

DOS LIMITES DO RETOQUE FOTOGRÁFICO DIGITAL

LUIZ VICENTE DE LIMA LAZARO¹

RESUMO

Este artigo trata dos limites do retoque fotográfico digital, considerando um modelo que vem sendo adotado pelo mercado da fotografia em suas mais diferentes aplicações. Para tanto, retoma-se aspectos da história da fotografia, antigos procedimentos de alteração da imagem e as mudanças ocorridas nesses procedimentos após a digitalização dos processos, inclusive com a criação de novas possibilidades. O texto traz alguns exemplos do mercado e tenta, ao final, estabelecer quatro critérios que possam ser adotados como elementos norteadores do retoque da imagem digital nos dias de hoje.

Palavras-chave: retoque digital; fotografia digital

ABSTRACT

This article discusses the limits of digital photo retouches while considering a model that has been adopted by the photography market with different applications. For this reason, it returns to the historical aspects of photography, old procedures for changing the image and changes in procedures after the digital process, including the creation of new possibilities. The text provides some examples of the market and in the end try to establish four criteria that can be adopted as the guiding elements of today's digital image retouching.

Keywords: digital photofinishing; digital photography

¹ Professor e Coordenador do curso de Publicidade da Faculdade Cantareira.

1. O HOMEM E OS SEUS MODOS DE REPRESENTAR

Os meios humanos de representação sempre buscaram o aprimoramento. Assim, quando parecia ter-se encontrado um limite, tais meios pensaram sempre em transcendê-lo. No campo das imagens bidimensionais, desde o homem paleolítico que imprimia suas mãos no interior das cavernas², passando pela criação do ideal de beleza grego, até a construção da anatomia e composição nas pinturas do período neoclássico, percebe-se sempre uma tentativa de representação fiel da realidade qualquer que seja a técnica de representação utilizada. Embora isso nem sempre tenha acontecido no campo do conteúdo, é bastante perceptível ao que concerne à forma³.

Na antiguidade, a câmara escura, um dispositivo óptico simples, mas funcional, serviu aos artistas na composição e criação de suas obras.

Em meados do século XIX, a invenção da fotografia parecia novamente por um ponto final à questão. A frase célebre⁴ atribuída ao pintor francês Paul Delarouche (1797-1856), “a pintura está morta a partir deste dia!”, parecia o epitáfio para toda uma cultura pictórica ocidental desenvolvida até então. Não era. As vanguardas históricas assim o provaram.

De seu lado, a fotografia também evoluiu dos estudos iniciais com imagens únicas de Nicéphore Niépce (1765-1833) e Louis Daguerre (1787-1851) para o negativo de Fox Talbot (1800-1877) e a idéia de produção em série⁵. Depois tornou-se popular graças às câmeras Kodak de George Eastman, ganhou cores nos experimentos de James Clerk Maxwell por volta de 1860 e finalmente, mais tarde, tornou-se digital.

² Este procedimento é chamado de “estigma” e permitia reproduções por meio de moldes, como a mão humana, por exemplo, em positivo ou negativo.

³ Foram considerados aqui os termos “forma” e “conteúdo” como tratados pelo Professor Carlos Cavalcanti em seu livro “Como Entender a Pintura Moderna”.

⁴ Segundo a “Encyclopedia of Nineteenth-century Photography”, editada por John Hannavy, o nome de Delarouche entrou para a “mitologia” dos primórdios da fotografia como resultado dessa afirmação que teria feito diante de um dos primeiros daguerreótipos. Segundo a publicação, a “citação apócrifa” aparece pela primeira vez em 1873 na obra “Les Merveilles de la photographie”, de Gaston Tissandier.

⁵ É possível remeter a idéia de uma matriz a partir da qual se faz um determinado número de cópias ao texto de Walter Benjamin, “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, no qual o autor coloca a fotografia e o cinema como formas de arte e comunicação que já nascem sem “aura”, característica da obra única, original.

A primeira imagem digital foi obtida em 1957 por Russel Kirsch no *National Bureau of Standards* (NBS). Tratava-se de uma pequena imagem granulada do filho recém nascido de Kirsch. Quase vinte e cinco anos depois, em 1981, a multinacional japonesa Sony demonstrava seu sistema Mavica, ou *Magnetic Video Camera*, que substituiu o filme por um disco magnético reaproveitável, que podia armazenar cerca de cinquenta fotos e depois projetá-las, armazená-las e imprimí-las em papel. Parece relevante, portanto, não dissociar o fenômeno das imagens digitais das novas tecnologias da informação.

2. NOVAS TECNOLOGIAS, “NOVAS” IMAGENS

Hoje, em se tratando da edição da fotografia ou imagem digital estática, nos meios impressos ou não, aparentemente não existem limites, exceto talvez a própria criatividade do artista, ilustrador, fotógrafo ou designer. Entretanto, se por um lado tudo parece ser claro e possível, por outro, é necessário que se estabeleça uma discussão técnica, estética e em última instância ética, no sentido não de julgar o processo, mas de entender suas características. Tudo isso para fins de estudo do uso ostensivo das imagens digitais como fenômeno da sociedade contemporânea.

