poros — em todos os aspectos de sua *hexis* —, a ambição de rival que o corrói, a manobra distorcida que ele medita.

É verdade que, por natureza, nenhuma imagem pode nos ensinar nada de certo, de exato sobre os projetos políticos concretos de quem quer que seja. Para saber mais, é preciso, portanto, ler o artigo que acompanha a foto. Entretanto, no que concerne às relações políticas vividas, *hic et nunc*, entre o ministro e o chefe de Estado, tudo já

nos foi dito nesse flagrante delito de incompatibilidade de humores. Pode-se objetar que uma imagem, uma única, não prova nada. Mas e se houver reincidência?



Fig. 16 *El País*, 15 de fevereiro de 2004

Tendo mudado de parceiro na figura 16, o mesmo ministro adota uma postura e uma expressão diferentes; no entanto, acontece o mesmo tipo de dissonância intersomática que acima, o mesmo afrontamento à flor da pele, dessa vez no contato com o chefe de governo (o já familiar J.-P. Raffarin), cujo gesto afável visivelmente não suscita no seu colega nada além de um movimento de crispação. Brutus talvez ame carinhos, mas certamente não os dos amigos de César! Nós teremos que ler para saber qual é exatamente o motivo do desacordo, mas o que vemos antes disso é o porquê do seu desacordo: é que não podem "se sentir".

Além desses conteúdos políticos, as figuras 15 e 16 apresentam outras características comuns que também merecem nossa atenção ainda que à primeira vista sejam mais formais. Elas nos permitirão explorar certas das relações possíveis entre os tipos de figuração definidos até aqui. Pois se esses dois flagrantes delitos têm, guardadas as devidas proporções, o valor de instrumentos de prova (na medida em que o ministro, seu principal herói, aí trai humores ou emoções dos quais talvez preferisse não deixar testemunhos tão óbvios), eles não são apenas isso. Essas figuras têm, uma e outra, algo mais: um lado discretamente cômico (mais irônico que propriamente



humorístico<sup>8</sup>) que não deixa de contribuir para seu teor crítico. E se elas são assim, é porque, na realidade, ao mesmo tempo em que obedecem às regras implícitas do gênero flagrante delito, elas brincam com as leis do gênero oposto, o retrato oficial.

Sem se apresentar sob a máscara impassível e rígida que exigiria com todo rigor um verdadeiro retrato oficial à moda antiga, o presidente da República, na figura 15, exhibe ao menos uma expressão benevolente — nada paternal —, uma maneira geral de se portar e uma elevação do olhar cuja imponência contrasta com a maneira como, ao lado dele, o ministro, aparentemente sem querer, deixa adivinhar seus sentimentos, suas emoções — seus ressentimentos? — do momento. O mesmo contraste se observa, sem maiores diferenças, na foto do outro duo (fig. 16), entre a bonomia conciliadora que impregna toda a atitude do chefe de governo (como acima as contingências) e o bafejo de mal estar aparentemente irreprimível que acaba por desfigurar de repente seu fiel ministro.

No entanto, essa distribuição de papéis (e de formas de *hexis* que lhes correspondem) não é imutável. Como prova a figura 17, ela pode se inverter. Mas será então para produzir outros efeitos de sentido em que o cômico e o cáustico se impõem.



Fig. 17 *Libération*, 16 de julho de 2003

8. Sobre essa distinção, cf. E. Landowski, "On ne badine pas avec l'humour. La presse politique et ses petits dessins", in D. Bertrand, 1993. (Versão resumida em *Humoresques*, 4, Paris, 1993. Trad. port., *Face*, IV, 2, São Paulo, 1995).

Dessa vez é o ministro (sempre o mesmo), no centro, que faz a "pose oficial" com sua impassibilidade de estátua e seriedade imperturbável, afetando uma distância soberana em relação às festividades populares do dia. É como se tentasse fazer as vezes de presidente, enquanto todo mundo à sua volta tem os olhos no céu onde desfilam os aviões do 14 de julho. Evidentemente, nem o detentor efetivo da função, nem o chefe de governo, nem seus vizinhos de menor importância partilham tais preocupações a respeito de seu "parecer"! Ao contrário, eles se deixam tomar pelo espetáculo com uma espontaneidade um pouco ingênua, até cometer, para aproveitar melhor, uma minúscula ofensa ao protocolo — o nariz para o alto até torcer o pescoço —, como se por um instante esquecessem quem são... E a hipercorreção do personagem central toma, por contraste, quase o sentido de uma confissão: será que ele acredita já ser o que ele não é?

