

O uso das ferramentas do software photoshop e sua influencia estética em um grupo de mulheres da cidade de Passo Fundo

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**  
**FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO**  
**PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**O USO DAS FERRAMENTAS DO SOFTWARE PHOTOSHOP E SUA INFLUÊNCIA  
ESTÉTICA EM UM GRUPO DE MULHERES DA CIDADE DE PASSO FUNDO.**

Silvana Tres Donazzolo

**Passo Fundo, junho de 2014.**

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**  
**FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO**  
**PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**O uso das ferramentas do software Photoshop e sua influência estética em um grupo de mulheres da cidade de Passo Fundo.**

Silvana TresDonazzolo

Monografia a ser apresentada ao Curso de Publicidade da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção de grau em bacharel em Publicidade e Propaganda, sob orientação da Prof. Aline do Carmo.

**Passo Fundo, junho de 2014.**

"É verdadeiro dizer que uma imagem vale mais do que mil palavras contanto que você tenha mil palavras pra explicar essa imagem".

Kossoy

Dedico este trabalho à minha família, que apoiou minha decisão de concluir este curso e todos os demais caminhos que segui, nessa minha trajetória até aqui. Obrigada por estarem presentes na minha vida, é por vocês que quero ser melhor!

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao meu companheiro Samuel por todos esses anos de cumplicidade e compreensão nos momentos de dúvidas e insegurança; a minha filha Eduarda pela minha ausência nesses últimos meses e por seu exemplo de dedicação e garra.

Aos professores da Faculdade de Artes e Comunicação que me inspiraram como profissionais e exemplos de pessoas, aos quais devo muito por ter chego até aqui.

Aos meus colegas que desde a turma de 2006 até a de 2014 foram muitos, e da maioria levo excelentes lembranças. Faço um agradecimento especial ao meu colega WyllianVassoler que me ajudou com a parte técnica na manipulação das imagens.

E principalmente a minha Vi, minha pequena grande pessoinha, que entrou em nossas vidas para fortificar nosso amor e dar leveza a nossa alma! Obrigada a todos por fazerem parte da minha história e por estarem presente em minha vida!

## **RESUMO**

A presente monografia tem como objetivo analisar os efeitos da manipulação de imagens de um grupo de mulheres e a influencia do uso do Photoshop nos padrões de beleza femininos. Pretende-se analisar como as mulheres vêem o resultado de suas fotos com e sem ajustes. Para isso será necessário fazer as imagens e analisá-las, coletando informações das modelos e comparando com o padrão de beleza atual. Esse estudo pretende mostrar o quanto o uso demasiado do Photoshop distorce a imagem que as próprias mulheres fotografadas têm de si mesmas. O estudo não esgota o assunto, mas traz um parâmetro satisfatório sobre o tema.

**Palavras-Chave:** Padrão de beleza. Fotografia. Manipulação. Corpos Femininos. Evolução.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – View from the Window at Le Gras .....	13
FIGURA 2 –Boggie.....	24
FIGURA 3 – Antes e depois da manipulação.....	25
FIGURA 4 –Antes e depois do Photoshop.....	25
FIGURA 5 – Vênus de Willendorf.....	28
FIGURA 6 – Vênus de Millo .....	29
FIGURA 7– Barbie x Mulher real.....	32
FIGURA 8– Padrões de beleza das brasileiras .....	34
FIGURA 9–Gosta de fotografia e de serem fotografadas?.....	38
FIGURA 10 – Satisfação com fotos sem retoque.....	38
FIGURA 11 –Gosta de efeitos usados para amenizar marcas de expressão e imperfeições? .....	39
FIGURA 12–O que sente quando vê suas fotos com retoques?.....	39
FIGURA 13– Mostra as fotos com retoque.....	40
FIGURA 14– As pessoas comentam que você está mais bonita? .....	40
FIGURA 15–Já ouviu comentários do tipo não parece você?.....	41
FIGURA 16– Pensa em passar por cirurgias plásticas? .....	41
FIGURA 17– 1ª Participante .....	43
FIGURA 18 –2ª Participante .....	44
FIGURA 19–3ª Participante .....	45
FIGURA 20– 4ª Participante .....	46
FIGURA 21– 5ª Participante .....	47
FIGURA 22–6ª Participante .....	48
FIGURA 23– 7ª Participante .....	49



FIGURA 24– 8ª Participante ..... 50

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Análise dos questionários .....	36-37
--------------------------------------------	-------

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1 FOTOGRAFIA .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1A fotografia e seus elementos .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Fotografia e interpretação.....</b>	<b>17</b>
<b>1.3 A Fotografia publicitária.....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 Fotografia Digital .....</b>	<b>19</b>
<b>2 PHOTOSHOP .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1Manipulação da imagem .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Cases do uso do Photoshop .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 Principais ferramentas do Photoshop usadas na manipulação das imagens.</b>	<b>26</b>
<b>3. PADRÃO DE BELEZA .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Padrões de beleza na história .....</b>	<b>27</b>
<b>3.2 Padrão de beleza da mulher brasileira.....</b>	<b>33</b>
<b>4. PESQUISA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>35</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS</b>	
<b>ANEXO A- Questionário .....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXO B- Termo de consentimento.....</b>	<b>57</b>

## INTRODUÇÃO

Tornou-se cotidiano na sociedade atual a manipulação de imagens, principalmente das fotografias femininas, a figura da mulher frágil e indefesa deu lugar a uma mulher independente e trabalhadora, devido ao fato dela estar cada vez mais presente no mercado de trabalho. Diante disso essa monografia tem como objetivo investigar a utilização da ferramenta de manipulação Photoshop em um grupo de oito mulheres Passo fundenses com idade entre 20 e 35 anos. Este trabalho visa ainda descobrir se esse recurso de manipulação de imagens tem influência no imaginário de beleza desse grupo.

Para realizar esse estudo foi realizada uma entrevista, estruturada com questionário, com doze perguntas, com cada uma das fotografadas, que foram selecionadas pela pesquisadora, devido á todas terem conhecimento do software Photoshop e seus usos, com o intuito de fazer uma análise da percepção das mulheres á respeito das suas fotos antes e depois da utilização da manipulação através do programa.

A publicidade se utiliza das imagens em anúncios e campanhas publicitárias de diversas maneiras e em diversos formatos. A figura da mulher está na mídia e nos meios de comunicação e o uso de recursos para modificar e alterar as imagens está cada vez mais presente. A pesquisa tem como tema principal, avaliar o uso do principal software de manipulação de imagens, o Photoshop.

O objetivo geral desse estudo é analisar de que forma o recurso Photoshop influencia na percepção de beleza de um grupo de oito mulheres de Passo Fundo que foram fotografadas e entrevistadas pela pesquisadora.

Os objetivos específicos são: Analisando de que forma os recursos de manipulação de imagem, influenciam na identidade, auto-imagem das mulheres e assim identificando como as mulheres pesquisadas sentem ao ver sua imagem real e a imagem manipulada pelos efeitos do software.

A pesquisa é relevante à pesquisadora, devido ao fato que na sua profissão de fotógrafa, a mesma percebe o quanto as mulheres que ela fotografa se preocupam em retocar suas marcas de expressão, tentando suavizar os efeitos do tempo. Essa questão intriga a pesquisadora, a grande dificuldade de aceitação própria, que aflige mulheres das mais diversas faixas etárias.

O trabalho estabelece um referencial teórico que aborda temas relevantes ao estudo como: fotografia, manipulação da imagem, Photoshop, padrão de beleza, etc. em autores clássicos e contemporâneos, como Santaella, Dubois, Barthes e Kossoy. Esse estudo é relevante para quem se interessar em estudar esses temas abordados e também o comportamento das mulheres em relação à manipulação das suas imagens.

O primeiro capítulo aborda a fotografia, desde sua composição até a sua interpretação, faz um resgate desde o seu surgimento até o advento da fotografia digital, os principais elementos que compõem uma imagem e como interpretar uma fotografia, além de ressaltar a importância da fotografia para a publicidade, que utiliza a mesma para vender inúmeros produtos e serviços, a imagem feminina causa impacto para homens e mulheres.

O segundo capítulo traz informações a respeito do surgimento do software Photoshop, como se deu sua criação pelos irmãos Knoll e após a sua compra pela Adobe e o que ele possibilita em termos de montagem e manipulação de imagens. Esse capítulo traz ainda elementos que demonstram a evolução desse programa e o crescimento do seu uso.

O terceiro capítulo aborda o tema padrão de beleza, como a arte mostra a imagem da mulher ao longo do tempo e a busca incessante das mulheres pelo corpo ideal, como a mídia influencia nessa questão, além de trazer os principais padrões de beleza das mulheres brasileiras.

O quarto capítulo apresenta os procedimentos metodológicos usados na formulação do trabalho, bem como na coleta de dados, que foi feita através da aplicação de um questionário descritivo com as oito participantes do estudo, após a coleta de dados foi feita uma análise das informações obtidas e a contextualização das mesmas, tratará também dos procedimentos de campo e a amostra usada na elaboração do estudo, além de definir o tipo de pesquisa realizada, esse capítulo traz os dados e informações coletados durante a pesquisa e a análise feita pela pesquisadora.

Por fim esse trabalho apresenta as considerações finais, as percepções obtidas através da análise e algumas dicas para homens e mulheres a respeito da manipulação de imagens. Esse trabalho não esgota o assunto, mas traz um ponto de partida para estudos posteriores a quem deseja se aprofundar a cerca desse tema.

## CÁPITULO 1

### 1. FOTOGRAFIA

Desde seu surgimento e ao longo de sua trajetória o conceito de fotografia tem sua direta associação com o que é real, o passado registrado para o futuro. Ao termo fotografia, “escrever com luz”, não pode ser delegado a um autor, pois surgiu do avanço de vários pesquisadores, trabalhando independentemente, que visavam o mesmo objetivo que era fixar as imagens. Segundo Barboza (2013) a fotografia após muitos anos teve em 1826 seu reconhecimento que foi atribuído ao francês Joseph Nicéphore Niépce, que depois de oito horas de exposição a luz, registrou uma imagem de seu quintal usando uma placa de estanho, betume e uma câmara escura.

A primeira fotografia retratava o telhado da vizinhança de Niépce em Saint-Loup-de-Varennes, na França, e foi chamada de "View from the Window at Le Gras". Segundo Barthes (1984, p.17) “o primeiro homem a ver a primeira fotografia (se excetuarmos Niepce, que foi quem fez) deve ter pensado se tratar de uma pintura: mesmo enquadramento e mesma perspectiva. A fotografia foi e ainda é atormentada pelo fantasma da pintura”. Isso se deve ao fato da pintura também ser muitas vezes próxima da imagem real.



**Figura 1: View from the Window at Le Gras**

Fonte: Joseph Nicéphore Niépce, 1826.

Após Niécep vieram outros fotógrafos que trouxeram avanços para a fotografia como Louis Daguerre, que aprimorou o processo iniciado por Niécep, Daguerre ficou conhecido com a invenção do daguerreótipo,<sup>1</sup> esse foi o primeiro instrumento feito em grande escala para fotografar.

Segundo Neto (2014) a captação de imagem era feita através de exposição manual (cerca de vinte e cinco minutos), para então grafar uma placa de prata sensibilizada com vapor de iodo. O contato com a luz transforma os cristais de iodeto de prata em prata metálica, formando uma imagem latente, revelada posteriormente com o uso do vapor de mercúrio. Para ocorrer a fixação era usado o hipossulfito de sódio, uma substância atóxica que era usada para desintoxicações por cianeto. O resultado desse processo era uma imagem detalhada, em positivo e em baixo relevo.

Um avanço significativo após o invento de Daguerre foi o uso do papel e a invenção do "colódio úmido" por Frederick Scott Archer, essa substância permitia uma concentração maiores de sais de prata, fazendo com que as placas fossem dez vezes mais sensíveis, este invento popularizou a fotografia e inúmeros fotógrafos começaram a praticá-la livremente.

Na seqüência o próprio Archer aperfeiçoou seu invento com a variante ambrotipia<sup>2</sup> e depois a ferrotipiade Hannibal L. Smith, um professor de química da Universidade de Kenyon e mais tarde com Maddox e sua emulsão de gelatina com brometo de prata até chegar à descoberta da fotografia colorida.

Desde seu surgimento muitas foram as mudanças de sua utilização e reprodução, que antes era para poucos. Atualmente com o advento das tecnologias digitais e facilidade com que se podem adquirir equipamentos fotográficos, por valores acessíveis e com recursos sofisticados, possibilitou-se o acesso à fotografia e programas de edição de imagens a praticamente todas as classes sociais.

