

# A presença de pós-produção de imagem nas fotografias do século XIX

La presencia de post-producción de imagen en las fotografías del siglo XIX

The presence of image post-production in nineteenth century pictures

## José Pinheiro

pinheirojose@gmail.com

*Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Faro, Universidade do Algarve, Lisboa, Universidade Aberta, Portugal*

## Mirian Estela Tavares

mtavares@ualg.pt

*Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Faro, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade do Algarve, Portugal*

**Tipo de artigo:** Artigo original

## RESUMO

O visionamento de imagens, parte intrínseca da nossa formação cultural, está cada dia mais presente no quotidiano, através de diversos formatos e de novos e variados suportes. Analisar esta questão implica investigar o tipo de imagem que estamos a produzir/consumir. A produção e difusão de imagens editadas através de novas ferramentas digitais representa um volume importante do total de imagens que nos cercam. O que mudou com estes novos pressupostos? A edição de imagens é um ato socialmente transversal, tornando generalizada a nossa convivência com um real alterado, partindo de ferramentas visuais cuja ideia-chave se condensa num termo: a pós-produção de imagem. Se olharmos o passado da produção fotográfica, percebemos que o potencial de mutabilidade estava presente desde o início. Interessa, por isso, verificar o novo paradigma da edição, possibilitado pela pós-produção digital, e a sua omnipresença na contemporaneidade.

**Palavras-chave:** Imagem; manipulação; pós-produção; photoshop; Manovich; Mitchell.

## RESUMEN

El visionado de imágenes, parte intrínseca de nuestra formación cultural, está cada vez más presente en nuestra vida cotidiana, a través de formatos diversos y de nuevos y variados soportes. El análisis de esta cuestión exige investigar qué tipo de imagen estamos produciendo/consumiendo. La producción y difusión de imágenes editadas por medio de nuevas herramientas digitales representa un volumen significativo de las imágenes que consumimos. ¿Qué se altera, pues, con estos presupuestos? La edición de imágenes es un acto socialmente transversal que generaliza nuestra convivencia con un real alterado, partiendo de herramientas visuales cuya idea clave se condensa en un término: la Postproducción de imagen. Si observamos el pasado de la producción fotográfica, percibimos que el potencial de mutabilidad estaba presente desde sus orígenes. Interesa, por lo tanto, examinar el nuevo paradigma de edición, facilitado por la post producción digital, y su omnipresencia en la contemporaneidad.

**Palabras Clave:** Imagen; manipulación; postproducción; photoshop; Manovich; Mitchell.

## ABSTRACT

The viewing of images, an intrinsic part of our cultural heritage, is more and more present in everyday life, through various formats and new and varied media. To analyze this question we need to investigate what kind of images we are producing / consuming. The production and dissemination of images, edited using new digital tools, represents an important volume of the total images that surround us. What has changed with these new findings? Image Editing is a socially transversal act that generalized our coexistence with an altered real, starting from visual tools whose key idea is condensed by a term: Image Post-production. If we look at a past of photographic production, we can see that the potential of mutability has been there from the beginning. For that reason, it's important to observe the new editing paradigm, made possible by digital post-production, and its ubiquity in contemporary times.

**Keywords:** Image; manipulation; postproduction; photoshop; Manovich; Mitchell.

## 1. INTRODUÇÃO

Pós-produção de imagem (PPI) é um termo retirado do jargão publicitário, usado para designar o processo de alteração das imagens dos anúncios no interior das agências de publicidade. Refere-se a um tipo de intervenção criativa ou técnica, constituído após a toma ou captura. Plummer associa este termo a “atos de edição, como melhoramento ou limpeza de uma fotografia, ou o processo criativo deliberado que ocorre após uma imagem ser editada e antes de ser impressa” (Plummer *in* Hacking, 2012, p.530). A PPI representa igualmente uma intervenção visual, que pode resultar de um agrupamento de fragmentos imagéticos autónomos ou compostos. Esta operação pode ser conduzida de modo a gerar um novo resultado ou significado, introduzindo modificações estéticas ou elementos gráficos, tais como ilustração ou tipografia. Pode ser apenas uma alteração básica, mudando perfis de saturação ou tom, abrillantando sombras ou *highlights*, ou pode desafiar totalmente a sustentabilidade natural da imagem (Pinheiro, 2013).