Isso significa que os dois gêneros de que tratamos — um que congela de maneira hierática os corpos e as expressões faciais para a eternidade, outro que surpreende os humores, estados de alma ou emoções por meio de suas expressões instantâneas — não são separáveis, mas se pressupõem mutuamente e se interdefinem. Daí haver, entre o flagrante delito, o retrato "oficial" (mais ou menos) e mesmo o clichê antropométrico, todas as espécies de interferências possíveis. Apontaremos outros exemplos na seqüência, mas já vemos o princípio. Efetivamente, o que todos os cruzamentos concebíveis entre esses regimes colocam em jogo, é a tensão que opõe entre eles duas perspectivas concorrentes em toda prática do retrato.

A fim de explicitar a natureza dessa relação potencialmente conflituosa, chamaremos por comodidade o sujeito fotografado de "informante". A partir do momento em que ele, de bom ou mal grado, se deixa fotografar, permite, com efeito, que sejam impressos no papel traços que não podem não "informar", em algum grau, o outro sobre sua pessoa. Conseqüentemente, sua primeira preocupação, no momento em que se encontra exposto diante da objetiva, é geralmente de ordem cosmiética: na foto, ele gostaria de aparecer "por cima", isto é, não exatamente como ele é, ou crê ser, mas conforme a imagem que ele desejaria que o outro tivesse de sua pessoa. Ao contrário, o "observador", fotógrafo ou pintor, e finalmente, por intermédio dele, nós mesmos, os leitores, tendemos antes a privilegiar ora a perspectiva mimética — um retrato supõe apesar de tudo um mínimo de semelhança —, ora, de forma mais refinada, uma finalidade hermenêutica: um retrato não se torna verdadeiramente interessante a não ser que nos ensine algo de novo sobre a pessoa que se esconde por trás da máscara com a qual tenta se cobrir.

Essas divergências de intenção, quase conflitos de interesse, terão alguma chance de serem solucionadas ou superadas só num plano diferente, que trans-

cende o conjunto de regimes de figuração enfocados até aqui. Será preciso passar para uma "estética" do retrato.

IV. ETICA E ESTÉTICA DO RETRATO

Mas, antes ir ao ponto, detenhamo-nos um instante nas "três versões de Tony Blair" propostas pela figura 18, pedaço de antologia em que nada falta, a não ser justamente a dimensão estética.

No centro, eis, como diz a legenda, "a imagem real do primeiro ministro britânico", imagem que, a seguir, servirá como referência; e, de cada lado, uma variante obtida pela sua transformação realizada com a ajuda de um programa de computador concebido para esse fim por uma equipe de pesquisadores escoceses. Esses artefatos buscam, nos explica a matéria, fazer o primeiro ministro parecer "mais dominador" (à esquerda) ou "mais amável" (à direita) que na figura central — isso graças a ligeiras modificações que alteram o tamanho do nariz e o do maxilar. Todo



Fig. 18 *El Mundo*, 8 de julho de 2004

aumento desses elementos reforçaria o aspecto "masculino" do rosto e lhe conferiria (por isso mesmo?) um "ar dominador", ao passo que sua diminuição daria ao sujeito "um ar mais feminino", portanto (por isso mesmo?) mais "amável"...

Segundo as categorias que estabelecemos, a foto do centro se apresenta como um misto de foto de identidade e de flagrante delito. Ela empresta ao primeiro desses tipos seus princípios de organização geral (fundo neutro, rosto em primeiro plano, olhar fixo etc.). Mas ao mesmo tempo, ela pertence ao segundo, na medida em que nem o enquadramento quase antropométrico nem o vazio do olhar levam a uma completa despersonalização do sujeito; ao contrário, tão desfavoráveis quanto forem esses elementos à manifestação de uma subjetividade, eles deixam transparecer aqui certa "expressão" viva — até mesmo certa doçura —, a de uma pessoa que sentimos perdida em seus pensamentos ou sonhos, e não simplesmente paralisada como um objeto diante de uma câmera prestes a focá-la.

