

## **Jornalismo no Cinema: representações do jornalismo em Hollywood (2010-2022)**

**Jaime Lourenço**

(Universidade Autónoma de Lisboa / ICNova)

([jlourenco@autonoma.pt](mailto:jlourenco@autonoma.pt))

<https://orcid.org/0000-0002-9774-4967>

**Jaime Lourenço:** Doutorado em Ciências da Comunicação pelo Iscte, mestre em Jornalismo e licenciado em Relações Públicas e Comunicação Empresarial pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

É Professor Auxiliar na Universidade Autónoma de Lisboa e investigador integrado no Instituto de Comunicação da NOVA (ICNova). Tem vindo a desenvolver investigação em torno do jornalismo de cinema.

**Submissão: 02/08/2023**

**Aceitação: 24/11/2023**

## **Jornalismo no Cinema: representações do jornalismo em Hollywood (2010-2022)**

**Resumo** (PT): À semelhança do que acontece na literatura, também o cinema tem observado, ao longo dos séculos XX e XXI, com “um olhar crítico e fascinado” o universo do jornalismo e dos *media*. Mário Mesquita, referência dos Estudos dos *Media* em Portugal, aponta que o cinema de Hollywood tem sido uma das principais fontes de representação do jornalismo na cultura popular ocidental, constituindo-se como “um reservatório inesgotável de mitologias românticas (positivas ou negativas) sobre os *media*, a imprensa e a profissão de jornalista” (Mesquita, 2003). Por sua vez, o crítico João Bénard da Costa (1993) chega mesmo a referir que o jornalismo se tornou numa das principais fontes da ficção norte-americana. De acordo com Brian McNair, o cinema é um meio de comunicação produtor de mitos na nossa sociedade; então, os filmes sobre jornalismo são o espaço em que as sociedades articulam, exploram e interrogam valores jornalísticos e criticam a aplicação desses mesmos valores pelos próprios meios jornalísticos e também a relação entre os poderes e o jornalismo (McNair, 2010).

Neste artigo, pretendemos compreender como o jornalismo e o jornalista têm sido representados pelo cinema, nomeadamente pelas produções de Hollywood na última década, tendo como referência condutora o pensamento de Mário Mesquita. Nesse sentido, consideramos os filmes que têm a prática jornalística como central na sua narrativa: *Nightcrawler – Repórter na Noite* (2014); *O Caso Spotlight* (2015); *Verdade* (2015); *Operação Shock and Awe* (2017); *The Post* (2017); e *Ela Disse* (2022).

*Palavras-chave* (max. 5): *jornalismo no cinema, representações do jornalismo, cinema de Hollywood.*

## **Journalism in Film: journalism representations in Hollywood (2010-2022)**

**Abstract** (EN): Similar to what happens in literature, cinema has also observed, throughout the twentieth and twenty-first centuries, with “a critical and fascinated eye” the universe of journalism and *the media*. Mário Mesquita, a reference of Media Studies in Portugal, points out that Hollywood cinema has been one of the main sources of representation of journalism in Western popular culture, constituting itself as “an inexhaustible reservoir of romantic mythologies (positive or negative) about the media, the press and the profession of journalist” (Mesquita, 2003). In turn, the critic João Bénard da Costa (1993) even mentions that journalism has become

one of the main sources of American fiction. According to Brian McNair, cinema is a medium that produces myths in our society, so films about journalism are the space in which societies articulate, explore and interrogate journalistic values and criticize the application of these same values by the journalistic media themselves and also the relationship between the powers that be and journalism (McNair, 2010).

In this article, we intend to understand how journalism and the journalist have been represented by cinema, namely by Hollywood productions in the last decade, having as a leading reference the thought of Mário Mesquita. In this sense, we consider the films that have journalistic practice as central to their narrative: *Nightcrawler* (2014); *Spotlight* (2015); *Truth* (2015); *Shock and Awe* (2017); *The Post* (2017); e *She Said* (2022).

*Keywords (up to 5): journalism in cinema, representations of journalism, Hollywood cinema.*

---

## Introdução

A relação entre o cinema e o jornalismo é tão antiga que praticamente remonta às origens da sétima arte. Esta é uma relação complexa em que o jornalismo e o cinema se unem num mesmo processo de experiência: a paixão pelo real (Godinho, 2018, p. 68). Trata-se de uma relação que podemos desdobrar em quatro vértices: 1. jornalismo de cinema enquanto especialização jornalística que se dedica à cobertura da atividade cinematográfica; 2. os cinejornais (ou atualidades), que transportavam para o grande ecrã a atualidade informativa; 3. a integração de jornalistas na equipa de produção de filmes<sup>1</sup>; e 4. a representação da figura do jornalista e da atividade jornalística pelo cinema. Ou seja, se o jornalismo rapidamente se interessou por reportar o cinema, numa perspetiva quer tecnológica, quer artística, também o próprio cinema se inspirou, de forma constante, na atividade jornalística e a representou ao longo do último século. É neste último vértice que se baseia o presente artigo.

Mário Mesquita, referência incontornável dos Estudos dos *Media* em Portugal, refere, na sua obra seminal *O Quarto Equívoco*, que, à semelhança do que acontece no campo da literatura, também o cinema observou, ao longo dos séculos XX e XXI, com “um olhar crítico e fascinado o universo do jornalismo e dos *media*” (Mesquita, 2003, p. 161). Este olhar para a *praxis* jornalística através da lente da sétima arte permite a emergência de uma representação social do jornalismo e da própria figura do jornalista que ganha contornos maciços, fruto do meio de massas que é o cinema.

Está associada ao jornalista uma certa visão romântica relacionada com a ideia de descoberta, revelação e desocultação do mundo. A essa visão liga-se ainda “a representação do jornalismo como uma vocação, inspiradora de qualidades como a curiosidade, o espírito crítico, a precisão e o rigor, a integridade, a tenacidade e a astúcia na observação e interpretação da realidade” (Camponez & Oliveira, 2021, p. 6). Deste modo, estas representações, que se tornam populares através do cinema, ajudam a perpetuar “a imagem heroica do jornalista que defende a verdade no mundo moderno” (Dahlgren, 1992, p. 1).

---

<sup>1</sup> Algo que aconteceu, por exemplo, com *As Mil e uma Noites*, de Miguel Gomes, que tem como ponto de partida trabalhos dos jornalistas Maria José Oliveira, Rita Ferreira e João de Almeida Dias. Este trabalho consistiu na pesquisa e na escrita de peças jornalísticas, sendo que algumas destas histórias serviram de inspiração para o filme.