A convivência com imagens alteradas coloca-nos perante um efeito de excesso similar ao que Sontag (Sontag, 1977) referenciava para as outras imagens, as não editadas: a mesma priorização de questões com distintos pesos. Alguns autores (Barthes, 2012; Flusser, 1998) acreditavam na necessidade de construir o real através da imagem, visto que isso nos ajuda a dominar a realidade definitiva: a imagem como valor de verdade, de referente verdadeiro. No entanto, do ponto de vista da aceitação cultural da edição de imagem, a pós-produção é hoje campo para debate sobre falsificação, *fake* ou mentira que aparece como merecedora de ser desmascarada (Farid, 2009).

Para a análise do papel da pós-produção fotográfica e do seu impacto na produção e receção de imagens na contemporaneidade é necessário observar os aspetos de criação e difusão destas imagens, aprofundando a sua observação e procurando ao nível educativo elevar a literacia visual essencial à sua compreensão — algo que pode e deve ser, hoje em dia, aperfeiçoado através da escola. Verificamos que se passa com estas pós-imagens algo que é comparável ao que pode ser feito no universo das palavras pelas ferramentas de processamento de texto. A grande maioria das imagens

que nos cercam estão a ser de alguma forma editadas ou alteradas, no sentido de construir um discurso visual, algo que tem raízes num passado associado à Fotomontagem e ilustração fotográfica, como veremos.

Poderemos enquadrar o conceito de pós-produção na teoria de hibridização da comunicação e cultura apresentada por Santaella (Santaella, 2005). Os *media* são, de forma constante, local de miscigenação de formas comunicacionais e culturais, incrementadas por novas ciberculturas e pela virtualização. Segundo Santaella, na pós-modernidade, o homem afastou-se do natural, percorrendo um caminho marcado por máquinas “habilitadas para produzir e reproduzir linguagens” (*idem*, p.11). Arte e comunicação estabelecem-se através de novas formas, fazendo uso de tudo o que está à sua disposição.

Neste contexto, a toma dos instantes fotográficos é muitas vezes substituída ou apoiada pela construção da imagem, adequando-a a um conceito novo, numa lógica de afastamento da natureza da imagem disparada. Num quadro pós-imagético, isto é, em que a imagem é tendencialmente alterada ou manipulada, importa analisar o seu passado à luz do aspeto da mutabilidade, ou seja da possibilidade de alteração dos registos através de edição. Mitchell (1998) e Manovich (1995) abordaram esta questão com uma oposição derivada da análise à sua especificidade técnica: a superfície fotográfica e o ficheiro digital. Mitchell aponta a mutabilidade como algo inerente à fotografia digital, enquanto Manovich sustenta não existirem distinções derivadas da criação deste novo universo — a imagem digital, no que diz respeito à manipulação, é igual à tradicional.

Quando abordamos o universo fotográfico, temos igualmente que entender que este campo é associado a limites ontológicos. Mitchell ajuda-nos a explicar a relação com a realidade classificando-a como “adesão ao referente” (1995, p.24). Utilizando textos de Sontag, Mitchell diz-nos que “uma fotografia não é apenas uma imagem (como um quadro é uma imagem), mas uma interpretação do real; é também um vestígio, algo diretamente marcado a partir do real, como uma pegada(...)”. Mitchell usa ainda inúmeros exemplos, como a referência a Bazin, que compara o papel da fotografia como documento a múmias ou relíquias, exi-

bindo a “transferência da realidade das coisas para a sua reprodução”. Em resumo, Mitchell estabelece paralelismos na fundamentação da ideia de ligação entre o referente e a fotografia, sustentando que tal não se verifica na imagem digital. Em oposição, Manovich defende que a ideia de associação da realidade à representação é apenas uma, dentre outras possibilidades, de olhar a fotografia. Para defender o seu ponto de vista, Manovich recorre a exemplos como o da montagem propagandística soviética, da era estalinista, ou o caso das imagens publicitárias, em relação às quais não se espera um testemunho da realidade.

