



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**  
**ANDERSON LUIS SEIBEL**

**BELEZA PIXEL:**  
**A IMPLICAÇÃO DO FALSO NAS FOTOGRAFIAS DE NU FEMININO**  
**DA PLAYBOY**

**PALHOÇA**  
**2010**

**ANDERSON LUIS SEIBEL**

**BELEZA PIXEL:  
A IMPLICAÇÃO DO FALSO NAS FOTOGRAFIAS DE NU FEMININO  
DA PLAYBOY**

Monografia apresentada ao Curso de graduação em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Raquel Wandelli, Msc.

**PALHOÇA**

**2010**

**ANDERSON LUIS SEIBEL**

**BELEZA PIXEL:  
A IMPLICAÇÃO DO FALSO NAS FOTOGRAFIAS DE NU FEMININO  
DA PLAYBOY**

Esta Monografia foi julgada adequada à obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda e aprovado em sua forma final pelo Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade do Sul de Santa Catarina.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

---

Prof.<sup>a</sup> e orientadora Raquel Wandelli, Msc.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Prof.<sup>a</sup> Helena Iracy Cerquiz Santos Neto, Msc.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Prof. Valmir Dos Passos, Esp.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

Dedico esta monografia a todos que amo,  
sua compreensão e incentivo me levam a  
lugares inimagináveis.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a minha orientadora Raquel Wandelli, sua compreensão, incentivo, persistência, dedicação e enorme paciência foram de extrema importância para a realização desta monografia.

A todos os colegas e professores que estiveram ao meu lado e fizeram parte desta jornada pela graduação.

À minha família e amigos, que se fizeram presentes e sempre me apoiaram em todos os momentos que passei.

“Não fazemos uma foto apenas com uma câmera; ao ato de fotografar trazemos todos os livros que lemos, os filmes que vimos, a música que ouvimos, as pessoas que amamos.” (Ansel Adams)

## RESUMO

Desde seu surgimento, fotografias carregavam junto a si um determinado *status* de credibilidade, já que devido às características de sua gênese, elas supostamente seriam dotadas de uma incontestável fidelidade ao representarem o que é que fosse fotografado. Imagens fotográficas seriam então detentoras da verdade e perfeitos espelhos da realidade. No entanto, com o surgimento do advento da fotografia digital e com a massiva popularização das capacidades de manipulação da imagem desta nova tecnologia, a fotografia entra em um processo de redefinição conceitual. Agora podemos e devemos desconfiar das fotos. A exatidão, a originalidade e a imparcialidade ao retratar o seu referente se tornam passíveis de contestação. Assim, nesse contexto, as fotografias de mulheres em ensaios sensuais da revista Playboy são também dignas de dúvidas, já que os corpos ali representados não passariam de distorções do real e simulações produzidas digitalmente. Editores munidos de softwares são capazes de modificar e construir corpos por completo, corpos que nada têm de real, são fantasias, possíveis apenas na imaginação e agora também no virtual. Esta monografia pretende analisar as implicações do surgimento da imagem digital para a própria fotografia e para a sociedade, que a todo momento é atingida pela mídia com essas imagens “falsificadas” e pelos ideais nelas impregnados.

Palavras-chave: Fotografia digital. Corpo. Ideal de beleza.

## **ABSTRACT**

Since its first appearance, photographs used to carry themselves a determined credibility status, due to its genesis characteristics, it would supposedly be endowed with an incontestable fidelity by representing what needed to be photographed. Photo, would be, then, truth owners and perfect reality mirrors. However, with the emerging of the digital photo advent and picture manipulation capabilities massive popularization of this technology, photo enters into a process of conceptual redefining. Now, we could and should distrust photo. The accuracy, the originality and the impartiality on portraying its concerning become contestating liable. Thus, in this context, women photo in sensual photoshoots for Playboy magazine are also worthy of doubts, since, the represented bodies would be mere reality distortion and digitally produced simulations. Editors, provided with softwares, are capable of modifying and building complete bodies, wich have nothing of real, are fantasies, possible only in imagination and now, also, on virtual. This monograph wish to analyze the emerging implications of digital photo to photo itself and to society, wich is hit by media all the time with fake pictures and by its impregnated beliefs.

Key-words: Digital photo. Body. Beauty ideal.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Imagem produzida por Daguerre com o daguerreótipo .....	13
Figura 2 – Fotografia de Hitler, já alterada na Segunda Guerra .....	17
Figura 3 – Capa da primeira edição da Playboy .....	20
Figura 4 – Ticiane e Helô Pinheiro na Playboy .....	22
Figura 5 – Trecho de vídeo que demonstra o processo de manipulação.....	25

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 ORIGEM E CREDIBILIDADE.....</b>	<b>12</b>
<b>3 IMAGENS DO CORPO IDEAL.....</b>	<b>19</b>
<b>4 CONCLUSÃO.....</b>	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>31</b>
<b>ANEXO A – Entrevista com J. R. Duran.....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXO B – Crônica: Abolição da Mulher Pelada.....</b>	<b>36</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Fotografias, “miniaturas da realidade”<sup>1</sup>, como define Sontag, já não podem ser mais reconhecidas como tais. Papéis fotossensíveis, negativos e processos químicos foram substituídos por câmeras digitais e computadores. Juntamente com a evolução do equipamento, surgiram as mudanças, ou pelo menos um princípio de mudança, no que se define por fotografia. Fotos, antes repletas de credibilidade e detentoras do status de “prova” de que algo existiu ou aconteceu, agora são fontes de incertezas, um lugar onde é difícil discernir verdade e mentira, ou real e falsificado, um lugar onde o falso se potencializa.

As possibilidades da fotografia digital e da manipulação das imagens são infinitas. Contando com a habilidade de um editor e a tecnologia de um *software*, é possível “construir” uma imagem sem qualquer relação com o real. No conceito de fotografia como “documento do real”<sup>2</sup>, persistente no senso comum, a legitimidade de uma imagem não é passível de contestação. No entanto, um exemplo muito próximo de fotografias que operam transformações fundamentais na imagem para produzir efeitos ou resultados ilusórios para o espectador, mas já não passam com sua “transformação” despercebida, são as fotos presentes em ensaios sensuais de revistas como a *Playboy*. Em busca de uma beleza fantasiosa, corpos femininos irreais são “montados”. Mulheres, que aos olhos mais críticos e conhecedores das capacidades das imagens digitais, mais parecem pinturas surrealistas.

A arte da fotografia, que antes carregava as características de seu criador em poucos elementos, como ângulos e poses, agora recebe interferências também da pós-produção digital. O manipulador da imagem aplica sobre ela suas vontades, transformando-a em algo que antes só podia existir em sua imaginação.

Aquele que olha para as fotos de um exemplar de uma revista *Playboy*, não vê uma mulher de verdade, antes refém das “imperfeições” do mundo real, mas sim um ideal da beleza feminina, que é buscado incessantemente por produtores e espectadores da imagem, um ideal que habita nossos desejos e também o mundo

---

<sup>1</sup> SONTAG, Susan. **Ensaio Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia Das Letras, 2004. p.14.

<sup>2</sup> KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002. p.

onde tudo é possível, o virtual. O consumidor de tais fotografias tornou-se um cúmplice da mentira presente ali, que aceita e admira ao falso.

Este trabalho pretende discutir os fatores relacionados às mudanças ocorridas na forma de abordagem da imagem fotográfica a partir do evento da fotografia digital e da possibilidade de sua manipulação, formulando assim conteúdo reflexivo e crítico sobre o tema.