É costume chamar a fotografia, o cinema, a televisão e o vídeo de "imagens técnicas". Prefiro chamá-las de "imagens tecnológicas". Por quê? Pelo fato de que a feitura manual de qualquer imagem, e grande parte do fazer humano, sempre implica uma técnica. Em palavras simples, a técnica é um saber fazer, de acordo com passos que se integram uns aos outros até a compleição de um todo. Já a tecnologia se dá quando uma máquina integra uma técnica no seu processo, provocando sua automatização (SANTAELLA 2012, p. 70).

---

<sup>1</sup> O daguerreótipo ficou conhecido assim devido ao seu inventor Louis Daguerre, ele foi o primeiro instrumento para se fotografar em larga escala.

<sup>2</sup> A ambrotipia foi elaborada por Ascher com a colaboração de Peter Wickens Fry. A partir de uma chapa de colódio obtinha-se um positivo.

A fotografia também pode ter uma realidade própria, não apenas uma cópia do fato em si, mas uma perspectiva da representação, construída, sedutora em sua montagem, sem perder o elo com seu passado, algo possível para Barthes (1984). A fotografia permite contar histórias, possibilita narrar o mundo. O processo fotográfico que no início era mecânico, técnico e frio com o passar do tempo tornou-se mágico e misterioso e passou a encantar os seres humanos.

Já segundo Santaella (2012, p.88) “a fotografia é também um rastro, que deixa pegadas e vestígios, algo que ocorreu por isso uma emanção do real”. Como se uma foto fosse uma cópia da realidade de um instante, que não será revivido, é o um registro de um fato único que não vai ocorrer novamente daquela mesma maneira, uma fonte histórica que poderá servir para mostrar no futuro um acontecimento do passado.

A fotografia possibilita uma construção de realidade, podendo ter em sua produção várias influências de seu autor, tanto nas questões técnicas quanto no ponto de vista ideológico de seu autor. Segundo Kossoy (2002, p. 29) “toda imagem é construção do primeiro ao último momento, que dura poucos segundos para um fotógrafo profissional. Uma construção que envolve espaço e tempo, esta fragmenta o espaço e paralisa o tempo”.

Dentro dessas possibilidades de fragmentação e congelamento, toda imagem é uma construção que no seu enquadramento, na escolha do assunto ou tema, nos filtros utilizados, se constroem realidades, cuja estética vem da interpretação do autor, e se configura manipulação estética e ideológica.

Ainda segundo Kossoy (2002, p. 30) “a possibilidade de intervenção na imagem existe desde a invenção da fotografia, na forma de dramatizar ou valorizar cenários, deformando a aparência dos retratados, introduzindo detalhes, o fotógrafo sempre manipulou seus temas de alguma forma”.

A representação fotográfica é uma recriação do mundo físico ou imaginado, tangível ou intangível: o assunto registrado é produto de um elaborado processo de criação por parte de seu autor. O fotógrafo constrói o signo, a representação. Nessa construção uma nova realidade é criada (KOSSOY, 2002, p. 43).

Em um mundo dominado pela comunicação visual, a fotografia só vem para acrescentar. Pode ser ou não arte, tudo depende do contexto, do momento, dos ícones envolvidos na imagem. Cabe ao observador interpretar a imagem, acrescentar a ela seu repertório e sentimento. Fazer uma fotografia é um processo complexo desde a concepção da idéia até a formulação da imagem. Fazer uma



fotografia não é apenas apertar o disparador, cada fotógrafo traz uma peculiaridade à sua composição.

### **1.1 A fotografia e seus elementos**

Uma imagem é composta por vários elementos formais, como cor, sombras e luz, linhas, texturas, volume, formas e espaços. Ainda para compor uma fotografia também é importante seguir alguns princípios: equilíbrio, contraste, ritmo, ênfase, repetição, proporção e unidade.

Segundo Maietto (2014) o equilíbrio em uma composição é necessário para distribuir os elementos na fotografia de forma que tenha harmonia, o elemento fundamental para criação de equilíbrio em uma fotografia é justamente a eliminação de excessos ou ausência de itens.

O contraste é basicamente a diferença nas propriedades visuais que faz com que um objeto seja distinguível de outros e do plano de fundo, simplificando, de forma geral o contraste não se trata apenas de cores vibrantes e marcantes, mas de elementos que se distinguem do objeto principal por suas cores, texturas e/ou luminosidade.

A unidade é a conexão estética de elementos que contem características iguais, ou seja, imagens que contem formas, linhas, cores ou texturas semelhantes, acabam estabelecendo um vínculo entre si, atraem-se, mesmo que estejam distantes uma da outra, por exemplo: duas figuras da cor amarela podem estabelecer um vínculo entre si, pois a cor é igual.

Ainda para Mainetto (2014) a proporção é a arte de relacionar bem duas medidas diferentes. A proporção distribui os elementos na fotografia de acordo com a sua importância e tamanho, porém isso deve ocorrer de forma que duas medidas diferentes se relacionem bem. Já o ritmo é o responsável por conduzir nosso olhar, é o motivo pelo qual paramos alguns instantes olhando uma imagem, até que seu movimento seja completado, normalmente, até o fundo da composição.

A repetição ocorre quando elementos se repetem, em resumo, a repetição trata os objetos como se estivessem em uma linha de produção, essa técnica é utilizada para reforçar a mensagem da imagem. O último elemento é a ênfase, dar destaque ao assunto principal. Nessa situação o assunto principal se distingue muito bem do fundo ou de objetos a sua volta pela atenção que desperta no observador, ou seja, a figura é o que tem significado enquanto o fundo é o pouco significativo.

## 1.2 Fotografia e sua interpretação

Criar uma fotografia requer planejamento e antecipação para se pensar na composição e nos elementos que estão presentes na imagem. O fotógrafo tem que ter sensibilidade para capturar a essência do ser ou do objeto fotografado. Quando se vê uma imagem interpretamos de acordo com o que já se conhece à respeito do que está à frente, a interpretação de uma fotografia está ligada com a cultura e informações que cada um traz consigo.

Para Barthes (1984), a foto pode ser objeto de três práticas: fazer, experimentar e olhar. O “operator” é o fotógrafo, quem captura a imagem, o portador da câmera, quem olha através do visor e define o melhor momento pra sua captura; O “spectador” ainda segundo Barthes (1984) ou espectador é todo aquele que consulta revistas, álbuns fotográficos de família, arquivos, coleções e toda forma de expressão que provem da observação de uma imagem; E o spectrum da fotografia, o objeto ou referente aquele que é fotografado.

Segundo Barthes (1984, p. 20) “diante da objetiva, sou o que julgo ser, aquele que eu gostaria que os outros julgassem que eu fosse aquele que o fotografo julga que sou e aquele de quem ele se serve para sua arte”. A fotografia mistura arte e técnica, o processo de criação é amplo e complexo, como descreve Kossoy:

O processo de criação do fotógrafo engloba a aventura estética, cultural e técnica que irá originar a representação fotográfica, tornar natural a imagem fugaz das coisas do mundo, torná-la, enfim um documento. Seja durante o processo em que é criada, seja após a sua materialização (KOSSOY, 2002, p. 27).

Em uma determinada fotografia, há segundo Santaella (2012, p.73) “três níveis de apreensão: No primeiro nível de observação de uma imagem qualquer foto produz em seu espectador algum tipo de sentimento, às vezes imperceptível e muitas vezes muito intenso.

No segundo nível observa-se o que nela está representado, o motivo que nela está fotografado; reconhecem-se traços, identifica-se o que foi de concreto registrado. Muitas vezes essa codificação não é imediata, por isso buscam-se pistas sobre o local e a situação em que nela está representada.

Mas conforme Santaella (2012, p.73) é no terceiro nível que surge a diferença entre ver e ler uma imagem; ver é diferente que ler, ler além de ver é lançar um olhar atento a constituição de uma linguagem visual.

Significa fazer do olhar uma espécie de máquina de sentir e conhecer. Assim uma vez diante da fotografia, trata-se de buscar a unidade melódica de suas luzes, linhas e direções, suas escalas e volumes, seus eixos e suas sombras, enfim contemplar a atmosfera que ela oferta ao olhar, pois a significação imanescente dos motivos e temas fotografados é inseparável do arranjo singular que o fotógrafo escolheu apresentar (SANTAELLA, 2012, p. 79 - 80).

Interpretar uma imagem é muito mais do que apenas vê-la, vai além do que está ali no papel ou na tela do computador, mexe com o subconsciente, o observador instiga o observador a pensar e buscar mais subsídios sobre o assunto.

### **1.3 A Fotografia Publicitária**

Na publicidade, a imagem desempenha um papel fundamental, pois visa a divulgação comercial de um produto ou serviço. Ainda na fotografia publicitária tudo é pensado e programado antes da foto ser capturada, há um propósito para cada imagem, um sentido para a existência da mesma, o fotógrafo já tem uma idéia pré-concebida antes de fazer a fotografia: o cenário, o enquadramento, a luz, a pose dos modelos, a colocação dos objetos são essenciais para se chegar ao resultado esperado.

Existem dois tipos de fotografia publicitária, aquela com exposição do próprio produto anunciado e aquela em que o produto é secundário. Segundo Camilo (2014) há uma distinção entre as fotografias de ostentação publicitária aquelas onde há uma presença absoluta do objeto e as fotografias de encenação publicitária, em que “a apresentação dos produtos é cada vez menos importante em proveito de um esforço de encenação, de dramatização”.

A mensagem que será passada através da fotografia publicitária deve ser clara e precisa, Laham e Lopes afirmam:

A fotografia publicitária deve comunicar seus conceitos e pretensões de maneira a despertar sentimentos, emoções e reações pré-estabelecidas. Ela leva consigo a responsabilidade de ligar a mensagem elaborada na imagem com a mente do seu público-alvo. A tarefa não é tão simples quanto parece. Para que a mensagem faça efeito através da fotografia, deve-se transladar do olhar, da produção fotográfica ou premeditação, os elementos visuais significativos para uma superfície fotossensível. Há uma grande diferença entre fazer uma foto e um simples clique no disparador. Não se trata de apenas reproduzir, de “bater uma foto”, mas de criar, de tornar visíveis e decodificáveis conceitos e mensagens diversas, específicas, subliminares entre outras (LAHAM e LOPES, 2008, p. 118).

Barthes (1984) estabelece uma correlação entre dois processos óticos de reprodução da imagem. Um deles o autor chamou de câmara clara, em que a imagem é copiada pela mão do homem (manipulação) e o outro a câmara escura, em que a imagem é reproduzida mecanicamente sem a interferência do homem.

Para a publicidade, seus conceitos sobre a câmara clara são inerentes à atividade, pois o recurso de manipulação de uma imagem fotográfica pode enriquecer uma peça publicitária (cartaz, folder, outdoor, etc.) para alcançar as metas pretendidas por uma ação de comunicação.

O fotógrafo normalmente trabalha junto com o produtor que dará os comandos para a foto sair dentro do que foi planejado, para a mensagem atingir o público-alvo é necessário ela ser bem construída. A fotografia para a publicidade é essencial para gerar impacto nas pessoas, ela traduz o que a peça quer passar sobre aquele produto. O publicitário deseja fixar a imagem da marca na cabeça dos consumidores através da fotografia, se a imagem não condiz com o layout da peça ela não vai exercer o efeito desejado.

## **1.4 Fotografia Digital**

A fotografia digital surgiu durante o período da Guerra Fria, com o programa espacial norte-americano. As primeiras imagens sem filme registraram a superfície de Marte e foram capturadas por uma câmera de televisão a bordo da sonda Mariner Quatro, em 1965, apesar de não serem totalmente digitais essas fotos marcaram o início da fotografia digital.

Segundo Leite (2014) eram 22 imagens em preto e branco de apenas 0,04 megapixels, mas que levaram quatro dias para chegar à Terra. Ainda segundo o autor a Mariner Quatro foi lançada ainda em 1964, ano em que os laboratórios da RCA criaram o primeiro circuito CMOS. Já o CCD, primeiro tipo de sensor usado na fotografia digital, foi inventado em 1969, nos laboratórios Bell. A

primeira versão comercial chegaria ao mercado em 1973, obra da Fairchild Imaging, ele foi batizado de 201ADC e capturava imagens de 0,01 megapixels.

As empresas logo viram o espaço que poderiam ocupar no mercado fotográfico. A Kodak foi uma das pioneiras, seguida pela Sony que conseguiu alcançar uma boa parte do mercado. No início do século XXI a fotografia digital teve crescimento muito expressivo, conforme a Revista Info Exame, edição de abril 2005, o crescimento da fotografia digital foi de 160% em 2004, atingindo um milhão de unidades vendidas. Esses números sem considerar o mercado informal e as câmeras trazidas legalmente por viajantes internacionais.

