

Marcel Andino Velez

## CHŁOPCY MALOWANI

**Polityk komputerowo zmieniony w dziesięcioletnie dziecko nawołuje z plakatu: Zmieniając siebie, zmieniajmy Polskę. Tegoroczna kampania wyborcza wygląda jak promocja programu do obróbki zdjęć.**

Pamiętają państwo plakat wyborczy SLD sprzed czterech lat? Ruda dziewczynka z warkoczami, w mundurku szkolnym z lat 30., której ktoś wsadził na głowę kuriozalny kapelusik. Trzymała w rękę zeszyt z hasłem: „Przywróćmy normalność, wygrajmy przyszłość”. Teraz SLD też stawia na dzieci na plakatach. Co prawda lider Sojuszu Wojciech Olejniczak urodził się w 1974 roku, co kwalifikuje go do tak zwanej młodzieży starszej, ale na billboardach najwyraźniej widzimy chłopca. Olejniczak przerobiony na dziecko to owoc pracy magików od komputerowej obróbki zdjęć.

– Nie tylko został odmłodzony, ale też ktoś chyba próbował go upodobnić do Tony’ego Blaira, żeby skojarzyć SLD z odnoszącą sukcesy angielską lewicą – mówi Maciek Muszalski, grafik komputerowy, jeden z lepszych speców od fotograficznej postprodukcji na warszawskim rynku, przy okazji absolwent politologii.

### Klik, i facet chudnie

Muszalski w lewej ręce trzyma kubek z kawą, w prawej – komputerową myszkę. Jedno pociągnięcie, jedna sekunda i z fotografią otwartą na ekranie dzieją się rzeczy, o których zwykli oglądacze zdjęć nie mają zielonego pojęcia. Po billboardach tegorocznych kandydatów widać, że ich twarze przyjęły sporo takich bezceremonialnych pociągnięć myszką.

Możliwość programu Photoshop Muszalski prezentuje na zdjęciu kumpla. Klik, i facet chudnie o dobre kilkanaście centymetrów w pasie. Po kolejnych sekundach traci krągłe policzki, zmniejszają mu się uszy. Uwypukla się kwadratura szczęki. – Teraz jeszcze go wyciągniemy o parę procent – mówi Maciek i kumpel na zdjęciu robi się smukły jak Dawid Michała Anioła. Ale cały czas jest to ten sam facet.

– Zawsze trzeba poprawić kolory. Odchudzenie i wygładzenie skóry też jest częste – wylicza Muszalski. Potwierdza znaną wszystkim w branży prawdę, że dziś rzadko drukuje się zdjęcia bez poprawek. – Przy zdjęciach z modelkami nie ma praktycznie żadnych ograniczeń. To anonimowe osoby sprzedające wizerunek. Można je sklejać z kilku zdjęć, wycinać, przekształcać. Oczywiście przy portretach konkretnych osób aż tak bardzo szaleć się nie da, ale zawsze można zwęzić rozstaw oczu, poprawić wykrój ust – mówi Jarek, starszy kolega Muszalskiego po fachu. Prosi, by nie podawać nazwiska. Współpracuje z najsłynniejszymi polskimi fotografami. Sprawa jest delikatna.

### Nowy nos marszałka

– O, ten pan mógł mieć poprawiany kontur oka. No i oczywiście dołożono mu niemieckiego blasku w oczach. W Niemczech jest zwyczaj, że oczy muszą świecić ze zdjęcia. Aż do przesady – Jarek pochyła się nad zdjęciem z plakatu wyborczego Donalda Tuska, „człowieka z zasadami”.

Włodzimierz Cimoszewicz – „Niech połączy nas Polska” – ma na plakacie rozłączone brwi. Na zwykłych zdjęciach zrastają mu się nad nosem. Ktoś zadbał też o to, by z czubka nosa marszałka Sejmu zniknęło nieduże znamię. – Owal twarzy też chyba miał poprawiany, ale to rutynowe. Wiadomo, że symetryczna twarz wygląda lepiej – mówi Jarek.

Prawe i lewe ucho „prawego człowieka lewicy” Marka Borowskiego na plakacie nie odstają. – Mówi się, że obróbka cyfrowa zdjęć to chirurgia plastyczna dla ubogich. Nie stać cię na operację, to chociaż na zdjęciu chcesz się upiększyć – mówi Jarek.

„Silny prezydent, uczciwa Polska” Lech Kaczyński na plakacie też wygląda jakoś dziwnie. Twarz rozpułchniona jak ciasto drożdżowe. Aż trudno go rozpoznać. Jarek przygląda się wydrukowi: – Zachowali mu fakturę skóry, pory, zmarszczki. No, łagodnie się z nim obeszl. A akurat w tym przypadku może trzeba było trochę podziałać. Kaczyński jest niewysoki, raczej korpulentny. Gdyby to Jarek pracował nad zdjęciem na plakat, wyciągnąłby politykowi PiS głowę nieco wyżej nad kołnierzyk. Popiersie Kaczyńskiego nabrałoby lepszych proporcji.

– Jak ktoś ma taką posturę, do tego owalną twarz, to nie można go tak kadrować. Podłużny kształt billboardu sprawia, że rzeczy wydają się szersze, tak widzi nasze oko. Projektant plakatu powinien takie rzeczy wiedzieć, to elementarz grafika.