É preciso evidenciar a necessidade de discussão e compreensão das transformações sofridas no processo de produção e na forma de observar e interpretar a informação contida na fotografia. Assim trazendo à tona a reflexão sobre o possível pacto entre produtor, imagem e espectador dos ensaios sensuais da revista *Playboy*, onde parece ser visível um completo desapego pelo real e uma admiração pelo falso. A relação histórica da fotografia com a fidelidade na representação do real, agora dá lugar à busca pela beleza, irreal e virtual.

A fotografia está presente na maioria dos meios de comunicação e sua relevância para os mesmos e para a sociedade é indiscutível. Alterações na maneira com que “processamos” as fotos podem causar grande impacto para quem as produz, tanto para quem as consome, o que torna de grande valia uma compreensão maior sobre o tema.

A presente pesquisa pretende através do método investigativo de fontes bibliográficas e da análise do objeto central discutir de que forma as evidentes modificações sofridas pelos processos que abrangem a fotografia, devido ao desenvolvimento de tecnologias digitais, alteraram a nossa relação com a imagem fotográfica e como compreendemos a informação contida nela.

## 2 ORIGEM E CREDIBILIDADE

[...] Anunciamos uma importante descoberta de nosso célebre pintor de diorama Sr. Daguerre. É uma descoberta prodigiosa. Ela desconcerta todas as teorias da ciência sobre a luz e sobre a ótica, e fará uma revolução na arte do desenho. O Sr. Daguerre encontrou um meio de fixar imagens que vêm se pintar sobre o fundo de uma câmara escura; de tal modo que as imagens não são mais o reflexo passageiro dos objetos, mas sua impressão fixa e duradoura, podendo se transportar para longe da presença dos objetos como um quadro ou uma estampa. Imagine-se a fidelidade da imagem da natureza reproduzida pela câmara escura [...]. Vocês verão o quanto seus lápis e seus pincéis estão longe da veracidade do Daguerótipo. No entanto, que os desenhistas e pintores não se desesperem, os resultados do Sr. Daguerre são algo diferente de seus trabalhos e, por melhor que seja, não pode substituí-los. Se eu quisesse fazer uma comparação dos efeitos trazidos pelo novo procedimento, diria que são como a gravura a buril ou a gravura em negro, mais para esta última. Quanto à veracidade, estão acima de tudo.<sup>3</sup>

O texto acima é um trecho retirado a partir da tradução de uma matéria jornalística publicada no dia 6 de janeiro de 1839, em um jornal Francês chamado *Gazette de France*. A relevância desta notícia deve-se ao fato de ela ser reconhecida como a primeira sobre a fotografia. Em seu texto, o jornalista Hippolyte Gaucheraud descreve a grande invenção de Louis Daguerre, o Daguerreótipo, uma máquina que opera um processo ainda bastante arcaico, utilizando químicos e placas de metal, mas que no futuro seria um dos responsáveis pela origem da fotografia analógica como hoje a conhecemos. Após a divulgação da nova invenção de Daguerre, muitos outros estudiosos, dentre eles até mesmo um brasileiro, tentaram obter para si o crédito da descoberta da “fotografia”, apresentando experiências com processos e resultados muito semelhantes ao do daguerreótipo, como no caso de Fox-Talbot e sua Calotipia. Há quem atribua a descoberta a Joseph Niépce, associado de Daguerre e já falecido em 1839, que em 1826 já tinha reproduzido imagens através de seu processo de heliografia, que foi apenas aperfeiçoado e rebatizado por Daguerre.

---

<sup>3</sup> GAUCHERAUD, Hippolyte. **Nova descoberta. *Gazette de France***. Tradução de Ronaldo Entler. Paris, jan. 1839. Disponível em: <[www.iconica.com.br/?p=292](http://www.iconica.com.br/?p=292)>. Acesso em: 03 mai. 2010.



Figura 1 – Imagem produzida por Daguerre com o daguerreótipo  
Fonte: < [www.graphicsshowcase.com/Photography/History/](http://www.graphicsshowcase.com/Photography/History/)>

Gosto de pensar que a descoberta teria surgido do esforço conjunto de todos os estudiosos do assunto, porém, principalmente para os franceses, o crédito é mesmo de Daguerre, que foi o primeiro e único a ter seu método reconhecido pela Academia Francesa de Ciências, no dia 19 de agosto de 1839, data comemorada hoje como o dia mundial da fotografia.

Embora o valor histórico do texto jornalístico citado seja de grande relevância, não é este o único fator que torna sua inserção pertinente nesta pesquisa. Além do fato que foi retratado, chamo a atenção também para a admiração e espanto que o jornalista coloca em suas palavras ao retratar o que presenciou. É possível perceber o seu entusiasmo ao descrever a perfeição e a fidelidade com que a técnica permite apresentar os referentes de realidade, assim como, a veracidade presente nas imagens produzidas também é afirmada com ênfase.

A fidelidade e a veracidade da fotografia estão ligadas à suposta capacidade da mesma de convocar com aparente exatidão e sem nenhuma interferência os elementos do mundo real que nela forem retratados.

[...] Desde seu surgimento e ao longo de sua trajetória, até os nossos dias, a fotografia tem sido aceita e utilizada como prova definitiva, “testemunho da verdade” do fato ou dos fatos. Graças a sua natureza físico-química – e hoje eletrônica – de registrar aspectos (selecionados) do real, tal como

estes de fato se parecem, a fotografia ganhou elevado status de credibilidade.<sup>4</sup>

Essa credibilidade, ou a ausência dela, é o que motivou, motiva e com certeza ainda motivará muitas discussões em torno da fotografia e do conceito de realidade ligado a ela, tendo como exemplo esse trabalho. A revolução digital corrente na fotografia, assim como em muitos outros elementos do mundo moderno, trouxe à tona essa discussão. No entanto, ela nunca esteve ausente em toda a história da fotografia, já que, como foi possível observar na notícia do *Gazette de France*, *algumas das idéias que a motivam, como a fidelidade e a veracidade, já estavam presentes desde o momento de sua gênese.*

*Em seus primórdios, a fotografia devia sua capacidade de “representação fiel da realidade” ao fato de ser produzida de forma mecânica. A ausência de interferência do produtor, que se limitava a observar o processo acontecer de forma quase automática, era o que diferenciava a fotografia das outras artes que tentavam representar o mundo real na época, como a pintura e o desenho. Estes, por mais perfeitos que fossem, sempre iriam carregar consigo as marcas únicas de seus produtores.*

Existe uma espécie de consenso de princípio que pretende que o verdadeiro documento fotográfico “presta contas do mundo com fidelidade”. Foi-lhe atribuída uma credibilidade, um peso de real bem singular. E essa virtude irredutível de testemunho baseia-se principalmente na consciência que se tem do processo mecânico de produção da imagem fotográfica, em seu modo específico de constituição e existência: o que se chamou de automatismo de sua gênese técnica.<sup>5</sup>

Então a fotografia, vítima de certo preconceito por parte do mundo das artes, deveria se limitar à função documental, servindo de auxiliar para atestar fatos do passado, uma mera testemunha de que “isso foi”<sup>6</sup>, como diria Barthes, longe de qualquer interpretação, subjetividade ou intenção estética. Assim, a fotografia vê-se, por um momento, muito mais próxima de campos como a ciência e o jornalismo, onde sua função de retransmitir com exatidão o real seria mais útil. Justamente por isso, é nesse mesmo momento, quando se intensificam as pesquisas para melhorar

---

<sup>4</sup> KOSSOY, 2002, p. 19.

<sup>5</sup> DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1993, p. 25.