A representação de jornalistas através da cultura popular, da qual o cinema é um expoente máximo, foi constante e celebrada ao longo dos anos. Três filmes com jornalistas enquanto personagens principais venceram o Óscar de Melhor Filme: *Uma Noite Aconteceu* (1934), de Frank Capra; *A Luz é para Todos* (1947), de Elia Kazan; e *O Caso Spotlight* (2015), de Tom McCarthy. Tal como Matthew C. Ehrlich e Joe Saltzman (2015) evidenciam, a maioria dos espectadores nunca integrará ou terá a possibilidade de ver uma redação em pleno funcionamento; por isso, “a noção daquilo que um jornalista faz é mais provável que surja através da leitura sobre jornalistas em romances, contos, banda-desenhada e ao vê-los em filmes, na televisão, no teatro ou em desenhos animados” (Ehrlich & Saltzman, 2015, p. 2).

Chad Painter (2019) traça a importância e relevância da investigação sobre as representações exercidas em manifestações culturais, independentemente de como os jornalistas são retratados ficcionalmente, uma vez que estas influenciam a opinião pública sobre os jornalistas do mundo real (Ehrlich, 1997), podendo alterar a confiança nos *media* e no jornalismo e podendo fornecer informações sobre as experiências reais vividas por jornalistas (Painter, 2019). Neste sentido, as manifestações culturais, sejam populares, sejam eruditas, são uma ferramenta relevante para refletir o que é o jornalismo e aquilo que deveria ser (Ehrlich & Saltzman, 2015) – nomeadamente, as narrativas da cultura popular que representam, refletem e reforçam as tendências específicas do seu tempo, enaltecendo dados e referências sobre como uma sociedade se vê num determinado tempo (McNair, 2010). Exemplos como *Citizen Kane – O Mundo a seus Pés* (1941), de Orson Welles, ou *Escândalo na TV* (1976), de Sidney Lumet, são filmes com um relevo característico porque evidenciam mudanças na sociedade e como os cidadãos interagem com o jornalismo e com as instituições de poder (Painter, 2019).

É neste sentido que Mário Mesquita afirma que, “ao ocupar-se do ‘mundo paralelo’ da comunicação e da informação, a ficção cinematográfica analisa, também, a sociedade em que se integra, a indústria cultural a que não escapa, a televisão que a reconfigura e acolhe, o jornalismo que a divulga e critica, a publicidade que a promove” (Mesquita, 2003, p. 171).

Estas representações entram também no domínio do mito<sup>2</sup> (Barthes, 1957) ao gerar modelos de conduta da prática jornalística. James W. Carey (1988) já havia referido que ver a imprensa através das lentes do mito e do ritual “é ver num mundo milagrosamente descontínuo práticas persistentes através das quais esse mundo é consolidado e unificado” (Carey, 1988, p. 15). Também Michael Schudson (autor de quem Mário Mesquita confessou ser leitor regular<sup>3</sup>) revela que, através das suas rotinas e práticas adoptadas, nos são oferecidas visões sobre como os jornalistas mantêm e consertam a sua imagem cultural aos olhos do mundo” (Schudson, 1991, p. 155).

Um exemplo maior é o filme norte-americano *Os Homens do Presidente* (1976), de Alan Pakula, que promove o “mito central” do jornalismo e em que dois jovens repórteres e o seu jornal derrubam um presidente corrupto (Schudson, 1992, p. 126). Este é um filme em que a atuação dos jornalistas se assemelha à de detetives, desde procurar provas a comprovar várias vezes as suas fontes, ou a comparar notas, de forma a construir o caso. *Os Homens do Presidente* é um filme cuja mensagem é muito distante daquilo que era comum nos filmes norte-americanos sobre jornalismo<sup>4</sup> (a visão glamorosa do jornalista, ou o encanto do negócio da imprensa), nomeadamente por mostrar que o caminho para descobrir a verdade por vezes é longo e difícil (McNair, 2010, pp. 61-62). Ao olhar para essa condição mítica que o caso Watergate e *Os Homens do Presidente* têm para os profissionais jornalistas, Schudson (1992) aponta que a atribuição mítica passa por “não nos dizer através de dados empíricos quem somos, mas aquilo que poderíamos ter sido, aquilo em que nos podemos voltar a tornar, o que seríamos ‘se’...” (Schudson, 1992, p. 124).

Deste modo, Hollywood apresenta visões daquilo que o jornalismo poderia e deveria ser, incluindo a perspetiva dos jornalistas enquanto defensores do direito à informação e da virtude cívica. Por sua vez, essa representação ajuda os jornalistas a manterem “a sua autoridade cultural enquanto porta-vozes dos acontecimentos do domínio público”

---

<sup>2</sup> “O mito é um sistema de comunicação, uma mensagem. (...) Dado que o mito é uma fala, tudo o que é passível de um discurso pode ser um mito. Este não se define pelo objecto da sua mensagem, mas pela maneira como o enuncia” (Barthes, 1957, p. 261)

<sup>3</sup> Para Mário Mesquita, a obra de Michael Schudson “constitui um desafio permanente ao senso comum, abrindo novas perspetivas acerca das problemáticas da comunicação e do jornalismo. Schudson é sempre uma garantia de investigação aprofundada, seriedade metodológica e ideias inovadoras” (Mesquita, 2010, p. 11).

<sup>4</sup> O número de espectadores que viram *Os Homens do Presidente* (1976) nos EUA ultrapassou em grande medida o número de leitores do livro em que o filme se baseou (McNair, 2010, p. 13).

(Zelizer, 2004, p. 176). *Os Homens do Presidente* constituiu-se, assim, como “uma forte declaração sobre o papel da imprensa numa sociedade democrática, fez despertar em todo o mundo inúmeras vocações jornalísticas e abriu caminho à voga da investigação nas redações, convencendo milhares de jornalistas de que podiam encontrar um ‘caso Watergate’ em cada esquina” (Vieira, 1993, p. 22).

É, nesta perspetiva que o cinema é o meio mitológico central das nossas sociedades (McNair, 2010, p. 16). Por isso, os filmes sobre jornalismo são, por extensão, o principal espaço cultural no qual as sociedades (ou os seus artistas) articulam valores jornalísticos instituídos, acabando por os explorar e os questionar, criticando a aplicação desses valores tanto pelo jornalismo, como pelas esferas de poder que se envolvem com os *media* (McNair, 2010, p. 16). Os filmes cultivam, assim, uma visão única da mitologia do jornalismo (Ehrlich, 2004).