Com o advento da fotografia digital, esta se popularizou entre a população. As câmeras que inicialmente eram muito caras com o tempo ficaram mais acessíveis. A grande vantagem desse novo método de fotografar é de não precisar mais revelar as fotos, ou o uso de papel fotográfico e torna possível o armazenamento das imagens em vários dispositivos, como CDs, Pendrives, computadores, notebooks e tablets. Contudo a evolução tecnológica vem tornando tudo obsoleto e mesmo as grandes empresas do setor tiveram que se reinventar para não fecharem as suas portas, as câmeras estão com mais memória e resolução.

## 2. PHOTOSHOP

Este capítulo tratará sobre o editor de imagens Photoshop, seus principais usos e funções e suas influências e reflexos no mundo fotográfico, com um breve histórico desde sua criação até a atualidade, sua popularização e disseminação.

O editor de imagens Photoshop revolucionou a fotografia e a maneira de aplicar filtros, camadas, sobreposições, efeitos, cores, ele traz inúmeras possibilidades de intervenção em uma imagem. Segundo a Revista Galileu (2010) s. e. com advento das novas tecnologias, surgem poderosas ferramentas de tratamento de imagem. No Brasil, a partir da década de 90, começa o interesse nessa área de processamento de imagem por computador. Desde então se tornou cada vez mais popular e de fácil acesso.

Segundo Kerlow *apud* CORDEIRO (2012) o software Photoshop foi concebido em 1987 por Thomas Knoll na Califórnia EUA, juntamente com seu irmão John Knoll que percebeu seu potencial se encantou pelo programa. A Adobe acolheu o produto, sem adquiri-lo completamente, pagando royalties aos irmãos. O Photoshop da Adobe foi oficialmente lançado, após dez meses de desenvolvimento adicional, em 10 de fevereiro de 1990, somente para Apple Macintosh.

O Photoshop é um editor de imagens que pode ser usado para, criação de layouts, peças de publicidade, auxílio no web design e entre outras várias funções. Caruzo (2014) traz uma definição de Photoshop, que segundo ele é um programa de edição profissional de imagens do tipo raster, mais possui algumas funções dos programas típicos dos programas vetoriais como Corel Draw ou o Adobe Illustrator que são programas para edição desse tipo de imagem.

A Adobe é líder mundial em marketing digital e soluções para mídias digitais e fez o programa tornar-se sucesso no mundo inteiro. Hoje o programa pode ser usado nas plataformas Windows e Mac, existem na internet tutoriais que ensinam as principais ferramentas do Photoshop. Tendo-se como, por exemplo, o site da Adobe que disponibiliza na Adobe TV vídeos de como usar o software.

Conforme Cardoso (2011) o Photoshop permite modificar fotografias e realizar outros trabalhos artísticos digitalizados. É possível usar esse editor de imagens para retocar uma imagem, aplicar estilos especiais, trocar informações entre fotos e textos, ajustar cores e melhorar foco de uma fotografia.

O Photoshop também oferece várias ferramentas para criar uma “arte do zero”, ou seja, fazer uma arte sem nenhuma imagem pronta, apenas criando elementos, formas, com as ferramentas que o programa proporciona.

O Photoshop tornou-se popular devido à facilidade de ser copiado e pirateado. Segundo Oliveira (2014) ele tornou-se um dos softwares mais pirateados por usuários individuais. Apesar das implicações polêmicas, é a difusão ilegal do programa ajuda a mantê-lo forte na consciência das pessoas. Apesar da existência dos programas de visualização de imagem que vêm nos computadores e permitem uma edição elementar, e das soluções gratuitas baseadas na Internet, sem necessidade de instalar nada, o poder ilimitado do Photoshop prova-se, geração após geração de usuários.

## **2.1 Manipulação da imagem**

Na manipulação do programa por vezes as modificações são tamanhas que transformam a pessoa a tal ponto que o fotografado acaba não se reconhecendo. Tem-se exemplo segundo Schimidt (2014), a modelo Sasha Pivovarova, conforme entrevista dada ao UOL Estilo, disse que não acreditou que fosse ela mesma em uma foto para campanha de inverno 2010 da grife Dior. A modelo contou que pediu para que seu agente ligasse para Dior para confirmar que era de fato ela quem estampava as imagens.

A manipulação exagerada em imagens tem preocupado pessoas ligadas à área da fotografia, ao ponto de encontrar-se uma proposição de Lei Federal de autoria do Deputado Wladimir Costa (PMDB-PA), em análise na Câmara dos Deputados, na qual consta que "toda imagem publicitária que tenha sido modificada com o intuito de alterar características físicas de pessoas retratadas traga, obrigatoriamente uma frase de alerta: Atenção: imagem retocada para alterar a aparência física da pessoa retratada" (CCSP, 2010).

O projeto de Lei 6853/ ainda não foi aprovado na Câmara dos Deputados, o mesmo está sendo analisado pelas comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; de Defesa do Consumidor; e de Constituição e Justiça e de Cidadania e prevê segundo sua redação multa de até R\$ 50 mil a quem a desobedecer.

As imagens são manipuladas há muito tempo. Pode-se dizer que desde seu surgimento para alcançar os efeitos esperados, nem sempre o que se vê em uma foto é o que realmente está presente na imagem. Isso depende da bagagem cultural que cada um tem. Segundo Santaella (2012), é possível manipular a fotografia alterando o objeto referencial na imagem proporcionando assim uma



ilusão de um objeto que não existe, porém esse fenômeno não é atual. Desde os primórdios da história da fotografia tem-se utilizado técnicas como filtragem de cores, solarização, dupla exposição e retoques.

Para Samanain (2005), diferente das fotografias analógicas, a imagem digital é muito mais manipulável. Os dispositivos tecnológicos são grandes aliados, pois permite alteração em qualquer imagem, mudança de cor, de iluminação, de fundo. Porém a radicalização da utilização do recurso altera drasticamente elementos da composição.

Segundo Meggs (1998) movimentos como o Surrealismo e o Dadaísmo, já utilizavam da manipulação de imagens; No dadaísmo se produziam imagens manipuladas, sobrepostas, causando efeitos inusitados. Já no surrealismo as imagens "brincavam" e procuravam novas regras de estruturação, que fugissem da lei da gravidade e criassem uma realidade-ficção.

Uma única fotografia pode ter diversas interpretações. Cada observador conforme sua bagagem cultural, social e por vezes afetiva, pode ter diferentes visões e sensações, de uma mesma imagem, por isso uma imagem fotográfica nunca é algo fechado, acabado em sua essência, sempre cabe uma nova explanação sobre uma imagem. Para Dubois (1994, p. 292) a partir do momento que uma foto é olhada, é olhada como um objeto, por alguém, num lugar e momento determinados, e em função disso, mantém certas relações com aquele que olha.

É na subjetividade de cada um e no seu imaginário que a imagem assume diversos contornos. Uma mesma imagem pode ter diferentes significados dependendo da pessoa que a está observando e sempre haverá algum tipo de modificação para alterar cor, tamanho, formato, entre outros.

## **2.2 Cases do uso do Photoshop**

Existem vários exemplos de bom e mau uso dos recursos de manipulação do Photoshop, um caso é o da cantora Boggie, que lançou um clipe que mostra a transformação dela enquanto canta. A cantora húngara Boggie, nome artístico de CsemerBoglárk, tem 27 anos e tem feito sucesso com o chip da música "Nouveau Parfum"<sup>3</sup> que tem direção de NándorLorincz e BálintNagy, com pós produção do Studiolumb. O vídeo é uma crítica aos padrões de beleza atuais, impostos pela mídia.

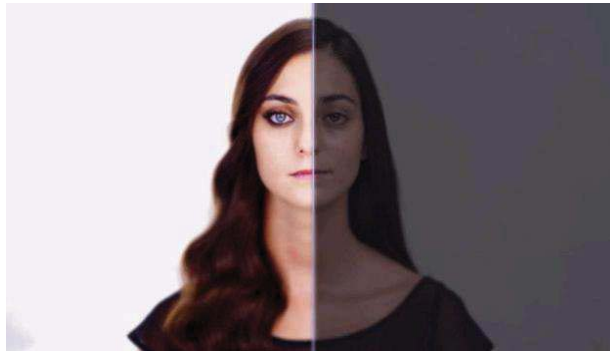
---

<sup>3</sup> O vídeo está disponível no You Tube no link a seguir: [https://www.youtube.com/watch?v=sZwmo\\_2DOz0](https://www.youtube.com/watch?v=sZwmo_2DOz0).



Segundo o site Brainstorm9 B9 (2014) Boggie optou por fazer um clipe em que ela mostra como programas de computadores, como o conhecido Photoshop, podem transformar as pessoas em verdadeiros príncipes e princesas e estimulando debates sobre a estética da beleza.

Além de o vídeo ser bem elaborado e mostrar a transformação da cantora passo a passo a canção “Nouveau Parfum” também é poderosa pela sua ironia, já que em seu refrão, cantado em francês de forma apaixonada, ouvimos algo como: **“Não sou um produto... eles não podem mudar o que eu sou”**.



**Figura 2: Boggie**

Fonte: <http://www.hypeness.com.br>

Outro trabalho a respeito do uso do Photoshop foi produzido pela Buzzfeed<sup>4</sup>. O vídeo <sup>5</sup>mostra o processo de transformação de quatro mulheres com maquiagem e Photoshop. As mulheres ficaram muito surpresas com o resultado final das imagens. O vídeo foi inspirado nas famosas peças publicitárias da Dove, e retrata o processo de transformação de quatro mulheres em “modelos de capa de revista”, com direto à maquiagem e toque especial do Photoshop.

Segundo reportagem da TV Cultura ao final do ensaio, os relatos das participantes expõem um ponto de vista crítico e, por que não, de autovalorização. Ter a própria identidade alterada com maquiagem, poses ensaiadas, intervenção do Photoshop e outros métodos de correção, não só mudaram a própria aparência das quatro, mas a transformaram em novas pessoas – que nem elas se reconheceram.

---

<sup>4</sup> A Buzzfeed é uma rede social que produz conteúdo inteligente e bem humorado, como fotos, textos, vídeos, etc.

<sup>5</sup> O vídeo está disponível no link a seguir: <https://www.youtube.com/watch?v=zRlpIkH3b5I>.

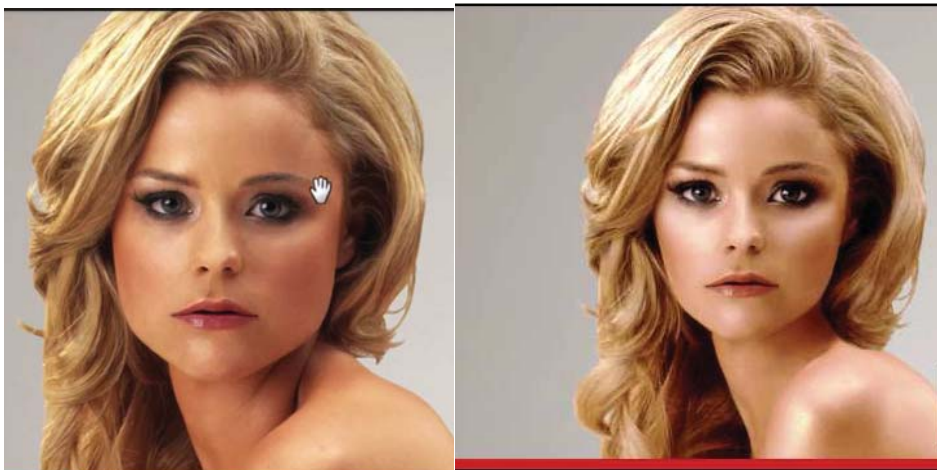


**Figura 3: Antes e depois da manipulação**

Fonte: <http://cmais.com.br/>

Durante a pesquisa o vídeo que mais despertou a atenção da pesquisadora foi produzido pela organização GlobalDemocracy.com pra mostrar como grande parte das imagens a quais somos expostos são manipuladas. Nesse vídeo <sup>6</sup>de um minuto a modelo é transformada com o uso das ferramentas de manipulação do Photoshop.

A modelo é muito bonita e os efeitos a transformam em outra mulher, o pescoço foi alongado, assim como as pernas, a pele modificada, entre outras intervenções que a deixaram artificial, não é real aquela mulher, ela só existe em capa de revistas.



**Figura 4: Antes e depois do Photoshop**

Fonte: [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adaptado Donazzolo, 2014.

---

<sup>6</sup> O vídeo está disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=xKQdwjGiF-s>.