<sup>6</sup> BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 42.

ainda mais a qualidade e o desempenho das imagens, como por exemplo, o início da busca por cor em 1862, que se intensifica a capacidade de mimetismo na fotografia.

Fazendo-se valer desse afastamento do imaginário, do ficcional das artes, a imagem fotográfica acaba por fortalecer seu status, credibilidade e o pensamento de que:

[...] a fotografia, pelo menos aos olhos da doxa e do senso comum, não pode mentir. Nela a necessidade de “ver para crer” é satisfeita. A foto é percebida como uma espécie de prova, ao mesmo tempo necessária e suficiente, que atesta indubitavelmente a existência daquilo que mostra.<sup>7</sup>

Essa crença acabou por transformar a fotografia em um poderoso instrumento para veicular ideias e manipular opiniões, principalmente quando se tornou possível a divulgação em massa das imagens, como é o caso do jornalismo. A fotografia é incontestável por natureza, conceito que já se mostrou por várias vezes equivocado durante toda a história das discussões a respeito da fotografia, mas que ainda persiste, mesmo que de forma mais relativizada.

Não demorou para que fotógrafos contestassem tal afastamento e afirmassem que a fotografia era sim capaz de ser reconhecida como arte. Surgiram movimentos como o Pictorialismo, que tratava as fotos como pinturas, ou seja, realizava intervenções com pincéis, lápis e outros instrumentos, sobre fotografias já produzidas. Porém, não era preciso unir a fotografia a outras formas de arte para ela se tornar passível das características e da subjetividade de seu autor e assim também alcançar o status de arte. Bastava um olhar mais atento e conhecedor sobre os processos de concepção e construção da imagem, para notar que intervenções do autor sempre estiveram presentes.

[...] As possibilidades de o fotógrafo interferir na imagem – e portanto na configuração própria do assunto no contexto de realidade – existem desde a invenção da fotografia. Dramatizando ou valorizando esteticamente os cenários. Deformando a aparência de seus retratados, alterando o realismo físico da natureza e das coisas, omitindo ou introduzindo detalhes, o fotógrafo sempre manipulou seus temas de alguma forma [...] Entre o

---

<sup>7</sup> DUBOIS, 1993, p. 25.



assunto e sua imagem materializada ocorreu uma sucessão de interferências ao nível da expressão que alteraram a informação primeira.<sup>8</sup>

Então, a fotografia agora se aproxima das artes e tem seu status de credibilidade colocado em questão. Já é sabido que as imagens fotográficas estão suscetíveis às vontades de seu criador. Técnicas como a escolha de lentes, filtros, enquadramento, ângulos de tomada, iluminação, cortes, etc. são capazes de transformar o referente, portanto, o que se pode enxergar agora em uma fotografia não é uma representação fiel e perfeita do que quer que tenha sido fotografado, e sim uma referência a tal objeto que foi construída a partir da interpretação de um artista.

[...] As fotografias não podem ser aceitas imediatamente como espelhos fiéis dos fatos. Assim como os demais documentos elas são plenas de ambiguidades, portadoras de significados não explícitos e de omissões pensadas [...].<sup>9</sup>

Mas estas técnicas para manipular a imagem, em sua grande maioria, eram apenas de conhecimento dos próprios fotógrafos, pelo menos nesse momento da história fotográfica. Isto fez com que os espectadores das imagens se tornassem reféns da informação contida nelas. A fotografia ainda detentora de credibilidade, em sua essência inquestionável, é agora capaz de iludir e enganar o espectador, mesmo que não seja essa sua intenção. O desconhecimento do espectador diante da manipulação e o grande poder de persuasão ainda persistente na fotografia, dificulta a diferenciação crítica da realidade em relação à construção imagética.

Mais recentemente a discussão envolvendo a fotografia e a sua relação com o real foi retomada de forma bastante intensa. Isso se deve ao surgimento e a popularização do advento digital, fato este que modificou em muito o que entendemos por imagem fotográfica.

A fotografia agora abandona o meio bidimensional do papel para entrar no mundo do virtual, onde praticamente tudo é possível. Câmeras digitais aliadas a computadores potentes e a *softwares* de edição são capazes de modificar a imagem

---

<sup>8</sup> KOSSOY, 2002, p. 30.

<sup>9</sup> Ibid., p. 22.

e tornar toda alteração, por mais explícita que seja, totalmente crível para qualquer espectador.

A ampla e veloz divulgação das técnicas de manipulação da imagem, fato que também é atribuído ao universo digital, tornou público a todos as capacidades da mesma. Já é senso comum saber que toda imagem pode ser alterada. Assim, tal conhecimento tratou de retirar qualquer vestígio de credibilidade ainda residente na fotografia. Não é raro, mesmo dentre aqueles que não possuem qualquer domínio sobre as técnicas digitais, ouvir frases que contestam certas imagens fotográficas, como: “é montagem” ou “mentira, é tudo Photoshop”.

A quase total suspensão do estado de credibilidade e a criação de um estado de desconfiança por parte do espectador acarretaram para o fazer fotográfico algumas conseqüências. Até mesmo fotografias produzidas muito antes de sequer alguém imaginar o que seria um *pixel*, como por exemplo, fotos históricas da Segunda Guerra Mundial, passam a ter, desde a imagem digital, sua originalidade sob suspeita (embora tal suspeita pareça um equívoco, é bem verdade que fotografias da guerra já eram alteradas, geralmente por razões políticas e através de complexas e pouco divulgadas técnicas manuais).

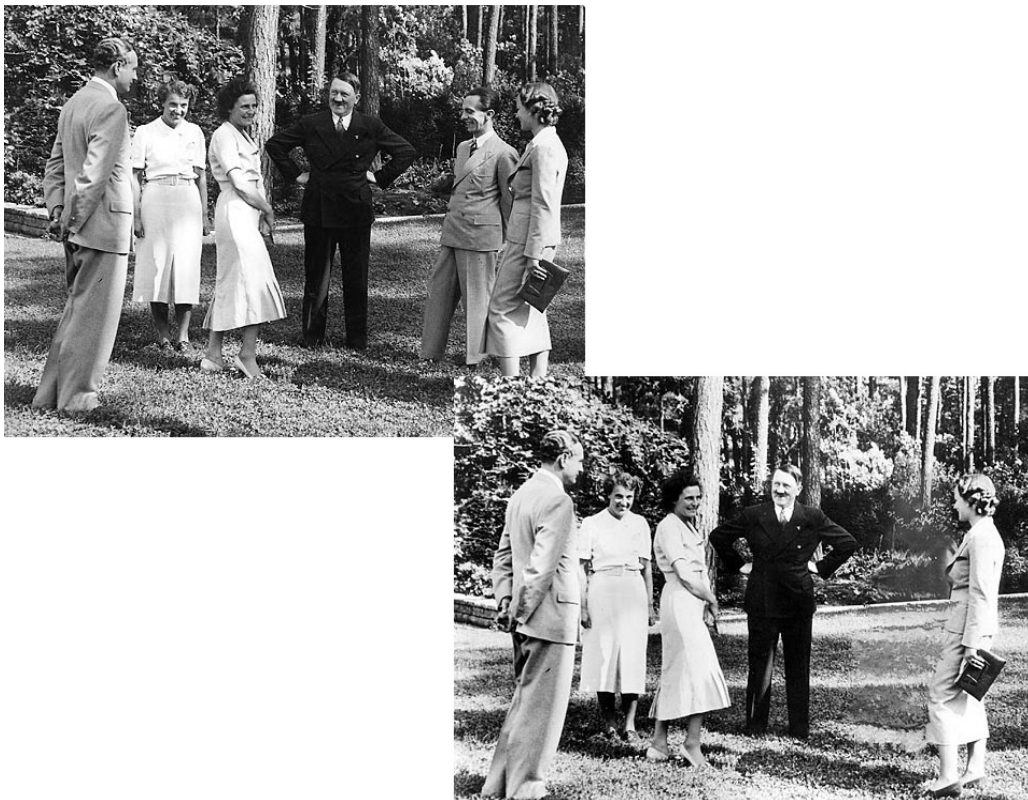


Figura 2 – Fotografia de Hitler, já alterada na Segunda Guerra.  
Fonte: < <http://forum.santabanta.com/showthread.htm?t=154881>>