Deste modo, surge uma visão destemida e audaz em que “o repórter-herói no cinema é, geralmente, desprovido de vida privada, dedica-se por inteiro à profissão e não tem outro objectivo que não a descoberta da verdade” (Sá, 2017, p. 78), assumindo os princípios éticos e deontológicos fundamentais para cumprir a missão do jornalismo: “fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach & Rosenstiel, 2005, p. 16).

No grande ecrã, os jornalistas por vezes são literalmente super-heróis: tanto o *Super-Homem* quanto o *Homem-Aranha* passam o seu “tempo civil” numa luta a tentar cumprir prazos na sua atividade de jornalista ou fotojornalista, respetivamente. A este respeito, Mário Mesquita observou:

se a personagem mítica do Super-Homem é excessiva, enquanto símbolo do jornalismo contemporâneo, a imagem tímida e honesta de Clark Kent é demasiado angélica para resultar convincente. A oscilação entre as duas personagens, essa sim, traduz uma certa estratégia de balanceamento entre o voo picado do poder e a seriedade do discreto trabalhador. A força do Superman mediático aumenta quando ele se disfarça e exhibe apenas o cartão de visita do modesto e aplicado jornalista Clark Kent (Mesquita, 2004, p. 8).

De facto, o cinema norte-americano de Hollywood tem sido uma das principais fontes de representação do jornalismo na cultura popular ocidental, constituindo-se como “um reservatório inesgotável de mitologias românticas (positivas ou negativas) sobre os *media*, a imprensa e a profissão de jornalista” (Mesquita, 2003, p. 161).

O crítico de cinema e ex-diretor da Cinemateca Portuguesa João Bénard da Costa (1993) chega mesmo a referir que o jornalismo se tornou numa das principais fontes da ficção norte-americana, “a tal ponto que é legítima a dúvida sobre se a imagem que fazemos do poder dessa mesma imprensa (ou desses ‘*media*’) é mais formada pela realidade que lhe corresponde ou pela ficção que com ela se confundiu (...). Quando ouvimos Hearst traduzimos *Kane*, quando pensamos em Watergate vemos *All the President’s Men* (...)” (Bénard da Costa, 1993, p. 13).

## 1. Representação do jornalismo no grande ecrã

Matthew C. Ehrlich (2004) observa que os filmes sobre jornalismo fornecem modelos para a conduta jornalística da vida real, possuindo muitas vezes características definidoras: “repórteres agressivos e sábios; editores firmes; estórias exclusivas incríveis” (p. 65) – o que os consolida num género cinematográfico. No entanto, Brian McNair (2010) contesta essa ideia, afirmando que muito poucos filmes podem ser entendidos como manuais de instruções para estes profissionais e que o jornalismo não é um género cinematográfico, uma vez que os jornalistas são apresentados num vasto leque de géneros: drama, comédia, sátira, *suspense*, biografia, ação, guerra, musicais, terror, *westerns* ou documentários. O autor aponta que existem dois tipos de filmes com personagens jornalistas: 1. o jornalista é uma personagem principal numa narrativa sobre o papel do jornalista e o jornalismo; 2. os jornalistas são apresentados como personagens centrais, mas o jornalismo e a prática jornalística é apenas um elemento incidental da narrativa (McNair, 2010, pp. 16-17).

Estes filmes constituem-se, assim, enquanto documentos de um compromisso permanente da sociedade com esta instituição cultural e política fundamental que é o jornalismo (McNair, 2020, p. 16). Neste sentido, Chad Painter (2019) assume que os filmes sobre jornalismo têm uma estrutura básica e similar:

- a. Os elementos mais importantes são o repórter e a história (Ehrlich, 2004). Os jornalistas têm sido personagens comuns na cultura popular, e uma série de jornalistas e outros profissionais dos *media* têm sido representados em filmes, na televisão e noutros meios;
- b. O argumento dos filmes de jornalismo, por norma, envolve os obstáculos que o jornalista enfrenta para perseguir a estória e as consequências dessa perseverança.

O foco incide sobre os dilemas, as indecisões e as hesitações enfrentados pelos jornalistas (Ehrlich, 2004);

- c. A tensão entre a casa/família e o trabalho também é abordada. Esta tensão reflete-se num dilema enfrentado pelo jornalista, uma vez que o volume de trabalho se adensa e o absorve;
- d. Uma preocupação central destes filmes é o conflito entre o interesse público e o interesse privado e entre o interesse público e o interesse institucional. Esses padrões narrativos são “espelhos e metáforas da relação entre o público e a imprensa, esperanças arruinadas, desejos desesperados e promessas ambíguas” (Good, 1989, p. 2);
- e. O jornalismo também aborda a tensão entre objetividade e subjetividade que surge quando os jornalistas se tentam manter neutros na cobertura da notícia (Ehrlich, 2004).

Deste modo, estas obras cinematográficas evidenciam representações destes profissionais da imprensa e, mesmo nas obras mais *mainstream*, esses papéis culturais apontam uma homenagem, uma crítica, etc. aos *media* e à sua relação com as esferas de poder. Brian McNair (2010) defende que os filmes *mainstream* podem ser e são o local da crítica substantiva, não apenas do funcionamento do poder num contexto capitalista, mas dos *media* e, em alguns casos, dessa relação com o poder. O autor refere que estes filmes perpetuam estereótipos de jornalistas “estúpidos e grosseiros”, mas também contêm críticas sofisticadas, muitas vezes radicais, à forma como os meios de comunicação social funcionam e à forma como se relacionam com o poder político e económico: “os filmes representam os jornalistas como heróis e vilões, e isso é apropriado, porque os jornalistas são ambos” (McNair, 2010, p. 18). Estamos perante representações entre o lutador pela verdade e o trapaceiro da inverdade, estereótipos que levam a que as imagens construídas sobre o jornalista pelos espectadores sejam facilmente interpretadas como se de uma aproximação da realidade se tratasse (Sá, 2017, p. 75).

No entanto, se os *media* são uma fonte fundamental daquilo a que Niklas Luhman (2000) chamou os “mitos auto-recursivos de uma sociedade”, ou seja, as narrativas através das quais uma sociedade fala de si mesma para si mesma, os filmes representam um sistema simbólico de segunda linha; um conjunto de representações mediáticas que funcionam para elucidar, interrogar e comentar o funcionamento do próprio sistema regulatório do jornalismo (McNair, 2010, p. 18). Contudo, é um mito (no outro sentido de inverdade,

afirmação infundada ou falsa percepção) que os filmes tendem a mostrar os jornalistas apenas ou principalmente como vilões. Alguns sim, e por vezes há jornalistas que o são, mas em muitos filmes vemos críticas sofisticadas de: (1) a forma como os jornalistas e o jornalismo, dadas as funções normativas que se espera que desempenhem nas sociedades democráticas, se relacionam de facto com os seus públicos, com as suas audiências; (2) como os meios de comunicação social se relacionam com as elites de poder em todas as esferas de uma sociedade onde a autoridade e o controlo são exercidos; e (3) a relação entre jornalistas e poder (McNair, 2010, p. 18).