As visões presentes nos textos de Mitchell e Manovich surgem aqui como ignição para explorarmos o passado da Fotografia neste âmbito: a Fotomontagem. Poderemos encontrar neste ponto um elemento histórico ancestral para percebermos melhor as imagens do nosso tempo? Alicerçados no trabalho que temos vindo a desenvolver nos estudos de mestrado e doutoramento, olhamos o passado da Fotomontagem como precursora da pós-produção de Imagem, tentando analisar a mutabilidade das pós-imagens e a sua presença desde primórdios da Fotografia.

## 2. PRÉ-HISTÓRIAS DA PPI

Historicamente, habituámo-nos a situar o início da PPI na década de 1980 (Plummer *in* Hacking, 2012, p.530), a partir do surgimento dos meios digitais de captação e manipulação de imagem, como o *scanner* ou a estação gráfica Quantel Paintbox, que possibilitou o retoque digital de imagens digitalizadas, ou das estações Silicon Graphics e de software como o Superpaint, Paint3, Creator ou PIC (Pixar Image Computer). O acesso a estas máquinas e respetivo software manteve-se difícil e dispendioso, agravado pela necessidade de técnicos especializados e de uma cultura de edição massificada ainda indisponível à data. John Knoll e o seu irmão Thomas terão contribuído para a democratização da edição de imagem, não só pela criação do software Photoshop, desenvolvido a partir de 1987, mas também pela divulgação das possibilidades da área de edição digital, através de um processo em que Knoll recorria à digitalização de uma fotografia informal de viagem para realização de demonstrações (Knoll, s.d.). Esta imagem, conhecida como “Jennifer



Figura 1 – “Jennifer in Paradise” (Knoll, 1987)

in Paradise” (fig. 1), terá sido uma das primeiras a ser extensamente editada e retocada. Após 1990, com a compra do Photoshop pela Adobe, o acesso a meios digitais de PPI marcaria o início da era digital da edição de imagem popular.

Contudo, a noção de mutabilidade, que expressa o conceito de alteração das imagens, parece estar patente desde o início da Fotografia: desde a sua invenção havia a possibilidade de efetuar alterações nas imagens, por intermédio de elementos da técnica, mesmo que esta intervenção fosse bastante primitiva e facilmente identificada no produto final. Com a divulgação do Calótipo ou Talbótipo, surge uma dimensão intermédia na reprodução de fotografias inexistente com o Daguerreótipo. O processo químico menos prático do Calótipo apresentava alguns problemas de definição de linhas, derivados das fibras granuladas do negativo. Contudo, tinha grande adequação a registos mais artísticos (Newhall, 1984), cuja evolução foi sendo implementada através de sucessivas fazes históricas, com o auxílio da evolução química. Em 1855, Scott Archer apresenta um processo apoiado em vidro envolvido em colódio húmido e provas em albumina. Posteriormente, em 1880, surge o negativo em vidro de gelatina e brometo de prata. À época, estes processos exploratórios apareciam como metodologias de suporte à atividade dos pintores (*idem*), servindo como ferramenta de construção narrativa e levantando dúvidas sobre o papel documental da Fotografia — já antes, em 1840, com o “Autorretrato de um suicida”, Bayard havia estabelecido a ideia de que as fotografias poderiam não ser o “espelho da alma”.

Da relação com as técnicas surgem inúmeras interações que



Figura 2 - “The two ways of Life” (Rejlander, 1857 in Newhall, 1984)

sugerem atos de PPI, de que são exemplos clássicos a) a montagem por David Hill de 447 imagens dos participantes de um evento em Edimburgo (1843); b) a composição “Two ways of life” (1857), de Oscar Rejlander, recorrendo a mais de 30 negativos (Fig. 2); c) o cariz manipulativo presente na obra de Appert quando, em 1871 recriou o processo de fuzilamento na Comuna de Paris; d) a impressão combinada (sucessão presa de disparos fotográficos para conseguir um efeito de sobreposição de registos), técnica comum nesta época, notada em artistas como Henry Peach Robinson (Fineman, 2012).

A própria literatura do século XIX é fértil em mostrar-nos exemplos de edição. Ourdan escreve em 1891 “A arte do retoque”, um compêndio de possibilidades de edição química sobre os negativos, enquadrando soluções sobre processos fotográficos incidindo sobre a anatomia humana (Ourdan, 1891). Como este, outros manuais ensinavam técnicas para melhorar ou beneficiar a figura nos registos, através de pequenos truques durante o processo de revelação. A introdução do aerógrafo (1893) vem também impulsionar tecnicamente as ações, graças à possibilidade de cobrir as superfícies com um jato de tinta de detalhe fino e regular (Breckton, 1988).