– Trzeba było usunąć ten cień po prawej stronie! Taką twarz lepiej lekko przeświecić, inaczej wychodzą na wierzch wszystkie nierówności – dodaje Krzysztof Kozanowski, młody fotograf z agencji Photoby.

Beata Wielgosz fotografuje gwiazdy, sesje mody dla luksusowych pism, zdarzało jej się robić zdjęcia politykom. –



Niepotrzebnie zmuszono kandydata PiS do uśmiechu, który wygląda jak wybryk operatora PhotoShopa. Można też było zdjąć cień z prawej strony twarzy.

Ludzie silą się na uśmiech do obiektywu, bo myślą, że dzięki temu będą wyglądać jak w „Vanity Fair” (luksusowy amerykański miesięcznik o życiu elit – red.). Tylko że do tego „Vanity Fair” chyba mało zaglądale, bo tam nie ma nienaturalnych uśmiechów. Oni są zrelaksowani, pewni siebie. A Polakom pewności siebie brakuje. Zamiast wysilać się, powinni być na luzie – mówi Wielgosz.

Upudrowany, źle skadrowany Lech Kaczyński na plakacie wyraźnie się uśmiecha. Tego grymasu jego twarzy ludzie nie znają, polityk PiS raczej kojarzy się ze śmiertelną powagą. Dlatego jego uśmiechnięte zdjęcie można uznać za złośliwy wybrk operatora. W tym przypadku niesłusznie.

Co innego „człowiek z charakterem” Andrzej Lepper. – Ktoś sobie zrobił jaja – mówi Jarek. – Krzywdę zrobili mu albo podczas obróbki zdjęcia, albo w drukarni – głowi się Maciek Muszalski. Idealnie gładka powierzchnia twarzy pokryta jest bowiem kolorem magenta, czyli buraczkiem.

### **Tani kandydat**

Beata Wielgosz uważa, że na plakatach wystarczyłyby zdjęcia reporterskie. – Ludzie w Polsce są już świadomi fotografii. Otraskaliśmy się z reklamą, z fotografią prasową, z sesjami mody. Nauczyliśmy się oczekiwać, że w zdjęciu o coś chodzi. A fotki z plakatów są o tym, że facet się ubrał, przyjechał do studia i stanął przed obiektywem. Kompletnie o niczym – mówi.

W amerykańskich kampaniach nie wykorzystuje się fotografii sesyjnej. Dominują reporterskie zdjęcia kandydatów w akcji. – Polityk ma się wykazać nie poprzez środki artystyczne, tylko w działaniu – uważa Wielgosz.

Kozanowski fotografował liderów jednego z najważniejszych ugrupowań. – Jeden z nich był tak sztywny, że nie chciał się ubrać w przygotowane przez stylistkę ciuchy. A przecież trzeba było dopasować kolory. To minimum stylizacji. Miałem się uwinąć w godzinę. W takich warunkach ciężko o dobrą współpracę. A w dodatku musisz do fotografowanego zwracać się per „panie przewodniczący” – wspomina.

Dla niego to stracony czas. Tych zdjęć nie wykorzysta w swoim profesjonalnym portfolio. Pieniądze żadne. – To była grzeczność wobec kogoś, kto im robi kampanię.

Profesjonalna sesja u znanego fotografa i produkcja zdjęć powinny kosztować nie mniej niż pięć tysięcy złotych. – Za siedem możesz już mieć supermateriał – mówi Maciek Muszalski. Okazuje się jednak, że sztaby wyborcze dysponujące milionami zrobienie dobrych zdjęć uważają za nieistotne. – Tani make-up widać na zdjęciach. Jak chce się mało wydać, to potem się tanio wygląda – mówi Jarek.

### **Facet z innej epoki**

Możliwości Photoshopa są nieograniczone, ale nawet najlepsi operatorzy potrafią spędzić wiele godzin nad jednym zdjęciem. – Fotografia cyfrowa to nowa dziedzina sztuki. Fotograf i współpracujący z nim operator są jak malarz. Jeśli cyfrowo przetworzone zdjęcie ma coś mówić o portretowanym człowieku, to nie da się tego zrobić kilkoma pociągnięciami myszki. W ten sposób to można modelkom ze świerszczyków usuwać z cycków blizny po wszczepieniu silikonów – mówi Jarek.

Na razie mimo milionowych sum wydanych na kampanię z plakatów patrzą na nas twarze mumii. Photoshop to nowa technika, ale sfotografowani politycy wyglądają jak sfotografowana „przez pończochę” gwiazda telewizji sprzed lat.

– Widać, że wejście do Unii pomaga Polakom. Stajemy się bardziej otwarci. Ja to czuję i w pracy, i jak idę ulicą. A ci panowie są z kompletnie innej epoki – mówi Beata Wielgosz.

Uśmiechając się na siłę, poprawiając sobie nosy, brwi i uszy, politycy próbują zmienić skórę. Pod spodem wszystko po staremu. Czyżby jedynym programem wyborczym, jakim dysponują, był Photoshop?

### **Marcel Andino Velez**

Przekrój 38/2005