

REVISTA INVENTA UM CARANDIRU

O último ensaio no Carandiru. É o título\tema da revista Sexy em seu número especial, dedicado a Rita Cadillac, a “madrinha dos detentos”. De acordo com as informações da própria revista, trata-se de uma número sugerido pela própria Cadillac.

“Este ensaio é uma homenagem que tento prestar aos detentos, a todas as pessoas que vivem ou viveram lá, pessoas que eu respeito e que sempre me admiraram e respeitaram também. Fazer este ensaio dentro do Carandiru é mostrar que sempre vou pertencer a eles. E vai ser uma edição histórica. Essa é a primeira vez que o Complexo Penitenciário abre as portas para um ensaio fotográfico, e a última, porque o Carandiru vai acabar. E também é o meu último ensaio.” (Rita Cadillac)

É pelo menos inusitada a idéia e execução do “ensaio”. Obviamente a “homenagem” não seria executada pela revista, caso a mesma não reconhecesse, na proposta, condições de sua inserção em alguma fatia do mercado. De certo modo, o texto de Cadillac contém um princípio de segmentação: todas as pessoas que vivem ou viveram lá. Analisando a questão a partir dos parâmetros de mercado, poder-se-ia substituir a expressão “edição histórica” por oportunidade imperdível, elemento que indiretamente aparece no discurso mencionado, através do caráter inédito e único do produto: é ao mesmo tempo a primeira e última vez. Está sendo anunciado um produto “raro” (uma edição especial), comercializado a R\$ 5,90. A capa traz a “Madrinha dos detentos” trajando um biquini, com um de seus dedos

apontados para as suas nádegas, visivelmente projetadas na fotografia.

O produto permite observar, para além dos elementos já indicados, um aspecto fundamental à compreensão dos ingredientes construtores de imagens. De um modo geral, tem-se a impressão de que a fotografia ou as imagens visuais são as formas de mostrar a realidade de modo mais incontestável. Por sua vez, esse pressuposto está muito relacionado com a idéia de que as coisas que acontecem podem ser **vistas**, dando ao sentido da visão uma prevalência sobre as outras formas de percepção.

O Carandiru do ensaio de Rita Cadillac não é o Carandiru. Isto porque aquele lugar, fisicamente identificado com suas estruturas de concreto, suas grades, suas celas não é o mesmo lugar quando hospeda uma equipe de uma revista juntamente com a Rainha do Carandiru e quando abriga detentos. Sobre as evidências físicas objetivas que asseguram tratar-se do mesmo local erguem-se as **imagens mentais** que remontam os 111 presos mortos, o amontoado de seres humanos, as fugas. É muito diferente o Carandiru-cenário do Carandiru-prisão.

Em sua versão cenário, as celas estão vazias e são espaços para a exibição da rainha do Carandiru. Em uma parede há fotografias de Cadillac, como a provar a admiração dos detentos por ela. Fora das celas, possivelmente nos antigos pátios, há flores amarelas espalhadas pelo chão. É ali, no espaço onde, normalmente, amontoa-se a coletividade de detentos para os famosos banhos de sol que Rita tem a “liberdade” de desnudar-se. E ao lado das poses que dão prioridade à genitália, a revista inclui

textos de detentos admiradores da rainha, confessando suas fantasias: *com todo respeito, madrinha, respeito muito a senhora, ontem te fiz uma homenagem.*

Fazem parte do ensaio duas fotografias menores, expostas em cantos de página, nas quais aparece um grupo de pessoas, provavelmente, a equipe de produção. Tais

fotografias registram elementos relativos à intervenção técnica na construção das poses. São indicações de que aquele produto – a revista – não é resultado de uma exposição espontânea de Cadillac. Neste sentido, podemos pensar numa forma de sujeição que acompanha aquela “explosão de liberdade”, evidenciada nas fotos.

Toda aquela nudez é recoberta por um critério, um cálculo. Não se trata de uma entrega ou de um pagamento de uma dívida, de uma gratidão. Nem pretende mostrar o Carandiru em sua intimidade. O complexo penitenciário é ali reduzido a uma pulsão coletiva em torno de um mito. É a face do desejo sexual do detento, o segredo para a exploração e criação imaginária de uma Carandiru que deseja uma rainha.

Produtos dessa natureza são exemplos do quanto a mídia tem o poder de transformar tudo em imagem. E mais: o quanto a mídia tem podido “criar realidades”.