Do ponto de vista narrativo, os postais “tall-tale” representam uma primeira expressão da imagem pós-produzida orientada para contar uma história. “O postal, que se espalhou de forma ubíqua no início dos anos 70 do século XIX, (...) representou uma revolução na distribuição em massa de imagens. Em 1873, ano em que foram inicialmente produzidos, mais de treze milhões terão sido vendidos nos Estados Unidos” (Weill, 2011). Estes postais faziam parte da cultura popular. Serviam o objetivo de construção de his-



Figura 3 - Montagem de acidente rodoviário reproduzida em postal. JOHNSON, 1915 in Weill, 2011

tórias, assumindo o seu papel satírico e informativo sobre acontecimentos ou questões locais — alguns com complexidade técnica (Fig. 3).

Do ponto de vista erudito, os estudos sobre Fotomontagem exploram igualmente esta visão de mutabilidade da imagem. Ades (Ades, 1976) refere-nos o impacto da edição feita por construtivistas ou artistas do movimento Dada, como El Lissitzky ou John Heartfield, cujo envolvimento estava assente na necessidade de conhecimento da Fotografia como *medium* (Evans & Gohl, 1986, p.27). El Lissitzky, com um estilo de montagem fluido e suave, pretendia transmitir visualmente mensagens ao “homem-massa” iletrado e analfabeto; Rodchenko, o “Reklam-konstruktor”, utilizava cortes crus e súbitos, a par de experimentalismo gráfico; Moholy-Nagy tentava criar um género novo de composição e usava o termo “Typophoto”, misturando novos elementos na composição visual, em “Pintura, Fotografia, Film” — “Fotografia é a apresentação visual do que pode ser oticamente apreendido. Typophoto é a criação visualmente mais exata de comunicação” (Hollis, 2001, p.60).

A *Werbung* (Publicidade) era outro dos campos onde estes exemplos poderiam ser observados — um setor onde as técnicas de PPI são hoje usadas extensamente. A partir do debate dos anos 30 em torno do qual o meio mais favorável à linguagem publicitária, autores como Wicks, um crítico britânico, defendiam a ilustração fotográfica como o *medium* ideal para o estímulo da imaginação através dos anúncios (Wicks in Sobieszek, 1988, p.12).

A partir da historicidade composta anteriormente, que revela elementos notórios de um período artesanal em que

encontramos vestígios de pós-produção, poderemos confirmar a presença de uma mutabilidade imagética numa fase anterior à fase digital. Conseguimos igualmente suportar a ideia de que uma pré-história da PPI se pode estabelecer no período inicial da história da Fotografia, referente ao século XIX, em simultaneidade com os seus primórdios. Em suma, apesar das possibilidades introduzidas pela Fotografia e do uso que diversos artistas da vanguarda fizeram da manipulação de imagem fotográfica, a grande diferença parece estabelecer-se a partir dos processos técnicos e do surgimento de novos recursos plásticos, que permitem a construção de novos discursos estéticos no campo da pós-imagem.

### 3. PARADOXO OU PARADIGMA?

Se as velhas imagens tradicionais sempre tiveram uma característica de mutabilidade, ou seja, se elas puderam, tal como a fotografia digital, ser pós-produzidas, no sentido em que sobre elas pode incidir uma hibridização ou alteração, isto significa que estas imagens são semelhantes à imagem digital? Aproveitando os cerca de 20 anos sobre a criação dos textos de Mitchell e Manovich, olhamos de novo para eles à luz do que hoje sabemos sobre as pós-imagens, analisando os principais argumentos.

A mutabilidade imagética, valor que Mitchell (1998) observava como característica distintiva das imagens digitais, não pode ser invocada como elemento decisório desta abordagem, como verificado nos exemplos encontrados ao longo de vários períodos históricos da Fotografia que analisámos. Ao mesmo tempo, parece excessiva a preposição de Manovich em que se defende que “a fotografia digital não existe”

(Manovich, 1995, p.3). Através da compreensão desta área, a PPI, podemos abrir uma perspetiva para analisar a imagem na contemporaneidade como um pós-produto que se afasta do seu campo natural e se aproxima de uma ideia de intervenção construída.