Nas últimas três décadas, as novas tecnologias da informação, graças ao processamento digital, expandiram-se rapidamente e substituíram uma série de modos de operar, ainda analógicos, por novos que possuíam já em sua origem modos maquinais. Trata-se da lógica do armazenamento de dados copiáveis, passíveis de transmissão e de rápida e efetiva edição e distribuição. O filósofo da informação Pierre Lévy, em seu livro *Cibercultura*, afirma que a informação digitalizada reúne quatro características: processamento automático, rápido, preciso e em grande escala.

Como tais modos de operação já estão implantados e em pleno funcionamento, talvez não seja mais possível falar em uma mudança de paradigma em andamento a partir desses novos meios. A tendência é que esse modelo se mantenha, cada vez mais intensificando-se. Trata-se, portanto, de uma realidade cujos efeitos sociais, culturais, econômicos, entre outros, podem não ter sido ainda totalmente entendidos e,

talvez por uma característica desses novos modos de operar jamais o sejam por completo, ao menos considerando como sentido de compreensão o recorte/isolamento completo do objeto de estudo.

Pierre Lévy fala ainda de uma sociedade digital que atualmente difere de sua versão anterior, ainda analógica. Lévy utiliza, para traçar um paralelo entre as duas sociedades, de tempos distintos, a parábola bíblica do grande dilúvio.

A arca do primeiro dilúvio era única, estanque, fechada, totalizante. As arcas do segundo dilúvio dançam entre si. Trocam sinais. Fecundam-se mutuamente. Abrigam pequenas totalidades, mas sem nenhuma pretensão ao universal. Apenas o dilúvio é universal. Mas ele é intotalizável. É preciso imaginar um Noé modesto. (LÉVY, 1997)

A idéia de Lévy é que na sociedade atual, caracterizada por um segundo dilúvio, o de informações, diferente das civilizações anteriores à cultura digital, não pode existir apenas um Noé “totalizante”, nem tampouco uma só arca, e sim um oceano repleto delas, cada uma com um grande número de informações. Sob esse ponto de vista, não existiria, na atualidade, uma forma de reunir toda a informação em um único lugar. Esse, aliás, é um dos propósitos primeiros da própria internet desde sua criação ainda no auge da guerra fria: informação descentralizada e acessível.

Exemplos dessas características são o Google e seus muitos serviços, assim como o abandonado ICQ e o MSN, que hoje disputa espaço com o Google Talk, o Skype e outros programas que lidam com tecnologia de voz sobre IP⁶. Há também as comunidades virtuais, redes sociais de relacionamento que contam com cada vez mais adeptos.

O uso de imagens na comunicação, entretanto, incluindo suas várias vertentes, já era ostensivo e intensivo antes dessas novas tecnologias. Incluem-se aqui a fotografia em sua forma jornalística, artística, de moda, a obra de arte e a ilustração. A própria idéia da adulteração, de melhoria ou, como conhecemos hoje “retoque”, não é recente, e quando os entusiastas por esse tipo de recurso conversam sobre retoques

⁶ Acrônimo para “Internet Protocol”.

de imagem, uma ferramenta, embora existam outras, surge imediatamente: o Photoshop⁷, ferramenta proprietária da empresa norte-americana Adobe Systems. O retoque digital, e portanto o próprio software, são hoje vistos por muitos como novíssimas soluções milagrosas para edição, tratamento e retoque de imagens, que hoje em dia, na maioria dos casos, são geradas já no meio digital.

O que se esquece é que tais ferramentas, na verdade, não são tão novas assim (o próprio Photoshop, ainda em sua primeira versão, é de 1989). Essas ferramentas são comumente consideradas as responsáveis pela criação de modos de operar, quando, na maioria dos casos, elas apenas digitalizam processos fotográficos ou de edição que já existiam, ainda no modo analógico.

Exemplos disso são as imagens das revistas masculinas como as da publicação norte-americana Playboy e suas congêneres ao redor do mundo. Todos sabem que tais fotografias, hoje digitais, passam por programas que reparam possíveis “imperfeições”, dentro, é claro, do que a atualidade considera belo, termo muito mais relativo que absoluto. O que por vezes é esquecido é que esse procedimento, o de eliminar o indesejável ou de acrescentar aquilo que interessa, existe muito antes do advento das tecnologias digitais.

Seja pela mão hábil do antigo gravador ou artista litográfico, do fotógrafo que interferia de modo analógico alterando a própria foto em papel ou o negativo, na técnica pictorialista⁸; ou mais recentemente, quando profissionais fizeram uso do aerógrafo⁹ para obter resultados mais realistas ou corrigir imperfeições, em todos esses casos tais interferências surgem a partir de uma necessidade de aprimoramento ou da transcendência de um limite anterior, seja este de qualquer ordem.

