

## O QUE SERIAM FOTOGRAFIAS FAKE?: REFLEXÕES SOBRE O FOTOGRAFICO EM NARRATIVAS DE DESINFORMAÇÃO POLÍTICA

*WHAT WOULD FAKE PHOTOGRAPHS BE?: REFLECTIONS ON THE PHOTOGRAPHIC IN NARRATIVES OF  
POLITICAL DISINFORMATION*

*¿QUÉ SERÍAN LAS FOTOGRAFÍAS FAKE?: REFLEXIONES SOBRE LO FOTOGRAFICO EN NARRATIVAS DE  
DESINFORMACIÓN POLÍTICA*

**JANE CLEIDE DE SOUSA MACIEL<sup>1</sup>**

Submissão: 15/08/2022

Aprovação: 20/08/2022

Publicação: 23/12/2022

<sup>1</sup> Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutora e mestre em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - ECO/UFRJ, na linha de pesquisa Tecnologias da Comunicação e Estética. Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas pela UFMA. Formação em Artes pela Escola de Artes Visuais do Parque Lage (RJ). Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa e Produção de Imagem-NUPPI.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-6049-9793> E-mail: [janmaciel@gmail.com](mailto:janmaciel@gmail.com)

### RESUMO

Este trabalho busca traçar uma proposta de definição para o que seriam “fotografias *fake*” a partir do prisma de suas possíveis agências na política brasileira. Interessa-nos discutir sobre como a linguagem fotográfica, que frequentemente carrega em seus usos sociais pretensões de verdade e objetividade, é usada na produção e na circulação de *fake news*. A partir de um levantamento realizado junto à agência de *fact checking* Aos Fatos, selecionamos e relacionamos fotografias *fake* circuladas no período eleitoral de 2018 no Brasil. Como resultados da pesquisa, apresentaremos diferentes recursos de falsificação a partir de três categorias: fotomontagem, descontextualização/recontextualização fotográfica e montagem texto-imagem. Por fim, arguiremos como as fotografias *fake* interferem na cena política com

grande potência de mobilização de afetos e sentidos em narrativas e ambientes de desinformação.

**Palavras-chave:** Fotografia. Fake. Política.

## **ABSTRACT**

This work seeks to outline a proposal for the definition of “fake photos” from the perspective of their possible agencies in Brazilian politics. We are interested in discussing how the photographic language, which often carries pretensions of truth and objectivity in its social uses, is utilized in the production and circulation of fake news. From a survey carried out through materials presented by fact checking agency Aos Fatos, we selected and listed fake photographs circulated in the 2018 electoral period in Brazil. As research results, we present in this paper different counterfeiting resources based on three categories: photomontage, photographic decontextualization and text-image montage. Finally, we question how fake photographs interfere in the political scene with great power to mobilize affections and meanings in narratives and environments of disinformation.

**Keywords:** Photography. Fake. Politics.

## **RESUMEN**

Este trabajo busca esbozar una propuesta de definición de lo que serían “fotografías fake” desde el prisma de sus posibles agencias en la política brasileña. Nos interesa discutir cómo el lenguaje fotográfico, que muchas veces conlleva pretensiones de verdad y objetividad en sus usos sociales, es utilizado en la producción y circulación de fake news. A partir de una encuesta realizada con la agencia de fact checking Aos Fatos, seleccionamos y relacionamos fotografías fake que circularon en el período electoral de 2018 en Brasil. Como resultados de la investigación, presentaremos diferentes recursos de falsificación a partir de tres categorías: fotomontaje, descontextualización/recontextualización fotográfica y montaje texto-imagen. Finalmente, argumentaremos cómo las fotografías fake interfieren en el escenario político con gran poder para movilizar afectos y sentidos en narrativas y entornos de desinformación.

**Palabras-clave:** Fotografía. Fake. Política.

## INTRODUÇÃO

A intensa circulação nas redes digitais de imagens fotográficas consideradas “falsas”, que buscam se passar por registros verdadeiros de determinadas realidades, apontam para uma crise no campo das visualidades, ao mesmo tempo de ordem prática e epistêmica. É evidente que a relação das imagens com usos ilusionistas, ficcionais e mesmo intencionalmente fraudulentos são inerentes a suas próprias dinâmicas enquanto *eikon*, modo de aparição no campo visível como um semblante, uma aparência (MONDZAIN, 2016). Mas aqui estamos particularmente interessados por usos contemporâneos que se valendo de tecnologias digitais de produção e circulação de imagens conseguem interferir nas dinâmicas políticas ao serem estratégica e organicamente dinamizados em circuitos comunicacionais desinformativos. A partir desse recorte político buscamos questionar o que seriam fotografias “fake”, evocando este termo que, de modo geral, é usado pelos próprios usuários nas redes para designar que uma imagem (não somente fotográfica) é falsa, seja ela relacionada ou não à desinformação, mas que certamente remete ao conceito de *fake news* que nos últimos anos tornou-se frequente nas discussões públicas. Assim, optamos neste trabalho por este termo, relacionando-o diretamente ao falso fotográfico – e à farsa fotográfica – no âmbito da tecnologia digital e de seus usos em redes sociais.