Primeiramente, porque as características físicas sublevadas por Manovich, nas quais Mitchell baseia uma definição de imagem digital, existem, de facto. O resultado de uma intervenção de PPI digital é um produto não-fotográfico, porque o processo executado não é químico, mas digital; e porque o produto resultante é uma imagem alterada, ou pós-produzida — existiu uma intervenção *a posteriori* no sentido da construção cultural, estabelecido na ideia de pós-imagem.

Depois, porque a presença destas imagens no nosso quotidiano é impossível de camuflar. Na fotografia de produto, na embalagem, na Publicidade, é notória a presença constante de técnicas de PPI. Messaris referencia, no setor da imagem comercial, 90% de anúncios com PPI (Messaris, 1996). Na figura humana, o impacto da pós-produção tem efeitos bio-reversos, levando a uma euforia mediática do corpo: o autor da edição pretende manipular a ideia da sua presença na imagem, originando um fenómeno cultural de plasticidade da figura que podemos observar nas redes sociais. Em retorno, o público que visualiza estas imagens sente-se culturalmente condicionado a readaptar o seu próprio corpo ao universo cultural que observa. Podemos encontrar ferramentas disseminadas cujo intuito é realizar com o toque num botão as mais diversas operações de alteração ou manipulação. Casos como o do *Instagram* permitem ainda intervencionar os registos com um novo conceito de ação de pós-produção em tempo real sobre a imagem, gerando pós-imagens onde

a PPI já está refletida, sendo alimentado constantemente por três pilares: i) evolução das ferramentas, ii) acesso a redes de informação, iii) disponibilidade de meios digitais e bibliotecas de imagem.

Podemos verificar, igualmente, na ciência, os efeitos da PPI: a produção de imagens sente o peso de questões éticas à medida que muitos manuscritos

MITCHELL	MANOVICH
Imagem digital pode ser reproduzida sem perda de qualidade	Em muitas imagens digitais, devido ao uso de algoritmos de compressão, a qualidade pode deteriorar-se, tal como no registo fotográfico
Imagem digital não consegue, por limitações técnicas, adquirir com fluidez o contínuo de tons da fotografia tradicional	Estas limitações não têm expressão ao nível do olhar
Imagem digital é manipulável de uma forma que a tradicional não é	A manipulação fotográfica tem sido sempre uma prática usada

Tabela 1 – Fatores de análise presentes em Mitchell (1994) e Manovich (1995)

tos são rejeitados por serem detetadas imagens com manipulação — Mike Rosner, editor do *Journal of Cell Biology* estima que “cerca de 20% dos manuscritos aceites pelo jornal contenham pelo menos uma figura revista devido a manipulação inapropriada” (Farid, 2009).

Por isso, mais do que um paradoxo que opõe imagem tradicional e digital, a PPI reflete um paradigma mutacional na forma como produzimos imagens: é o espelho de questões culturais, tem implicações na forma como lidamos com a nossa realidade cultural e com a criação de uma identidade visual que reflita o mundo contemporâneo.

#### 4. CRIADORES DE IMAGENS

Os construtivistas e dadaístas viam a imagem fotográfica como algo manufaturado/fabricado, em oposição à imagem pictórica, captada, assente no cânone ocidental. John Heartfield, um dos primeiros a utilizar a Fotomontagem como ilustração para transmitir conceitos, assumia-se como um engenheiro, “monteur”, em oposição à ideia de artesanato: um artista que trabalhava imagens seria um “mecânico”, um “engenheiro” (Pinheiro, 2013). Raoul Hausmann entendia a Fotomontagem como algo entre o ver e o ouvir (Frizot, 1991), como se o criador da imagem pudesse acrescentar uma nova camada significativa através da edição. Olhando para os exemplos históricos que temos vindo a referir, e tentando estabelecer uma relação com a pós-imagem contemporânea, observamos uma condicionante transversal, se nos focarmos não na superfície da imagem, mas no seu modelo de criação, cada vez mais assente em novas ferramentas, parecendo existir uma lógica de seleção e edição dos registos. As imagens que construímos podem ser “fotografadas”, mas tornou-se norma cultural, como *prosumers* (produtores-consumidores, conforme utiliza Alvin Toffler enquadrando a estética informacional na sociedade pós-moderna), a edição. O *cut and paste* não só aparece legitimado, como é igualmente o suporte de uma série de indústrias que exploram a possibilidade de desenvolver novos ritmos e processos criativos. Ao mesmo tempo, este conjunto de técnicas tem influência na decisão do que consideramos um modelo estético apropriado. O automatismo da captação dá lugar à emergência da edição: a pós-imagem contém em si a possi-

bilidade de construir dinâmicas de atenção, de vibração, de aumento de efeitos e de significado, partindo do desejo intrínseco de editar a imagem em busca do que consideramos do nosso ponto de vista cultural “a imagem ideal”.