A emergência do mundo virtual também impactou aqueles que utilizam e produzem a fotografia, caso dos meios de comunicação, como jornais e revistas. Nos jornais a principal função da fotografia é atestar o fato retratado no texto. No entanto, se é possível simplesmente “construir” a imagem de qualquer fato, tendo ele verdadeiramente ocorrido ou não, é provável que o texto também perca parte de sua credibilidade, já que não existe meio fidedigno para comprová-lo. Para as revistas, mais especificamente para a *Playboy*, objeto de análise desta pesquisa daqui para frente, as fotos ou mais precisamente ensaios sensuais, perdem um pouco de seu valor de verdade. Considerando que um dos grandes fatores motivadores da compra da revista é a chance única de ver o corpo desnudo de uma determinada mulher, geralmente uma celebridade, o fato de esta mulher ter seu corpo alterado e modificado para algo bastante distante do que verdadeiramente é no mundo real, deveria desestimular o espectador. Ao criar corpos fantásticos e pouco fiéis ao real, a revista não estaria contrariando sua essência?

### 3 IMAGENS DO CORPO IDEAL

"Beleza pode ser vista em todas as coisas. Ver e compor a beleza é o que separa uma foto de uma fotografia" (Matt Hardy)

Em 1953, Hugh Hefner, até então diretor de circulação da revista *Children's Activities*, acreditava na capacidade do mercado de absorver uma nova revista direcionada aos jovens adultos. As publicações masculinas na época eram na maioria sobre armas, carros etc., ignorando um tema de muito interesse para os homens: as mulheres. Foi então que, mesmo ainda muito jovem, Hefner teve a ideia de criar a revista que naquele momento seria a pioneira em exibir imagens de mulheres nuas e, com isso, mudaria para sempre a história do entretenimento adulto.

Para começar Hugh acumulou 500 dólares e pagou pelos direitos de fotos que Marilyn Monroe tirou para um calendário no início de sua carreira e junto com mais algum dinheiro emprestado de amigos, iniciou a produção de uma revista. O nome da revista seria *Stag Party*<sup>10</sup>, mas, antes do lançamento, Hefner descobriu que já havia uma publicação com esse mesmo título. Após pensar em algumas outras possibilidades, um amigo lhe sugeriu *Playboy*, nome de uma antiga fábrica de carros falida. Estava então criada a primeira grande revista de entretenimento erótico para o público masculino adulto. Agora, já com o nome definido, Hugh solicitou ao desenhista da revista Arthur Paul que desenvolvesse uma mascote. Foi a partir desse momento que o famoso coelhinho da *Playboy*, como é conhecido aqui no Brasil, passaria a estampar as capas de todos os exemplares da revista, com exceção da primeira edição, que no ano de sua publicação teria vendido mais de 50.000 exemplares.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Traduzido livremente como "Farra".

<sup>11</sup> **Playboy**. Disponível em: <<http://www.mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/playboy-o-prazer-masculino>>. Acesso em: 10 jun. 2010.



Figura 3 – Capa da primeira edição da Playboy  
Fonte: <<http://www.marilynmonroe.ca/camera/Playboy/>>

Em toda a sua história a *Playboy* já estampou em suas páginas celebridades internacionais, como Brigitte Bardot (1958), Ursula Andress (1965), Cindy Crawford (1988), Sharon Stone (1990), Drew Barrymore (1995), Denise Richards (2004) e muitas outras beldades de renome, tanto internacional quanto nacional que honraram a revista com a beleza de seus cobiçados e badalados corpos desnudos. Porém, não seria nenhuma grande famosa que marcaria o momento de maior sucesso da história da revista. Em novembro de 1972, com a modelo Pamela Rawling figurando na capa, foi lançada a edição de maior destaque até hoje, quando vendeu mais de sete milhões de exemplares.

A publicação possui várias edições internacionais, atingindo mais de 30 países. No Brasil, a primeira *Playboy* teve como destaque Livia Mund, em agosto de 1975. Porém, a revista teve que ser vendida com outro nome no país, já que a ditadura militar vigente na época teria censurado o título original em inglês. Assim, inicialmente o periódico era vendido com o nome de A Revista do Homem, e só a partir de 1978 o público poderia ver nas bancas o nome original de uma das revistas com maior circulação no mercado brasileiro hoje.

A edição brasileira da *Playboy* procura fotografar mulheres famosas, celebridades ou, em muitos casos, “pseudo-celebridades”, como atrativo característico, ao contrário da versão original americana. A nudez presente nas páginas brasileiras, especialmente a de mulheres famosas, transcende o aspecto da

sensualidade. Apresenta-se de forma muito artística e caracteriza-se como registro fotográfico de uma personalidade, em um momento específico de sua vida.

As mais variadas personalidades já tiveram seus corpos fotografados pelas lentes da *Playboy* brasileira, atrizes consagradas como Vera Fischer e Sônia Braga, modelos de renome e muitas das chamadas “celebridades instantâneas”, como é o caso das participantes de *reality shows*, detentoras da grande parte dos corpos mais desejados pelos homens do país neste momento. Mulheres dos mais variados meios chegam até os ensaios sensuais da revista, alguns bastante inusitados e de certa forma bizarros, como é o caso da jornalista Mônica Veloso, que caiu nas graças da mídia nacional por conta de seu envolvimento em um escândalo político, em 2007. Outro meio que teve alguns de seus destaques mais belos expostos foi o dos esportes, onde temos como grande exemplo o ensaio de Hortência Marcari, jogadora da seleção nacional de basquete. As fotos de Hortência talvez possam ser vistas como uma espécie de marco para a discussão que esta pesquisa propõe, já que quando foram a público causaram um dos primeiros grandes impactos nos leitores com relação à alteração das imagens, o que veio por desencadear algumas discussões prévias, já naquele momento, e também certa indignação por parte de alguns espectadores, principalmente os do sexo feminino. Ficou bastante claro para grande parte dos que viram as fotos, que as imagens trazidas pelas páginas da revista não correspondiam ao modelo “real” muito além do admissível em um ensaio fotográfico.

Outro ensaio relevante para essa questão foi o publicado em 2003, quando Ticiane Pinheiro posou nua ao lado de sua mãe, Helô Pinheiro, a musa de Garota de Ipanema, que contava com 57 anos naquele momento, mas nem por isso deixou de exibir um corpo que se disse “de dar inveja” a modelos algumas décadas mais novas. Corpo esse, mesmo que fosse realmente muito bem “conservado”, é bastante improvável para alguém de tal idade.



Figura 4 – Ticiane e Helô Pinheiro na Playboy  
Fonte: Revista Playboy, Edição n. 333, abr. 2003.