⁷ O Photoshop foi desenvolvido na Califórnia e é o resultado da pesquisa de doutorado de Thomas Knoll. Mais tarde seu irmão John Knoll interessou-se pelo projeto. Os irmãos Knoll são os responsáveis principais pela primeira versão do software lançado pela Adobe Systems.

⁸ A técnica aproximava a fotografia da pintura. Os pictorialistas justapunham diferentes fotografias para criar uma nova imagem ideal. Montavam e interferiam diante da impossibilidade de focar vários planos ao mesmo tempo. Hoje, tais imagens em ângulos impossíveis ou próximas da pintura podem ser obtidas por meios digitais.

⁹ Hoje ferramenta em muitos softwares de edição de imagem, o aerógrafo ou *Airbrush* foi e ainda é utilizado por profissionais da ilustração por conta de seu efeito extremamente realista. Esta técnica é chamada de “retoque americano”.

A cultura digital popularizou a edição de imagens, de modo que o espectador comum, munido de um programa editor de imagens, livre ou proprietário¹⁰, que pode capacitar-se por meio da própria internet ou por publicações especializadas encontradas em livrarias ou mesmo em bancas de jornais. O GIMP (GNU Image Manipulation Program), por exemplo, criado em 1995 por Spencer Kimball e Peter Mattis, é um software de edição de imagens de código aberto sem custo para o usuário.

A popularização destes recursos faz refletir que aquilo que se vê nos pôsteres centrais das revistas masculinas não corresponde a uma verdade absoluta, e sim a uma verdade cada vez mais relativa, desmentindo a falsa idéia que se tem da fotografia como representação fiel de uma realidade objetiva. O curioso é que as sociedades contemporâneas tiveram esse novo modelo incorporado ao seu cotidiano e isso não inviabiliza ou não tem inviabilizado o uso em larga escala de imagens retocadas e montadas. Na verdade, o que tem acontecido parece ser justamente o inverso, na medida em que se cria um interesse pelas possibilidades juntamente com uma curiosidade em entender como isso é feito e utilizar esses recursos. Uma espécie de obsessão pelo processo de produção da imagem digital. Hoje pessoas se identificam em suas páginas pessoais no universo de redes sociais por meio de imagens que, não necessariamente, correspondem à realidade.

2.1 Casos fictícios e reais, reais e fictícios

Muitos fatos amplamente relatados pela mídia chamam a atenção, alguns que mal alcançam o *status* de amenidade, outros nitidamente manipulados, ou ainda de cunho político, de fundamentação e discussão ética. Em todos os casos aqui colocados, tem-se o retoque fotográfico digital como característica.

¹⁰ Considera-se como ferramenta livre (gratuita) um programa funcionando sobre uma plataforma Linux. Por outro lado, uma ferramenta funcionando sobre uma plataforma Windows ou MacOS é uma ferramenta proprietária (paga).

O Blog “Photoshop Disasters”¹¹, conhecido e divulgado entre os usuários de programas de manipulação de imagens, estudantes de comunicação ou *design* e aficionados em fotografia e retoque digital, coloca à disposição dos internautas uma série de intervenções digitais que caracteriza como “desastrosas”. Dentre elas, existem pelo menos três atribuídas à edição brasileira da revista Playboy.

Em uma delas (*Playboy: clone tool beats belly button*)¹², o site mostra a fotografia da modelo Gabriela Durlo sem umbigo, que teria sido retirado inadvertidamente durante a preparação da imagem no meio digital. Aos olhos do internauta incauto, trata-se nitidamente de uma foto originalmente publicada na revista Playboy. O símbolo do coelho, característico da publicação está lá, no canto inferior direito. Além disso, o blog é veemente ao dizer tratar-se de uma foto publicada na referida revista.

Uma pesquisa só um pouco mais profunda, entretanto, revela tratar-se de uma fraude. Não é possível dizer se por vontade do próprio blog ou se por desonestidade da fonte que enviou a foto (difícil detectar qual fonte). O fato é que a imagem faz parte de um ensaio sensual realizado para outra revista brasileira também da Editora Abril, a revista VIP¹³. Tal ensaio contou com nove modelos, cada uma delas vestindo mínimos “uniformes” de seleções participantes da Copa do Mundo de 2006 (Durlo, por exemplo, veste um mínimo uniforme da seleção espanhola). A presença do coelho característico “plantado” parece valorizar ainda mais o alegado engano dos editores.

Embora a foto com tal enquadramento não conste na edição que publicou o ensaio original, nem na posterior que divulgou a modelo vencedora em um concurso entre os leitores, o mais provável é que alguém tenha tido acesso à foto no meio digital¹⁴, já que o ensaio completo esteve disponível no site oficial da revista durante a Copa do Mundo e tenha produzido o embuste. Na edição que publicou as fotos do ensaio, à página 94, pode-se conferir a mesma imagem, com um enquadramento

¹¹ “Desastres do Photoshop”, em tradução literal.