Está também em mudança a definição de autor, diluindo-se cada vez mais. Machado enquadra o papel do artista atual na organização de vários “talentos diferenciados, equacionando sensibilidade e rigor, disciplina e anarquia criativa” (Machado, 1993, p.33), no alinhamento da ideia geral que temos verificado em vários autores, sistematizada no conceito expresso por Heidegger através da noção de “poésis”: o artista organizador do processo de “Gestell”, intermediando e questionando a técnica. Esta ideia de intermediação e assemblagem é também registada por outros, como Grau, Manovich, Santaella. Observa-se um percurso de hibridização dos ficheiros arquivados, seguindo uma lógica de gestão digital destes produtos culturais como ativos (“digital asset management”). Contudo, as ferramentas apresentam sempre novas hipóteses de reintegração destes conteúdos na criação de novos elementos culturais. A nossa perceção de que as imagens foram intervencionadas dilui-se à medida que o realismo e a miríade de recursos se desenvolve, projetando um novo envolvimento construtivo para além da captura a que estávamos habituados. “The referent has come unstuck” (Mitchell, 1998, p.31). O referente da imagem libertou-se, descolou. A natureza da pós-imagem aproveita este espaço para se libertar.

Podemos concluir que a mudança que a PPI comporta está patente na relação cumulativa entre a possibilidade técnica de alteração das pós-imagens e a divulgação social que estas obtêm através das redes de informação. Muitas das nossas referências culturais centram-se em exemplos visuais que derivam de uma estética presente em imagens intervencionadas. Ao contrário do que acontece no nível verbal, onde a edição digital é aceite como ferramenta própria ao ato de escrever, a edição visual é popularmente olhada a um outro nível. Editar imagens parece ter outros contornos, mais profundos. No entanto, convivemos com estas imagens desde o início da Fotografia.

## 5. CONCLUSÃO

Foi abordada, através do exemplo do uso de técnicas de PPI no século XIX, a questão da mutabilidade das imagens fotográficas, levantada por textos de Mitchell e Manovich. Verificámos que existiu um universo de edição similar ao atual, o digital. A diferença parece estar no efeito de aceleração gerado pelo binómio facilidade de edição/quantidade, aplicável às hibridizações que acontecem na contemporaneidade, originando impactos culturais mais vastos que ainda não compreendemos a fundo. A nossa predisposição cultural para a edição parece advir de uma atitude como *prosumers*, produtores-consumidores, deixando para trás o papel mais passivo da captação e explorando a construção fotográfica como forma de expressão visual. Aqui, a disseminação do campo do “olhar sobre as imagens” nos *curriculae* educativos parece ser urgente, como resposta a uma convivência exacerbada com estas pós-imagens. Observar — e procurar perceber melhor — as imagens publicitárias poderá ser um caminho para desenvolvermos esta tão necessária literacia visual?

Atualmente, ao contrário do que ocorria no início da fotografia, a identificação das alterações é muito mais complexa, sendo que no século XIX as mutações/edições eram mais facilmente perceptíveis. Verificar a manipulação nas pós-imagens torna-se cada vez mais complexo, à medida que novas ferramentas vão surgindo. As pós-imagens oferecem a capacidade de deixar para trás a representação captada, à medida que a construção é feita a partir de outras pós-imagens — a ação de edição é muitas vezes realizada sobre pós-imagens, como material, como é o caso das imagens publicitárias, cada vez mais construídas a partir de bancos de imagem.