Essa imagem de referência recebe, nas fotos laterais, o que pintores e fotógrafos — mas também, é preciso não esquecer, alfaiates — chamam de "retoques". Habitualmente, quando se retoca um retrato, é para torná-lo mais semelhante, e um terno para melhor ajustá-lo à morfologia do cliente: nos dois casos, é a relação mimética entre duas formas — um corpo real e sua "imagem" — que assim procura-se reforçar. Ora, aqui é exatamente o contrário. O ponto de partida foi a "imagem real" do modelo, supostamente a mais próxima do que ele é, e a partir dela foram realizadas transformações sistemáticas que, nessas condições, equivalem necessariamente a outras tantas "deformações".

Tal procedimento, que por princípio nos afasta do modelo de referência em vez de nos aproximar dele, só tem, evidentemente, sentido se o objetivo visado for de outra ordem que não mimética. No entanto, imediatamente vemos que o objetivo pretendido também não pode ser de ordem hermenêutica. Nem uma nem outra das transformações operadas acrescenta qualquer coisa em termos de flagrante delito em relação à imagem de partida: é exatamente a mesma expressão apreendida em vôo que se repete nas três fotos de maneira redundante. E, última hipótese a ser também excluída ainda que nos venha naturalmente à mente quando nos perguntamos o que pode justificar a decisão de retocar um retrato, também não se trata de "embelezar" o primeiro ministro, o que dessa vez revelaria um enfoque estético (embora ainda bastante elementar). De fato, em termos de graça, charme ou elegância, as "três versões" praticamente não se distinguem. Aliás, a "beleza", noção que de certa maneira engloba tudo isso, não é privilégio de nenhum sexo.

Assim, longe de servir ao conhecimento, reconhecimento ou embelezamento do primeiro ministro, essas reconstruções têm, na realidade, um único objetivo (além

disso explícito, se lemos a matéria), que é de ordem puramente cosmética: trata-se de fazer o modelo *parecer* o que ele não é, um pouco mais ou um pouco menos "masculino". Reencontramos desse modo a função de "desconhecimento" apontada no retrato oficial, mas agora plenamente assumida, pois é pela deformação deliberada do "real" (o que, do ponto de vista de uma ética da imagem, apresenta certos problemas) que se busca obter uma imagem conforme a uma visão predefinida, e normativa, do que deve parecer o sujeito retratado.

Todavia, diferentemente do que constatamos no caso do retrato oficial, a norma a ser seguida não resulta mais de um modelo de representação institucional que se deveria respeitar. E essa norma também não provém da imagem predefinida que o modelo desejaria dar dele próprio e que ele procuraria impor ao retratista, como teria o direito de fazê-lo *vis a vis* a um pintor de salão ou a um fotógrafo que trabalharia por encomenda. Ela resulta de uma normatividade que depende, nesse caso, só do "imaginário político", ou pelo menos do que os produtores das imagens em questão crêem saber dele graças a diversas pesquisas de opinião: se é verdade que hoje, como indicam tais pesquisas, os eleitores "preferem" os políticos de ar amável e são levados a confiar mais neles do que nos "dominadores", o primeiro ministro britânico teria efetivamente interesse em se conformar, cosmeticamente, ao clichê da direita, em outras palavras, em se ajustar ao "*look* feminino".