Ensaios como esses possivelmente têm como intenção sugerir e comprovar, de certa forma, que beleza, a despeito da subjetividade do julgamento, nada tem a ver com a idade, mesmo que a sociedade cultue um conceito justamente contrário a esse. “O velho não é bom”. Mulheres, entre elas com certeza a Helô Pinheiro, têm suas vidas dedicadas à estética, porque só assim elas poderão se enquadrar no moldes da beleza atual. A batalha contra a biologia, o desenvolver natural do corpo, é travada nos mais diversos campos: academias, *Spas*, salas de cirurgia, salões de beleza repletos dos mais “milagrosos” cosméticos e, agora, o mais atual deles, o universo digital. Armadas das amplas capacidades da manipulação digital de imagens, agora mais do que nunca, elas podem afirmar “ter” a idade e a aparência que desejarem.

[...] De programas de entretenimento a revistas masculinas, cada vez mais os corpos redesenhados tecnologicamente ganham espaço como modelos de beleza e erotismo. E, ao mesmo tempo em que essas representações refletem um decréscimo na preocupação com a naturalização dos artifícios empregados na construção da imagem, prolifera-se a publicização das intervenções estéticas realizadas por mulheres.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> SENDRA, Cláudia. A sensual mulher *high-tech*: tecnologia estética e erotismo na comunicação da sociedade digita. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29., 2006. Brasília. **Resumo eletrônico...** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1365-1.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2010.

A revista *Playboy* evidencia formas e modismo de cada época, antes, mulheres supostamente em sua forma mais “pura”, hoje, beldades siliconadas, *photoshopadas* e dotadas de uma beleza falsificada, construções virtuais constituídas a partir de valores culturais geralmente equivocados.

O conceito de beleza feminina encontrado hoje nas páginas das publicações masculinas, como *Playboy* e muitas outras, é cada vez mais próximo do irreal e distante do natural. Não só as revistas ditas pornográficas, mas a mídia atual como um todo, criou um ideal de mulher e o construiu através das infinitas possibilidades de manipulação da imagem digital.

As mulheres representadas em ensaios fotográficos sensuais são cada vez mais plásticas, mais perfeitas e mais “reais” do que a própria realidade. O ideal de beleza feminina, que antes baseava sua busca pela perfeição nas capacidades da cirurgia plástica, agora habita o universo virtual, onde não se encontra nenhum tipo de limite. Os corpos apresentados nessas publicações, objeto de desejo dos homens e objetivo para as mulheres, nem sequer precisam existir. A completa ausência do corpo no mundo real, físico, já é permitida. O corpo é inteiramente criado dentro do virtual, sem qualquer referência justa ao real, o que nem é percebido criticamente, já que tal referência não parece ser exigida pelo espectador. “Que diferença pode haver entre o não existente e o existente se o não existente já é possível, recolhido no conceito, tendo todas as características que o conceito lhe confere como possível?”<sup>13</sup>.

A mulher “montada” pela mídia está além do real, é algo hiper-real. O hiper-real, estudado pelos campos da filosofia e da semiótica, é a definição da maneira que relacionamos o real com o falso, o fantasioso, o “montado”. Quando já não diferenciamos com exatidão a realidade da fantasia, não temos a completa consciência do que vemos ou vivenciamos e, assim, o que não é irreal e nem real passa a ser hiper-real. A hiper-realidade é uma realidade melhorada, dotada de característica provindas da fantasia, o que faz dela uma realidade boa demais para ser verdade ou, no caso, uma mulher melhor do que as reais. “[...] a simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real.”<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. Lisboa: Relógio D'Água, 2000, p. 493.

<sup>14</sup> BAUDRILLARD, J.. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991, p. 201.



Para Jean Baudrillard, estudioso da hiper-realidade, a partir das considerações de outros grandes teóricos como Walter Benjamin e Umberto Eco, essa realidade melhorada pelo falso é “a simulação de algo que nunca existiu realmente”<sup>15</sup>, um simulacro, que não pretende copiar o referente, nem sequer exige um, mas pretende dar forma a um imaginário, dentro de um universo virtual.

No universo das artes, mais precisamente na pintura, o hiper-realismo também se aplica, de maneira diferenciada, é bem verdade, mas ainda assim semelhante e não menos pertinente a esta pesquisa. O hiper-realismo na pintura compreende um movimento artístico que fazia uso da técnica na qual fotografia e pintura se fundiam. A pintura era aplicada sobre fotografias com a intenção de criar um maior detalhamento, o que acabava por forjar uma imagem com uma gama de detalhes muito maior do que realmente se poderia ver ao se presenciar a cena retratada, por conta do caráter seletivo da percepção. Então uma imagem hiper-real, um simulacro do real era criado. Não é difícil fazer uma comparação entre essa técnica, em parte bastante arcaica, com as utilizadas hoje por editores em plataformas digitais como o *Photoshop*.

Agora os corpos construídos pelos meios digitais, que ao mesmo tempo são mais artificiais e “reais” do que nunca, são também apenas simulações do verdadeiro corpo feminino. Podemos entender que o corpo feminino é aquele que podemos tocar e presenciar, aferindo as irregularidades, subjetividades, cicatrizes, marcas de vida, enfim, presentes obrigatoriamente em todos os seres humanos. No entanto, a ideia de corpo feminino que povoa o imaginário coletivo da sociedade contemporânea é bastante distante de como ele se apresenta, já que sua representação é estabelecida por moldes culturais e baseada em imagens manipuladas por recursos tecnológicos.

---

<sup>15</sup> Ibid, p. 203.



Figura 5 – Trecho de vídeo que demonstra o processo de manipulação  
Fonte: < <http://www.beautychatblog.com/2007/06/the-skinny-on-photoshop-magic/>>

O corpo é cada vez menos humano quanto mais perfeito. Combatemos as certezas da vida, como envelhecer, seja pela alteração digital nas fotografias de uma revista, seja pela cirurgia plástica. Essa busca pela transformação do corpo não é de agora, porém, sua presença e suas motivações nunca foram tão evidentes. O intuito principal de todo esse sacrifício corporal, por mais banal que possa parecer, é o do desejo por uma adequação aos padrões da sociedade, sociedade essa alicerçada no consumo e nas aparências.

[...] cidadãos de todas as classes, idades e estilos, que olham para os corpos próprios e alheios com crescente interesse. Pois hoje o corpo se apresenta como a grande âncora da subjetividade: é na superfície corporal onde cada um exhibe as suas verdades. Essa ênfase nas aparências corporais emerge como uma característica marcante da nossa época, e são imensas as implicações desse deslocamento do foco.<sup>16</sup>

Aqueles que não seguem ou não conseguem se adaptar aos ideais impostos pela ditadura da beleza produzida e conquistada a qualquer preço, os que são pouco eficazes em manter uma boa imagem de si mesmos, estão fadados à exclusão. A partir daí, não é difícil perceber as conseqüências dessa insana perseguição pela ilusão de perfeição e aceitação. Longe de quererem se tornar vítimas de qualquer tipo de discriminação, pessoas aderem aos mais variados e

---

<sup>16</sup> SIBILIA, Paula. **A desmaterialização do corpo: da alma (analógica) à informação (digital)**. In: Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, Vol. 3, n. 6, 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/view/5172/4800>>. Acessado em: 11 jun. 2010. p. 110.

absurdos modismos para tentar se adequar ao padrão estabelecido. Doenças acabam por ficar “populares”, como a bulimia, a vigorexia e a anorexia. A quantidade de cirurgias estéticas aumenta assustadoramente; são realizadas por motivos mínimos, fúteis e com resultados às vezes imperceptíveis.

Não há qualquer tipo de diferenciação ou exclusividade, mas as mulheres são evidentemente mais afetadas por essa cultura do corpo ideal. É justamente delas a tarefa mais árdua, a de alcançar um padrão bastante aprovável, na verdade, inalcançável estabelecido pela mídia a partir de modelos de produções digitais, que criam mulheres impossíveis no mundo carnal.