¹² Algo como “Ferramenta clone derrota umbigo”.

¹³ O ensaio intitulado “meninas de ouro” foi publicado na edição de número 254 da revista VIP.

¹⁴ Não se percebe na imagem do blog o efeito de “moiré”, característico quando se digitaliza uma imagem impressa.

ligeiramente mais fechado à modelo, na qual pode-se perceber claramente que nada lhe falta.

É pouco provável que tenham existido duas imagens finalizadas, uma com e outra sem umbigo. O mais plausível é que a mesma imagem original finalizada por processos digitais tenha sido utilizada tanto para o site como para a versão impressa da revista, apenas com diferentes enquadramentos, ou que, no máximo, apenas suas dimensões tenham sido alteradas. Para tanto não se necessita necessariamente de um programa de retoque digital¹⁵. A inadvertida remoção, portanto, dificilmente tenha partido da equipe da Editora Abril.

A lição que se tira é que, de fato, em se tratando de imagens digitais, não se pode confiar cegamente naquilo que se vê, paradoxalmente, mesmo quando é isso que diz a própria mensagem. Neste caso específico, o factóide se espalhou por uma série de outros blogs, nacionais e internacionais. Desses, a maioria simplesmente repete o “fato”, outro, o blog “Hacker Factor” (*Playboy urban legend in the making*)¹⁶, denuncia a fraude depois de alegar ter feito testes na imagem.

Outro caso, levantado durante a confecção deste artigo, desta vez verídico e de fácil confirmação, é o da edição de novembro de 2005 da Playboy brasileira, que tem como capa a modelo Mariana Kupfer¹⁷. Em um ensaio intitulado “respeitável público”, a revista mostra a nudez de uma contorcionista de nome Andreza¹⁸. Pode-se perceber na foto que ocupa toda a página 129 que o umbigo foi completamente removido por processo de retoque digital. Obviamente a modelo apresenta umbigo nas demais fotos, esse adornado, inclusive, por um piercing, detalhe bastante perceptível.

Esses dois exemplos, amenidades da cultura de massa; engraçados, polêmicos e aparentemente inofensivos, são úteis sobretudo para demonstrar um modo de operar que poderia ser utilizado em outras formas de manipulação mais graves.

¹⁵ Recursos de mudança de enquadramento são comuns em programas de finalização de páginas e não demandam, portanto, um específico de tratamento de imagens.

¹⁶ Algo como “Lenda Urbana da Playboy em andamento”.

¹⁷ Edição número 365.

¹⁸ Embora a revista não traga o sobrenome da modelo, trata-se da contorcionista Andreza Caetano, integrante do “Marcos Frota Circo Show”.

Isso considerado, bem mais delicado é o episódio das diferentes versões da foto inaugural do novo gabinete do governo de Israel publicada no dia três de abril de 2009 por dois jornais israelenses “ultra-ortodoxos”. As ministras Limor Livnat e Sofa Landver juntaram-se aos outros vinte e oito ministros para a fotografia histórica, mas foram digitalmente eliminadas nas versões publicadas pelos jornais *Yated Neeman*¹⁹ e *Shaa Tova*²⁰. Segundo o site da BBC Brasil, o primeiro substituiu as duas mulheres por outros dois ministros do sexo masculino, enquanto o segundo “preferiu escurecer o local onde estavam as mulheres”. Ainda segundo o portal, para muitos judeus ultra-ortodoxos, publicar fotos de mulheres seria um desrespeito ao recato feminino, daí a justificativa de eliminar as ministras da imagem.

Mais recentemente, a revista *Época* publicou nota que mostra foto do encontro da chefe da diplomacia européia, Catherine Ashton com o negociador chefe e Teerã para o setor nuclear Said Jalili. Na foto, retocada digitalmente e publicada em jornais iranianos, Ashton aparece com uma blusa rente ao pescoço, bastante diferente da foto original que mostra o pescoço e o colo. Segundo a revista, trata-se de uma prática comum no país.

Diante desses casos tem-se amenidades que buscam o entretenimento, com procedimentos que não são segredo e que, eventualmente, divertem a todos com suas falhas, ou um cenário apocalíptico de possível manipulação e controle? Essa questão passa por aspectos que sempre foram objetos de estudo da comunicação.

A indústria cultural, por meio da cultura de massa, parece promover a idéia de que realmente é assim que as coisas acontecem. Se antes havia a preocupação de esconder, hoje a cultura de massa parece defender abertamente o uso das tecnologias de retoque de imagens, bem como estes acontecem.

