



## A ética jornalística e os conflitos entre assessores de imprensa e repórteres no filme ‘Tudo pelo Poder’<sup>1</sup>

Pedro NUNES<sup>2</sup>  
Juliana Gouveia de AMORIM<sup>3</sup>  
Universidade Federal da Paraíba

### RESUMO

O objetivo deste artigo é refletir sobre a ética que conduz a Assessoria de Imprensa, na perspectiva de atividade desempenhada por jornalistas. Pretende-se, também, analisar o relacionamento frágil e conflituoso entre assessores e repórteres. As discussões propostas têm como cenário o filme ‘Tudo pelo Poder’ (*The Ides of March*, 2011) e são baseadas em conceitos desenvolvidos por pesquisadores como Pierre Bourdieu, Aguinaldo Pettinati e Rogério Christofolletti.

**PALAVRAS-CHAVE:** Assessores de Imprensa; Ética Jornalística; Tudo pelo Poder.

### INTRODUÇÃO

Desde os anos 40, o cinema vem retratando as rotinas das redações e estimulando o espectador a refletir sobre o papel social do jornalismo e do jornalista. Obras como ‘Cidadão Kane’ (1941) e ‘A montanha dos Sete Abutres’ (1950) apresentam para o público os conflitos éticos que permeiam a profissão. Através de suas narrativas e sob diversas perspectivas, as tramas cinematográficas contribuem para a desmistificação da imagem do ‘jornalista-herói’ e também para a construção de valores e princípios morais desse profissional.

É preciso aprender a ler um filme, a decifrar o sentido das imagens como se decifra o das palavras e o dos conceitos, a compreender as sutilezas da linguagem cinematográfica. Quanto o das palavras, e poderíamos dizer que há tantas interpretações de cada filme quantos forem os espectadores (MARTIN, 2003, *Apud* MELCHIOR, 2011, p. 42).

A proposta deste artigo é justamente analisar, a partir do filme ‘Tudo Pelo Poder’ (2011), dirigido por George Clooney, como o assessor de imprensa, atuando no campo da política, convive com as questões éticas que deveriam orientar a profissão.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Jornalismo da UFPB, email: [jugouveiajp@gmail.com](mailto:jugouveiajp@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Mestrado em Jornalismo da UFPB, email: [tecnovisualidades@yahoo.com.br](mailto:tecnovisualidades@yahoo.com.br)



Atitudes como “pressionar indivíduos ou instituições para que as notícias a respeito do assessorado sejam publicadas, sonegar informações importantes, divulgar inverdades e colocar o interesse do contratante acima dos da população” (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 30), ainda são comuns no cotidiano de assessores, apesar de contrariarem o Código de Ética do jornalista. Ou será que o assessor, por desenvolver outra atividade, está isento desse princípio norteador?

É necessário reforçar que o presente artigo analisa a conduta ética do assessor de imprensa no contexto brasileiro, em que a atividade é desempenhada por jornalistas. No entanto, sabe-se que nos Estados Unidos e na Europa ela é desempenhada por Relações Públicas. Profissão que, da mesma forma, possui um conjunto de normas - Código de Ética Internacional das RPs – que devem ser seguidas.

Além disso, também se pretende discutir os conflitos e tensões que envolvem os assessores e os jornalistas nas relações baseadas em conveniência e negociações, “à medida que o relacionamento entre eles resulta em visibilidade positiva para o assessorado, e, ao mesmo tempo, em contribuição efetiva ao trabalho do jornalista” (SARTOR, 2011, p. 123).

## **A REPRESENTAÇÃO DO JORNALISMO NO CINEMA**

Inúmeras produções cinematográficas focam seus enredos em questões ligadas ao jornalismo e ao papel que o jornalista representa na sociedade. Penatti (2014) enfatiza que o cinema nasce com a mesma proposta do jornalismo, no sentido de oferecer interpretações da realidade.

A capacidade do cinema para recriar a realidade do jornalismo e seus personagens permite ao espectador acreditar que também são assim a realidade e as pessoas que exercem esta profissão e, desta forma, desde uma nova perspectiva – o paradoxo da ficção –, ajuda a entender melhor o que acontece (PETTINATI, 2014, p. 111).

Os chamados *Newspaper movies*, ao contrário do jornalismo, também trazem enquadramentos e toque de ficção. No entanto, suas narrativas, geralmente, “desvelam para o público o imbricado universo da notícia e seus agentes, apresentando os conflitos éticos e morais da profissão” (FERREIRA, 2009, p. 139). Quando se fala em gêneros jornalísticos, Pettinati (2014) defende que o cinema tem preferido retratar o investigativo ao reflexivo. Poucos apresentam o jornalista analisando assuntos ligados à política, à economia e aos fatos de atualidade (PETINATTI, 2014). Muitas dessas obras



têm seus enredos produzidos por jornalistas profissionais. O primeiro filme escrito por um jornalista foi *The Power of the Press*, de 1909, com roteiro de *Roy McCardell* e direção de Van Dyke Brook.