Programas de edição gráfica, como o *Photoshop*, são utilizados de forma indiscriminada pelas fontes midiáticas, não só nas produções pornográficas, mas em publicitárias e muitas outras. É através das imagens de mulheres montadas por softwares, livres de qualquer imperfeição e naturalidade que são ditadas as regras para alcançar a perfeição de beleza feminina.

[...] o corpo humano se torna descartável — ou melhor, moldável. Ele pode ser esculpido com a miríade de produtos e serviços de reformatação corporal oferecidos no mercado, da musculação aos cosméticos, dietas e cirurgias estéticas. Um corpo-imagem, enfim, que pode (e deve) ser reciclado. Mas a linguagem é traiçoeira: com suas conotações tridimensionais e de luta contra a matéria que resiste, termos como “moldar”, “esculpir” e “plasticidade” não conseguem dar conta do fenômeno. Pois o corpo atravessa um processo de bidimensionalização: cada vez mais, ele é tratado como uma imagem que deve ser retocada ou redesenhada. Ou até mesmo editada, como se também neste caso se tratasse de uma peça de software entregue ao bisturi *clean* (e supereficaz) do *Photoshop* e outras ferramentas de edição digital de fotografias.<sup>17</sup>

As noções de belo criadas anteriormente por filósofos, que tinham por intenção explicar e definir o que é “beleza”, se transformaram e já não podem ser aplicadas da mesma maneira sobre as imagens digitais. Tais conceitos foram estabelecidos a partir daquilo que se encontrava no mundo do real e os parâmetros de belo se encontram agora nas representações digitais e simulações. Dentre as definições de belo criadas pelos mais diferentes filósofos, a de Aristóteles é a que mais parece ter perdido o sentido quando aplicada sobre a produção digital. Para ele, o belo é definido de acordo com alguns critérios estabelecidos: simetria e equilíbrio. “Assim sendo, regras e padrões fixos são estabelecidas para nortear a

---

<sup>17</sup> SIBILIA, Paula, 2006. p. 113.

produção da obra de arte, bem como sua apreciação [...]”<sup>18</sup>. Mas como bem sabemos a produção artística associada ao universo digital não segue qualquer regra, não se limita a nada, sendo no máximo definida pelo gosto de seu criador.

Fotografias manipuladas digitalmente, constituídas por cálculos matemáticos, perdem qualquer vínculo com o objeto original retratado, na verdade, nem mesmo é preciso existir tal objeto. Partes de corpos são modificadas, retiradas e colocadas. Curvas mais sensuais são “esculpidas”, lábios substituídos por outros mais carnudos e seios são aumentados.

[...] corpos são desenhados, exibidos, copiados e consumidos como imagens. São lampejos visuais que pretendem atingir uma pureza imaterial, afastada de todo lastro carnal e notavelmente aparentada com o universo digital.<sup>19</sup>

A imagem do corpo se desprende completamente do real e é agora a construção de um imaginário. Mesmo que a imagem seja constituída com base em um referente real, ela não deve nada a ele, nenhum tipo de correspondência se faz necessária. Nesse sentido, este novo conceito de imagem é bastante diferente ao formulado por estudiosos do passado, sendo que alguns desses nem sequer podiam imaginar o digital. É o caso de Barthes quando afirma “[...] que a fotografia sempre leva seu referente consigo [...]”<sup>20</sup>. Então, pelo menos em uma análise mais rasa, estas imagens que não carregam o real junto a si, também não carregam a verdade, e isso às tornaria capaz de iludir, não?

[...] Há pouca dúvida de que as imagens podem referir-se a algo que não existe ou que nunca existiu, mas elas mentem por isso? O surrealismo deu evidências amplas de pinturas que se referem a meros objetos imaginários. [...] Apesar de estar claro que as imagens podem referir-se tanto à realidade fatural quanto ao irreal, a questão de transmitirem uma verdade ou uma mentira permanece em discussão.<sup>21</sup>

Na era da moderna computação gráfica, cultuamos as formas perfeitas e perseguimos um ideal de beleza irreal. Mas a única certeza que podemos ter agora é de que praticamente inexistem imagens do belo feminino onde não há algum tipo

---

<sup>18</sup> VALE, Lúcia de Fátima do. **A Estética e a Questão do Belo nas Inquietações Humanas**. In: Revista Espaço Acadêmico. São Paulo, n. 46, mar. 2006. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/046/46cvale.htm>>. Acessado em: 30 abr. 2010

<sup>19</sup> SIBILIA, Paula, 2006. p. 115.

<sup>20</sup> BARTHES, Roland. 1980. apud SANTAELLA, Lucia. *Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998, p. 198.

<sup>21</sup> SANTAELLA, Lucia, op. cit. p. 196.

de alteração, pelo menos nas imagens que compõem as revistas do ramo pornográfico. Assim, munidos dessa certeza ficamos imunes de qualquer ilusão. Já temos pleno conhecimento que as mulheres presentes nas páginas das revistas não são “reais” e por isso não corremos o risco de as considerarmos como tal.

Cada mínimo aspecto da foto digital pode ser manipulado, duas ou mais imagens podem ser fundidas para criar uma totalmente inédita. Assim, a imagem está suscetível a todos os desejos e vontades de quem a manipula, o que a torna capaz de dar forma aos mais incríveis fetiches que povoam o imaginário masculino, tanto do seu criador quanto do espectador.

Existe um certo temor quanto a ampla divulgação de simulacros, “ilusões” de corpos ideais, através das incontáveis redes de mídias existentes hoje. Tais redes constroem a realidade à sua maneira e acabam por impor uma realidade fantástica, hiper-real. Cabe a nós não nos deixarmos ser enganados e deslumbrados por essas fantasias de fins certamente mercadológicos.

Uma realidade construída ilusoriamente, mas reconhecida como uma convenção pela sociedade oprimida e sem alternativas para outros olhares críticos e distanciados do jugo totalitário.

Na sociedade capitalista de consumo frenético de imagens pelo menos podemos comprar as imagens com as quais nos identificamos, mesmo sendo imagens simbólicas, ideológicas e também com visões particulares sobre o mundo e a realidade. Podemos comprar assim nossos símbolos indiciais no grande shopping imagético da sociedade contemporânea, mas ao menos ainda podemos dizer que temos opções, pois além de ver com os olhos do fotógrafo, nós também podemos tentar compreender criticamente a imagem e o processo que a gera até chegar ao nosso olhar.<sup>22</sup>

A imagem de corpo feminino ideal é indiscriminadamente associada a todo tipo de banalidade, o que a torna cada vez mais sem significado. Uma mulher sem conteúdo é criada, tudo que resta é a aparência, sua razão é apenas ser admirada, ela é um espetáculo instigador de desejos a ser comercializado.

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o *modelo* presente da vida

---

<sup>22</sup> TACCA, Fernando de. **Imagem Fotográfica: Aparelho, Representação e Significação**. In: Psicologia e Sociedade. Porto Alegre, Vol. 17, n. 3, set./dez., 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/%0D/psoc/v17n3/a02v17n3.pdf>>. Acessado em: 22 jun. 2010.

socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e no seu corolário — o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a *presença permanente* desta justificação,<sup>23</sup> enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna.

---

<sup>23</sup> DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

## 4 CONCLUSÃO

A análise deste trabalho não pretende encontrar uma espécie de “culpado”, sé é que há a quem ou a o que culpar, e muito menos chegar a uma solução para o caos criado por esta inconsequente busca pela beleza ideal. Tal tarefa se mostra bastante árdua, até mesmo para os grandes pensadores desta era digital. Tenho como intento iniciar esta discussão, para que assim fique evidente a necessidade de uma maior reflexão sobre o tema.