A introdução da ideia de PPI surge como forma de propiciar uma abordagem que nos ajude a perceber, no universo da criação cultural e imagética da contemporaneidade, a perda do estatuto ontológico da fotografia. As pós-imagens circulam em grande número no espectro privado e mediático e a edição digital que recai sobre elas já não é similar ao que encontramos no retoque do século XIX. As ferramentas atuais, como vimos, permitem facilmente que os consumidores se convertam em produtores — e fotógrafos em editores. Te-

mos de averiguar, como formadores, se a habituação à sua ubiquidade, representada através da sua presença constante em todos os ecrãs e dispositivos, se constitui por si mesma como uma nova linguagem. Neste sentido, necessitamos também aprofundar as questões que esta pós-imagem levanta. Como produtores e difusores de conhecimento, é nossa função questionar os excessos e observar até que ponto a busca desenfreada pelo efeito estético não ultrapassa, em muitos casos, os princípios éticos.

## Agradecimentos

O autor gostaria de agradecer o apoio prestado pelo Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve e Universidade Aberta na prossecução deste trabalho de investigação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADES, D. (1976). *Photomontage*. Thames & Hudson Ltd. ISBN 0500202087
- BARTHES, R. (2012). *A Câmara Clara*. Edições 70. ISBN 9789724413495
- BRECKTON, B. (1988). *An Introduction to Airbrushing and Photo Retouching*. Book Sales.
- Evans, D & Gohl, S. (1986). *Photomontage: A political weapon*. G. Fraser
- FARID, H. (2009). *Photo Fakery and Forensics*. DOI: 10.1016/S0065-2458(09)01201-7
- FLUSSER, V. (1998). *Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica*. Lisboa: Relógio D'Água. ISBN 9789727085132
- FRIZOT, M. (1991). *Photomontage: Experimental Photography Between the Wars*. Thames & Hudson Ltd. ISBN 050041078X
- HOLLIS, R. (2001). *Graphic Design: A Concise History* (2nd Revised edition.). Thames & Hudson.
- Knoll, John, “Photoshop first demo” in <https://www.youtube.com/watch?v=Tda7jCwvSzg>
- MACHADO, A. (1993). *Máquina e Imaginário: O desafio das poéticas tecnológicas*. São Paulo: Ed. Univ. S. Paulo. ISBN 8531401437
- MANOVICH, L. (1995). *The paradoxes of digital Photography*. in “Photography after Photography. Exhibition Catalog”. ISBN 0262632551
- MARCOS, A. F. (2012). *Instanciando mecanismos de a/r/tografia no processo de criação em arte digital/computacional*. *Invisibilidades Revista Ibero-Americana de Pesquisa em Educação Cultura e Artes* (3), pp.138-145.



MARCOS, A. M., BRANCO, P. S. & Zagalo, N.T. (2009). *The Creation process in Digital Art* In: I. F. B. (Ed.), editor Handbook of Multimedia for Digital Entertainment and Arts. New York. pp. 601-615.

MESSARIS, P. (1996). *Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising*. Sage Publications, Inc. ISBN 0803972458

MITCHELL, W. J. (1994). *The reconfigured eye: visual truth in the post-photographic era*. MIT Press. ISBN 9780262631600

NEWHALL, B. (1984). *The History of Photography: From 1839 to the Present: (5th ed.)*. MMA, New York.

Fineman, M., & Metropolitan Museum of Art (2012). *Faking it: manipulated photography before Photoshop*. Yale University Press. ISBN 9781588394736

OURDAN, J. (1891, 2010). *The Art Of Retouching*. Kessinger Publishing, LLC. ISBN 1164215450

PINHEIRO, J. A. R. (2013). *Pós-publicidade: contributo para o estudo do registo de pós-produção fotográfica no domínio da publicidade*. Lisboa.

PLUMMER in HACKING, J. *editor* (2012). *Photography: the whole story*. Prestel Publishing. ISBN 9783791347349

SANTAELLA, L. (2005). *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* São Paulo: Paulus ISBN 9788534923002

SONTAG, S. (1977). *On Photography* (2008th ed.). Penguin Classics. ISBN0141035781

WEILL, A. (2011). *Photomontages Improbables: Tall Tale Post Cards Americaines Du Debut Du XX Siecle*. Gourcuff Gradenigo. ISBN 235340104X

WICKS in SOBIESZEK, ROBERT A, and Eastman Kodak Company (1988). *The Art of Persuasion: a History of Advertising Photography*. New York: H.N. Abrams. ISBN 0810914697