## 2.3 Principais ferramentas do Photoshop usadas na manipulação das imagens

Durante a manipulação das imagens das fotografadas foram usados os principais recursos do Photoshop, inicialmente com a fotografia já aberta no Photoshop, aplicação utilizada para as edições em questão, foram alterados os níveis da imagem, através da ferramenta **Levels**, disponível em na caixa de ferramentas **Image>Adjustments**. Com a janela da ferramenta aberta, os ajustes são realizados diretamente no histograma da foto, uma forma de mostrar as discrepâncias de cor entre o preto e o branco na imagem. Ajusta-se o tom preto para que fique no nível desejado, fazendo o mesmo com o tom branco.

Em um segundo momento, através da ferramenta **Patch**, tirou-se as imperfeições da pele da modelo, selecionando a área manchada, com espinhas ou linhas de expressão e posteriormente arrastando a seleção para uma área da pele que esteja limpa.

Depois disso foi aplicado um efeito que simula uma suavização natural da pele, selecionando a pele do rosto e do corpo, duplicando a camada com essa seleção e aplicando a ferramenta **Gaussian Blur**, com um nível de 15%. Após isso, aplica-se na mesma camada a ferramenta **Noise**, responsável por deixar um efeito granulado, com um nível de 4%. Finalizado esse processo, deixa-se a camada com uma transparência de 50%, para que não fique artificial.

Com acabamento, são utilizadas as ferramentas **Dodge** (responsável por clarear a imagem) e **Burn** (responsável por escurecer) para acentuar as linhas do rosto, a cor dos olhos, o tom dos cabelos, além da luz e sombra da modelo.

Por fim, caso seja necessário, é aplicada a ferramenta **Liquify**, essa responsável por deformar a imagem. A ferramenta é utilizada para diminuir o corpo da modelo, na barriga, nas pernas, nos braços e algumas vezes no rosto também.

### **3. PADRÃO DE BELEZA FEMININO**

A imagem do corpo feminino sofreu diversas modificações na história das civilizações, suas referências sociais e históricas passaram por diferentes padrões e medidas. O corpo feminino vem sendo cultuado, admirado e reproduzido desde as eras mais remotas; foi através das manifestações artísticas, inicialmente, pintura e escultura que iniciou a exposição da imagem de seus corpos.

A preocupação da mulher com o padrão de beleza da sua época e com o formato do corpo feminino já existe há muito tempo. Desde pequenas, as meninas já são incentivadas a cultuar o corpo, isso já está subentendido assim que se nasce já ocorrem influências da sociedade em que vivemos. Com a evolução que o mundo vem sofrendo a cultura da beleza a todo custo começou a se expandir.

Da submissão dessas mulheres à domesticidade forçada, dependia a evolução do capitalismo industrial. A maioria das hipóteses sobre a forma pela qual as mulheres sempre pensaram na "beleza" remonta no máximo a 1830, quando consolidou o culto à domesticidade e inventou-se o código da beleza (WOLF, 1992, p.18).

A mulher assumiu seu espaço na sociedade, entrou no mercado de trabalho em postos que anteriormente eram ocupados apenas por homens. Ela está cada vez mais presente nas mais diversas áreas do conhecimento. A evolução da sociedade trouxe novos problemas e questionamentos, alterou padrões e conceitos, e a mulher como ser mutante que é, vem transformando e moldando seu corpo conforme as influências que sofre através da mídia e dos veículos de comunicação.

#### **3.1 Padrões de beleza na história**

A arte através da história mostra a evolução do padrão de beleza feminino. Conforme a época uma forma era buscada e cultuada, de acordo com a necessidade do período, essas mulheres

endeusadas na época hoje não seriam tão valorizadas, devido à mudança no padrão de beleza, as curvas perderam espaço e o corpo “ideal” de hoje é magro.

Segundo Moura (2010) o período paleolítico oferece um considerável número de representações e signos femininos, como as Vênus - especialmente a Venus de Willendorf (fig.5) cuja forma sugere simbolismos de fecundidade e gestação – estatuetas nuas com seios e ventre exagerados, que se propagam no neolítico. Com as primeiras deusas mãe, ela foi esculpida em calcário eolítico e representa a imagem da mulher com seios e nádegas grandes, além do ventre e partes íntimas saliente, mulher na representação da criadora, mãe.



**Figura 5: Vênus de Willendorf**

Fonte: Brasil Escola, 2014.

Quando a Vênus de Willendorf foi esculpida a mulher era responsável pela perpetuação da espécie, era o símbolo de fertilidade, nascimento, reprodução e precisava ser mais cheia, ter seios e o ventre grande e força para gerar muitos filhos. Segundo Aguiar (2014) acredita-se que a presença da representação feminina se dá em razão da crença de que as pequenas estatuetas femininas seriam amuletos relacionados com o culto à fertilidade, fator decisivo para a sobrevivência do grupo.

Segundo Da Costa (2009) a segunda estátua é da Vênus de Milo. Exposta hoje no Museu do Louvre, em Paris na França, que representa a deusa grega Afrodite, que é conhecida como deusa do amor e da beleza. A escultura foi encontrada pelos anos 130 a.c., sem braços, apesar disso representa um símbolo de beleza e apresenta feições corpóreas menos voluptuoso em relação a Vênus que a antecede.

Ainda segundo Da Costa (2009) a palavra Vênus foi utilizada pelos romanos, fazendo a mesma referência às deusas da mitologia, nomeadas pelos gregos de Afrodite. Vênus originou a palavra portuguesa *venus*, que tem por significado a formosura, o muito belo, o que, conforme Spinelli

(2009) corresponde juntamente com o amor e os prazeres, ao verdadeiro encanto e desejos carregados por estas, símbolos da beleza de seus períodos históricos.

Quando a Vênus de Milo foi esculpida, o padrão já havia mudado e a mulher era símbolo de delicadeza, sensualismo, representando o amor. Seu corpo já era mais atlético e formoso, a mulher não era mais reprodutora, sendo ela valorizada como mulher e não mãe, ela era vista com desejo, suas formas chamavam a atenção masculina.



**Figura 6: Vênus de Milo**

Fonte: Superinteressante

Segundo Eco (2004) desde a Grécia antiga até a atualidade sempre existiu o interesse pelas coisas e pessoas belas. Belo é um adjetivo que se usa para indicar o que agrada, entretanto através dos tempos a definição do que é belo foi se modificando. Para Platão o corpo é uma caverna escura que aprisiona a alma, por isso nem todos podem perceber a verdadeira beleza.

A idéia da beleza consolidou-se após a era industrial. Houve a expansão da classe média, um progresso no estilo de vida e a alfabetização, as famílias começaram a diminuir; assim surge uma nova classe de mulheres. Segundo Wolf (1992, p. 23) “com o surgimento da possibilidade de



reprodução, de fotografias, figurinos, cartões-postais, obras de arte e com as novas tecnologias, imagens de como deveria ser a aparência das mulheres ficou mais fácil transmitir um padrão de beleza”.

Segundo Aquino, *apud* Jolivet (1965, p. 259) “beleza é algo relativo, o autor, teólogo e filósofo da igreja Católica, definiu a beleza como ‘aquilo que agrada à visão’”, ou seja, o que agrada aos olhos humanos. Assim dependendo de pessoa para pessoa existem itens coisas que agradam ou não.

Segundo Vigarello (2006) no início do século passado, o estilo corpóreo vislumbrado pelas mulheres, era o corpo em "S" quadril reduzido e moldado e a cintura parecendo esculpida, pelo uso de espartilhos (atingirem esse padrão não era fácil e as mulheres faziam loucuras para alcançá-lo). A beleza é relativa, mas quando algo ou alguém começa a se destacar logo se transforma em ícone e começa a ser seguido e buscado pelos demais.

De acordo com Sant’anna (1995), a insistência em associar a feminilidade a beleza não é nova. Perrot *apud* SANT’ANNA (1995) defende que a idéia de que a beleza está para o feminino, assim como a força está para o masculino, atravessa os séculos e as culturas.

Pode-se observar que pessoas atraentes transmitem uma mensagem de serem saudáveis e férteis e são preferidas pelo sexo oposto, além de ter preferência no mercado de trabalho e geram mais credibilidade nas negociações. Em estudos que apresentavam fotografias de pessoas bonitas e não tão atraentes para bebês de dois e seis meses de idade, as crianças passavam mais tempo observando os bonitos independentemente de gênero, idade ou raça.

Pessoas com semblantes arredondados, olhos grandes, nariz pequeno, testa alta, queixos diminutos e pele e cabelo claros lembram bebês; e conseqüentemente são percebidos como tendo características de personalidade associadas às crianças: ingenuidade, desamparo, honestidade e inocência. O viés se encontra em todas faixas etárias, culturas e em diversas espécies de mamíferos (LIDWELL e BUTLER, 2001, p. 34)

Para Eco (2004) a beleza nada mais é que uma graça que nasce da proporção e conveniência, e de harmonia entre as coisas. Existe uma subjetividade na compreensão do que é belo, que envolve bem mais que simetria e proporção. Segundo Etcoff (1999, p. 13) a mídia controla e dirige o desejo e reduz a amplitude de nossa faixa de preferência. Uma imagem que agrada a um grande grupo, se torna um molde, e a beleza é seguida pelo seu imitador, e depois pelo imitador de seu imitador.

Atualmente é tendência que homens e mulheres estejam em reconstrução contínua. Transformar o corpo em território de espetaculares e inusitadas metamorfoses parece ser moeda corrente, Bentolila (2005).

Desde a Grécia antiga até hoje, existiu o interesse pelo belo segundo Eco (2004), com o advento da informação e divulgação de imagens que ocorre através das mídias convencionais e pela internet, essa proliferação de imagens diárias contribuí com a padronização do belo, causando cada vez mais uma paranóia principalmente entre as mulheres, principais alvo desse mercado dentro do pensamento coletivo.

As mulheres são o alvo devido à suscetibilidade e concorrência entre o próprio, além de consumirem mais que os homens, e historicamente a indústria sempre voltou sua atenção para o sexo feminino.

A busca pelo padrão de beleza segundo Ferreira (2000) é definida em três passos: 1) Modelo oficial de pesos e medidas; 2) Que serve de base ou norma para avaliação, medida; 3) Objeto que serve de modelo á feitura do outro".Quanto a essas definições a de número três se concretiza em um corpo a ser copiado, um corpo idolatrado.

Segundo o Blog "Batalha dos corpos - o que não tem censura nem nunca terá", criado por quatro estudantes para um trabalho de Antropologia Visual, retratava fotos tiradas das partes de seus corpos que elas menos gostavam e que não se enquadrassem num padrão de beleza. Elas se opõem ao uso de recursos de manipulação de imagem para esconder imperfeições nas fotografias, essa foi pesquisa realizada no Reino Unido e faz uma abordagem sobre a manipulação de imagens e faz uma crítica ao atual padrão de beleza.

Segundo matéria publicada no site do G1(2014) um estudo do instituto Nielsen que avaliou 25 mil pessoas em 56 países os brasileiros são os mais insatisfeitos com seu peso. Mais de 60% da população afirma estar acima do peso ideal o que influencia muito na imagem e na auto-estima principalmente das mulheres que vêm todos os dias símbolos de beleza que são magras. O nosso padrão de beleza atual é inatingível para a maioria das mulheres, os corpos magérrimos das modelos em capas de revistas são buscados a penas duras, cirurgias plásticas, exercícios forçados e pouquíssima alimentação.

Um exemplo de como a imagem da mulher está distorcida é a boneca Barbie, ela é um padrão de beleza duramente criticado: as mulheres brasileiras não são compatíveis com o design da boneca. As medidas da Barbie são anormais: cintura, pernas, braços quadris pequenos demais e uma mega cabeça. A boneca inclusive já foi alvo de grupos feministas por promover uma imagem irreal e nada saudável do corpo feminino.



Segundo Varo (2014) o pesquisador NickolayLamm fez uma crítica ao tema, pesquisando por medidas reais de jovens de 19 anos, busto, cintura, braços, perna e montou uma Barbie como ela seria se fosse de verdade, o resultado foi uma Barbie mais cheinha até mais bonita, como demonstra a imagem a seguir:



**Figura 7: Barbie x Mulher real**

Fonte: NickolayLamm.

Para tentar fugir do modelo tradicional, foi lançada nos anos 80 a Barbie negra e da Barbie hispânica para seguir o politicamente correto, mas a loiríssima original não precisou fazer nenhuma ginástica para manter-se no topo das vendas. O corpo da Barbie chama muita atenção por que as mulheres são extremamente preocupadas com a própria aparência, o que aumenta a importância de cuidar do corpo na cultura nacional.