Ao lado do retrato oficial, destinado a simbolizar, como numa moeda, a imagem do poder soberano por uma efigie convencional de seu detentor no momento, é preciso portanto reservar um lugar para uma variante "pseudo-oficial". Ela também implica retificações cosméticas do modelo, mas as subordina exclusivamente às supostas expectativas da opinião. Estamos aqui bem próximos da construção das "imagens de marca" no âmbito da publicidade comercial e do marketing. Esse tipo de figuração alcança a difusão em massa na forma do "retrato eleitoral", tal como o vemos nos cartazes de campanha dos candidatos. Embora nesse plano certo grau de "feminilização" das silhuetas, expressões e atitudes seja certamente hoje uma estratégia em voga, essa parece ainda longe de substituir as receitas clássicas, essencialmente fundadas na procura do *look sério*. É ao menos isso que atestam, para não ficar para trás do exemplo britânico, as três versões seguintes de um primeiro ministro francês que ficou guardado em todas as memórias exatamente por causa de seu gênio fotometamórfico (fig. 19a, b, c; p. 60). Que não haja erro: o produto tratado, colocado nas normas, "cosmetizado", desta vez está no centro, enquanto a matéria prima, o original em estado bruto (excessivamente engraçado ou, ao contrário, demasiadamente severo) se encontra nas duas laterais.



Fig. 19 a, b, c *El País*, 19 de abril de 1995, *Le Figaro*, 2 de fevereiro de 1995, *Le Figaro*, 24 de novembro de 1993

Mais uma vez, vemos aqui os limites do conceito de retrato como representação segunda, “semelhante”, isto é, como reflexo destinado a restituir a verdade da pessoa – a especificidade de um rosto no caso do clichê antropométrico ou, com o flagrante delito, a singularidade de um caráter. No sentido inverso, o “reflexo”, a imagem no papel, artefato concebido e produzido com mais ou menos garantias “científicas”, constitui agora o ponto de partida. E é o modelo em carne e osso (à esquerda e à direita) que é preciso retocar para deixar sua aparência de acordo com o simulacro (no centro) que prefigura o que o público supostamente espera dele.

Segundo o uso corrente, qualifica-se indiferentemente de “cosméticos” ou de “estéticos” o conjunto de produtos, cuidados, tratamentos e adereços (desde a anódina aplicação de pomadas e unguentos até a intervenção cirúrgica, passando pelos diversos tipos de próteses, a começar com apetrechos como gravatas e relógios, óculos e abotoaduras, e até microfones, como em 19c) utilizados para cuidar do corpo ou do rosto, ou, se “necessário”, retificar e melhorar seu aspecto exterior (e com ele, a *hexis* perceptível) a fim de torná-los, como se diz, mais “belos”, isto é, na realidade, mais conformes a certas normas sócio-estéticas que, acabamos de ver, podem ser decorrentes tanto de regras de gênero, quanto das supostas expectativas do público.

Contudo, julgamos que em tais situações seria mais oportuno falar exclusivamente de tratamento “cosmético”, de maneira a reservar o termo “estético” para um outro tipo de prática, especificamente ligada à produção de obras de arte. Com certeza, as duas perspectivas visem a produzir “beleza” ou ao menos formas que possamos considerar, sob um ou outro aspecto, particularmente felizes, senão

perfeitas. Mas enquanto que, do ponto de vista da cosmética, é o modelo, a pessoa real, que se trata de "embelezar" (de tornar conforme aos critérios sociais do gosto), já segundo a perspectiva estética, é a própria obra, a imagem, no caso o retrato, que deve atingir determinada forma de perfeição. Quando se diz que um retrato de Cartier-Bresson ou de Picasso é uma obra de arte, não se quer evidentemente dizer que a personagem representada é "bela"! É a foto ou o quadro enquanto tais que julgamos "belos", "bem feitos" ou mesmo "perfeitos" como agenciamentos de formas significantes. Ora, em oposição à perfeição cosmética do modelo, avaliada em referência a normas sociais de domínio e de exposição do próprio corpo, por definição alheias ao universo da arte, a qualidade estética de um retrato — de uma foto ou de um quadro como obra de arte — só pode se ater a uma ordem de necessidades internas, ligadas à sua organização plástica imanente.