Desta forma, o cinema, como todas as manifestações artísticas, pode ser entendido enquanto fórum de mediação. No caso do jornalismo, alguns desses tipos baseiam-se claramente em modelos normativos do papel do jornalista: uns são *watchdogs*, testemunhas, enquanto outros são disfuncionais e tóxicos. O realizador apresenta-se enquanto catalisador para essas imagens concorrentes de heroísmo e vilania, com liberdade para as dramatizar e, assim, fornecer o material para o debate público em torno da atuação dos jornalistas (McNair, 2010, p. 15).

Neste sentido de fórum de debate, Brian McNair (2010) refere que os filmes sobre jornalismo podem ter vários papéis: (1) educativo, no sentido de dar a conhecer ao espectador aquilo que é esperado do jornalismo numa democracia; (2) mitológico e celebrador, de forma a despertar a atenção dos espectadores e a solicitar a sua aclamação às grandes conquistas do jornalismo; (3) regulatório, uma vez que estes filmes podem exercer um “escrutínio dos escrutinadores”, funcionando como *watchdogs* dos *watchdogs*; e (4) defensivo, no sentido de estar contra aqueles que tentem suprimir a essência do jornalismo (McNair, 2010, p. 16).

Estes são filmes que, deste modo, contribuem para uma discussão e reflexão sobre a atividade jornalística e o estado do jornalismo, mas que também ajudam a perpetuar uma imagem (tanto de herói como de vilão) do jornalista.

De acordo com o estudo de Brian McNair (2010), entre 1997 e 2008, 80% das representações de jornalistas no cinema têm uma orientação heroica (McNair, 2011, p. 367), sugerindo ao público essa imagem corajosa em que o jornalista defende, acima de tudo, a verdade. Segundo o antigo programador da Cinemateca Portuguesa e crítico do *Expresso* Manuel Cintra Ferreira (1993), é a “capacidade de influenciar (e mudar) o curso

dos acontecimentos (para o bem e para o mal) (...)” que contribui para o estatuto de herói do jornalista (Ferreira, 1993, p. 46). McNair (2010) sintetiza que, por um lado, as representações de correspondentes estrangeiros/enviados especiais e jornalistas de investigação têm, em grande medida, uma aura heroica, mas, por outro, os sensacionalistas, os entrevistadores de celebridades, os *paparazzi* e outros agentes da imprensa tabloide estão, geralmente, associados a uma imagem negativa (McNair, 2010, p. 51). Desta forma, os filmes sobre jornalismo cooperam para perpetuar e legitimar a atribuição de uma imagem simbólica de herói da verdade à figura do jornalista. Matthew Ehrlich (2006) corrobora esta ideia ao referir que os filmes sobre jornalismo indicam que a “verdade é sagrada” e que os jornalistas são o meio para trazer a verdade ao de cima (Ehrlich, 2006, p. 516).

## 2. Metodologia

Como Mário Mesquita refere, “o cinema convida-nos a reflectir, com ele, sobre o puzzle fragmentário, desordenado e sincrónico do discurso dos *media* (...). Ao exercer o tal ‘direito histórico’ de crítica sobre os *media*, o cinema reflecte também sobre si próprio e, ao fazê-lo, ajuda-nos a pensar o mundo” (Mesquita, 2003, p. 171).

É nesta perspectiva que pretendemos no presente artigo analisar como o jornalista é apresentado e representado em seis filmes de Hollywood sobre jornalismo da última década. Para tal, seguimos as pisadas do estudo de McNair (2010), assumindo como filme sobre jornalismo aqueles em que uma ou mais personagens principais são jornalistas e que têm a prática jornalística como central na sua narrativa. Da nossa seleção fazem parte: *Nightcrawler – Repórter na Noite* (2014), de Dan Gilroy; *O Caso Spotlight* (2015), de Tom McCarthy; *Verdade* (2015), de James Vanderbilt; *Operação Shock and Awe* (2017), de Rob Reiner; *The Post* (2017), de Steven Spielberg; e *Ela Disse* (2022), de Maria Schrader.

Brian McNair (2010) propôs uma dicotomia entre jornalista-herói e jornalista-vilão, um contraste evidente entre o mensageiro da verdade e o instigador e manipulador de factos, respetivamente. Neste sentido, adotamos esta dicotomia e as suas tipologias (tabela 1), que aplicaremos aos filmes seleccionados para a nossa análise.

Tabela 1

<b>Herói</b>	<i>Watchdog</i>	Estes filmes preocupam-se sempre com o encontro entre o jornalismo – enquanto quarto poder – e as esferas de poder, nomeadamente através do jornalismo de investigação, uma especialização direcionada para a descoberta e exposição de informações que alguns prefeririam que permanecessem em segredo. Os filmes desta categoria têm como premissa a noção de que a informação é em si uma forma de poder. São essencialmente sobre a luta que ocorre em torno da informação e o papel crucial do jornalista nessa luta. Um exemplo é <i>Os Homens do Presidente</i> (1976), de Alan Pakula.
	Testemunha	Este termo pode ser visto como meramente descritivo, ou seja, o jornalista inevitavelmente testemunha os acontecimentos, conotando um tipo particular de integridade e confiabilidade. O jornalista-testemunha, como o <i>watchdog</i> , pode estar na posse de informações que podem ameaçar outras pessoas. É comum em filmes que relatam narrativas de correspondentes estrangeiros ou enviados especiais em zonas de conflito. Fornecem um ponto de vista sobre o conflito, baseado não no combate real, mas na sua observação e tentativa de interpretação. Podemos vê-lo em filmes como <i>Bem-vindo a Sarajevo</i> (1997), de Michael Nicholson, ou <i>Ao Vivo de Bagdad</i> (2002), de Mick Jackson.
	Heroína	O jornalismo tem sido menos acessível às mulheres por ter sido uma profissão dominada pelos homens desde o início. As mulheres representam uma variável distinta de jornalistas no cinema: se não têm um papel heroico, são geralmente estereotipadas e marginalizadas na história. Um exemplo de filme que retrata uma jornalista-heroína é <i>Veronica Guerin</i> (2003), de Joel Schumacher.
	Artista	Esta categoria está relacionada com a mitologia de que grande parte dos jornalistas secretamente deseja ser romancista. Aqui está a ideia de <i>novo jornalismo</i> ou jornalismo literário. Para Brian McNair, os artistas jornalistas costumam ser figuras culturais celebradas, ou até mesmo celebridades, como Truman Capote, no filme <i>Capote</i> (2005), de Bennet Miller.
<b>Vilão</b>	Bandido/ Trapaceiro	O jornalista exibe características como falta de credibilidade e incorpora, sem hesitar, o pior do jornalismo, violando, muitas vezes, os princípios éticos e deontológicos da profissão. É o caso de <i>To Die For</i> (1995), de Gus Van Sant.
	Fabricador/ Fraude	Estes são os jornalistas que fabricam deliberadamente os próprios factos, através da invenção de histórias e fontes, a apresentação de mentiras enquanto verdade com propósitos concretos. Esse é o maior pecado ético do jornalismo: inventar histórias que não são verdadeiras, mentir e depois usar a legitimação e o <i>status</i> cultural privilegiado do jornalismo para fazer o público acreditar nessas mentiras. Um exemplo é <i>Verdade ou Mentira</i> (2003), de Billy Ray.
	<i>King maker</i>	Os protagonistas são vistos como influenciadores dos <i>media</i> . Têm o poder de aumentar o poder dos outros, investido em reputação, <i>status</i> social e riqueza. E também têm o poder de atacar esses ativos e corroer o poder fundado por eles. <i>Citizen Kane</i> (1941), de Orson Welles, é um caso exemplar desta categoria.