As mulheres recorrem à malhação, às tatuagens, a cortes, recortes e implantes de cabelo, cirurgias plásticas etc. A atriz Pamela Anderson tornou-se padrão de beleza a partir dos seios aumentados artificialmente. Como a atriz, muitas mulheres no Brasil e no mundo alteram seios, nádegas e outras partes do corpo para adequar-se a padrões estéticos. Isso não é apenas uma

preocupação superficial com a aparência, mas determina também as identidades e as formas de relacionamento atuais.

### **3.2 Padrão de beleza da mulher brasileira**

A mulher brasileira tem um padrão de beleza singular, influenciada pela mídia que vem atuando nas sociedades contemporâneas como principal influenciadora de comportamentos e padrões de beleza, a mídia tem mostrado uma intensificação do culto ao corpo, onde os indivíduos experimentam uma crescente preocupação com a imagem e a estética. A preocupação com o corpo pelas mulheres brasileiras fez a procura por tratamentos estéticos e dietas alimentares aumentar muito nos últimos anos.

Sant'Anna (2000) em seu trabalho "As Infinitas Descobertas do Corpo", afirma que "o conhecimento do corpo é por excelência histórica, relacionada aos receios e sonhos de cada época, cultura e grupo social." Não há dúvida, portanto, que o homem, por si só, é produto do seu corpo, sobrepondo as características estéticas a quaisquer outras, e sofre influência da mídia para modificar e aprimorar sua aparência física e com a mulher brasileira não é diferente.

Segundo Giddens (2001 p.367 *apud* CAETANO, 2006), os vários tipos de mídia, como jornais ou a televisão, têm uma ampla influência sobre nossas experiências e sobre a opinião pública, não apenas por afetarem nossas atitudes de modo específico, mas por ser, muitas vezes, o único meio de acesso ao conhecimento do qual dependem muitas atividades sociais.

Segundo uma reportagem do Fantástico exibida no dia 14/07/2013 há no Brasil três padrões de beleza predominantes conforme uma pesquisa realizada pelo SENAI: o miss, o modelo e o mulherão. O padrão miss segue a referência da miss universo de 1953 Ieda Maria Vargas, cerca de um metro e setenta de altura, quadril largo e busto grande aproximadamente noventa de busto, 60 de cintura e 90 de quadril e 58 kg. Já a referência do padrão modelo é a modelo Gisele Bundchen, mais alta que a anterior, quadril no mesmo padrão e o busto não muito grande, as medidas de Gisele são 89 cm de busto, 59 cm de cintura e 89 cm de quadril, 1,79 de altura e 58 kg.

A mulher mais cheinha é o terceiro modelo de beleza brasileiro, o da mulher cheia de curvas bem mais generosas como a dançarina de funk Valesca Popozuda com medidas maiores e um corpão com 98 cm de busto, 73 cm de cintura, 107 cm de quadril, 1,64 metros de altura e 68 kg. Entretanto o corpo que é mais visto nas ruas brasileiras é uma mescla de todos esses padrões, como a atriz Taís Araújo que é uma mulher bonita de um jeito bem brasileiro, não é magrinha, mas também não é uma "gostosona".

A figura a seguir demonstra os três ícones de beleza brasileira:



**Figura 8: Padrões de beleza das brasileiras**

Fonte: Fantástico, 2014.

É notável que com o passar dos anos as mulheres estão seguindo os ícones de beleza que fazem sucesso. As modelos brasileiras fazem muito sucesso devido aos seus corpos esbeltos, altas, magras e lindíssimas e isso começou depois do surgimento da modelo Gisele Bündchen.

Os sacrifícios para se alcançar um determinado tipo de corpo sempre existiram, mas acentuaram-se na década de 50. Apesar da busca por corpos magros não ser um problema, quando acontece de maneira exagerada ela acaba se tornando uma doença. É preciso aceitar-se, gostar de si mesmo, a diversidade é o que torna as mulheres brasileiras desejadas e cobiçadas no mundo inteiro. Nesse contexto esse trabalho busca mostrar como as mulheres são afetadas pela manipulação nas suas imagens, através do uso do software de manipulação Photoshop.

#### 4 PESQUISA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A monografia apresentada baseia-se num estudo qualitativo, que de acordo com Martins (2008, p. 11), “[...] é caracterizada pela descrição, compreensão e interpretação de fatos e fenômenos, em contrapartida à avaliação quantitativa, denominada pesquisa quantitativa, onde predominam mensurações”. Trata-se ainda de um estudo de caso que pode ser descrito da seguinte forma:

[...] uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro de seu contexto real (pesquisa naturalística), onde o pesquisador não tem controle sobre eventos e variáveis, buscando apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto. Mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado – problema de pesquisa - o Estudo de Caso possibilita a penetração na realidade social, não conseguida plenamente pela avaliação quantitativa. (MARTINS, 2008, p. 11).

A pesquisa definiu-se ainda como descritiva a partir de seus objetivos, porque acaba por proporcionar uma nova visão do problema, o que a aproxima da pesquisa exploratória, conforme descreve Gil (1999).

Quanto aos fins, a pesquisa será descritiva e exploratória. Descritiva, porque visa levantar opiniões, atitudes, a manipulação de suas imagens. Exploratória porque, embora haja um número extenso de informações a respeito dos temas aqui expostos, padrão de beleza, fotografia, manipulação da imagem e Photoshop, não se verificou a existência de estudos que abordem essa relação entre padrão de beleza e o software em questão.

Já quanto aos meios, a pesquisa é também bibliográfica. Bibliográfica porque se utilizou, na pesquisa, material de vários autores, enfocando os temas relativos ao contexto. Também foram utilizados materiais obtidos em jornais, revistas e internet.

A pesquisa foi realizada com oito mulheres, moradoras de Passo Fundo/RS, com idade entre 20 e 35 anos. Foram observados os seguintes critérios na seleção das fotografadas: as fotografadas já atuaram como modelos e fizeram fotos para fins comerciais, elas conhecem e sabem os usos do software Photoshop, e tem uma preocupação considerável com suas imagens.

Após ter sido feita as imagens, elas foram manipuladas e mostradas às oito entrevistadas, que responderam um questionário descritivo com 11 perguntas sobre fotografia e imagem, e como elas viam sua fotografia após a mesma ter passado por ajustes digitais.

O quadro a seguir traz um panorama com as principais respostas das participantes:

### Quadro 1: Análise dos questionários

Perguntas	Respostas
Gosta de fotografia?	Todas as oito entrevistadas responderam que gostam de fotografia.
Gosta de ser fotografada?	Todas as oito entrevistadas gostam de ser fotografadas.
Quando se vê em foto recente sem retoque, sente satisfação com sua imagem?	Cinco entrevistadas responderam que não se sentem satisfeitas quando vêem sua imagem sem retoque.  Duas entrevistadas responderam que se sentem satisfeitas com a sua imagem em fotos recentes.  E uma entrevistada respondeu que às vezes se sente satisfeita com a sua imagem em fotos recentes.
Gosta de efeitos utilizados para amenizar marcas de expressão e imperfeições? Por quê?	Todas as entrevistadas responderam que gostam dos efeitos usados para amenizar marcas de expressões, apenas uma disse gostar do uso sem exageros.  Para as entrevistadas o motivo principal de elas gostarem do uso desses efeitos é que eles possibilitam melhorar aparência, deixando a pele mais uniforme, além de esconder imperfeições.
Quando se vê com tais efeitos o que sente?	Seis entrevistadas responderam se sentirem satisfeitas quando se vêem em fotos com efeitos.  Uma entrevistada respondeu que se sente muita satisfação ao ver suas fotos manipuladas.  Uma entrevistada respondeu que não sente satisfação ao ver suas fotos manipuladas.
Você mostra as fotos com efeitos de retoque? Em caso positivo para quem?	Seis entrevistadas responderam que mostram suas fotos com retoque principalmente nas redes sociais.  Uma entrevistada responde que mostra as fotos com

	<p>retoques apenas algumas vezes para os amigos.</p> <p>É uma entrevistada respondeu não mostrar as fotos com retoques.</p>
Já ocorreu de as pessoas ao verem suas fotos manipuladas, comentarem que você está mais linda?	Todas as oito entrevistadas responderam que já ouviram comentários que elas pareciam mais bonitas nas fotos manipuladas.
E comentário do tipo, não parece você? Se a resposta for afirmativa, o que isso causa?	<p>Duas entrevistadas responderam já terem ouvido comentário do tipo, não parece você, mas não sentem satisfação com isso.</p> <p>Seis entrevistadas responderam não terem ouvido comentário do tipo, não parece você.</p>
Quando você observa os efeitos obtidos pelos Photoshop chega a pensar em passar por uma cirurgia plástica para que esses efeitos sejam permanentes?	<p>Três entrevistadas responderam que ao verem os efeitos obtidos pelo Photoshop, pensam em fazer uma cirurgia plástica para que os efeitos do mesmo sejam permanentes.</p> <p>Já cinco das entrevistadas não pensam em passar por cirurgias plásticas para ficar parecidas com os efeitos do Photoshop em suas imagens.</p>

Fonte: Donazzolo, 2014.

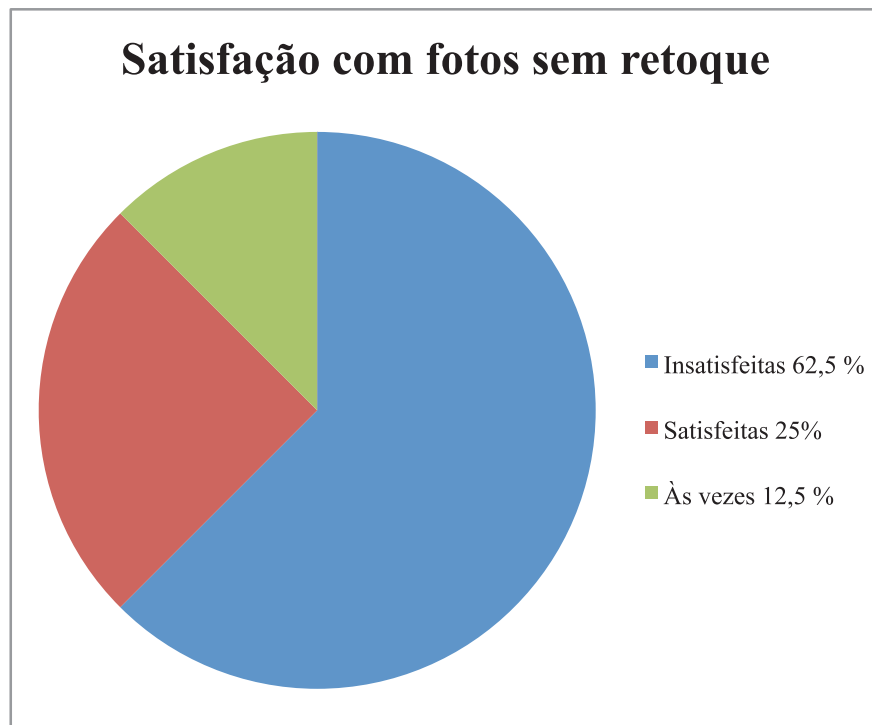
Os gráficos a seguir mostram os dados coletados para uma melhor visualização, neles está a porcentagem das respostas, a percepção das entrevistadas para as principais perguntas do questionário. Foi usado nesse trabalho o gráfico em modelo de pizza, em um gráfico de pizza os itens são exibidos como um percentual de toda a pizza, em trabalhos científicos eles são de grande valia para a apresentação da pesquisa.

Os gráficos auxiliam na demonstração dos dados coletados, eles ajudam a esclarecer os resultados da pesquisa, as informações ficam mais legíveis, agregam ainda na compreensão do trabalho.