Diante disso, primeiramente é necessário questionar se seria possível afirmarmos que imagens podem ser *fake*. Se entendermos a imagem como *eikon*, um semelhante que pode evocar e mesmo criar muitas realidades, partirmos do pressuposto de que não haveria uma verdade estável sobre as imagens a qual um falso se oporia, mas sim a polissemia das mesmas e suas respectivas agências em cada trama (MONDZAIN, 2016). Assim, entendemos que a própria ideia de imagens/fotografias *fake* tem em seu cerne um paradoxo inerente que tensiona as relações entre verdadeiro e falso no plano imagético, assim como em suas formas de expressão no mundo comum. Neste artigo, propomos investigar o que fazem imagens

assumirem esta designação e quais processos comunicacionais estão a elas associados. Interessa-nos particularmente fazer esta pergunta debruçando-nos sobre a linguagem fotográfica por considerar que historicamente esta carrega em seus usos sociais pretensões de realismo, objetividade, mimetismo e designação (BARTHES, 1984; DUBOIS, 1993; KRAUSS, 2004; MACHADO, 2015; ROUILLÉ, 2009).

Justamente apoiados nesses paradigmas, é possível elencar na história da fotografia inúmeros casos de usos políticos de imagens manipuladas, descontextualizadas e estrategicamente forjadas junto a narrativas textuais e outros esquemas discursivos de distorção de fatos que interferem diretamente em governos e mesmo no entendimento e percepção dos relatos históricos. É o caso das fotomontagens durante o período stalinista na União Soviética, nas quais figuras de opositores eram suprimidas (ALMEIDA, BONI, 2006; VILELLA, 2018), a exemplo da fotografia anônima de Lênin em Petrogrado, de 1917, em que Trotsky e Kamenev foram retirados da imagem em uma montagem datada de 1930 (FIGUEIREDO, 2018).<sup>1</sup> Podemos ainda mencionar como montagens fotográficas também acontecem nas rotinas do jornalismo, mesmo sendo considerada uma prática eticamente problemática (SOUSA, 2004). No contexto político brasileiro, citemos a manipulação de uma fotografia de Lula na capa da revista Isto É, em 1994,<sup>2</sup> e a descontextualização de uma foto

---

<sup>1</sup> Segundo Vilella (2018), que retoma as pesquisas do historiador inglês David King em sua obra *“The Commissar vanishes: the falsification of photographs and art in Stalin’s Russia”*, o retoque fotográfico com a supressão de pessoas data de 1917, mas é a partir de 1935 que ele teria se tornado recorrente, e acrescenta que “de toda maneira, nota-se que o governo soviético fez um uso majoritário de formas de censura calcadas na interdição, e não na difamação” (VILELLA, 2018, p.128). Veremos adiante que esta é uma diferença considerável entre as manipulações stalinistas e as atuais fotografias *fake* empregadas para fins políticos, que em grande medida contribuem para atacar figuras públicas, construindo imagens negativas de pessoas como inimigos por meio de calúnias, difamações e injúrias, que por sua vez buscam favorecer campanhas e projetos de outros sujeitos e grupos políticos. Ademais, vale ressaltar que as fotomanipulações políticas na União Soviética dialoga diretamente com toda uma tradição de fotomontagens artísticas usadas para fins políticos no movimento construtivista russo, o que remarca os trânsitos entre linguagens e práticas imagéticas.

<sup>2</sup> “Na capa, Lula aparece com o olho esquerdo roxo e avermelhado. A boca está também ferida e um curativo marca a bochecha direita. A revista não informou aos leitores de que se tratava de uma manipulação –ainda que perceptível.” Ver: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/7/12/brasil/16.html>.

de Dilma Rousseff que ilustrou a capa de uma edição da mesma revista em 2016, com o título “As explosões nervosas da presidente”.<sup>3</sup>

Assim sendo, é importante destacar que farsas fotográficas não são práticas exclusivamente atuais e necessariamente atreladas ao fenômeno da desinformação. Contudo, os processos comunicacionais que aqui serão debatidos são próprios das dinâmicas possibilitadas pela fotografia e redes digitais, marcadas pela desmaterialização que favorece tanto os desvios da origem referencial ao qual o rastro fotográfico se vincularia, quanto a expansão de sujeitos aptos a manipularem fotos e construir narrativas que visam atingir objetivos específicos. Por outro lado, podemos supor que a busca por informações relacionadas aos contextos de origem e de apropriação das imagens fotográficas ainda é uma prática muito restrita frente à rapidez de atualização dos *feeds*. É neste cenário que fotos são usadas constantemente na produção de histórias forjadas que reclamam para si o status de verdadeiras, como se observa na circulação de *fake news*, “tipo específico de informação inverídica distribuída digitalmente para disputar o sentido de notícia” (DOURADO, 2021, p.53-54). Neste aspecto, podemos traçar um paralelo das fotografias *fake* com o fenômeno das *fake news*, pois enquanto estas muitas vezes simulam a aparência de notícias recorrendo à credibilidade atribuída ao discurso jornalístico<sup>4</sup>, aquelas dependem da suposta transparência e objetividade da mídia fotográfica e para tanto recorrem a formatos comunicacionais que as reforçam.

Metodologicamente, optamos neste trabalho por coletar imagens empregadas em *fake news* no período eleitoral de 2018 no arquivo de uma agência de *fact checking*, considerando a importância deste momento marcado por muitas controvérsias políticas e intensa circulação

---

<sup>3</sup> “[...] Posteriormente à data da veiculação da revista, veio à tona a informação de que a imagem, de fato, tratava-se de uma montagem feita a partir de outra fotografia, realizada no momento em que a então presidenta da república comemorava, de forma acalorada e com gritos, um gol da seleção brasileira de futebol na abertura da Copa do Mundo no Brasil, em 12 de junho de 2014” (NEVES, NEVES, 2017, p.6).

