



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

O CONCEITO DE FAKE NEWS NAS PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

Fernando Figueiredo Strongren¹

Resumo: Essa apresentação tem como objetivo discutir o conceito de Fake News como fenômeno contemporâneo ligado aos meios de comunicação digital. Para tanto, faremos uma revisão bibliográfica sobre diversos conceitos relacionados às Fake News.

Palavras-chave: comunicação, Fake News; meios digitais.

Após as acusações de influência sobre a eleição estadunidense de 2016, sobre o plebiscito que decidiu pela saída do Reino Unido da União Europeia no mesmo ano, o escândalo da Cambridge Analytica, em 2018, e a aproximação das eleições brasileiras em outubro de 2018, fez com que as Fake News² ganhassem destaque no debate político, midiático e científico. Neste último caso, a área da Comunicação possui um papel central, pela ligação inerente entre os meios de comunicação e a disseminação de Fake News. Porém, apesar do destaque conquistado nos últimos anos, as Fake News não podem ser consideradas um fenômeno novo, estando presente desde a origem dos meios de comunicação impressos (TRAQUINA, 2005). Mas foi a partir da proliferação dos meios de comunicação digitais, em especial com as redes sociais, como Twitter, Facebook e Whatsapp, que as Fake News tiveram sua forma de circulação modificada, atingindo um novo patamar de produção, disseminação e alcance social. Essa nova estrutura dá base para o que pesquisadores como Danah Boyd (2017) chamam de uma guerra de informação (Information War). Mesmo com todo esse destaque com que as Fake News têm aparecido no meio social e acadêmico, sua definição ainda aparece vaga e diversa. Paul Levinson (2016) oferece um primeiro caminho para compreender o que são as Fake News ao diferenciar jornalismo independente, erro jornalístico, propaganda e Fake News. Por sua vez, Claire Wardle (2017) foca sua atenção para as diferentes formas de Fake News. Para realizar tal classificação, Wardle parte de três

¹ Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, sob orientação do professor doutor Luiz Claudio Martino. E-mail: f.strongren@yahoo.com.br.

² Nesta apresentação, optamos pela utilização da expressão inglesa Fake News em detrimento da sua versão em português “notícias falsas” por entender que a versão original tornou-se consagrada e também por diferenciar o fenômeno atual, fundado nos meios digitais, de outras formas de notícias falsas presentes em outros meios de comunicação no passado.



II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

elementos fundamentais do ecossistema informacional contemporâneo, a saber: a) os diferentes tipos de conteúdo que são criados e distribuídos; b) as motivações de quem cria tais conteúdos; c) os modos que estes conteúdos são disseminados, que permitem a pesquisadora identificar sete tipos de Fake News: sátira ou paródia, de conexões falsas, de contexto falso, de conteúdo enganoso, de conteúdo impostor, de conteúdo manipulado e de conteúdo fabricado. Apesar dos trabalhos de autores como Levinson e Wardle, o conceito de Fake News ainda se encontra aberto e em debate no campo da Comunicação. Desta forma, propomos nesse trabalho discutir os diversos conceitos de Fake News adotados por autores da área. Para tanto, utilizaremos como metodologia de trabalho a revisão bibliográfica sobre o tema.

Referências

BOYD, Danah. The information war has begun. **Danah Boyd – Apophenia**, jan. 2017. Disponível em: <<http://www.zephorias.org/thoughts/archives/2017/01/27/the-information-war-has-begun.html>>. Acesso em: 29 jun. 2018.

LEVINSON, Paul. **Fake News in real context**. Connected Editions, 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

WARDLE, Claire. Fake News. It's complicated. **Medium**, fev. 2017. Disponível em: <<https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>>. Acesso em: 29 jun. 2018.