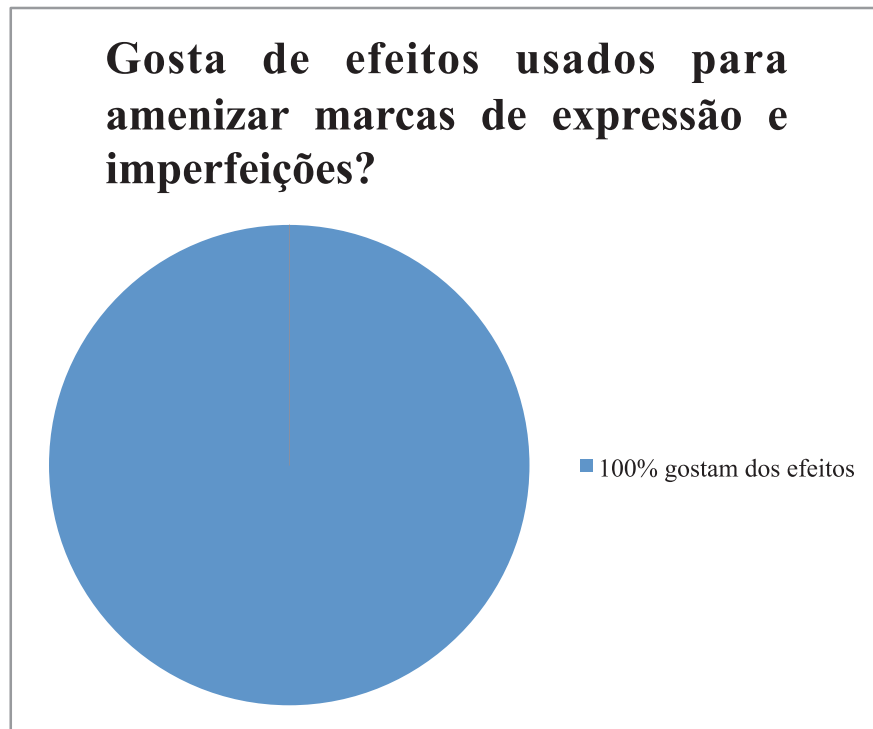
**Figura 9: Gostam de fotografia e de serem fotografadas**

Fonte: Donazzolo, 2014.



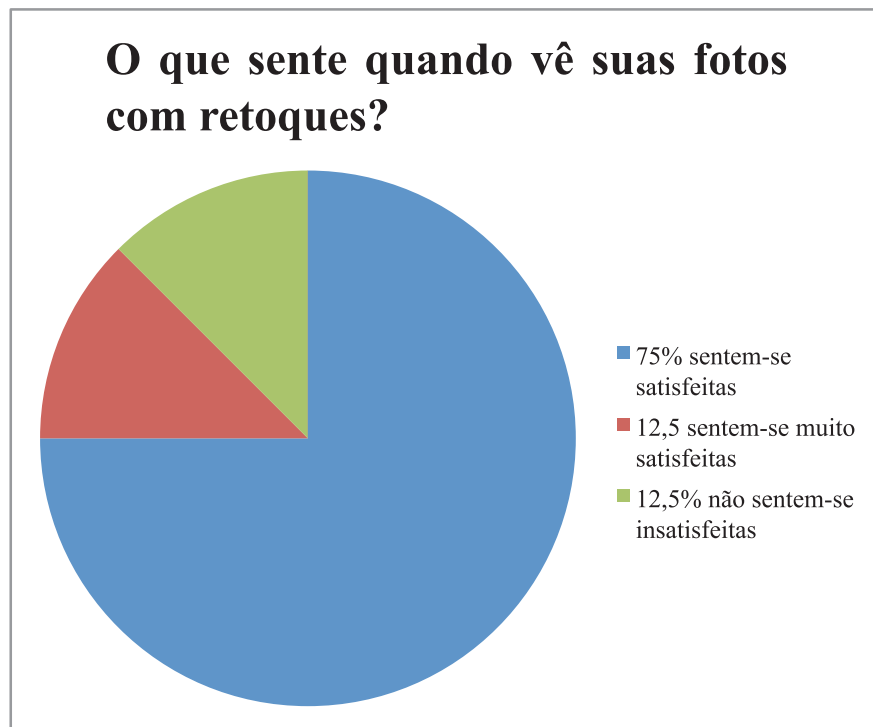
**Figura 10: Satisfação com fotos sem retoque**

Fonte: Donazzolo, 2014.



**Figura 11: Gosta de efeitos usados para amenizar marcas de expressão e imperfeições?**

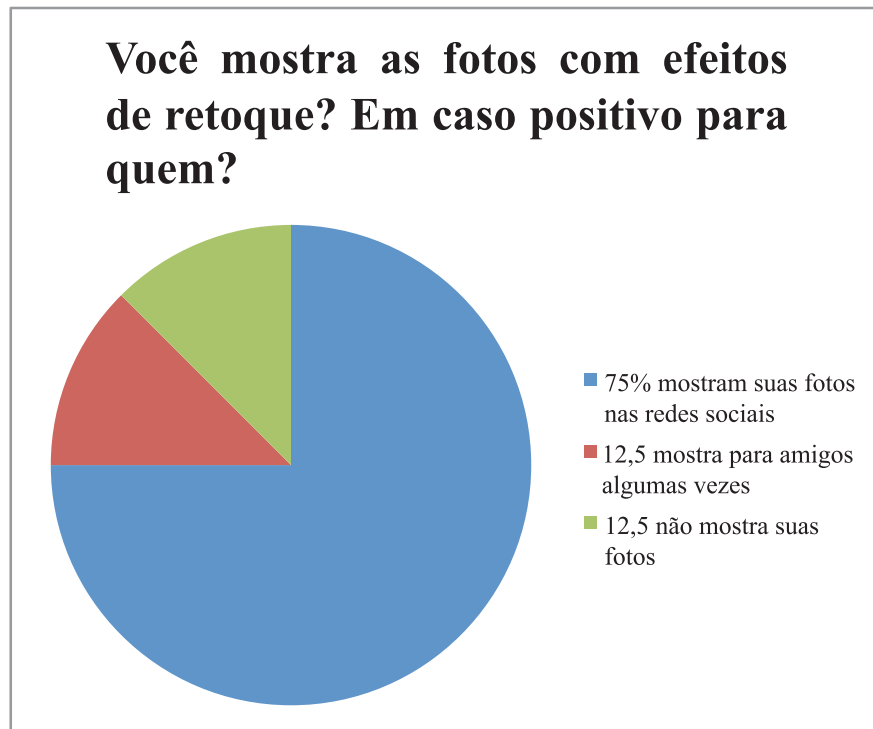
Fonte: Donazzolo, 2014.



**Figura 12: O que sente quando vê suas fotos com retoques?**

Fonte: Donazzolo, 2014.





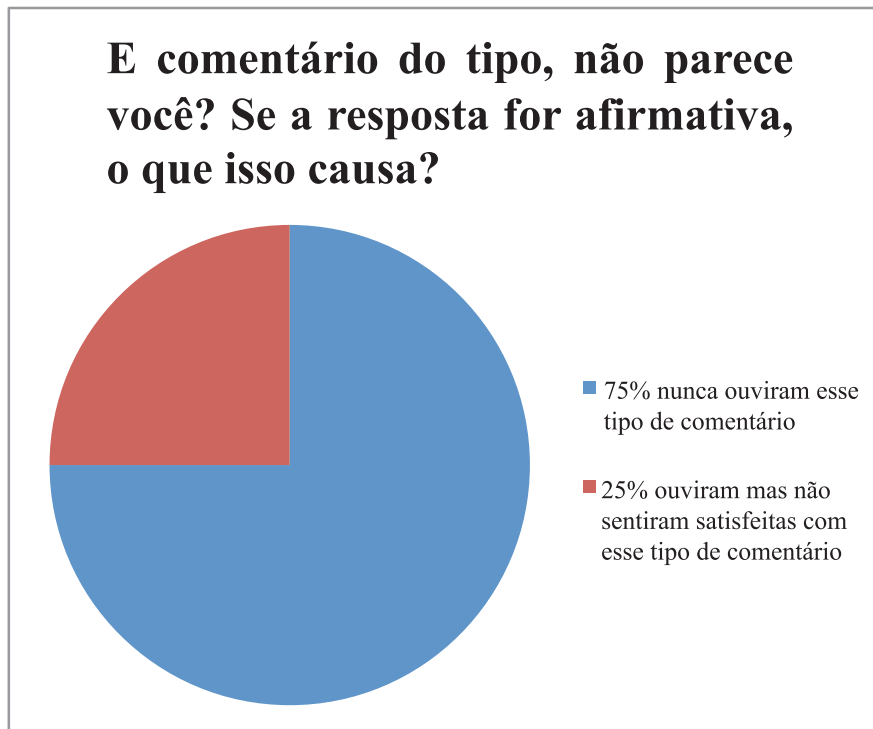
**Figura 13: Mostra as fotos com retoque**

Fonte: Donazzolo, 2014.



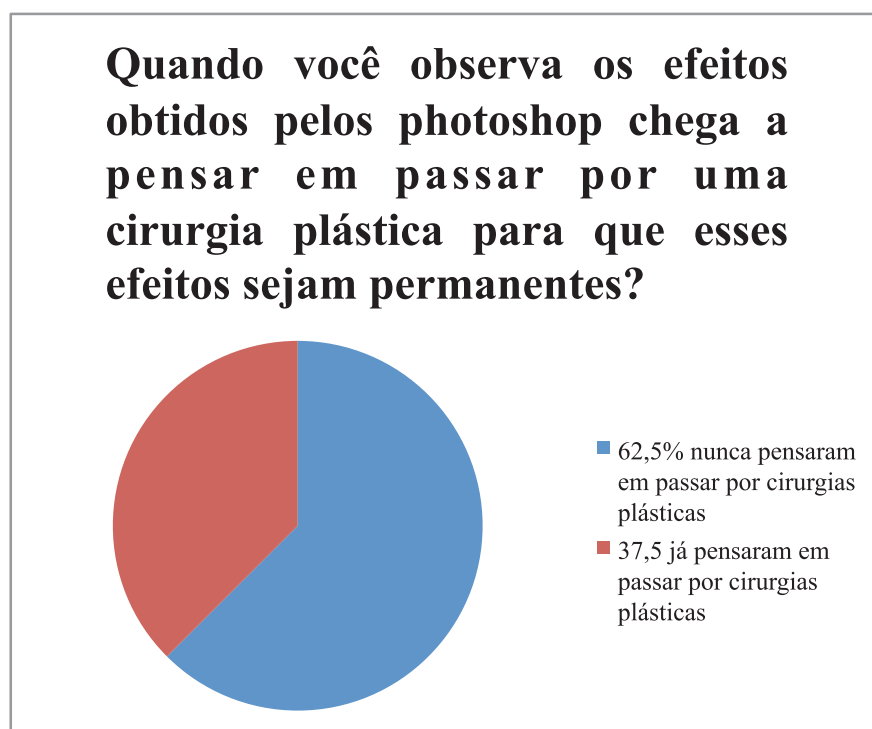
**Figura 14: As pessoas comentam que você está mais bonita?**

Fonte: Donazzolo, 2014.



**Figura 15: Já ouviu comentários do tipo não parece você?**

Fonte: Donazzolo, 2014.



**Figura 16: Pensa em passar por cirurgias plásticas?**

Fonte: Donazzolo, 2014.

Os gráficos mostraram o todo da pesquisa, o que as participantes responderam demonstra a insatisfação pessoal com a própria imagem. Mesmo sendo bonitas, jovens e atraentes elas querem mudar sua imagem, gostam dos efeitos usados nas suas fotografias para alterar sua imagem.

O padrão de beleza é algo mutante. Estamos todos em constantes transformações, o padrão de beleza mundial atual dá ênfase a corpos magros, altos e belos, no Brasil essa tendência também é seguida, mas também valorizamos os corpos mais sarados, para alcançar isso se buscam academias, massagens redutoras, tratamentos estéticos, cosméticos e uma alimentação saudável.

As mulheres estão mais sujeitas a buscar se assemelhar a um ícone de beleza, historicamente elas vem buscando um corpo que seja desejado pelos homens e invejado pelas outras mulheres. Vive-se em uma época que a mídia é a principal influenciadora feminina, a televisão é o meio de comunicação mais abrangente no Brasil e no mundo e o padrão de beleza que ela mostra é copiado e imitado por homens e mulheres.

O padrão de beleza mundial é difícil de atingir, pois mesmo quando se está muito próximo do cobiçado, as pessoas ainda não se sentem satisfeitas, é preciso entender que a perfeição não existe, todos tem sua singularidade, que é o que difere uma pessoa de outra. É difícil encontrar uma mulher que esteja satisfeita com seu corpo e sua imagem, essa busca insana pela magreza faz com que se esqueça de viver, aproveitar o que se é.

O município de Passo Fundo tem uma característica marcante que é a grande quantidade de pessoas de outras cidades da região que vem para a cidade estudar e trabalhar e acabam constituindo família aqui, as mulheres passo-fundenses são belíssimas e tem uma diversidade muito grande devido a essa miscigenação da população. Segundo dados do IBGE Passo Fundo de 2014 tem 96.776 mulheres, elas estão em maior número e ocupam um espaço cada vez maior na sociedade.

As participantes deste trabalho mostram a diversificação e a beleza da mulher passo-fundense, as oito entrevistadas já trabalharam como modelo, elas tem uma grande preocupação com a sua imagem, pois elas se utilizam ou se utilizaram de sua imagem para vender algo, as mesmas conhecem os principais recursos de manipulação usados no tratamento das imagens.