Neste sentido, procuramos perceber se os filmes que se estrearam entre 2010 e 2022 estão mais orientados para apresentar uma visão heroica ou vilã do jornalista. Verificaremos a partir do enredo e das personagens apresentadas nas obras selecionadas a que categoria de McNair (2010) cada filme corresponde, procurando evidenciar algumas questões presentes nestas obras cinematográficas e discuti-las à luz do pensamento de Mário Mesquita, autor homenageado neste número. Por isso, não é nossa intenção apresentar uma crítica cinematográfica a cada um dos filmes ou discuti-los no âmbito dos Estudos Fílmicos, mas sim olhar para eles e categorizá-los no seguimento do trabalho levado a cabo por McNair, bem como promover uma discussão em torno de questões contemporâneas do campo jornalístico-mediático evocadas nos filmes.

Este trabalho permite-nos compreender a visão do jornalismo e dos jornalistas que tem sido construída por estes seis filmes e, em certa medida, moldado a perceção dos espectadores sobre a atividade jornalística. Tal torna-se relevante ao olharmos para os últimos anos, em que a profissão e a *praxis* jornalística têm entrado num clima de crise em vários âmbitos: confiança, credibilidade, negócio, identitária, laboral, ética, etc. Que jornalismo é apresentado nesta seleção de filmes? Estaremos perante uma visão heroica de paladinos pela verdade ou uma visão corrupta e sem escrúpulos que vai contra todas as normas e regras do jornalismo?

### **3. Jornalismo nos filmes de Hollywood de 2010 a 2022**

Em *Nightcrawler – Repórter na Noite* (2014), Lou Bloom, interpretado por Jake Gyllenhall, é um fornecedor de imagens chocantes, histórias sensacionalistas e manipuladas para um canal de televisão. O objetivo passa por “mostrar para chocar”, incentivado por uma editora que procura emitir essas imagens perturbantes com vista a atingir o maior número de audiências. De acordo com a investigadora Sónia Sá (2017), neste filme assistimos a uma lógica negra de *fast journalism* que prioriza o impacto emotivo das imagens chocantes, descontextualizadas e sensacionalistas. A representação de vilão ganha assim forma quando esta personagem manipula locais de crime e de acidentes para amplificar a intensidade destas imagens. É um fabricante de factos, que inventa histórias e fontes e apresenta mentiras como verdade: o grande pecado ético do jornalismo (McNair, 2010, p. 159). De acordo com as categorias de McNair (2010), esta personagem corresponde ao “vilão-fabricador de factos”. Esta dimensão de vilão é

representada “pela ausência de moral, pelo recurso permanente a estratégias de chantagem e de mentira, enfim, por todas as características que seriam, à partida, inaceitáveis numa profissão como repórter<sup>5</sup>” (Sá, 2017, p. 81).

Estamos perante aquilo que Mário Mesquita (2003) apelida de “jornalismo orientado pela concepção da notícia-mercadoria”, uma vez que se procedeu à transição de um jornalismo de distanciamento para um jornalismo de adesão, para a qual contribuiu fortemente a dimensão afetiva da imagem potenciadora do espetáculo e do aumento da concorrência entre os *media*, bem como a necessidade de criar uma corrente emocional mais forte entre os *media* e os seus consumidores, apostando em linguagens da emotividade (Mesquita, 2003, pp. 55-56). Aliadas a esta transição surgem no filme as práticas inaceitáveis e a violação daquilo que deve ser o cumprimento ético dos procedimentos jornalísticos e da responsabilidade social do jornalista. Este, de acordo com Mário Mesquita (2003, p. 272),

responde pelos seus actos de profissional, enquanto observador, narrador e intérprete dos acontecimentos. O bem frágil que lhe foi confiado chama-se informação. Por ela, pela sua exactidão e fiabilidade, deve ‘responder’, tendo em conta as condições de pressão de tempo e de espaço em que é produzida.

Responsabilidade social e espírito da missão jornalística é o que cumpre a equipa de jornalistas *Spotlight* do jornal *The Boston Globe* durante a investigação (que decorreu entre 2001 e 2002) sobre o abuso sistemático de crianças por padres católicos, representada no filme *O Caso Spotlight* (2015), de Tom McCarthy. Tal como acontece com *Os Homens do Presidente*, *O Caso Spotlight* constrói uma imagem heroica do jornalismo e enaltece os feitos conquistados por este. A semelhança entre os dois filmes está bastante presente, desde a vida quotidiana dos jornalistas, praticamente dedicada em 100% à investigação, ao trabalho em vários locais como tribunais ou bibliotecas e ao contacto com as fontes em locais públicos ou mais reservados. Ambos os filmes retratam também o longo caminho que é trilhado pelos jornalistas ao longo da investigação e só após o qual a verdade é alcançada. Esta dimensão heroica está intimamente relacionada

---

<sup>5</sup> Vemos esta dimensão de vilania, por exemplo, representada em *O Grande Carnaval* (1951), de Billy Wilder, na personagem Charles Tatum, o jornalista que procura o grande furo para reconquistar os seus pares, bem como os superiores hierárquicos; em *Network – Escândalo na TV* (1976), de Sidney Lumet, na personagem Diana Christensen, uma jornalista que tem como único objetivo ser líder de audiências, não olhando a meios para atingir aquele fim; ou em *Verdade ou Mentira* (2003), de Billy Ray, onde o jornalista Stephen Glass, suposto herói, se revela um fabricante de histórias e factos, colocando em causa a credibilidade do órgão de comunicação social para o qual trabalha e dos seus pares.

com o papel de *watchdog* do jornalista que vigia e fiscaliza a sociedade e a esfera pública, denunciando casos de corrupção e de desequilíbrio do regular funcionamento das instituições.