Herói ou bandido, os jornalistas que nascem nas telas do cinema contribuem para a construção da imagem desses profissionais perante a sociedade, ou seja, “conceitos (e preconceitos) relacionados aos jornalistas, dependendo do contexto em que ele age na trama cinematográfica, já têm determinadas características que são aceitas como padrão e incontornáveis no senso comum da plateia” (ROCKENBACH, 2009, p. 47).

Em outras palavras, a imagem do jornalista retratada através do cinema contribui para a representação social<sup>4</sup> desse profissional, inclusive, para a criação de um tipo ideal de jornalista. Na visão de Morigi (2004, p. 11), “as representações sociais estão assentadas em valores e princípios morais nos quais a sociedade, os grupos e os indivíduos se guiam para construir e reconstruírem os sentidos de suas ações”.

Stella Senra (1997 *apud* SIQUEIRA et al., 2014), autora do livro ‘O último jornalista: imagem do cinema’, pioneira nos estudos sobre jornalismo e cinema, identificou alguns estereótipos dos jornalistas nos filmes. Há o mercenário, o ignorante, o alcoólatra, o cínico e até o profissional romântico. É esta mesma pesquisadora que defende que a imagem do jornalista frio foi construída, sobretudo, a partir a década de 80, com a influência da televisão.

Na pesquisa sobre as representações do jornalista no cinema norte-americano no século XX, Fábio Rockenbach (2009) analisou quinze grandes produções cinematográficas e identificou que este profissional aparece sob diferentes perspectivas: o profissional, o manipulador, o boêmio, o investigador e o correspondente. Em algumas situações, o mesmo personagem incorporava vários desses perfis ao mesmo tempo. Rockenbach (2009) enfatiza que o cinema na era da internet - a partir dos anos 90 e 2000 - passou a tratar o jornalismo sobre as óticas do cinismo, do heroísmo e retratando a luta contra os poderes maiores.

Da mesma forma que cria personagens e estereótipos, o cinema também faz críticas a questões ligadas ao papel social do jornalista, à ética profissional e aos conflitos dos bastidores das redações. O filme ‘O Preço de uma Verdade’ (2003), por exemplo, conta a história de um jornalista que criava reportagens a partir de fatos

---

<sup>4</sup> Conceito criado por Emile Durkheim, para definir as formas de conhecimento produzido através de experiências coletivas.



inventados para o conceituado jornal *The New Republic*. Em busca fama e status social, e na ânsia por uma grande história, Stephen Glass enganava leitores e colegas de trabalho, e violava o princípio norteador da profissão: a verdade.

Como falar de ética e não lembrar os inúmeros filmes que abordam a conduta de jornalistas que atuam no campo político e retratam a linha tênue entre o compromisso com a verdade e interesses partidários. Sobre o campo político, Bourdieu (2011) enfatiza:

Quem quer que entre para a política, assim como alguém que ingresse em uma religião, deve operar uma transformação, uma conversão. Mesmo que esta não lhe apareça como tal, mesmo que não tenha consciência disso, ela lhe é tacitamente imposta, e a sanção em caso de transgressão é o fracasso ou a exclusão. Trata-se, portanto, de uma lei específica e que constitui um princípio de avaliação e eventualmente de exclusão. Um índice, o escândalo: quem entra para a política se compromete tacitamente a eximir-se de certos atos incompatíveis com sua dignidade, sob pena de escândalo (BOURDIEU, 2011, p. 195).

Será que todos que se envolvem na política corrompem-se?

## **TUDO PELO PODER**

*The Ides of March* ou ‘Tudo pelo Poder’ (2011), na tradução brasileira, retrata os bastidores da corrida presidencial dos Estados Unidos. George Clooney, que interpreta o governador Mike Morris, do partido Democratas e também dirige o filme, tem ao seu lado um dos melhores assessores de imprensa do país, o jovem Stephen Meyers, interpretado pelo ator Ryan Gosling. Mais que uma imagem da fragilidade da política norte americana, a produção cinematográfica nos faz refletir sobre a ética jornalística, os conflitos entre assessores e jornalistas da imprensa e, sobretudo, mostra o jogo de interesses e as trocas de favores que envolvem as alianças políticas.

‘Tudo pelo Poder’ é uma adaptação da peça *Farragut North*, de Beau Willimon. Na visão de Diniz (1994, p. 1003), quando um texto é traduzido da linguagem teatral para o cinema, por exemplo, busca-se a equivalência dos signos em meio a sistemas semióticos diferentes. “Isso implica dizer que, ao decodificar uma informação dada em uma ‘linguagem’ e codifica-la através de outro sistema semiótico, é necessário mudá-la nem que seja ligeiramente”, respeitando a linguagem e aspectos próprios de cada sistema durante o processo de tradução intersemiótica.