As imagens digitais, agora taxadas de mentirosas e propagadoras de uma fantasia coletiva, na verdade de nada são responsáveis. Imagens sozinhas nada podem, o que as torna aptas a nos convencer de algo é a própria sociedade e a sua interpretação baseada nos atuais preceitos culturais. Mas mesmo sendo aparentemente apenas um canal para a exploração do interesses por trás das imagens, a fotografia não deixa de pagar o preço por sua interferência no pensamento coletivo. Atualmente vários projetos de lei esperam por aprovação, para por fim, poderem limitar o uso da edição de imagens, principalmente aquelas que utilizam o corpo para fins publicitários.

Seriam então as mulheres vítimas dos intuitos mercadológicos atrelados as imagens? Novamente, afirmo que não desejo e nem acho possível nomear possíveis responsáveis por esse fenômeno ainda tão incompreendido que é o da insana busca pela adequação aos padrões estéticos. Somente explicito o fato da necessidade de um raciocínio mais crítico sobre esta tendência, que tem se mostrado capaz de levar a pessoas até a morte, no anseio de alcançarem um ideal claramente tão fútil.

Manipulamos a imagem para manipularmos a nós mesmos.

## REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. 1980. apud SANTAELLA, Lucia. **Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BAUDRILLARD, J.. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELEUZE, Guilles. **Diferença e repetição**. Lisboa: Relógio D'Água, 2000.
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1993.
- GAUCHERAUD, Hippolyte. **Nova descoberta**. *Gazette de France*. Tradução de Ronaldo Entler. Paris, jan. 1839. Disponível em: <[www.iconica.com.br/?p=292](http://www.iconica.com.br/?p=292)>. Acesso em: 03 mai. 2010.
- KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.
- Playboy**. Disponível em: <<http://www.mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/playboy-o-prazer-masculino>>. Acesso em: 10 jun. 2010.
- SANTAELLA, Lucia. **Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.
- SENDRA, Cláudia. A sensual mulher *high-tech*: tecnologia estética e erotismo na comunicação da sociedade digita. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, 2006. Brasília. **Resumo eletrônico...** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1365-1.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2010.
- SIBILIA, Paula. **A desmaterialização do corpo: da alma (analógica) à informação (digital)**. In: Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, Vol. 3, n. 6, 2006. Disponível em:<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacao/midiaeconsumo/article/view/5172/4800>>. Acessado em: 11 jun. 2010.
- SONTAG, Susan. **Ensaio Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia Das Letras, 2004.
- TACCA, Fernando de. **Imagem Fotográfica: Aparelho, Representação e Significação**. In: Psicologia e Sociedade. Porto Alegre, Vol. 17, n. 3, set./dez., 2005. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/%0D/psoc/v17n3/a02v17n3.pdf>>. Acessado em: 22 jun. 2010.



VALE, Lúcia de Fátima do. **A Estética e a Questão do Belo nas Inquietações Humanas**. In: Revista Espaço Acadêmico. São Paulo, n. 46, mar. 2006. Disponível em: < <http://www.espacoacademico.com.br/046/46cvale.htm>>. Acessado em: 30 abr. 2010.

## ANEXO A – Entrevista com J. R. Duran

Entrevista realizada pelo jornalista Júlio Maria e publicada no Jornal da Tarde em 2 de maio de 2005.

“Fotógrafo de fantasias”

“Mais de 25 anos se passaram desde que JR Duran fotografou uma mulher nua para a Playboy pela primeira vez. Nome requisitado pela publicidade e por revistas masculinas, o espanhol radicado no Brasil se tornou especialista em um ser que define com poesia: “Ninguém descobriu ainda de que planeta vieram as modelos”. Personagem da chamada indústria da imagem, Duran fala sem falsos pudores sobre as artimanhas de se fotografar sonhos. “Não é a verdade que está em jogo”.

Jornal da Tarde – O fotógrafo é um mentiroso?

J.R. Duran – Não, a fotografia é uma verdade. Quem conta essa verdade pode até ser um mentiroso, mas ela é uma verdade.

JT - A naturalidade de uma modelo fotografada, por exemplo, é fruto de muita produção. Essa naturalidade não é uma mentira?

JRD - Sei onde você quer chegar. É o seguinte: eu tenho um mundo que existe e minhas fotos escrevem esse mundo. Se ninguém mais consegue enxergar esse mundo, não quer dizer que eu seja um mentiroso. Estou contando para as pessoas as coisas que eu enxergo. A imagem que faço existe de verdade no momento da foto, ainda que ela desapareça meia hora depois.

JT - O senhor faz qualquer mulher ficar bonita?

JRD - Creio que sim. Mesmo porque não existem mulheres tão feias assim. É tudo uma questão de proporções e produção. O corte certo do cabelo, a cor certa do batom, a maquiagem certa. É um equilíbrio que faz uma pessoa ser mais marcante que outra. Não vou dizer que faria todas as mulheres bonitas. O que posso dizer é que conseguiria fazer todas se tornarem interessantes.

JT - Se todas as mulheres podem ficar interessantes, como o senhor diz, por que só entram nas revistas aquelas que seguem os padrões de beleza?

JRD - Não, espera aí. Existe uma myopia nisso. As modelos de sucesso não têm padrão de beleza. Naomi Campbell, Linda Evangelista... Todas as modelos de sucesso são produtos de uma miscigenação. Se você pegar todas e fizer suas árvores genealógicas, verá que não seguem nenhum padrão. Neste mercado, o que se busca é a personalidade.

JT - Está todo mundo enganado?

JRD - Nunca entendi isso. As misses sim, têm padrão de beleza. As modelos não.

JT - Não há padrão de magreza?

JRD - As mulheres não são magras, são normais. Estão no peso certo.

JT - Não há muitas mulheres querendo ser Gisele Bündchen?

JRD - Ninguém vai pegar uma mulher parecida com Bündchen para colocar no mercado. As pessoas querem o fenômeno Gisele Bündchen, não alguém parecido com Gisele Bündchen. A modelo que se parecer com ela está acabada.

JT - Photoshop, o programa de computador que corrige imperfeições como estrias e celulites nas fotos de mulheres nuas, deixou de ser um palavrão, um pecado?

JRD - Nunca foi um palavrão para mim. Photoshop é uma ferramenta. O problema é quando as pessoas fazem mau uso dele. Uma cor errada de batom, um exagero de base, uma cor de cabelo estranha. Acredito que hoje em dia não exista nenhuma foto, a não ser a foto jornalística, da qual as pessoas não tirem uma espinha ou algo assim com o photoshop. Não há nenhuma revista de categoria que publique fotos que não passem por tratamento.

JT - Quando é que o photoshop exagera?

JRD - O exagero não existe. Se o cara quer exagerar, distorcer alguma imagem, ele está fazendo o que quer, ele tem seu propósito. Fotografia é uma coisa livre em que pode-se fazer o que quiser.

JT - Se me permite retomar a primeira pergunta, aqui a fotografia não começa a mentir demais?

JRD - Não...

JT - Transformar uma mulher cheia de celulites e estrias em uma deusa não seria uma mentira?

JRD - Mas uma mentira para quem?

JT - Para o leitor.