<sup>4</sup> Embora este mimetismo nem sempre ocorra, conforme discutiremos no item 3 deste artigo.

de desinformação que interferiu no andamento da campanha e mesmo em seus resultados.<sup>5</sup> A partir dessas imagens, realizamos uma análise qualitativa de algumas fotografias *fake* e seus diferentes recursos de falsificação identificados no estudo exploratório, que aqui serão descritos com o intuito de melhor entendermos como operam em cada caso, bem como dialogam entre si. Assim sendo, este artigo busca elucidar duas vertentes de um mesmo fenômeno, uma que remete ao campo da imagem e da fotografia, e outra que tange à desinformação no âmbito da comunicação política.

## **ARRANJOS SENSÍVEIS DA FOTOGRAFIA EM NARRATIVAS DE DESINFORMAÇÃO**

Vale aqui levantarmos algumas perguntas que nos serão úteis em nossa problematização sobre o emprego de fotografias em narrativas de desinformação. Estaríamos diante do falso da imagem ou simplesmente de uma imagem, com diferentes modos de ativar experiências com o mundo e de se afinar a uma pluralidade de processos de “subjetivação do olhar” (MONDZAIN, 2016)? Quais problemas éticos/políticos existem em fotografias que se passam por verdadeiras em narrativas falsas? Quais impactos a linguagem fotográfica teria na percepção, na produção de sentido e na mobilização de emoções em acontecimentos públicos?

Apelos sensíveis são variáveis recorrentes no fenômeno das *fake news*, um cruzamento possível da discussão sobre imagem/fotografia com o tema da estética na

---

<sup>5</sup> Segundo um levantamento feito pelo jornal *The Guardian*, que realizou uma análise de cerca de 12 mil mensagens repercutidas em cerca de 300 grupos de WhatsApp durante as eleições, com base nos dados do Monitor de WhatsApp, da UFMG, 42% das mensagens compartilhadas pela direita eram notícias falsas, enquanto 3% das publicadas pela esquerda continham informações consideradas falsas. Ver: <https://www.theguardian.com/world/2019/oct/30/whatsapp-fake-news-brazil-election-favoured-jair-bolsonaro-analysis-suggests>

desinformação. Nos últimos anos tem se tornado evidente como o trabalho estratégico com imagens pode render resultados efetivos em campanhas eleitorais e nas novas modalidades de marketing político em campanhas permanentes. São imagens que permeiam de diversas maneiras o debate público: chamam atenção para textos, movimentam polêmicas e escândalos, endossam pontos de vista e valores morais, informam e testemunham, mas podem muitas vezes também desinformar, contribuindo com campanhas de difamação, de discurso de ódio e de propagação de teorias da conspiração. Seus usos, dependendo das redes que as sustentam, podem impactar o imaginário e as escolhas políticas. O caso das eleições presidenciais de 2018 no Brasil foi notável neste aspecto.

Tatiana Dourado (2021), ao abordar o emprego de relatos falsos com fins políticos, afirma que *fake news* são caracterizadas por serem “contrafações noticiosas distribuídas digitalmente”, ou seja, narrativas falsas que se pretendem passar por reais recorrendo por vezes à credibilidade e à autoridade do jornalismo (como quando camuflam a forma narrativa de reportagens), embora também sejam correlacionados à sua desqualificação como instituição. Podemos refletir sobre a aparência jornalística que se mostra na maneira como texto é construído, no design dos sites/portais que apresentam conteúdos no formato notícia etc, como arranjos sensíveis que alicerçam a recepção de desinformação fotográfica. Porém, vale ressaltar que nem sempre *fake news* ganham essa formatação que mimetiza o jornalismo, conforme foi observado em um estudo sobre a campanha de 2018, quando a maior parte dos relatos falsos pareciam com formas comuns de publicações em redes sociais (GOMES, DOURADO, 2019, p.41). Assim, é necessário atentar para o fenômeno da desinformação em seus múltiplos formatos, entendendo ainda que “[...] *fake news* que usam imagens apelam a esse tipo de recurso para servir como prova de que o fato narrado é verossímil.” (DOURADO, 2021, p.85)

Tandoc Jr et. al. (2017) apresentam algumas tipologias relacionadas às *fake news*<sup>6</sup> e entre elas está a manipulação de fotos/imagens no intuito de criar uma narrativa, categoria que está intrinsicamente ligada as de *fake news* marcadas pela fabricação de histórias com intencionalidade de desinformação e de propaganda política. Não somente em adulterações de fotografias, mas também múltiplos formatos de descontextualização/recontextualização de fotos e montagens meméticas, a linguagem fotográfica é empregada junto a textos rasos, distorcidos e fraudulentos, mas que reclamam para si a alcunha de informativos, mesclando a pretensão de verdade da fotografia e do jornalismo em um ambiente comunicacional onde a mentira paira sorrateiramente entre assuntos controversos e ânimos inflamados. É preciso também destacar que *fake news* costumam ser recorrentes em épocas de tumulto, disputas e divisão social (TANDOC JR et. al., 2017), o que faz sua circulação ser dependente da mobilização afetiva de sujeitos e coletivos que compartilham imagens para propagandear seu ideário de mundo, uma vez que estas enunciam - da maneira como são apresentadas - o que se anseia propagar como “prova visual”. Muitas vezes, estes sujeitos comuns acabam contribuindo com ações estrategicamente pensadas para atingir determinados fins políticos, em possíveis ações coordenadas, como já foi apontado em pesquisas e mesmo no âmbito da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito das *Fake News*, iniciada em 2019 (SEGURADO, 2021).