Em época de versões do programa Big Brother Brasil que se sucedem na televisão, é impossível não lembrar de 1984, de George Orwell²¹, o real criador do personagem do “grande irmão”, que tudo ouve e tudo vê, graças a um miraculoso e

¹⁹ Em tradução livre, o nome significa “prego preso firmemente ao terreno”; também foi encontrada a grafia “Yated Ne'eman”.

²⁰ Em tradução livre, “ano bom”.

²¹ Pseudônimo do autor, crítico literário e ensaista inglês Eric Arthur Blair (1903-1950).

mítico objeto: a tele tela. Na obra, Winston, um cidadão comum, trabalha no Ministério da Verdade, alterando conscientemente artigos de jornais, notícias e até mesmo livros para que reflitam sempre e em qualquer tempo a opinião ou o interesse do Estado naquele momento, modificando, portanto, a memória física de toda a sociedade que acredita mais no poder das palavras impressas, que em sua própria memória, volátil.

“Quem controla o passado”, dizia o lema do Partido, “controla o futuro; quem controla o presente, controla o passado”. E no entanto o passado, conquanto de natureza alterável, nunca fora alterado. O que agora era verdade era verdade do sempre ao sempre. Era bem simples. Bastava apenas uma série infinda de vitórias sobre a memória. “Controle da realidade”, chamava-se. Ou em Novilíngua, Duplipensar. (ORWELL, 1949)

Talvez essas imagens estejam hoje sendo muito menos usadas para controle e mais como entretenimento, embora teóricos como os Frankfurtianos²², de pensamento marxista, por exemplo, tenham dito que o entretenimento puro não seria mais que uma forma de escapismo diante à real situação da sociedade capitalista.

Moldada para agradar aos padrões da massa consumidora, a cultura produzida pela indústria cultural rebaixaria o nível dos produtos artísticos, que também estariam carregados da ideologia dominante, a qual disseminariam, provocando o conformismo nos indivíduos. Para Adorno e Horkheimer, o cinema, o rádio e a imprensa substituiriam, na sociedade industrial, a religião em seu papel de ópio do povo. (SANTOS, 2003)

Apesar dessa vertente de pensamento apocalíptica²³, é inegável que, se todos souberem que não se pode confiar em uma imagem, seja esta analógica ou digital, todos estarão, em tese, a salvo de uma manipulação de cunho político que leve a um *status quo* indesejável ou que o mantenha. Talvez seja melhor assim, já que coibir totalmente o uso seria impossível e colocaria nas mãos de poucos o poder de interferir na história e na memória.

²² Referência aos teóricos ligados à Escola de Frankfurt.

²³ Para Umberto Eco, os críticos à lógica da indústria cultural e, portanto, da cultura de massa. Os “apocalípticos” se opõem aos “integrados”, apologistas desse tipo de cultura.

3. QUATRO ELEMENTOS NORTEADORES

Tudo que foi apresentado até este ponto leva a uma questão maior: quais seriam as características técnicas e os limites de modificação da imagem digital ideal. Tal resposta vai muito além do “bom retoque” que a todos “engana”, puro e amoral virtuosismo técnico de tornar real ou com alto grau de verossimilhança uma amenidade, uma mentira, ou ainda de melhorar uma imagem de início imprestável, ou tornar nova em folha uma fotografia há muito desgastada pelo tempo, já que estes mesmos procedimentos poderiam ser usados para plasmar uma mentira ou uma manipulação. Transcende também os critérios técnicos facilmente aferíveis e ditados pelo mercado da comunicação social e chega enfim a um de seus principais elementos norteadores, a ética.

Obviamente a escolha aqui desses critérios não esgota a questão e nem esse é o objetivo. Dentro dessa lógica e desse limite, pode-se contar ao menos quatro características do que seria a imagem digital ideal, na esperança que outros critérios que poderiam ser acrescentados possam nestes quatro aqui colocados distribuir-se. São eles: a) padrões de mercado, b) imperceptibilidade, c) grau de verossimilhança e d) responsabilidade ética. O primeiro, de ordem estritamente técnica, o segundo que talvez seja a justa transição do técnico para o estético, o terceiro já puramente estético e por fim o quarto, que trata da ética e complementa e ao mesmo tempo rege em diferentes medidas todos os anteriores.

3.1 Padrões de mercado e critérios estritamente técnicos

Quanto aos padrões do mercado, existem critérios técnicos que podem caracterizar e atestar de forma pragmática a qualidade de uma boa imagem digital, tais como resolução, tamanho, tipo de arquivo e câmera digital que originou a imagem. Tais critérios são puramente objetivos. Obviamente não se enquadra aqui a foto de valor histórico, única, já que, mesmo que de qualidade técnica duvidosa, tem alto valor informativo e documental.