A seguir estão as imagens das fotografadas antes e depois da utilização do Photoshop, com as principais percepções e informações de cada uma.

A primeira entrevistada tem 31 anos, ela é nutricionista. Ela gosta de fotografia e também de ser fotografada.



**Figura 17: 1ª participante**  
Fonte: Donazzolo, 2014.

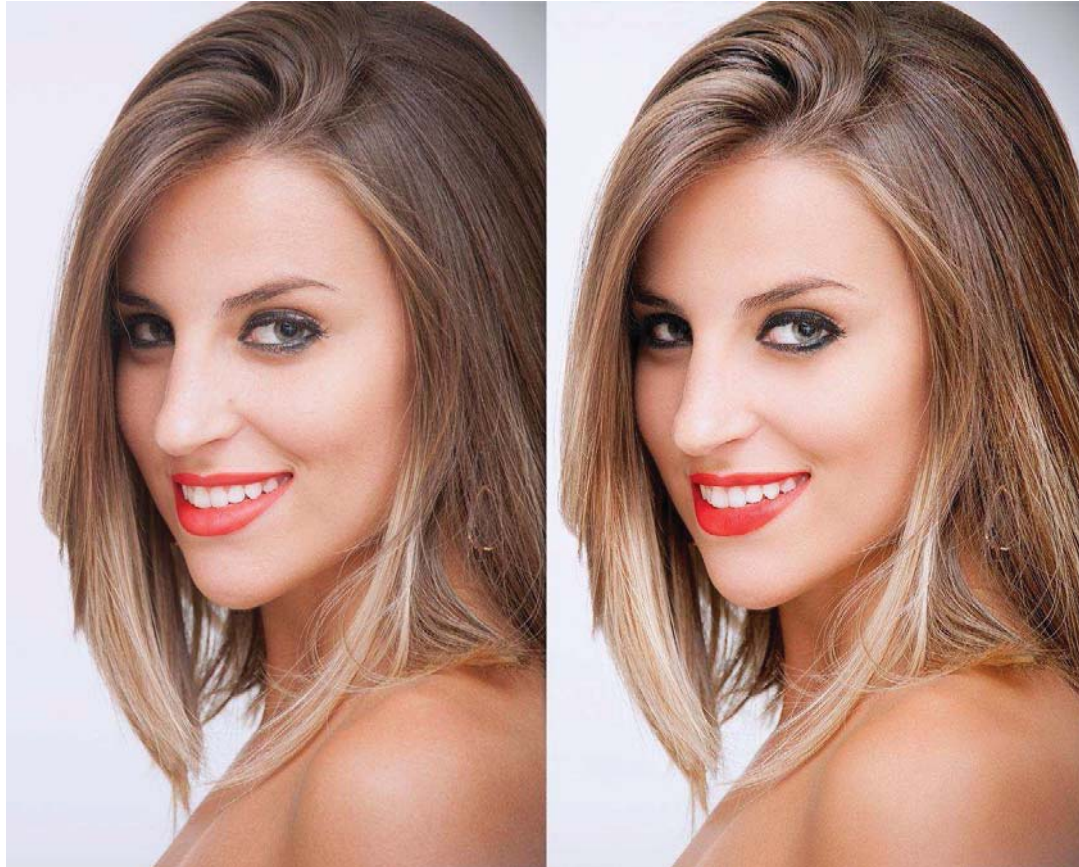
Ao se ver em fotos recentes sem efeitos de Photoshop ela não se sente satisfeita com sua imagem, ela afirmou ainda que gosta dos efeitos utilizados para amenizar marcas de expressão e imperfeições, porque ela busca sempre melhorar a sua aparência e ao ver-se nas fotos com uma imagem melhor ela se sente satisfeita.

A entrevistada costuma mostrar suas fotos com retoques em suas redes sociais, para seus amigos verem, segundo ela diversas pessoas já comentaram que ela parece mais bonita nas fotos manipuladas com o Photoshop, e já ouviu até comentários do tipo: “nem parece você”, mas que ao ouvir isso não se sente satisfeita, isso se deve pelo fato que ela quer ser reconhecida, quer ser vista mais bela mas não uma outra pessoa.

A entrevistada pensa inclusive em passar por cirurgias plásticas para que os efeitos alcançados com o uso do Photoshop em suas fotos sejam permanentes, isso ocorre principalmente a insatisfação

dela com sua imagem, quando vê suas fotos transformadas ela quer buscar aquilo, essa nova figura que ela quer atingir para ela só é possível através de uma intervenção cirúrgica.

A segunda fotografada tem 21 anos, é estudante de odontologia e além de gostar de fotografia, ela também gosta de ser fotografada.



**Figura 18: 2ª participante**

Fonte: Donazzolo, 2014.

Ela está plenamente satisfeita com sua imagem sem retoques, entretanto gosta dos efeitos e ajustes feitos em suas fotografias para amenizar efeitos naturais do tempo e diminuir algumas imperfeições, isso segundo a entrevistada a deixa plenamente satisfeita com sua imagem, já que para ela os efeitos do Photoshop ajudam a corrigir algumas imperfeições que ela não gosta em si mesma.

A entrevistada disse ainda que gosta de mostrar suas fotos manipuladas nas redes sociais, a mesma disse ainda que já ouviu comentários que ela está mais bonita nas fotos retocadas, mas que nunca lhe disseram que não parecia ela nas fotos.

Apesar de se sentir mais bonita nas fotos manipuladas a entrevistada não demonstra interesse em passar por cirurgias plásticas para ficar semelhante às fotos tratadas, para que os efeitos da

manipulação sejam permanentes, pois se sente satisfeita com esses efeitos, mas sabe que eles são fictícios, que é uma realidade criada.

A terceira entrevista tem 31 anos, é empresária. Ela gosta de fotografia e também de ser fotografada.

Ao se ver em foto recente sem retoque ela se sente satisfeita com sua imagem, ainda assim ela gosta dos efeitos e ajustes feitos em suas fotografias para amenizar efeitos naturais do tempo e diminuir algumas imperfeições, mas não informou o porque de gostar desses efeitos.

Quando ela se vê com efeitos do Photoshop ela se sente satisfeita com a sua imagem, ela costuma mostrar essas fotos retocadas para seus amigos, as pessoas ao verem suas fotos manipuladas já comentarem que ela está mais linda nessas fotos, mas nunca lhe disseram que não parecia ela nas fotos.

Apesar de também se sentir mais bonita nas fotos manipuladas a entrevistada não demonstra interesse em passar por cirurgias plásticas para ficar semelhante às fotos tratadas, para que os efeitos da manipulação sejam permanentes. Ela acredita que a intervenção cirúrgica seria um passo muito radical na busca pela imagem ideal.



A quarta entrevistada tem 33 anos, é publicitária, a mesma gosta de fotografia e em algumas ocasiões gosta de ser fotografada.



**Figura 20: 4ª Participante**

Fonte: Donazzolo, 2014.

Ela não está satisfeita com sua imagem em fotos feitas, recentemente, sem o uso do Photoshop. Ela comentou ainda que gosta dos efeitos e ajustes realizados em suas fotografias, pois essas ferramentas são empregadas para amenizar efeitos naturais do tempo e diminuir algumas imperfeições, mas que não devem haver exageros nessas manipulações.

Quando a entrevistada se vê em fotos retocadas com o auxílio do Photoshop ela fica plenamente satisfeita com essas fotos, além de postar essas fotos em suas redes sociais, principalmente no Instagram<sup>7</sup>, para amigos, familiares e parentes poderem ver essas imagens.

As pessoas ao verem suas fotos manipuladas comentaram que ela está mais bonita nessas fotos, entretanto não chegaram a dizer que não parecia ela. A entrevistada já pensou em passar por cirurgias plásticas para ficar semelhante às fotos tratadas, para que os efeitos da manipulação sejam permanentes. Isso se deve ao fato de que seria mais fácil e rápido para alcançar o corpo desejado do que praticar exercícios e cuidar da alimentação.

A quinta entrevistada tem 32 anos e é jornalista, ela gosta de fotografia e também gosta de ser fotografada.

Ela não está satisfeita quando se vê em imagens recentes sem retoques, e gosta do uso de efeitos para amenizar marcas de expressão e imperfeições em suas fotos, pois ela acredita que esses efeitos deixam a pele mais uniforme e com efeito natural.

Quando ela se vê em fotos manipuladas ela se sente satisfeita com sua imagem e costuma mostrar essas imagens para outras pessoas através das redes sociais. Ela já ouviu comentários que está mais bonita nas fotos com retoques, mas nunca lhe disseram que não parecia ela nas fotos.

Apesar de também se sentir mais bonita nas fotos manipuladas a entrevistada não demonstra interesse em passar por cirurgias plásticas para ficar semelhante às fotos tratadas, para que os efeitos da manipulação sejam permanentes.

---

<sup>7</sup>O **Instagram** é uma das redes sociais de compartilhamento de fotos e vídeos mais populares do mundo.



A sexta entrevistada tem 30 anos e é jornalista, ela gosta de fotografia e também de ser fotografada.

Ela não se sente plenamente satisfeita com sua imagem quando se vê em fotos recentes sem retoque, algumas vezes ela se sente insatisfeita. Ela gosta dos efeitos utilizados para amenizar marcas de expressão e imperfeições. Por que acredita que quando o Photoshop é bem empregado ele só tem a acrescentar.

Ao ver suas fotos com retoques ela relatou que se sente satisfeitas com sua imagem, e costuma mostrar em algumas ocasiões essas fotos a amigos. Ela expôs ainda que já ouviu comentários que estava mais bonita nas suas fotos manipuladas, mas que ninguém lhe disse que não parecia ela nas suas imagens.

A entrevistada nunca pensou em passar por cirurgias plásticas pra alcançar o resultado dos efeitos do Photoshop em suas fotos. Na sua profissão ela se utiliza da sua imagem e para fazer uma grande mudança é preciso pensar muito bem antes.

A sétima entrevistada tem 24 anos e é estudante, ela gosta de fotografia e também de ser fotografada.

Quando se vê em fotos recentes sem o uso do Photoshop ela não se sente satisfeita com a sua imagem. Ela gosta dos efeitos utilizados para amenizar marcas de expressão e imperfeições, pois segundo ela por vezes as fotos mostram coisas que não são visíveis e ela não gosta de se ver em uma foto que considere feia ou ruim

Ao ver suas fotos com retoques ela relatou que se sente satisfeita com sua imagem, e costuma mostrar em algumas ocasiões essas fotos a amigos. Ela expôs ainda que já ouviu comentários que estava mais bonita nas suas fotos manipuladas, mas que ninguém lhe disse que não parecia ela nas suas imagens.

A entrevistada já pensou em passar por cirurgias plásticas pra alcançar o resultado dos efeitos do Photoshop em suas fotos, ela sabe que a imagem é fundamental nos dias atuais e o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo e que para se estabelecer é necessário ter uma boa aparência e imagem.

A oitava entrevistada tem 30 anos e é administradora, ela gosta de fotografia e também de ser fotografada.

Ela não está satisfeita com sua imagem sem efeitos de Photoshop, ela gosta dos efeitos utilizados em suas fotos para amenizar as marcas de expressão e as imperfeições, mas mesmo ao ver suas fotos manipuladas no Photoshop ainda assim ela não se sente satisfeita com sua imagem, e mesmo quando suas fotos são manipuladas com o auxílio do Photoshop ela não costuma mostrar essas fotos para outras pessoas, isso se deve a essa insatisfação pessoal da participante com seu corpo e sua imagem.

Quando outras pessoas vêem suas imagens manipuladas já comentaram com ela que a mesma está mais bonita, entretanto ninguém lhe falou que não parecia ela nas fotos. Apesar do grande descontentamento que ela sente a respeito da sua figura ela não pensa em passar por cirurgias plásticas para que os efeitos obtidos com o uso do Photoshop sejam permanentes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desse estudo buscou-se abrir uma discussão a cerca de um assunto pouco explorado no meio acadêmico que é a utilização exagerada do Photoshop. Poucas publicações sobre o tema visto da perspectiva crítica social foram encontradas, o que existem são muitas publicações e livros referentes a tutoriais de sua utilização.

Na busca por algumas respostas que intrigam a pesquisadora, encontra-se o fato da fotografia ser para Santaella um rastro que deixa pegada e vestígios e uma "emanação do real", o que se pode concluir que o real nas fotografias manipuladas é algo mutável e de característica ilusórias. Nesse caso as fotografias com manipulação, não servem como registro de uma época ou de uma realidade e sim de uma projeção para o ideal que cada um busca deixar como rastro e registro.