O tema das emoções também está no cerne da própria definição de “pós-verdade”, conceito compreendido como uma “[...] antinomia entre os ‘fatos objetivos’ – pressupostamente verificáveis a partir da operação racional – e os ‘apelos à emoção’ e as ‘crenças pessoais’, dados pela imprevisibilidade do sensível.” (BORGES JUNIOR, 2019, p.538). O apelo de fotografias *fake* estaria diretamente ligada a esta “[...] natureza

---

<sup>6</sup> Segundo os autores, a conceituação do termo passa pelas seguintes categorias: sátira; paródia; fabricação; manipulação; publicidade e relações públicas; propaganda.

fundamentalmente estética da esfera pública contemporânea” (idem), de maneira que suas agências políticas são inseparáveis das expectativas daqueles que as disseminam “cegamente”, sendo as fotografias *fake* meios para reforçar afetos e argumentos (neste caso, políticos), uma espécie de certificação – para si e para os outros – que seu olhar sobre o mundo seria coerente e verdadeiro. E esta sensação de comprovação é possível justamente porque se apoia no ideal de foto-informação próprio ao campo do jornalismo (SOUSA, 2004).

## **FOTOGRAFIAS *FAKE* NAS ELEIÇÕES DE 2018: FOTOMONTAGEM, DESCONTEXTUALIZAÇÃO/RECONTEXTUALIZAÇÃO FOTOGRÁFICA E MONTAGEM TEXTO-IMAGEM**

Optamos neste artigo por realizar um estudo exploratório em uma agência de *fact checking*, por considerar os impasses em se investigar fotografias *fake* de modo mais amplo na web, levando em conta seu caráter dispersivo.<sup>7</sup> Deste modo, entendendo os arquivos das agências de checagens de fatos como entradas viáveis para acessar essas imagens, percorremos 127 links de checagens, análises e reuniões de dados relativos à eleição presidencial de 2018 compilados pela Aos Fatos, na aba “Eleições 2018” (<https://www.aosfatos.org/noticias/eleicoes-2018/>). Dentre estes, selecionamos 19 ocorrências de narrativas de desinformação centradas em imagens, sendo 5 com vídeos e 14 com fotografias.<sup>8</sup> Verificamos como recursos de falsificação o uso de fotomontagens, de

---

<sup>7</sup> É importante destacar que essa escolha apoia-se muito mais nas possibilidades de acesso a tais imagens e pistas para seguir seus rastros, do que por considerar essas agências como instituições de salvaguarda da verdade dos fatos. Sobre essa discussão, ver o artigo “Quem vigia os vigias? o combate às *fake news* na pós-democracia brasileira”, de Alfonso de Albuquerque (2021).

<sup>8</sup> Conforme foi dito, neste trabalho nos detemos especialmente à linguagem fotográfica, mesmo que muitos aspectos aqui debatidos sejam comuns a demais imagens técnicas em *fake news*, o que merece ser abordado em outro estudo.

descontextualização/recontextualização fotográficas e de montagens/associações de fotografias com textos.

Um aspecto interessante é que a seleção de conteúdos relacionados às Eleições de 2018 nesta agência varia entre maio e outubro daquele ano, sendo que a presença de fotografias em narrativas falsas acontecem entre setembro e outubro, ou seja, justamente na reta final da disputa, quando eclodem com mais intensidade as controvérsias políticas. Enquanto nos primeiros meses as checagens concentravam-se nos dados citados por candidatos em entrevistas a veículos de mídia, declarações em debates e pronunciamentos públicos, informações dos planos de governo etc, a intensificação da campanha e a guerrilha informativa nas redes sociais parecem claramente evocar uma acentuação do ambiente midiático de desinformação nos dois últimos meses. Numa análise retrospectiva, um acontecimento chave desta virada é o ataque ao então candidato Jair Bolsonaro em 06 de setembro de 2018. É a partir deste momento que podemos encontrar no arquivo checagens de *fake news* disseminadas em redes sociais, e entre elas, a presença de fotografias *fake*.

Logo na primeira checagem relativa a este acontecimento,<sup>9</sup> datada do mesmo dia em que Bolsonaro foi atingido por uma facada em seu abdômen, ataque feito por Adelio Bispo de Oliveira durante um evento de campanha em Juiz de Fora (MG), observamos cinco fotografias associadas a *fake news*. As duas primeiras são fotografias descontextualizadas de Jair Bolsonaro associadas a legendas que afirmavam que o candidato estaria andando normalmente mesmo depois da facada (“foto mostra o candidato que sofreu uma tentativa de homicídio entrando a pé no hospital”); ou ainda, que estava em bom estado físico no centro cirúrgico, a ponto de tirar fotos sorridentes com profissionais da saúde. As fotografias advinham de uma visita a um hospital realizada no mesmo dia, antes do atentado, e por isso Bolsonaro estava com a mesma camiseta. Estes elementos informativos nas fotos (e mesmo

---

<sup>9</sup> Ver: <https://www.aosfatos.org/noticias/o-que-se-sabe-ate-agora-sobre-o-ataque-bolsonaro/>

em vídeos também compartilhados) facilitaram seu processo de descontextualização e posterior recontextualização, corroborando com várias narrativas que reforçavam a dúvida em relação a facada, por muitos apelidada de “fakeada”.



**Figuras 1 e 2:** Fotografias descontextualizadas de Jair Bolsonaro em hospital de Juiz de Fora.

Fonte: Agência Aos Fatos.