Mas, se em *Nightcrawler* assistíamos a um caso premente de *fast journalism* com todas as consequências negativas que daí podem advir, em *O Caso Spotlight* estamos perante o oposto: tempo de investigação de forma independente à agenda da redação, um *slow journalism*. A investigadora Carla Baptista (2016) refere que este filme,

do ponto de vista do método de investigação, implica um trabalho de recolha e verificação de dados exaustivos e credível. Do ponto de vista da narrativa, orienta a valorização e a criação de sentido entre os factos singulares e os protagonistas individuais para o interesse público em detrimento do interesse humano. Do ponto de vista ético, a busca da verdade, a lealdade aos cidadãos e a independência do relato são os valores fundamentais

Estamos, assim, perante aquelas que devem ser as principais funções dos *media* noticiosos: “fornecer a informação necessária ao debate político, esclarecer o povo acerca das suas opções políticas, defender os direitos individuais, contribuir para o desenvolvimento da economia através da prestação de serviços, divertir, e, finalmente, assegurar a sua própria autonomia, de forma a resistirem a pressões externas” (Mesquita, 2003, p. 271).

Para Michele Drohan (2016), *O Caso Spotlight* afirma a importância de uma imprensa livre que tenha o seu tempo e recursos para fazer o trabalho necessário, uma vez que o impacto que a história da corrupção na igreja teve nos cidadãos de Boston e em todo o mundo (acrescendo o facto de o jornal ter ganhado o prémio Pulitzer e de a história ter sido adaptada ao cinema num filme vencedor do Óscar de Melhor Filme) serve como prova da necessidade que a sociedade tem do jornalismo (Drohan, 2016, pp. 218-219). Estamos, assim, perante um contributo para a construção do mito heroico do jornalismo. Carla Baptista corrobora ao afirmar que “fazer esta diferença é o sonho dos bons jornalistas. Vemos isso nos olhos incandescentes de Mark Ruffalo quando se depara com crianças vítimas de violações” (Baptista, 2016).

A rotina produtiva dos jornalistas tem sido também um foco dos filmes sobre jornalismo, ou seja, além dos factos descobertos, o destaque está também nas decisões editoriais tomadas e na forma como os factos são comunicados. Em *Verdade* (2015), de James Vanderblit, a jornalista do programa *60 Minutes* da CBS, Mary Mapes (interpretada por Cate Blanchett), começa, juntamente com a sua equipa, a investigar a história da alegada

fuga do presidente George W. Bush ao exército durante a guerra do Vietname, mas fontes e provas documentais pouco fiáveis comprometem o trabalho da equipa de jornalistas, em que se inclui Dan Rather (interpretado por Robert Redford), e a reputação da *CBS News*.

Tal como o investigador Luís Mendonça (2018) menciona, estamos perante um caso de “anti-heroísmo” de Mary Mapes, que fundamentou a sua investigação em fontes questionáveis que colocaram em causa toda a informação apresentada. “Como se percebe a certa altura no processo do *60 Minutes*, já não interessa propriamente onde está a verdade, mas como se produziu aquela verdade, a mesma que se transmitiu para todo o país com garantias de irrefutabilidade” (Mendonça, 2018). McNair (2010) enfatiza que estamos perante um caso de vilania quando o jornalista falha em executar o seu trabalho adequadamente com a responsabilidade e procedimentos que lhe estão incutidos (McNair, 2010, p. 137). Contudo, este é um caso de vilania fraudulenta distinto daqueles a que assistimos em *Nightcrawler* (2014) ou *Verdade ou Mentira* (2003), nos quais os factos são deturpados e as narrativas fabricadas intencionalmente.

*Verdade* (2016) “relembra como uma notícia mal dada hipoteca o valor de verdade do que é reportado. Portanto, o jornalismo também é uma questão de forma: não tanto o que é a verdade, mas como é a verdade. O ‘como’ é determinante, baluarte da exigência e responsabilidade adstritas ao acto de dar notícias” (Mendonça, 2018). Ora, nesse ‘como’ deverá estar explícito o “ritual estratégico” de normas processuais e estilísticas<sup>6</sup> que permitam ao jornalista afirmar que o seu trabalho é objetivo, impessoal e imparcial. No entanto, Gaye Tuchman (1993 [1972], pp. 88-89) afirma que, embora estes procedimentos constituam uma tentativa de atingir a objetividade, não se pode afirmar que a consigam alcançar.

Por sua vez, Mário Mesquita refere que a objetividade, mesmo que seja um “mito inatingível”, está pressuposta no “contrato de recepção” implicitamente celebrado entre o jornalista e o leitor (ouvinte/espectador), porque, “sem esse compromisso com o ‘real’, o jornalismo destrói a razão de ser da sua existência e dilui-se” (Mesquita, 2003, p. 214).

---

<sup>6</sup> Como apresentar versões diferentes da mesma realidade, provas suplementares para fundamentar um facto, utilizar aspas para indicar que o repórter não está a dar a sua versão dos acontecimentos, apresentar os factos mais relevantes primeiro e separar cuidadosamente os factos das opiniões.

E foi essa conduta de objetividade jornalística que ficou aquém na investigação representada no filme de James Vanderbilt.

Já em *Operação Shock and Awe* (2017), de Rob Reiner, os jornalistas Warren Strobel (interpretado por James Marsden) e Jonathan Landay (Woody Harrelson) imergem numa investigação que procura saber quais as razões que motivaram o governo dos EUA a tomar a decisão de invadir o Iraque, questionando a informação apresentada pelo poder político e veiculada pela maioria dos órgãos de comunicação social norte-americanos. Estes foram os poucos jornalistas que nos EUA, através do *Knight Rider* (um pequeno jornal) e dos testemunhos das várias fontes por eles ouvidas, questionaram a administração Bush pelas declarações de que Saddam Hussein escondia armas de destruição maciça numa missão de vigilância da esfera de poder político, fazendo uso da sua função de *watchdog*.