Além do que se pode constatar sobre o tema da beleza e seus padrões é que a busca pela aceitação e aprovação continua interferindo na forma de aceitação das mulheres, pelo menos deste grupo analisado.

A pesquisa levou em conta as características do grupo, que apesar de ter a experiência como modelo, sendo consideradas bonitas pelo padrão atual e algumas afirmarem estarem satisfeitas com sua imagem sem retoques, todas elas gostam e ficam muito mais satisfeitas com a utilização dos retoques.

Na questão que aborda para quem as entrevistadas mostram as fotos manipuladas, o resultado já era esperado, já que a maioria gosta de postar as imagens manipuladas nas suas redes sociais, onde as imagens são vistas e aprovadas.

Apesar de não ser de 100% do grupo a resposta sobre o desejo de tornar definitivos os efeitos obtidos pelo programa através de cirurgia plástica, ainda é possível afirmar que existe a possibilidade dessa influência.

É possível um software de edição de imagens como o Photoshop ter a capacidade de aumentar a satisfação pessoal, porém se a beleza é algo relativo e depende da interpretação e avaliação das características do que é considerado belo para cada um, seria desnecessário instituírem-se padrões de beleza, seria mais coerente uma aceitação pessoal natural.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Lilian. *A Arte da Pré-História nos Períodos Paleolítico e Neolítico*. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/historiag/a-arte-prehistoria-nos-periodos-paleolitico-neolitico.htm> Acesso em: 23 mai. 2014.
- BACHINI, Karen. Você está dentro do padrão de beleza? Disponível em: <http://eaibeza.com/off/voce-esta-dentro-do-padroao-de-beleza/> Acesso em: 04 abr. 2014.
- BARBOZA, Renan. *A história da fotografia*. Disponível em: <http://ahistoriadacomunicacao.wordpress.com/2013/04/01/a-historia-da-fotografia> Acesso em: 04 abr. 2014.
- BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BENTOLILA, CL. *Moldagens dos corpos e produção de subjetividade. Investimentos biopolíticos na sociedade moderna e contemporânea*, 2005. 116 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia e Ecologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.
- BODY evolution - model before and after Photoshop*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xKQdwjGiF-s> Acesso em: 14 abr. 2014.
- BRAINSTORM 9. *Clipe faz transformação digital de beleza em tempo real* Disponível em: <http://www.brainstorm9.com.br/44481/musica/clipe-faz-transformacao-digital-de-beleza-em-tempo-real/> Acesso em: 14 jun. 2014.
- BOGGIE: nouveau parfum*. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=sZwmo\\_2DOz0](https://www.youtube.com/watch?v=sZwmo_2DOz0) Acesso em: 21 mai. 2014.
- CAETANO, G.J. *Saúde é o que interessa! O resto não tem pressa. Secretaria de Estado da Educação do Paraná*. Educação Física, 2006. Disponível em: <http://www.coweb.com.br/arq/arq3727.pdf> Acesso em: 09 mar. 2014.
- CAMILO, Eduardo J. M., *Antonímias da fotografia publicitária: da ostentação à elisão dos objetos*. Covilhã, Universidade da Beira Anterior, Departamento de Comunicação e Artes/LABCOM, 2010.
- CARUSO, Luis. *O que é Photoshop?* Disponível em: <http://www.fotografia-dg.com/o-que-e-photoshop/> Acesso em: 23 abr. 2014.
- CORDEIRO, Hugo Pacheco. *Uso de ferramentas tecnológicas em produções cinematográficas*. Faculdade de tecnologia da Zona Leste, São Paulo, 2012.

DA COSTA, Josiane A. “*Espelho, espelho meu: será que algum dia a Barbie serei eu?*” *Design Barbie – 50 anos de influência estética*. Monografia. Bacharelado em Design. Centro Universitário UNIVATES, Lajeado, RS, 2009.

DÂMASO, Livia. *Como criar uma conta no Instagram; saiba o que é e como funciona a rede*. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2014/01/como-fazer-uma-conta-no-instagram-saiba-o-que-e-e-como-funciona-rede.html> Acesso em: 12 mai. 2014.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. São Paulo: Papyrus, 1994.

ECO, U. (Org.). *História da beleza*. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ENSAIO submete quatro mulheres às mágicas do Photoshop. Disponível em: <http://cmais.com.br/noticias-jornalismo/ensaio-submete-quatro-mulheres-as-magicas-do-photoshop-1> Acesso em: 25 mai. 2014.

ETCOFF, Nancy. *A lei do mais belo: a ciência da beleza*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

FANTÁSTICO. *Pesquisa revela qual é o verdadeiro padrão de beleza da mulher brasileira*. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2013/07/pesquisa-revela-qual-e-o-verdadeiro-padrao-de-beleza-da-mulher-brasileira.html> Acesso em 05 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. *Brasileiros são os mais infelizes com peso na América Latina, diz pesquisa*. Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2012/01/brasileiros-sao-os-mais-infelizes-com-peso-na-america-latina-diz-pesquisa.html> Acesso em: 20 mai. 2014.

FERREIRA, A. *Novo Aurélio século XXI: O dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

JOLIVET, Régis. *Tratado de filosofia III. Metafísica*. Rio de Janeiro: Agir, 1965.

KOSSOY, Boris. *Realidades e Ficções na Trama Fotográfica*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

LAHAM, Rogério Ferreira; LOPES, Dirce Vasconcellos. *Discursos Fotográficos* v. 1, n.º.1 Londrina, 2005.

LEITE, Enio. *História da fotografia digital*. Disponível em: <http://forum.mundofotografico.com.br/index.php?topic=5141.0> Acesso em: 15 mai. 2014.

LIDWELL, William; BUTLER, Jill. *Princípios universais do design: — 125 maneiras de aprimorar a usabilidade, influenciar a percepção, aumentar o apelo e ensinar por meio do design*.

Gloucester, USA: Editora Bookman, 2001.

MAINETTO, Cristiane. *Princípios artísticos composição na fotografia*. Disponível em: <http://fotografoamador.net.br/author/cristiane-maietto/> Acesso em: 15 jun. 2014.

MARTINS, G.A. 2006. *Estudo de Caso: Uma Estratégia de Pesquisa*. São Paulo, Atlas, 11 p.

MEGGS, Philips B. *A history of graphic design*. 3. ed. USA: John Wiley & Sons, 1998.

MOURA, Regina. *Iconografias do feminino: Mitos, arte e outras representações. História, imagem e narrativas*. Nº 10, abril/2010 – EDIÇÃO ESPECIAL - ISSN 1808-9895.

NETO, Cid Costa. *Máquina do tempo: Daguerreótipo*. Disponível em:

<http://www.resumofotografico.com/2011/09/maquina-do-tempo-daguerreotipo.html> Acesso em 20/04/2014 Acesso em: 30 abr. 2014.

OLIVEIRA, Rafael. *História do Photoshop*. Disponível em

<http://vitaminapublicitaria.com.br/design/historia-do-photoshop/> Acesso em: 14 mai. 2014.

PASSO FUNDO, *infográficos: histórico*. Disponível em:

<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=431410&search=rio-grande-do-sullpasso-fundolinfograficos:-historico> Acesso em: 12 mai. 2014.

PESQUISA *investiga qual o padrão de beleza da mulher brasileira*. Globo TV/ Fantástico. 6,24min.

Son, Color. 14 Jul. 2013. Disponível em: <http://globotv.globo.com/rede-globo/fantastico/v/pesquisa-investiga-qual-o-padroao-de-beleza-da-mulher-brasileira/2692170/>. Acesso em: 10 abr. 2014.

PHOTOSHOPPING *real women into cover models*. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=zRlpIkH3b5I> Acesso em: 14 abr. 2014.

SAMAIN, Etienne. *O fotográfico: vol. 29 Linguagem e Cultura*. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2005.

SANTAELLA, Lucia. *Leitura de imagens*. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2012.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

\_\_\_\_\_. *As infinitas descobertas do corpo*. In: Cadernos pagu. *Revista Semanal do Núcleo de Estudos de Gênero*. Campinas: Unicamp, 2000.

SCHIMIDT, Fernanda. *Top nº2 do mundo, russa Sasha Pivovarova não se reconheceu em nova campanha da Dior*. Disponível em:

<http://estilo.uol.com.br/moda/ultimasnoticias/redacao/2010/07/13/top-n2-do-mundo-russa-sasha-pivovarova-nao-se-reconheceu-em-nova-campanha-da-dior.htm> Acesso em: 26 jun. 2014.

SPINELLI, Miguel. *Lucrecio e Virgílio, as várias faces de Vênus: musa, genitora e vulgívaga*. In: *Hypnos*, São Paulo, nº 23, 2º semestre 2009. PUCSP, p. 258-277.

VARO, Lila. *Artista NickolayLamm recria a Barbie baseada em medidas realistas*. Disponível em: <http://misturaurbana.com/2013/07/artista-nickolay-lamm-recria-a-barbie-baseada-em-medidas-realistas/> Acesso em: 27 abr. 2014.

VIGARELLO, Georges. *História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

**ANEXO A****QUESTIONÁRIO**

1. Idade:

2. Profissão:

3. Gosta de fotografia?

sim  não

4. E de ser fotografada?

sim  não

5. Quando se vê em foto recente sem retoque, sente satisfação com sua imagem?

sim  não

6. Gosta de efeitos utilizados para amenizar marcas de expressão e imperfeições?

sim  não

Por quê?

7. Quando se vê com tais efeitos o que sente?

satisfação  muita satisfação  não sente satisfação

8. Você mostra as fotos com efeitos de retoque?

sim  não

Em caso afirmativo para quem?

9. Já ocorreu de as pessoas ao verem suas fotos manipuladas, comentarem que você está mais linda?

sim  não

10. E comentário do tipo, não parece você?

sim  não

Se a resposta for afirmativa, isso causa:

satisfação  muita satisfação  não sente satisfação

11. Quando você observa os efeitos obtidos pelos Photoshop chega a pensar em passar por uma cirurgia plástica para que esses efeitos sejam permanentes?

sim  não



**ANEXO B**

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO  
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)**

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa intitulada “O USO DAS FERRAMENTAS DO SOFTWARE PHOTOSHOP E SUA INFLUÊNCIA ESTÉTICA EM UM GRUPO DE MULHERES DA CIDADE DE PASSO FUNDO”, de responsabilidade da pesquisadora Silvana TresDonazzolo. Esta pesquisa justifica-se devido á utilização deste recurso de manipulação de imagem estar sendo cada vez mais difundido pela publicidade e em retratos de mulheres.

O objetivo desta pesquisa é analisar a influência desta ferramenta em um grupo de 08 mulheres, com faixa etária entre 20 e 40 anos, que já tiveram fotos publicadas em trabalhos publicitários, como encarte, e já passaram pelo processo de manipulação de imagem Photoshop e residentes na cidade de Passo Fundo.

A sua participação na pesquisa será feita através da resposta de um questionário que será enviado via e-mail, juntamente com uma imagem que será a base para a resposta de tal questionário.

Você terá a garantia de receber esclarecimentos sobre qualquer dúvida relacionada, à pesquisa e poderá ter acesso aos seus dados em qualquer etapa do estudo. Receberá também, se tiver interesse, cópia de toda a pesquisa realizada, com seus resultados finais, e contribuirá com o projeto de pesquisa da acadêmica Silvana TresDonazzolo. Sua participação nessa pesquisa não é obrigatória e você pode desistir a qualquer momento, retirando seu consentimento.

O questionário é simples e não oferece nenhum tipo de risco físico, ético ou moral aos participantes.

Caso você tenha dúvidas sobre o comportamento dos pesquisadores ou sobre as mudanças ocorridas na pesquisa que não constam no TCLE, ou se considere prejudicado (a) em sua dignidade e autonomia, você pode entrar em contato com a pesquisadora Silvana TresDonazzolo pelo telefone (54) 9975 9563, com o curso de Publicidade e Propaganda da UPF, (54) 3316 8183 ou também pode consultar o Comitê de Ética em Pesquisa da universidade, pelo telefone (54) 3316 8370, horário de funcionamento de segunda a sexta das 08h às 12h e das 13h30 às 17h30min.

Dessa forma, se você concorda em participar da pesquisa como consta nas explicações e orientações acima, coloque seu nome no local indicado abaixo.

Desde já, agradeço a sua colaboração e solicitamos a sua assinatura de autorização neste termo, que será também assinado pelo pesquisador responsável em duas vias, sendo que uma ficará com você e outra com o (a) pesquisador (a).

**Passo Fundo \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014.**

**Nome do (a) participante:** \_\_\_\_\_

**Assinatura:** \_\_\_\_\_

**Nome do (a) pesquisador (a):** \_\_\_\_\_

**Assinatura:** \_\_\_\_\_