Por outro lado, citemos três fotomontagens que associam a figura de Adélio Bispo a do ex-presidente Lula. Em uma delas, vemos uma situação pública na qual Lula aparece no primeiro plano de uma multidão, junto a outros políticos do Partido dos Trabalhadores- PT, como Gleisi Hoffman e Lindberg Farias. No segundo plano, à direita, foi colado um recorte de uma fotografia com o rosto de Adélio sobre o de outra pessoa. A foto original foi feita quando Lula prestou depoimento ao então juiz Sergio Moro, em 2017, e é marcada por um ambiente de aglomeração, com muitas bandeiras vermelhas, do MST e do Brasil, câmeras fotográficas e de filmagem. Na outra fotomontagem, o rosto de Adélio substitui o do deputado Orlando Silva, que posa com Lula, Jandira Feghali e Manuela D’Ávila. Na terceira foto *fake*, Lula aparece sorrindo e ao seu lado, mais uma vez, a imagem do rosto de Adélio

surge no lugar de outro homem, segurança pessoal do ex-presidente.<sup>10</sup>

A manipulação das imagens recorrem a: diminuição da resolução da fotografia, que dificulta a observação dos detalhes; mudança na saturação e coloração, para equilibrar as diferenças entre as fotografias usadas nas fotomontagens; reenquadramento, para dar ênfase ao suposto encontro. Em todas estas fotomontagens são perceptíveis indícios de falsificação, o que não foi empecilho para seu amplo compartilhamento. Fotomontagens são os exemplos mais notórios de manipulação imagética e pressupõem um trabalho específico para realizá-las (mesmo que grosseiramente) e com isso, a intencionalidade de enganar quem vê. Talvez devido ao trabalho de edição não sejam tão recorrentes como outros tipos de fotografias *fake*, de modo que, nas checagens feitas pelo Aos Fatos no período eleitoral de 2018, estas são as únicas fotomontagens mencionadas.



**Figuras 3, 4 e 5:** Fotomontagens de Lula com Adélio. Fonte: Agência Aos Fatos.

A associação imagética Lula-Adélio induz ao entendimento do ex-presidente como mandante daquele crime, vinculando-se às recorrentes *fake news* daquele período que

<sup>10</sup> Todas as fotografias originais são de autoria de Ricardo Stuckert, fotógrafo do Partido dos Trabalhadores. Ver: <https://www.facebook.com/pt.brasil/photos/a.106208242798893/1702596313160070/?type=3>; <https://lula.com.br/governos-do-pt-criaram-cerca-de-700-mil-vagas-com-carteira-assinada-em-pernambuco/>

mostravam Lula como criminoso.<sup>11</sup> Além disso, reforçam as suposições sobre um complô da esquerda contra Bolsonaro, já que outros políticos do PT e do PC do B também aparecem nestas fotomontagens. Esta ideia perfaz outra imagem checada pela agência, uma fotografia descontextualizada compartilhada no Facebook na qual Gleisi Hoffman aparece acompanhada de um homem, cuja legenda diz ser Adélio.<sup>12</sup> Em todas essas imagens é possível entender que “o ‘reconhecimento’ de um objeto ou pessoa numa foto depende muito mais da topografia geral da imagem do que de qualquer fetiche homológico” (MACHADO, 2015, p.94).

Dentre as demais fotografias descontextualizadas e recontextualizadas em *fake news*, os temas de modo geral buscavam atingir diretamente a candidatura do PT ou de algum modo favorecer a candidatura pró-Bolsonaro, e eram acompanhadas de textos que em maior ou menor grau dialogavam com outras histórias falsas que circularam no pleito. Era o caso de fotografias que distorciam uma reunião ocorrida entre a Organização dos Estados Americanos (OEA) com o PT.<sup>13</sup> Em uma versão, duas fotos da reunião foram apresentadas juntas, acompanhadas de descrição que afirmava que Organização que iria fiscalizar as eleições havia se reunido com PT, mas não com Bolsonaro. Não à toa, a hashtag #fraudenão aparecia enfaticamente sobre a imagem compartilhada no Facebook. Em outra, três fotografias onde apareciam Laura Chinchilla, ex-presidente da Costa Rica e chefe da missão

---

<sup>11</sup> “Lula como criminoso” é uma das categorias analisadas por Monica Chaves e Adriana Braga (2019, p.12) em seu estudo sobre *fake news* nas eleições de 2018: “Nas histórias falsas analisadas, percebe-se a recorrência do par relacional ‘criminoso/a-cidadã/o de bem’ e de atividades ligadas à coleção ‘crime’. O ex-presidente Lula é referido em algumas postagens como ‘o preso mais ilustre do país’ ou ‘o presidiário Lula’”. Nesta análise, as autoras chegam a descrever uma fotografia descontextualizada do fotojornalista Evandro Teixeira, na qual se sobrepõe o texto: “Anos 60/70. Esta foto não tem preço... o vagabundo do Lula apanhando”. A pessoa agredida nesta importante imagem do fotojornalismo brasileiro, datada de 1968, era um estudante de Medicina, sendo que a semelhança visual seria apenas porque se trata de um homem com barba.

<sup>12</sup> Ver: <https://www.aosfatos.org/noticias/homem-em-foto-com-gleisi-hoffmann-nao-e-o-agressor-de-bolsonaro/>

<sup>13</sup> Ver: <https://www.aosfatos.org/noticias/oea-nao-realizou-reuniao-secreta-com-pt-nao-e-comandada-por-venezuelanos-e-nem-fiscalizara-eleicoes/>

da OEA no Brasil em 2018, foram reunidas: a primeira, na parte superior e em maior dimensão, a foto de Laura em uma seção eleitoral brasileira, onde se vê a cabine de votação;<sup>14</sup> as outras duas, logo abaixo, fotos dela posando com Hugo Chavez e Lula. A frase que acompanha instiga a propagação da mensagem falsa: “ESSA É A MOÇA QUE VEIO FISCALIZAR AS URNAS ELETRÔNICAS NO BRASIL!!! ESPALHEM”.

