

## INTRODUÇÃO

### ***Fake-news* num jornalismo dependente**

**Vasco Ribeiro**

[vribeiro@letras.up.pt](mailto:vribeiro@letras.up.pt)

**Patrícia Teixeira**

[patriciaoliveirateixeira@gmail.com](mailto:patriciaoliveirateixeira@gmail.com)

Uma das mais emblemáticas e estruturantes obras sobre a independência do jornalismo tem um lacónico título — *The Press*, remonta a 1938 e é da autoria do antigo jornalista e editor do *The Times* Henry, Henry Wickham Steed. Nesta obra, Steed cria uma reflexão, quase alegórica, sobre o processo de produção de notícias: o seu jornal perfeito teria todas as notícias que se pudesse imprimir, sempre apresentadas da forma mais atrativa possível e que respeitassem a 'política editorial' do jornal, até porque a sua 'política editorial' estaria ajustada aos factos e, por isso, não suprimiria ou exaltaria factos para se adequar à 'política' do jornal. Este jornal ideal também deveria ter especial atenção nas notícias onde o conteúdo não fosse dominado pela promoção de uma determinada entidade ou protagonista, sendo que daria o benefício da dúvida àquelas que reunissem critérios de interesse público. Para nenhum governo, estadista ou pessoa, nunca apoiaria outras razões no processo livre e independente de seleção de notícias que o não fosse o interesse público. Para quem ainda não conhece esta obra, que na sua primeira edição foi editada pela *Penguin Books* (1938), pode adiantar-se que Steed é categórico em defender que o jornalismo só existe na manutenção da sua própria independência.

Atualmente, o jornalismo tem caminhado para parte incerta e atravessa, certamente, uma das maiores crises de sempre. Entre os múltiplos fatores desta crise do jornalismo há um denominador comum evocado por Steed: a perda de independência. Pois o jornalismo está hoje ainda mais dependente das relações com o poder económico e financeiro, numa consequência direta da falência do seu modelo de negócio; depende dos conteúdos produzidos pelo campo da propaganda e das relações públicas, que inundam as redações criando uma subsidi dependência de conteúdos; depende de conteúdos frívolos, fúteis e de instantâneo agrado, pois é a única forma de criarem o imperativo *share* junto do grande público; depende das redes sociais na disseminação dos seus conteúdos, num ato de anulação da sua própria condição de canal de profusão; e depende de toda uma série de outros vetores que passam, até, por travestir a *notícia*, pilar fundamental de toda esta atividade, de funções completamente antagónicas à sua identidade, ou seja: mentir. No epíteto anglo-saxónico, as *fake-news* que abundam no espaço

público são um dos mais duros ataques ao jornalismo e um forte contribuído para o agudizar desta crise, pois criam nociva confusão na opinião pública que a impossibilita de conseguir “separar o trigo do joio”. Uma amálgama onde ninguém percebe onde termina a informação e começa a promoção ou, usando a mesma equação, o noticiário e o entretenimento, a coragem e a subserviência e, principalmente, a subordinação e a independência.

Foi perante toda esta inquietação e instabilidade no campo do jornalismo que partimos para a terceira edição da **Revista Portuguesa de História da Comunicação**. A equipa de editores decidiu, por isso, olhar para a História na expectativa de melhor compreender o futuro do jornalismo e decidiu incluir um artigo traduzido da autoria de um antigo jornalista do *The New York Times*, **Clarence K. Streit**, com um título (original) *The problem of false news*, inicialmente publicado em 1932. Como poderão verificar na secção **Tradução**, o artigo de Streit foi escrito depois de uma conjuntura histórica, paradoxalmente, mais sombria e fértil em disseminação de notícias falsas — a Primeira Guerra Mundial, o que o leva a evocar a independência do jornalismo como requisito fundamental da atividade: “O problema das notícias falsas não é um problema de restrição, mas sim de libertação da imprensa”.

No corpo desta edição, e como não podia deixar de ser, apresentam-se cinco artigos e ensaios que analisam e concentram o seu objeto de estudo na História da Comunicação. O primeiro artigo é da autoria de **Adriana Mello Guimarães**, apresenta-se com o título *A liberdade de reportar: o 25 de Abril na imprensa brasileira*, e que procura perceber como os meios de comunicação social brasileiros noticiaram o 25 de Abril de 1974. A autora, docente e investigadora do Instituto Politécnico de Portalegre, revela-nos como a revolução portuguesa atraiu muitos jornalistas brasileiros a Portugal e influenciou a narrativa mediática numa altura que no Brasil era proibido noticiar determinados factos.

O segundo artigo, intitulado *Como um quadrado se transforma num círculo: cinema, comunicação e propaganda*, da autoria de **Eduardo António Margarido**, propõem-se, num ambicioso exercício ensaístico, fazer uma revisitação à definição de propaganda, usando uma reflexão sobre o uso do cinema na propaganda do Estado Novo.

A professora e investigadora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, **Marialva Barbosa**, também contribui nesta edição com o artigo *Jornalismo Popular no Brasil: uma história*. A autora brasileira, que conta já com uma revelante e destacada obra à volta da História da comunicação no Brasil, apresenta-nos um artigo onde busca “mostrar os primeiros movimentos históricos na construção do jornalismo popular no Brasil, que preferimos designar como jornalismo de sensações, nos anos iniciais do século XX e que se constituiu em estratégia fundamental para a popularização dos jornais diários”, bem como revela-nos como, ainda durante os Anos 20 do século XX, já existia “jornalismo de sensações” em território brasileiro.

**Renato de Almeida Vieira e Silva**, docente e investigador das Faculdades Integradas do Rio Branco, propõem uma reflexão sobre a forma como a *modernidade* é encarada e entendida no Brasil, através de um ensaio intitulado *JK e a reinvenção do cotidiano nas narrativas jornalísticas*

*brasileiras* que, tal como o nome o evidencia, usa o Juscelino Kubitschek e Brasília como objeto de estudo, pois “Brasília é assim a representação estética de uma conjunção de fatores ligados ao desenvolvimento económico, político e social que imperava a partir da segunda metade dos anos 50.”

Com estes cinco artigos fechamos a presente edição, na certeza que cumprimos a missão que tem pautado todas as edições da **Revista Portuguesa de História da Comunicação** — só o conhecimento aprofundado da História permite identificar continuidades e ruturas, essenciais à compreensão das sociedades contemporâneas.