Sendo estes os únicos jornalistas a apresentar informação contrária à dos restantes órgãos de comunicação social de referência, o trabalho destes profissionais foi colocado em causa e encarado como duvidoso. Contudo, o tempo acabou por revelar que a informação por eles apresentada correspondia à verdade. Tal leva-nos a juntar-nos ao pensamento de Mário Mesquita quando refere que, “até há bem pouco tempo, o principal era obter-se a cacha, o *scoop*. Actualmente [...] televisões e jornais já não se vangloriam por terem chegado primeiro. Pelo contrário, justificam-se com o facto de se limitarem a seguir outros órgãos que difundiram a informação em primeira mão” (Mesquita, 2003, p. 232). Ou seja, já não se procede a um trabalho de investigação, de descoberta, de desocultação, que acaba por ser encarado como um risco, nomeadamente quando “se trata de notícias que configuram autênticos casos de chantagem política”. (Mesquita, 2003, p. 232). Mário Mesquita recorre às palavras do jornalista Dan Rather para ilustrar a perspetiva dos jornalistas neste novo panorama: “nós, jornalistas, temos medo de ficar isolados. Temos medo de sermos os únicos a pretendermos ser virtuosos num mundo onde ninguém o é. Temos medo de não sermos ouvidos quando tentamos resistir” (Mesquita, 2003, p. 232).

Quem não teve medo de agir de forma isolada foi Katharine Graham (interpretada por Meryl Streep), presidente do Conselho de Administração do *The Washington Post* – “símbolo da liberdade e do poder da imprensa, transformou-se numa narrativa mítica do jornalismo mundial” (Mesquita, 2013, p. 46) –, e Ben Bradlee (Tom Hanks), editor do *The Washington Post*, ambos retratados em *The Post* (2017), de Steven Spielberg. O filme

apresenta-nos as preocupações e as medidas tomadas pelos editores e pela administração do *The Washington Post* sobre a divulgação dos ‘*Pentagon Papers*’, que expunham as mentiras de Richard Nixon e da administração norte-americana sobre o decurso da guerra do Vietname. Este é um filme que retrata as discussões entre a direção editorial e a administração do jornal que levou à resolução de publicar os documentos secretos do governo dos EUA, decisão que construiu a fama de Katharine Graham quando, ao vencer as legítimas preocupações de principal responsável, disse: “Go ahead, go ahead. Let’s go. Let’s publish” (Mesquita, 2013, p. 47).

O filme de Spielberg tem uma função de recordar e enaltecer a liberdade de imprensa e a independência desta face às esferas de poder, nomeadamente o político. É encarado como um produto fruto do tempo em que foi produzido – um “filme de guerrilha” –, reagindo ao contexto político norte-americano de então, com Donald Trump no poder. É um *statement* político de defesa dos valores da imprensa livre perante uma paisagem adversa que coloca o jornalismo em causa quando este se encontra envolto numa série de crises. *The Post* (2017) eleva a função heroica de *watchdog* a algo essencial para o funcionamento democrático pleno. Por norma, os filmes que representam esta dimensão têm como premissa a ideia de que a informação é, *per si*, uma forma de poder (McNair, 2010, p. 59). Tal está relacionado com o papel de adversão em relação ao poder político que foi atribuído ao jornalismo: “o quarto poder”. Contudo, Mário Mesquita refuta a utilização de expressões como “quarto poder” ou “contrapoder” porque o seu uso conduz a resultados perversos do ponto de vista da legitimação do jornalista no espaço público. Para o autor, “o valor da expressão ‘quarto poder’ situa-se, essencialmente, ao nível das percepções” (Mesquita, 2003, p. 74).

Essa dimensão de vigilante, atento aos desvios nas várias esferas, está presente no jornalismo representado em *Ela Disse* (2022), de Maria Schrader. O filme destaca a investigação jornalística do *The New York Times* sobre o caso Harvey Weinstein, que deu origem ao movimento “#MeToo”, conduzido pelas jornalistas Jodi Cantor (interpretada por Zoe Kazan) e Megan Twohey (Carey Mulligan).

De acordo com Joana Amaral Cardoso (2022, p. 16), jornalista do *Público*, estamos perante

um filme em que se procura desesperadamente a prova, o papel, mas que parte desse mistério que é a palavra de alguém sobre a crueldade de um crime muitas vezes sem testemunhas,

quando no ringue do espaço público (e do tribunal) tudo se resume à palavra de um contra o outro. *Ela Disse* é sobre a dificuldade da credibilidade da vítima, da mulher numa situação de desequilibrada de poder e, no fim que o mundo conhece, sobre a vitória dessa palavra.

Este é um filme que olha para a condição feminina das vítimas fontes desta investigação jornalística, mas com destaque para as duas jornalistas que conduzem o trabalho, bem como para a editora que as acompanhou (Rebecca Corbett, interpretada por Patricia Clarkson). Trata-se de uma representação da jornalista heroína semelhante ao que já havia sido descrito acerca de *Veronica Guerin* (2003), de Joel Schumacher: “está na melhor tradição da jornalista-*watchdog* (...) é inconfundivelmente uma heroína” (McNair, 2010, p. 105). O mesmo se aplica à dupla de jornalistas de *Ela Disse*, que, através de um longo caminho de trabalho de pesquisa e contactos, constroem uma relação de confiança com as várias fontes para apresentar a verdade que viria a impactar a indústria cinematográfica e a política norte-americana.

### **Considerações finais: “It’s the press, baby, the press!”<sup>7</sup>**

Perante os filmes seleccionados, percebemos que tem predominado uma visão heroica e virtuosa do jornalismo no cinema de Hollywood na última década, contribuindo para a construção da mitologia heroica do jornalismo. É uma continuidade daquilo que Brian McNair (2010) já havia verificado em décadas anteriores no seu estudo. Há uma aposta em enaltecer o papel de vigilante e fiscalizador dos poderes por parte do jornalista (como visto em *The Post*), mas também em dar visibilidade a uma rotina que exige um trabalho longo, exigente, de contacto com fontes, de cruzamento de informação para atingir o mais elevado grau de verdade (*O Caso Spotlight*, *Operação Shock and Awe* ou *Ela Disse*), ao contrário de uma cobertura jornalística acelerada, ligeira e sensacionalista, que levará a uma informação deficitária, podendo originar inverdades.

Talvez estas produções cinematográficas sejam um reflexo do cinema norte-americano perante ameaças constantes à imprensa livre e independente e perante as tamanhas crises em que a comunicação social se encontra um pouco por todo o mundo, com práticas cada vez mais fugazes e deficitárias. É neste sentido que a legitimação do jornalismo pode ser posta em causa: se não forem cumpridas as regras, os requisitos e os princípios éticos

---

<sup>7</sup> A resposta que a personagem de Humphrey Bogart dá em *A Última Ameaça* ao mafioso que lhe telefona a intimá-lo para não publicar um artigo, enquanto se ouvem as rotativas em ação.

mais elementares da profissão. É o próprio poder do jornalismo que fica refém de más práticas, minando a confiança da sociedade.