JRD - Que nada, meu. Mostra essa deusa para um homem para você ver se ele não vai gostar. Não existe mentira. Alguém, por acaso, vai comprar essa mulher? O cara vai pegar essa foto e ir comprar a mulher no mercado? A verdade não é o que está em jogo aqui. Nós estamos falando de imagens, de mulheres de outro planeta. Há um livro diz que os homens são de Marte e as mulheres são de Vênus. Mas as modelos são de um planeta que ninguém descobriu ainda. É uma categoria que ainda não foi definida. É a categoria do sonho. Ninguém está falando: "Olha, essa mulher não tem celulite". Essa é uma discussão boba.

JT - Uma discussão boba?

JRD - Sim, desculpe. O grave para mim foi o que fizeram quando houve a explosão daquele trem em Madri (atentado em março de 2004). Houve uma foto emblemática que rendeu até prêmios para o fotógrafo que a fez. Mostrava um homem no chão com uma perna destroçada. Me lembro que, na época, um dos jornais brasileiros tirou essa pessoa da foto para publicar esta imagem. Isso sim é grave. Agora, se a mulher que o cara viu como uma deusa na revista der bola para ele na rua, duvido que vá mandá-la embora quando descobrir que ela tem celulite.

JT - As mulheres não ficam muito iguais nas revistas masculinas?

JRD - Não, de jeito nenhum.

JT - Se cobrir o rosto delas, o senhor sabe quem é quem?

JRD - Eu sei. Você está fazendo a pergunta para o cara errado (risos).

JT - Um leitor normal não saberá.

JRD - Eu não concordo. Essa premissa é falsa.

JT - Quando todas as mulheres são perfeitas, não se tornam iguais?

JRD - Não, está errado. Se fossem iguais poderíamos publicar a mesma revista todos os meses.

JT - O estímulo final que se provoca no leitor, que é o mesmo, não é o que importa?

JRD - Não, não, não, não. Está errado.

JT - Não sei se consegui explicar...

JRD - Conseguiu sim, mas eu discordo. As mulheres não ficam todas iguais porque as revistas não plastificam as mulheres. Não existe isso. Há quadris largos, peitos grandes, peitos pequenos, bundas pequenas, bundas grandes... É uma generalização banal.

JT - A indústria da imagem faz cada vez mais mulheres perderem a cabeça em busca do corpo perfeito. Muitas se tornam anoréxicas em casos mais graves. Qual a parcela de culpa do fotógrafo nessa história toda?

JRD - Nenhuma. Essas mulheres que se sentem feias deveriam procurar um bom fotógrafo. É mais barato do que um cirurgião plástico”.

## ANEXO B – Crônica: Abolição da Mulher Pelada

Crônica de Felipe Lacerda

Abolição da Mulher Pelada - Ou A Incrível Mulher Photoshop

A mulher pelada, a partir de hoje, está abolida. Não que seja necessário abolir. Não sei se você reparou, mas faz tempo que não se vê mulher pelada por aí.

Estou convencido de que mulher pelada é bicho em extinção. Todo mês, corremos, nós homens, às bancas atrás da última revista especializada. Na esperança de que surja a mulher pelada.

A decepção é tão grande que nem sabemos com convicção suficiente que ficamos decepcionados. E fingimo-nos contentes. É uma decepção muito íntima. Como a bolinha de gude favorita perdida no último campeonato antes das férias de verão. Nunca mais vista. A mulher pelada também está perdida.

Todos nós sentimos isso ao folhear a revista, mas não conseguimos admitir. A previsão é que, muito em breve, a página central não traga uma mulher, mas uma análise técnica da versão mais recente do mais turbinado software de manipulação de imagens.

A verdade é que as mulheres e até os homens, até os homens! que se vê nas capas e nas páginas das revistas são irreais. São cobaias de Photoshop, essa nova proveta.

Metalinguagem, senhoras e senhores. Espero que entendam.

Então, desesperados, corremos a baixar as imagens da última suposta mulher pelada.

Ela não foi parida através da genitália de uma mãe. Foi trazida ao mundo pela cesariana da pós-produção fotográfica a alimentar nossas expectativas e a fermentar nossas decepções. Servem, naturalmente, para o delito. Mas para o delito do sexo solitário, nos serve qualquer coisa.

A publicidade pede mulheres de 20 para interpretar mulheres de 30. Basta ir para a frente de uma câmera e qualquer mulher envelhece 10 anos. “Automagicamente”. Olhe para os anúncios do dia das mães com os olhos da realidade: Sinceramente, você conhece tantas mães tão jovens e gostosas com filhos tão crescidos e tão bem nutridos? Qualquer mulher não se transforma no terror estético de si mesma após seis ou sete anos de labuta diária e noites mal dormidas, fraldas trocadas e reuniões escolares?

O bom é que fomenta a indústria de cosméticos. A indústria de regimes. A indústria da plástica e de cânulas para lipoaspiração. A gordura das mesmas, numa alusão ao Clube da Luta, é revendida em forma de sabonete para elas mesmas. Nasce, estampado em books tardios ou precoces, a indústria de softwares de manipulação de imagens.

Só a nudez é pura. A nudez verdadeira, digo, é pura. O que se vende hoje está além do alcance da pureza (diga-se de passagem: A pureza pode ser uma virgem santa e sacana).

Não se quer a nudez pura e simples. Não. Quer-se a nudez, enfim, de alguém célebre por nada. A celebridade é brindada por seu vazio expondo um corpo que não é seu. É do photoshop. Que não é de ninguém. Que não existe.

Ao ver aquela pele aveludada e sem as estrias da realidade, você pode julgar que seu olhar é puro e sacana. Mas é apenas um olhar enganado (por favor, não há nada absurdo nas celulites daquela atriz, garota propaganda de cerveja, então reveladas em um furo de reportagem; você sabia muito bem que as celulites estavam lá e, no fundo, desejava que elas aparecessem. É uma espécie de tara que você carrega. Como se o fato dela ter celulites transportasse-a para o terreno verossímil, o real, uma possibilidade de tê-la, quem sabe, na sua cama.)

Senhores editores: Parem de esconder as mulheres peladas!

Nós sabemos que elas estão aí em algum lugar. Nós queremos mulheres peladas de verdade. Mulheres parecidas com as mulheres com quem vivemos nas ruas, nas camas para quer elas (as reais) se vejam como em um espelho. Para que sejam mais felizes e tranquilas, com a consciência sadia das marquinhas na bunda.

Para que haja mais sexo de luzes acesas. Quem sabe até para que, no futuro, haja mais sexo à luz do dia, a céu aberto (exagero ou não, gostei da idéia).

Para que eu me veja, como homem, mais confiante: Posso estar com uma mulher assim. Não é um ET. Ou um produto da ficção trash. Ou mitologia. Que haja mulheres assim, com estrias e tudo, assumidas como as pessoas de verdade que são. Porque são, ou deveriam ser.

É apenas uma mulher pelada. Uma mulher pelada de verdade.

Uma mulher pelada. É tão difícil isso? As mulheres peladas dos pintores são mais reais, infinitamente mais reais, que as mulheres peladas das revistas. Porque Da Vinci pintava com os dedos e não com o mouse. Não são apenas frutos da imaginação, em suas cores e suas formas. Suas cores e formas singulares até podem corresponder a expectativas singulares, talvez até meio idealizadas. Mas são expectativas atingíveis por homens e mulheres reais.

Outro dia escutei, numa escola onde ia falar num encontro cultural aqui bem ali no Serra Verde, um aluno cutucando o vizinho, oferecendo lápis e papel e dizendo:

Ei. Desenha pra mim uma mulher pelada?

E o outro, com uma franqueza melancólica:

Não posso. Não sei.

Disse, por fim, que nunca havia visto uma.

Nem verá jamais, se continuarmos nesse pé.