Nestas, assim como em outras versões da mesma *fake news*, reforça a pauta de desinformação mais recorrente e com maior variedade das eleições de 2018, segundo Chaves e Braga (2019), a da fraude nas urnas, que dialoga com outra também frequente, a de esquerdistas como inimigos/as (CHAVES, BRAGA, 2019). É importante destacar que a viralização desta mensagem em diferentes arranjos de texto-imagem reforçam camadas de significado específicas, mas que se complementam no todo. Conotam que a fraude nas urnas era um golpe orquestrado pelas esquerdas nacionais, com aliados de outros países, com o intuito de prejudicar Bolsonaro, de maneira que a imagem de Hugo Chavez ou o enunciado “lembrando que esses merdas comunistas da OEA vieram ‘fiscalizar’ nossa eleição...” aparecem de modo estratégico. O caráter simplista dessas elaborações, sobretudo da figura 7, transmitem a ideia de algo feito espontaneamente por qualquer usuário/eleitor.

---

<sup>14</sup>Fotografia original de José Cruz/Agência Brasil/JC, disponível em: <https://www.jornalcomercio.com/conteudo/politica/2018/10/651488-oea-diz-que-nao-encontrou-nenhuma-suspeita-de-vulnerabilidade-de-urnas.html>



**Figuras 6 e 7:** Fotos descontextualizadas da reunião da OEA com PT e de Laura Chinchilla.

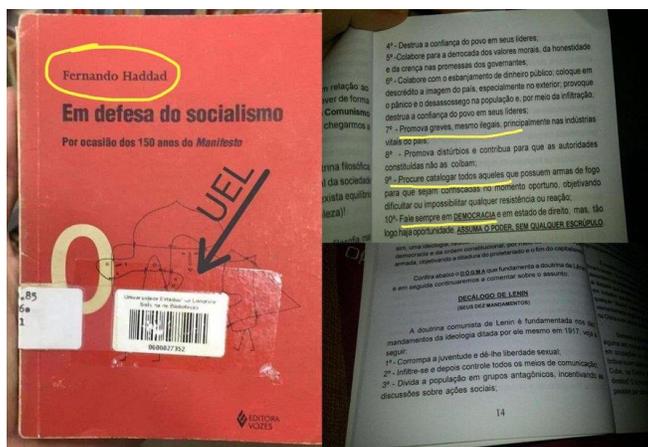
Fonte: Agência Aos Fatos

Em outra postagem com descontextualização/recontextualização fotográficas, desta vez utilizando uma fotografia de uma manifestação artística ocorrida em 2001 na Austrália,<sup>15</sup> afirmava que estudantes da UFMG haviam protestado nus contra a candidatura de Jair Bolsonaro. As digressões espaciais e temporais foram resolvidas através do texto, notadamente marcado pela crítica moralizante anti-esquerda e pelo tom alarmista: “ISSO ONTEM (04/10) NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. ALUNOS PROTESTAM CONTRA O CANDIDATO BOLSONARO. VEJAM ATÉ ONDE ESSES ESQUERDOPATA VÃO, PRECISAMOS DÁ UM BASTA NISSO!” . Esta fotografia *fake* é interessante porque parece antecipar outro episódio marcado pela desinformação política, quando em 2019 ocorreu intenso compartilhamento de *fake news* atacando as universidades públicas em grupos de WhatsApp, logo após o anúncio de corte de verbas pelo Ministério da Educação. Nas imagens mobilizadas naquele momento foi recorrente a presença de pessoas

<sup>15</sup> Ver: <https://www.aosfatos.org/noticias/nao-e-verdade-que-manifestantes-ficaram-nus-em-protesto-contra-bolsonaro/>

nuas associadas descredibilização do ambiente universitário e de suas ações (MACIEL, AZAMBUJA, 2021); e entre elas, estava esta mesma foto descontextualizada.

Outra imagem no corpus que também remete a enunciados conservadores é uma descontextualização fotográfica, mostrando a capa do livro de Fernando Haddad, “Em defesa do socialismo- Por ocasião dos 150 anos do Manifesto”, com a etiquetagem da biblioteca da Universidade Estadual de Londrina, mas apresentando ao seu lado duas fotos de páginas não correspondentes ao seu interior,<sup>16</sup> cujos textos se referem ao “Decálogo de Lênin”, que sequer é de autoria do líder comunista. Os circuitos de desinformação desta montagem também chamam atenção, pois segundo a checagem, esta imagem começou a circular no WhatsApp logo após Olavo de Carvalho, figura reconhecida por sua influência no meio ultraconservador brasileiro, ter publicado em seu Facebook que Haddad teria estimulado incesto de meninos com suas mães no referido livro. Apesar da postagem ter sido apagado de sua rede social, seus efeitos continuaram reverberando em diferentes conteúdos que tinham em comum temas que relacionavam o comunismo à perversão sexual, pedofilia, ideologia de gênero, doutrinação ideológica, aborto etc.

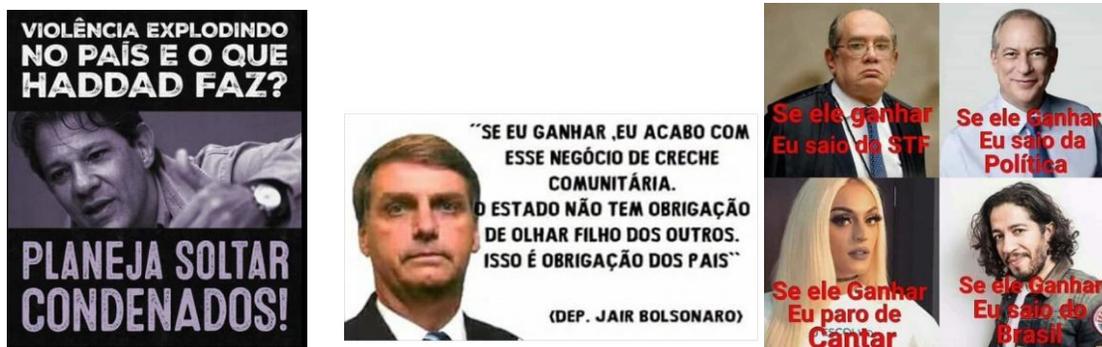


<sup>16</sup> Ver: <https://www.aosfatos.org/noticias/livro-de-haddad-nao-cita-os-mandamentos-de-lenin-que-tambem-sao-falsos-veja-foto/>