Hollywood e alguns dos seus mais preeminentes realizadores, como Steven Spielberg ou Tom McCarthy, investem em honrar e dignificar a profissão jornalística, realçando investigações verídicas que marcaram a história contemporânea e, através destes filmes, cooperam para manter a mitologia heroica do jornalismo. São referências que nos recordam da importância de um jornalismo de qualidade, livre e independente, que investigue, fiscalize e continue a manter (ou a reforçar) a relação de confiança e credibilidade com os cidadãos.

No entanto, também há produções que realçam os perigos da deturpação e falsificação de informações, cada vez mais facilitados. É também um aviso de que o jornalismo praticado atualmente não é a sua versão mais gloriosa, estando cada vez mais fragilizado e refém de lógicas perversas e imorais. Por isso, “se o cinema vampiriza as histórias dos repórteres talvez seja tempo de o jornalismo ir ao cinema em busca de um olhar e de um *ethos* que lhe refaça a identidade e a prática” (Godinho, 2018, p. 70), de modo a recuperar o virtuosismo tão aclamado em alguns dos filmes mencionados.

Tal como o jornalista Nuno Pacheco recorda, no cinema “há jornalistas para todos os gostos: aventureiros, heróis, pulhas, preguiçosos, corajosos, interesseiros, impolutos, vendidos, odiados ou entronizados; no cinema como na vida. Se o jornalismo ganha agora um novo fôlego devido a condições adversas, é bom que trabalhe para merecer a aura dos seus momentos mais nobres. Porque o avesso do seu lado ‘heroico’ também existe, e não é bonito de se ver. Mesmo no cinema” (Pacheco, 2018).

---

## REFERÊNCIAS

- Baptista, C. (2016). *O jornalismo, o método e o filme Spotlight*. *Público*.<https://www.publico.pt/2016/02/01/culturaipsilon/opiniaio/o-jornalismo-o-metodo-e-o-filme-spotlight-1721877>.
- Barthes, R. (1957). *Mitologias*. Edições 70.
- Bénard da Costa, J. (1993). Com benefício de dúvida: o poder da imagem ou a imagem sem poder. In *Jornalismo e Cinema* (pp. 13-19). Expresso – Cinemateca Portuguesa.
- Camponez, C. & Oliveira, M. (2021). Representações do jornalismo e dos jornalistas. *Mediapolis*, 13, 5-13. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_13\\_0](https://doi.org/10.14195/2183-6019_13_0).
- Cardoso, J. A. (2022). Ela Disse – o filme sobre começar uma revolução a partir da violação. *Ípsilon – suplemento do jornal Público*, 16-17.

- Carey, J. W. (1988). Taking culture seriously. In J. W. Carey (Ed.), *Media, myths, and narratives*. SAGE.
- Dahlgren, P. (1992). Introduction. In P. Dahlgren & C. Sparks (Ed.), *Journalism and popular culture*. SAGE.
- Drohan, M. (2016). Spotlight and investigative journalism: How the film reinforces the essential role of a free professional press in a democracy. *The Serials Librarian*, 71(3-4), 212-220. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2016.1237403>.
- Ehrlich, M. C. (1997). Journalism in the movies. *Critical Studies in Media Communication*, 14(3), 267-281. <https://doi.org/10.1080/15295039709367015>.
- Ehrlich, M. C. (2004). *Journalism in the movies*. University of Illinois Press.
- Ehrlich, M. C. (2006). Facts, truth, and bad journalists in the movies. *Journalism*, 7(4), 501-519. <https://doi.org/10.1177/1464884906068364>.
- Ehrlich, M. C. & Saltzman, J. (2015). *Heroes and scoundrels: The image of the journalist in popular culture*. University of Illinois Press.
- Ferreira, M. C. (1993). O jornalista como personagem. In *Jornalismo e Cinema* (pp. 44-47). Expresso – Cinemateca Portuguesa.
- Godinho, J. (2018). Repórteres e cineastas: o medo da ficção. *Electra*, 4, 61-72.
- Good, H. (1989). *Outcasts: The image of journalists in contemporary film*. Scarecrow Press.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2005). *Os elementos do jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público exigir*. Porto Editora.
- Luhman, N. (2000). *The reality of mass media*. Polity Press.
- McNair, B. (2010). *Journalists in film – Heroes and villains* (1.<sup>a</sup> ed.). Edinburgh University Press.
- McNair, B. (2011). Journalism at the movies. *Journalism Practice*, 5(3), 366-375. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2011.564885>.
- Mendonça, L. (2018). Jornalismo: como produzir uma notícia. À *Pala de Walsh*. <https://apaladewalsh.com/2018/01/jornalismo-como-produzir-uma-noticia/>.
- Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco – O poder dos média na sociedade contemporânea* (1.<sup>a</sup> ed.). MinervaCoimbra.
- Mesquita, M. (2004). Quando o Superman se disfarça de Clark Kent. *Público*, 8.
- Mesquita, M. (2010). Michael Schudson: o sociólogo historiador. In M. Mesquita (Ed.), *Cidadania e Jornalismo* (pp. 11-16). Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento.
- Mesquita, M. (2013). Katharine Graham, a Senhora Imprensa. In M. Mesquita, *O estranho dever do cepticismo* (pp. 46-49). Tinta-da-China.
- Pacheco, N. (2018). Quando o cinema volta ao jornalismo. *Público*. <https://www.publico.pt/2018/02/15/culturaipsilon/opiniao/quando-o-cinema-volta-ao-jornalismo-1802863>.
- Painter, C. (2019). Fictional representations of journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <http://dx.doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.811>.
- Sá, S. d. (2017). De herói a vilão: representações maniqueístas do repórter em Spotlight e Nightcrawler. In J. R. Carvalheiro (Ed.), *Facetas do repórter: narrador e narrado* (pp. 73-98). LabCom.IFP.
- Schudson, M. (1991). The sociology of news production revisited. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society*. Arnold.
- Schudson, M. (1992). *Watergate in American memory*. Basic.
- Tuchman, G. (1993 [1972]). A objectividade como ritual estratégico: Uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: Questões, teorias e "estórias"* (pp. 74-90). Vega.
- Vieira, J. (1993). Mr. Gutenberg goes to Hollywood (o real e a ficção no cinema sobre jornalismo). In *Jornalismo e Cinema* (pp. 21-24). Expresso – Cinemateca Portuguesa.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously*. SAGE.