Toda imagem digital que imita a imagem de tom contínuo analógica²⁴ é uma imagem matricial e é, portanto, constituída por pixels²⁵. Tal imagem não pode ser ampliada simplesmente via programas de edição se não foi capturada a contento por seu dispositivo primário no caso da câmera ou mesmo do escaner, já em caráter secundário. No caso das imagens para a internet, a resolução padrão é de 72 PPI²⁶ (pontos por polegada), e para mídia impressa, o padrão é de uma vez e meia até duas vezes o valor do LPI²⁷ (linhas por polegada). No caso de uma revista que é impressa a 150 LPI, a resolução final ideal dessas imagens estaria entre 225 e 300 PPI. Uma câmera de dois mega pixels, por exemplo é capaz de gerar imagens em resolução de 300 PPI no máximo no formato 10 por 15 centímetros. Outra condição, crucial para os meios impressos, é que as cores destas imagens estejam dentro do espaço de cor CMYK²⁸ e não no espaço de cor RGB²⁹, como é o caso das imagens para a internet e da maioria das câmeras digitais do mercado. Há, portanto, padrões técnicos que a indústria se encarrega de estabelecer. Esses critérios responderiam a pergunta se a imagem tem qualidade e possibilidade de reprodução nos meios nos quais será veiculada.

3.2 Grau de imperceptibilidade e a transição do técnico ao estético

A segunda característica seria a da imperceptibilidade do retoque digital. Quando se contrata um profissional para uma obra de manutenção em um banheiro ou uma cozinha, uma das preocupações, além, é claro, se o trabalho será bem feito internamente, é se o “remendo” na parede ou no piso será perceptível depois do trabalho terminado. Para isso tem-se o hábito de guardar algumas peças de piso ou revestimento prevendo eventuais problemas hidráulicos ou elétricos. A preocupação de uma modificação, de um conserto que não apareça permeia também o universo da

²⁴ A fotografia impressa em papel ou um desenho original, por exemplo.

²⁵ Junção das palavras *picture* e *element*. Trata-se do menor ponto constituinte de uma imagem digital matricial.

²⁶ Abreviação de “dots per inch”. Em português também é utilizada a abreviação ppp (pontos por polegada).

²⁷ Abreviação de “lines per inch”.

²⁸ Cyan, Magenta, Yellow e Black. Síntese subtrativa, na qual a mistura destas cores básicas tem o preto como resultado.

²⁹ Red, Green e Blue. Síntese aditiva, na qual a combinação destas cores básicas tem o branco como resultado

imagem digital quando pensamos sobre características que esta a imagem digital ideal deve ter. Em parte técnica, por depender da destreza do profissional (o que também é verdade no caso da cozinha) e em parte estética, já que, se for perceptível, ou pior, muito perceptível o retoque destoará da imagem que visava em princípio aprimorar. O bom retoque não deve ser perceptível, na medida em que sua exposição, denunciaria que aquela foto passou por tratamento específico.

É notório que hoje a passagem dessas imagens pelo meio digital é certa. Mesmo que apenas para posicionar a imagem, que em tese já seria perfeita, em uma página de jornal ou revista essa ação já pressupõe uma passagem da imagem pelo meio digital, isso sem contar que, se a imagem tem como origem uma câmera digital amadora ou profissional, o scanner ou mesmo um celular provido de uma câmera, esta já nasce nesse meio.

3.3 Grau de verossimilhança

Depois do primeiro critério, de cunho técnico, e o segundo de cunho técnico e também estético, chega-se ao terceiro, composto essencialmente de valores estéticos. Trata-se do critério do grau verossimilhança.

Segundo a Wikipedia, fonte colaborativa digital, verossimilhança, “em linguagem corrente, é o atributo daquilo que parece intuitivamente verdadeiro”. O termo, sob essa acepção, surge pela primeira vez na obra do filósofo vienense Karl Raimond Popper (1902-1994) e trata, segundo o Dicionário Oxford de Filosofia, do “grau com que uma teoria capta a verdade”. Assim, uma teoria é mais verossímil que uma teoria rival se implicar mais verdades e menos falsidades que a primeira.

Pode-se considerar verossimilhança como característica daquilo que pode ser tomado por mais ou menos verdadeiro. O verossímil não é necessariamente a verdade, mas poderia ser, é factível, possível, não causa, portanto, estranhamento ao espectador, ao ouvinte, enfim, ao público diante de uma certa mensagem.

De todos os possíveis problemas, um chama a atenção: as proporções do corpo humano. É evidente que a preocupação com a qualidade e com a proporção devem ser consideradas. Nesse tipo de caso, uma boa formação em desenho e anatomia ajuda em muito o profissional que lida com o retoque de imagens digitais que tenham o corpo humano como motivo. Indubitavelmente, “montar” imagens ao estilo do Doutor Frankenstein de Mary Shelley³⁰ é altamente desaconselhável. Em princípio, o exemplo vindo dos filmes de terror pode parecer mórbido demais, mas a história do pintor grego Zeuxis³¹, que segundo a história usou cinco modelos para assim representar a beleza de Helena de Tróia, responsável na mitologia por uma guerra de dez anos, não parece ser exemplo de trabalho menos reprovável. Atualmente a publicidade tem lançado mão de recursos digitais para colocar rostos em corpos diferentes, mudar posição de membros para poses impossíveis ou ainda exibir mãos enormes e desproporcionais em primeiro plano que exibem um produto, enquanto um corpo, geralmente de rosto sorridente e de proporções bem menores, posa ao fundo, constituindo ângulos impossíveis.