Nesse caso, o que seria uma "foto de arte" em política? A publicidade multiplica em profusão as imagens de anatomias que podemos considerar verdadeiramente "perfeitas" no sentido que, mediante um rigoroso tratamento cosmético dos modelos escolhidos, elas respondem perfeitamente ao gosto do dia (tanto mais na medida em que cumprem um papel essencial na formação dele<sup>9</sup>). Mas daí raramente resulta a aparição de sucessos estéticos no sentido que tratamos aqui. O retrato político, ao contrário, admite, por princípio, a "imperfeição" de seus modelos, e até mesmo a procura e a explora. Ele a admite no clichê do gênero antropométrico, que tem por regra registrar tanto os "defeitos" quanto os pontos agradáveis de uma fisionomia. E ele a procura no flagrante delito, cujo "truque" favorito consiste precisamente em surpreender o modelo cometendo alguma transgressão em relação a determinada norma do gosto no que refere à conduta corporal. Em primeiro lugar, em relação ao código de boas maneiras, que fornece aos jornalistas (e sobretudo aos *paparazzi*) em busca de imagens picantes uma mina inesgotável, graças à infinita diversidade de pequenas infrações comportamentais que as demandas do corpo (fadiga, vontades etc.) tornam inevitáveis, inclusive no caso dos "grandes" (figura 20 na página seguinte e ainda uma vez anexo 4).

Ou, mais excepcional (mas mais eficaz, se se procura o furo de reportagem), em relação com as regras mais elementares da apresentação de si e da manutenção da "face" (no sentido proposto sobretudo por Erving Goffman [1973]). É o caso da figura 21, "a" e "b", que exhibe a falta, relativa ou radical, de cuidados — evidentemente involuntária (aqui a de um homem doente e lá de um homem acuado como uma fera) — que a foto captura, se ousamos dizer (por antífrase), "ao vivo". Mas como é o

9. Cf. "Le désirable: entre jugement esthétique et saisie esthésique" (Landowski 2004: 119-121).



Fig. 20 a e b *Le Figaro*, 20 de novembro de 1990, *El País*, 4 de junho de 1993

próprio do flagrante delito precisamente procurar desvelar o outro que está em nós, entra perfeitamente na lógica deste regime que se espia os signos da impotência e, em última instância, da morte no corpo, ainda vivo, dos "poderosos".

Embora essas imagens tenham certo tom mordaz, cômico no primeiro caso (fig. 20), trágico no segundo (fig. 21), que a iconografia publicitária em geral ignora de maneira prudente, falta muito para que possamos considerá-las "obras de arte". Entretanto, existem ocorrências que se aproximam desse conceito, destacando-se do fluxo cotidiano por sua qualidade propriamente plástica. Nos limitaremos a apresentar um pequeno número de exemplos – quatro – escolhidos em função de sua relativa homogeneidade temática.



Retrato de Saddam Hussein com o rosto machucado após sua captura em 13 de dezembro de 2003. Foto-montagem elaborada pelos serviços técnicos do exército ianque e difundida massivamente pela imprensa ocidental.

Fig. 21 a e b *Le Figaro*, 18 de julho de 1994, *Paris-Match*, 20 de dezembro do 2003



Primeiramente, esta foto do presidente Lula, acompanhado do chefe de Estado português (fig. 22):



Fig. 22 O Estado de São Paulo, 11 de julho de 2003

Para apreender senão seu valor estético pelo menos suas qualidades sensórias e somaticamente sensíveis, isto é, seu alcance estético, o ideal seria olhá-la, "mastigá-la", como aconselha François Jullien para a leitura dos textos (Jullien 1991: 86) ao som de alguma bossa nova bem ritmada! Não porque essa foto se refira ao Brasil e segundo se diz tudo aqui é gingado (na verdade a cena se passa em Lisboa), mas porque nesse caso uma escuta de tipo musical – aliás jamais alheia à apreensão da dimensão poética das obras, ainda que elas sejam puramente visuais<sup>10</sup> – é por assim dizer requerida pela própria organização imanente da imagem, cuja componente

10. Cf. "Du sens musical de l'image", Landowski, 2004: 183-186. Tradução em português em Oliveira, 2004.

rítmica constitui de modo óbvio o princípio de articulação mesmo: dois homens em marcha, que nos fazem sentir a cadência e o ajuste recíproco e aplicado do corpo inteiro, como se, em um único e mesmo "bom passo", eles criassem no ato o próprio sentido de sua marcha para frente, ao mesmo tempo no plano empírico e num plano "simbólico". Além do flagrante delito (pois aqui não há nada de transgressivo a ser observado), é verdadeiramente um "momento decisivo" que foi fixado: momento de graça em que o fazer político alcança à dimensão poética.