**Figura 8:** Descontextualização e montagem na fotografia *fake* do livro de Haddad, Em Defesa do Socialismo.

Fonte: Agência Aos Fatos

Por fim, citemos outro modo de desinformação fotográfica observado em nosso estudo exploratório: montagens/associações texto-imagem, em formatos bem simples que se assemelham a *cards* digitais (no sentido de produções gráficas em formatos diversos utilizadas em redes sociais para propagação de informações). São usados com um caráter panfletário, seja por meio de um enunciado geralmente qualificado pelo tom de denúncia, pela associação de uma fotografia de uma pessoa a uma frase atribuída a ela, no formato de citação, e em certos casos, aproximando-se da linguagem dos memes (CHAGAS, 2018). Essas fotos *fake* enfatizam o caráter de propaganda política das *fake news* (CARVALHO, 2019) e se apoiam na função de designação atribuída à linguagem fotográfica (BARTHES, 1984; SONTAG, 2004; KRAUSS, 2004) no intuito de persuadir.



**Figuras 9, 10 e 11:** Montagens texto-imagem nos formatos de card virtual, citação e meme.

Fonte: Agência Aos Fatos

Segundo as checagens da agência Aos Fatos,<sup>17</sup> os textos das três montagens acima recorrem a distorções de declarações públicas dos sujeitos retratados nas fotos (Fernando Haddad, Jair Bolsonaro, Gilmar Mendes, Ciro Gomes, Pablo Vittar e Jean Wyllys) ou mesmo atribuições de falas que nunca existiram. Embora não se caracterize como fotomontagem no sentido de uma manipulação de imagem forjando uma cena, inserindo elementos, fazendo mudanças nos atributos físicos de pessoas etc, optamos por incluir o recurso de montagem/associação texto-imagem justamente por seu uso frequente como recurso de falsificação de narrativas, conforme observado no *corpus* de nossa pesquisa. Chamam nossa atenção porque apesar de simplórias – afinal, basta uma foto articulada a uma frase de efeito – acabam tendo repercussão efetiva na conversação civil ao serem compreendidas como enunciados verdadeiros. Ademais, seus formatos têm relação direta a linguagem visual das redes sociais, com uma estética que reforça atributos como banalidade, despreensão e amadorismo, que dissimulam seus possíveis usos como estratégias de desinformação coordenadas e direcionadas a determinados objetivos políticos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, partimos do questionamento sobre o que seriam fotografias *fake* e como estas operam em controvérsias políticas na internet. Apresentamos alguns de seus atributos recorrentes a partir de um estudo exploratório no qual identificamos fotomontagens, descontextualizações/recontextualizações fotográficas e montagens/associações texto-imagem como modos de uso de fotografias em narrativas de desinformação. Estas não devem ser compreendidas como categorias estanques, mas sim recursos que se misturam

---

<sup>17</sup>Ver: <https://www.aosfatos.org/noticias/imagens-virais-distorcem-comentario-de-haddad-sobre-desencarceramento/>; <https://www.aosfatos.org/noticias/imagem-distorce-promessas-de-bolsonaro-sobre-creches/> ; <https://www.aosfatos.org/noticias/pablo-vittar-jean-wyllys-e-gilmar-mendes-nunca-prometeram-desistir-de-profissoes-caso-bolsonaro-fosse-eleito/>.

constantemente, uma vez que a ativação dessas imagens nunca é feita de forma isolada, como uma foto compartilhada sem uma ancoragem de significação específica. Ao contrário, fotografias *fake* são constantemente associadas a outros fragmentos discursivos que buscam explicar o que seriam as representações dentro das narrativas.

No que se refere especificamente às imagens, temos por um lado aquelas que recorrem aos formatos de foto-informação, a exemplo do uso descontextualizado de fotografias de assessorias de comunicação, e por outro, modos de apresentação que dialogam com a linguagem/estética das redes sociais e se valem justamente da simplicidade de seus modos de criação, o que se relaciona a uma suposta espontaneidade vernacular e desvinculação dos interesses de corporações midiáticas e de estratégias de propaganda digital coordenadas por determinados grupos políticos. As legendas, por sua vez, não se assemelham àquelas do fotojornalismo, sendo caracterizadas mais pelo teor enfático e apelativo, com características da oralidade, funcionando como gatilhos emocionais e incitação à propagação.

Mesmo que os arranjos imagéticos se apresentem de forma grotesca e sejam associados a textos tendenciosos e fantasiosos, vimos como as fotografias *fake* produzem efeitos de real sobre determinados imaginários políticos em disputa, o que reforça a importância do estudo do lugar dos espectadores (TANDOC et. al., 2017) nos processos de atribuição de sentido das *fake news*. Ao explorarmos estas imagens, pudemos tratar dos discursos e crenças que determinados coletivos sociotécnicos constroem e reforçam por meio delas. Estas desafiam tanto o entendimento do ponto de vista imagético e comunicacional, como determinadas resoluções legais (a nível do judiciário, por exemplo), conforme ocorreu no âmbito das eleições de 2018, cujas tentativas de controle da propagação de *fake news* mostraram-se extremamente lentas diante do funcionamento frenético das redes de desinformação.