3.4 Responsabilidade Ética

A ética certamente não obedece a valores absolutos. Seus valores dependem de uma série de fatores vigentes que moldam aquilo que está ou não de acordo com o que é considerado o modo correto de agir pelas sociedades, tendo sido assim no decorrer dos tempos. Fatores políticos, econômicos e geográficos podem certamente influenciar esses valores.

Remete ainda a problemas gerais, de reflexão filosófica, como a consciência, o bem e a própria lei, mas também a problemas específicos, como a ética profissional, por exemplo, de aplicação prática (CHAUÍ, 2003).

³⁰ Mary Shelley (1797-1841) é a romancista inglesa criadora do clássico “Frankenstein” (1818), que conta a história de um monstro criado a partir de partes de diferentes corpos que o Dr. Frankenstein traz à vida. O monstro então enfrenta a rejeição das pessoas ao mesmo tempo que condena seu criador.

³¹ The Thames and Hudson Dictionary of Art and Artists. HEAD, Herbert (Consulting Editor)

A sociedade atual, bastante permissiva, sobretudo no lado ocidental do globo, é muitas vezes criticada por tolerar uma série de comportamentos considerados duvidosos, principalmente quando o lucro está envolvido. Em se tratando da comunicação, sobretudo na publicidade observa-se tais problemas, tais possíveis limites ultrapassados com certa frequência. Não escapa, no entanto, o próprio jornalismo, principalmente aquele chamado de sensacionalista³².

Os editores dos jornais de Israel considerados pela BBC Brasil como “ultra-ortodoxos” ao proteger a imagem de uma mulher, em uma cultura que tem uma religião que preza essa proteção pode ter seu comportamento considerado como ético. Por outro lado, os ocidentais, que provavelmente vivem em países nos quais o consumo (inclusive o de cultura, de informação) a tudo justifica, dirão tratar-se de um absurdo, afinal, a foto histórica não condiz mais com a realidade objetiva, que seria talvez o produto mais honesto.

Têm-se aí dois problemas que cada vez mais afastam uma única solução, na medida em que têm-se sociedades mais ou menos permissivas. De um lado pode ser digno de atenção e nota que uma mulher saia nua em uma revista, já que esta corresponderia à noção de belo que tem essa sociedade³³, que, por basear-se numa sociedade mais liberal, permitiria, em nome da liberdade de expressão, da liberdade religiosa ou do lucro, praticamente qualquer coisa. De outro, uma sociedade que preza seus valores religiosos mais que seus valores econômicos. A questão da liberdade ou sua discussão não cabe aqui, embora o fanatismo, em ambos os casos, não pareça ser um fim que se tenha por objetivo.

Dentro dessa discussão, a imagem digital deve respeitar as leis vigentes e um comportamento ético de acordo com o aceitável em um nível preferencialmente um pouco distante de seus valores máximos. No caso específico da publicidade tem-se uma auto-regulamentação atuante nesse sentido³⁴. No que concerne às revistas masculinas ou mesmo às revistas que tratam do nu, não se pode, teoricamente, adquirir

³² Os tablóides ingleses são aqui o melhor exemplo dessa mídia sensacionalista impressa.

³³ E quando não corresponde, essa assimilação é forçada por meios digitais.

³⁴ O CONAR (Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária) nasceu nos anos 70 frente à ameaça do governo militar de censurar previamente a propaganda. O órgão regula a publicidade por meio de um código específico.

uma publicação dessa natureza sendo menor de 18 anos, assim como não se pode comprar cigarros ou bebidas alcoólicas.

Para o professor de design da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Wilson Bekesas, em depoimento para o Videocast da Folha Online, pequenos tratamentos são toleráveis, na medida em que eliminam aquilo que não deveria estar ali, e que não fazem, portanto, parte da história desses personagens, como uma acne, por exemplo, que é passageira. Para uma pinta, e o professor dá o exemplo da famosa pinta da apresentadora Angélica, o uso do retoque eliminaria, junto com a pinta, parte da história da apresentadora³⁵.

Deve haver, portanto, o bom-senso daquele que fotografa, que edita ou que retoca, ou em última instância, que aprova essa imagem. Provavelmente a própria questão ética levantando-se em decorrência a determinada atitude de qualquer um desses agentes do processo talvez seja a luz amarela que denote atenção frente a um possível deslize, que deve ser observado com cuidado.