Observamos um outro tipo de contraponto entre componentes figurativos nas duas figuras seguintes (fig. 23 e 24):



Fig. 23 *Le Monde*, 10 de maio de 2004



Fig. 24 *Le Monde*, 8 de março de 2003

À esquerda, a tomada muito aproximada sobre os dois perfis, entrelaçando-os de forma comparável ao entrecruzamento de passos da foto precedente, produz, por outros meios, uma figura também ritmicamente ordenada, apta, de novo, a nos fazer sentir esteticamente um equilíbrio dinâmico entre elementos, mas dessa vez sob a forma de uma tensão vivida entre duas forças que se opõem mais do que entre duas intenções em harmonia. O imaginário da luta e da necessária, mas difícil, superação de obstáculos substitui o do livre movimento. A figura da direita também fixa um instante situado no limite entre um "avanço" e seu contrário, a "parada", agora por meio de uma combinação de elementos que, além dos componentes plásticos e

rítmicos do enunciado-imagem, fazem intervir a dimensão enunciativa: o que para o ministro de dedo em riste é um gesto de se dirigir a alguém, um movimento, um “avanço” em direção a nós, destinatários da imagem, é para nós, ao contrário, um signo de advertência, um alerta, um convite a não fazer – uma “parada” –, injunção cujo caráter imperativo o olhar do primeiro ministro em posição de coadjuvante parece querer sublinhar. Enquanto o flagrante delito refina ao infinito o retrato (de preferência negativo) dos homens do poder, aqui é o próprio “gesto do poder” que a foto consegue captar por meio de um agenciamento bastante excepcional de determinações figurativas e plásticas.

E para terminar, o quarto exemplo, que nos devolve ao primeiro ministro britânico, enfim liberto de suas preocupações cosméticas (fig. 25):



Fig. 25 *The Times*, 22 de julho de 2003

É ainda a mesma problemática do movimento e da sua suspensão que encontramos aqui, mas invertida em relação ao caso precedente. Não é mais o homem investido de autoridade que marca para nós em um gesto imperioso os limites do possível ou do admissível; ao contrário, somos nós, o povo, a multidão representada no enunciado pela massa das estátuas chinesas, que deixamos o sujeito do poder sem ação, parado, quase no chão, de olhos esbugalhados diante da incomensurabilidade do real colocado diante dele, à sua volta, até paralisá-lo de estupor ou de angústia.

Porque essas imagens, próximas da foto "de arte" e cuja característica comum é colocar plasticamente em cena diversos aspectos da política enquanto dramaturgia do poder são tão raras? Não é o talento dos fotógrafos que é preciso questionar. Eles não o têm menos que os pintores ou desenhistas de outrora, entre os quais muitos dos maiores (de Goya a Daumier) consagraram parte importante de sua obra ao tema político. A verdadeira razão, sem mistério mas um tanto paradoxal, é que hoje a iconografia política simplesmente renunciou a tematizar o "poder como drama". Claro, tanto a imprensa escrita quanto a audiovisual não deixa de expor e mesmo de transformar em espetáculo todas as espécies de dramas do cotidiano ligados à guerra, às catástrofes naturais, ao "terrorismo", ao crime. Mas a política enquanto tal, e o dia a dia dos políticos que a "fazem" são sistematicamente tratados em outro registro, eufêmico, edulcorado, cosmetizado, como se a vida política se tivesse tornado o lugar mesmo — quase o único em um universo de morte, de selvageria e de desrazão — do bom senso, do saber-viver, do bom tom e, inclusive (mais tranqüilizador ainda), do "amável", noção cuja importância já destacamos mais acima.

É fundamentalmente nisso que consiste o que assumimos o risco de chamar (para sermos breves) a "feminização" do político: obliteração da dimensão conflituosa das relações de poder e censura no que tange a sua dimensão dramática. E é também em torno desse ponto que, em profundidade, se opera a conjunção entre o território do publicitário e o da imagem política. Não seria dessa confluência que testemunha, para terminar, a foto seguinte (fig. 26), retrato do governo espanhol no jardim das odaliscas?