Do ponto de vista da linguagem, entendemos que a fotografia *fake* é um paradoxo da fotografia digital, já que contribui para intensificar o sentimento de desconfiança diante desta

imagem técnica ao mesmo tempo em que se apoia na crença que esta pode informar sem distorção, em um momento em que vemos ampliados como nunca os efeitos de fotos falsas que reclamam para si o status de verdadeiras nas dinâmicas coletivas. Ademais, põe em xeque a própria condição do fotográfico e as expectativas diante dele: podemos supor que ao afirmarmos que uma fotografia é *fake* estaríamos dizendo, em outras palavras, que esta não seria uma foto (assim como a noção de *fake news* nega a própria ideia de notícia); por outro lado, o falso fotográfico em narrativas de desinformação poderia também servir à ampliação do conceito de fotografia, ao admitir que haveria a existência de fotografias *fake* operando como um híbrido entre imagem digital, a categoria fluida de fotomontagens, descontextualizações e desvios, e diversas formas de associações entre texto e foto.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Alfonso de. Quem vigia os vigias? O combate às fake news na pós-democracia brasileira. In: COSTA, Maria Alice (org.). **Qual o caminho do Brasil?:** instituições, cultura e política no Século XXI. Curitiba: Appris, 2021.

ALMEIDA, Claudia; BONI, Paulo. A ética no fotojornalismo da era digital. In: **Discursos fotográficos**, Londrina, v.2, n.2, p.11-42, 2006.

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

BORGES JUNIOR, Eli, 2019. O que é a pós-verdade? Elementos para uma crítica do conceito. In: **SBPjor** / Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. vol.15. n.3. p. 524-545; dez. 2019.

CARVALHO, Rafiza. Notícias falsas ou propaganda?: Uma análise do estado da arte do conceito *fake news*. In: **Questões Transversais** – Revista de Epistemologias da Comunicação. São Leopoldo. Vol. 7. n. 13, p.21-30, jan-jun/2019.

CHAGAS, Viktor. A febre dos memes de política. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 1-26, jan-abr/2018.

CHAVES, Mônica; BRAGA, Adriana. A PAUTA DA DESINFORMAÇÃO: “fake news” e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018. In: **SBPjor** / Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. vol.15. n.3. p. 498-523; dezembro de 2019.

DOURADO, Tatiana. **Fake news: quando mentiras viram fatos políticos**. Porto Alegre: Zouk, 2021.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1993.

FIGUEIREDO, Clara F. **Fotografia entre fato e farsa (URSS-Itália, 1928-1934)**. 2018. Tese (Doutorado em Artes Visuais) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

GOMES, Wilson; DOURADO. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. vol. 16. n. 2. p. 33-45; 2019.

KRAUSS, Rosalind. Nota sobre a fotografia e o simulacro. In: **O Fotográfico**. Barcelona: Gili. 2004.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular: uma teoria da fotografia**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

MONDZAIN, Marie-José; FISEROVA, Michaela. Imagem, Sujeito, Poder. Entrevista com Marie-José Mondzain. Tradução de Vinícius Nicastro Honesko. In: **Outra travessia**. Florianópolis. n. 22. p.175-192; ago. 2016.

MONDZAIN, Marie-José. **L’image peut-elle tuer ?** Montrouge: Bayard Éditions, 2015.

MACIEL, Jane. AZAMBUJA, Patrícia. Descontextualização fotográfica, desinformação e mobilização de crenças na controvérsia política do contingenciamento de verbas das universidades federais. In: **COMPOLÍTICA**. 9o, 2021. Anais do 9o Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Disponível em: [https://drive.google.com/file/d/1-Uc\\_ClOOITHpp6g5JKzTHfn5WbpEer8q/view](https://drive.google.com/file/d/1-Uc_ClOOITHpp6g5JKzTHfn5WbpEer8q/view). Acesso em: 31 jul.2022.

NEVES, Rita; NEVES, Helena. A representação da “mulher descontrolada” na imagem de capa da revista Isto é que retratou a presidenta Dilma “gritando”. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13<sup>th</sup> Women’s Worlds Congress (**Anais Eletrônicos**), Florianópolis, 2017. Disponível em:

[http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499348124\\_ARQUIVO\\_TextoCompleto-FazendoGenero\\_NEVES,Rita\\_NEVES,Helena-FINAL.pdf](http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499348124_ARQUIVO_TextoCompleto-FazendoGenero_NEVES,Rita_NEVES,Helena-FINAL.pdf)

ROUILLE, André. **A fotografia**: entre documento e arte contemporânea. São Paulo: SENAC, 2009.

SEGURADO, Rosemary. **Desinformação e democracia**: a guerra contra as fake news na internet. São Paulo: Hedra, 2021.

SONTAG, Susan. **Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó: Argos; Florianópolis: Letras contemporâneas, 2004.

TANDOC JR., E.; LIM, Z.W., LING, R.. Defining “*Fake news*”: A Typology of Scholarly Definitions. In: **Digital Journalism**. London. n. 6(2). p. 1-17; ago. 2017.

VILLELA, Marão. A exposição “Artistas da URSS dos últimos 15 anos” e o combate aos “formalistas”. In: **ARS**, ano 16, n. 33, p.125-145, 2018.

## COMO CITAR ESTE ARTIGO

MACIEL, Jane Cleide de Sousa. O QUE SERIAM FOTOGRAFIAS FAKE?: Reflexões sobre o fotográfico em narrativas de desinformação política. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 17, pp. 158-179, 2022. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2022v17n.64029>.