No caso das ministras israelenses, o jornal que substituiu as ministras foi verossímil, no entanto enganador. O outro foi, em tese, mais ético, pois parece claro que, embora as mulheres tenham sido eliminadas, o veículo deixa óbvio que a foto foi modificada, embora essa solução seja pobre do ponto de vista estético, ou da imperceptibilidade. A primeira solução pode ter sido melhor que a primeira, mas o segundo jornal foi mais correto que o primeiro, preservando o “recato” feminino, mas deixando clara a interferência.

Mesmo assim, as perguntas permanecem: o que terá sido pior? Tornar clara a adulteração com manchas pretas no lugar das mulheres ou trocar as mulheres por homens que não faziam antes parte desse contexto? O engano de julgamento frente a homens e mulheres exuberantes e “perfeitos” ou ficar frente a frente com uma realidade de manipulação e controle iminentes? Em todos os casos, parece que quanto mais a informação passa por processos de edição, cada vez mais alterações de conteúdo ocorrem durante o processo.

³⁵ Videocast Folha Online.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde a antiguidade o homem busca mimetizar seu ambiente, e na contemporaneidade tal fato não é diferente. A própria criação de um ideal de beleza, hoje muito presente, não constitui exatamente uma novidade. Mais recentemente, com o advento das novas tecnologias, antigos processos fotográficos desenvolvidos pelo homem ainda no século XIX foram aprimorados e digitalizados e o computador passou a ser a estrela de um novo processo no qual não parece haver limites, dentro de uma realidade na qual a cultura digital passou de coqueluche à necessidade e de necessidade a fator imprescindível. Se é verdade que não existem limites para o que se pode realizar com uma imagem no mundo virtual, também é verdade que uma consciência maior de fato se faz necessária, já que se tem criado no público um referencial imagético bastante embasado nessas novas tecnologias, que poderiam ser utilizadas com maior parcimônia e observando, além dos critérios técnicos da indústria gráfica e da comunicação digital, e critérios estéticos que trarão boa qualidade visual para essas imagens, também critérios éticos, que parecem ser os únicos capazes não de limitar, mas de fazer refletir sobre o tema.

REFERÊNCIAS

AFFONSO, Alexandre; DÓRIA, Pedro. Bem-vindos à Googlelândia. **Revista Galileu**, São Paulo, n. 215, p. 44-55, jun., 2009.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. 8. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica" In: **Magia e técnica arte e política: ensaios sobre literatura e historia da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BLACKBURN, Simon. **Dicionário Oxford de filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CAVALCANTI, Carlos. **Como entender a pintura moderna**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Editora Ática, 2003.

CRIS: a sexta estrela. **Revista VIP**. São Paulo: Editora Abril, n. 255, jul. 2006. 144 p.

DIGITAL FREAK.NET. **Photoshops Mishaps**. Disponível em:
<<http://digitalfreak.net/2007/07/09/photoshop-mishaps/>>. Acesso em: 20 maio 2009.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

HACKER FACTOR. Playboy **urban legend in the making**. Disponível em:
<<http://www.hackerfactor.com/blog/index.php?/archives/60-Playboy-Urban-Legend-in-the-Making.html>>. Acesso em 13 de mai de 2009.

HEAD, Herbert (Consulting Editor). **The Thames and Hudson Dictionary of Art and Artists**. London: 1994.

IDG NOW. **Primeira imagem digital**. Disponível em:
<http://idgnow.uol.com.br/galerias/imagem_digital>. Acesso em: 19 jun. 2009.

KUBRUSLY, Claudio Araújo. **O que é fotografia**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1997.

MARCONDES, Luiz Fernando. **Dicionário de termos artísticos**. Rio de Janeiro: Editora Pinakotheke, 1998.

MENINAS DE OURO. **Revista VIP**. São Paulo: Editora Abril, n. 254, jun. 2006. 172 p.

ORWEL, George. **1984**. São Paulo: Editora Nacional, 2003.

PHOTOSHOP DISASTERS. **Playboy**: Clone Tool Beats Belly Button. Disponível em: <<http://photoshopdisasters.blogspot.com/2008/03/playboy-clone-tool-beats-belly-button.html>>. Acesso em: 06 maio 2009.

RESPEITÁVEL PÚBLICO. **Playboy**. São Paulo: Editora Abril, n.365, nov. 2005. 182 p.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

SCHNEIDER, Ari. **Conar 25 anos: ética na prática**. São Paulo: Terceiro Nome; Albatroz, 2005.

THE MATRIX. Direção: Wachowski, Andy; Wachowski, Larry. Estados Unidos, 1999. 1 DVD (136 min.), son. color.

UM “ajuste” na blusa ocidental. **Revista Época**. Rio de Janeiro: Editora Globo, n. 663, 31 de jan. 2011.

VIDEOCAST FOLHA ONLINE. **Excesso de Photoshop e bizarrices estampam capas de revistas**. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br:80/folha/videocasts/ult10038u584609.shtml>>. Acesso em: 26 jun. 2009.