Fig. 26 *Le Figaro*, 21 agosto de 2004 (Foto originariamente publicada em *Vogue España*, agosto de 2004)

No início, acreditávamos estar diante de dois territórios autônomos e, no limite, justapostos: a dura realidade do político de um lado, e um universo publicitário de sonho do outro (fig. 3 e anexos 1 e 2). Mas logo esses dois mundos pareceram se contaminar um o outro e entrar na mesma dança (fig. 4) — uma dança em que a graça do prefeito de Paris nada perdia para a do manequim escolhido por um ateliê de moda para a promoção de seus artigos. E agora, após um percurso que nos permitiu, em particular, delimitar as condições do bom uso do cosmético em política, eis finalmente que um passo a mais, o último, é vencido com a figura 26. Dessa vez, a fusão dos dois mundos é verdadeiramente realizada. O que havíamos focado no início a título de hipótese sob o nome de "discurso público" — publicidade comercial e comunicação política conjuntas uma à outra para formar um único e mesmo discurso abrangente — encontra sua realização numa imagem comum, em que nada mais permite distingui-los.

As associações feministas, nos ensinam, "se insurgem" contra esse retrato de grupo sob o pretexto de que nele as mulheres ministras adotam o jeito amável — demasiadamente amável! — de manequins. E se por acaso fosse o inverso? Se fossem as associações cívicas a se escandalizar porque manequins fazem cara de ministros? Como saber? No fundo, pouco importa, pois nos dois casos a sociedade encontraria aí as mesmas vantagens: consagração da abordagem publicitária como princípio geral de visão do mundo e, correlativamente, cosmetização do político. Mas, na verdade, esses dois movimentos constituem apenas um: duplo meio — provavelmente não só em Madrid — para esquecer o 11 de março de 2004?

## REFERÊNCIAS

- BERTRAND, Denis (1993). *L'humour européen*. Sèvres: C.I.E.P.
- BOURDIEU, Pierre (1979). *La distinction*. Paris: Minuit.
- GOFFMAN, Erving (1973). *La présentation de soi*. Trad. de A. Accardo. Paris: Minuit. (1. ed. 1959).
- JULLIEN, François (1991). *Eloge de la fadeur*. Paris: Philippe Picquier.
- LANDOWSKI, Eric (1992). *A sociedade refletida*. Campinas: Educ-Pontes.
- \_\_\_\_\_. (2002). *Presenças do outro*. São Paulo: Perspectiva.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Passions sans nom*. Paris: P.U.F.
- OLIVEIRA, Ana Claudia de (2004). *Semiótica plástica*. São Paulo: Hacker.
- ROCHE, Maurice (2004). Pas de sourire sur le passeport du bouffon d'Angleterre. *Le Monde*, Paris, 12 ago. 2004, p. 4.



Anexo 1 *Le Monde*, 31 de agosto de 2004 (p. 4 e 5 contíguas)



Anexo 2 *Libération*, 1 de setembro de 2004 (p. 8 e 9 contíguas)



Anexo 3 France Soir, 28 de agosto de 2004



Anexo 4 El Mundo, 10 de janeiro de 1994

Tradução de Dilson Ferreira da Cruz Jr., realizada em setembro de 2004 e revisada pelo autor. (Versão francesa publicada em 2005: Semprini, A. (org.). *Le regard socio-sémiotique*. Paris: L'Harmattom.)

ERIC LANDOWSKI é diretor de pesquisa do CNRS (Paris) e diretor do Centro de Pesquisas Sociossemióticas com Ana Claudia de Oliveira (PUC-SP). eric.landowski@sciences.po.fr

*Artigo recebido em 12 de setembro  
e aprovado em 4 de outubro de 2004*



### **Errata *Galáxia* 8**

Por um equívoco técnico, na página 62, do artigo "Flagrantes delitos e retratos" (pp. 31-70), de autoria de Eric Landowski, um retrato aparece indevidamente na figura 21b. Lamentamos o erro e segue, como errata, a versão correta da página.

Comissão Editorial