O filme começa com Meyers testando o microfone no palco de um ginásio, onde mais tarde o seu assessorado participará de um debate contra o também Democrata Ted



Pullman. Diferente do Brasil, nos Estados Unidos as eleições ocorrem em duas fases: a etapa das primárias, em que os partidos indicam seus candidatos e a fase da votação dos eleitores. Numa narrativa linear, ‘Tudo pelo Poder’ mostra justamente o período pré-primárias, em que o partido terá que decidir entre Morris e Pullman.

Mais que um assessor, o jovem Meyers ‘casou-se com a campanha’ e acredita que o seu candidato é o único que pode mudar a vida dos americanos. Por isso, se doa totalmente à política, elaborando e defendendo projetos, realizando pesquisas e tentando influenciar a mídia a favor do seu candidato. Aliás, uma das cenas mais marcantes do filme trata de uma conversa de Meyers e a jornalista do *The Times*, Ida Horowicz, interpretada pela atriz Marisa Tomei. A jornalista, apesar de interesseira e inescrupulosa, tenta alertar Meyers sobre o jogo sujo da política, destacando que a vitória de Morris só iria trazer vantagens para o próprio assessor e que a vida da população, do trabalhador não iria mudar. Será que Meyers colocaria os interesses pessoais à frente do interesse do povo?

Talentoso e muito competente, logo o jovem assessor desperta a inveja no coordenador da campanha adversária e no próprio colega de campanha, o assessor-chefe Paul Zara, estrelado por Phillip Seymour Hoffman. Inexperiente no mundo da política, Meyers se rende ao convite para um encontro secreto com Tom Duff, assessor de Pullman, o qual culmina com a proposta para que ele passe a integrar a equipe do oponente. Muito além de uma simples mudança de trabalho, trocar de candidato vai de encontro às ideologias de Meyers. Mesmo assim, ele fica indeciso quando pensa na possibilidade da derrota de Morris e no fracasso da sua carreira. Enquanto Meyers se encontra com Tom, Paul Zara tenta negociar o apoio do Senador Thompson, em troca de um bom cargo na equipe de gestores de Morris.

Além do jogo de poder que envolve os candidatos em plena campanha política, o filme também desperta para questões morais contida nos discursos. Em várias cenas em que Morris é sabatinado, ele sempre se mostra a favor dos bons costumes e da família. No entanto, o envolvimento com a estagiária Molly, a gravidez da moça e o aborto do filho mostram que questões ligadas à ética e à moral, quando permeia o discurso político, quase sempre, são demagogias.

O saber da gravidez de Molly, Meyers que também teve um envolvimento amoroso com a moça se desespera. Nesse momento, o espectador percebe que a decepção de Meyers vai além da preocupação de um assessor. O semblante de tristeza e até o descuido com a aparência mostram que ele tinha perdido a confiança em Morris e

estava desiludido com sua própria carreira profissional, já que em vários momentos do filme, ele deixa bem claro que só trabalha para um candidato quando acredita nele. No fundo, Meyers confundiu suas ideologias com as propostas de alguém visava somente o poder.

Como se não bastasse o desafio de ter que contornar um escândalo que pode arruinar a campanha do seu assessorado, Meyers ainda é vítima do seu colega ambicioso e egoísta Paul Zara. Utilizando um discurso de lealdade, Paul considera que foi uma traição o encontro dele com Tom Duff e o demite. Atordoado, Meyers procura Tom e descobre o seu jogo sujo: A ideia era apenas prejudicar a carreira promissora do jovem assessor, uma ameaça para a campanha do oponente. Enquanto isso, a estagiária Molly, transtornada com a possibilidade de ser um pivô de um escândalo, comete suicídio. Numa sequência de acontecimentos ruins, Meyers também é chantageado pela jornalista Ida Horowicz, que, na ânsia por um bom furo, ameaça divulgar no jornal o encontro secreto dos assessores.

Apesar de ser uma ficção, o filme faz uma analogia a momentos marcantes da história política dos Estados Unidos, como os escândalos envolvendo o ex-presidente Bill Clinton e estagiária Mônica Lewinsky e as eleições do presidente Barack Obama. A própria identidade visual da campanha de Morris se assemelha ao pôster divulgado na campanha de Obama, em 2008:

**Figura 1** – Campanha Obama



Fonte: wikipedia.com

**Figura 2** – Campanha Morris



Fonte: paliativos.com.br

Além de um bom roteiro, de autoria de Grant Heslov em parceria com Clooney, o filme também foi bem elogiado no trabalho de pós-produção. A trilha sonora e



sonoplastia de Alexandre Desplat dão o tom que o espectador precisa para se envolver com a trama.

Na parte estética, outro aspecto que não passa despercebido são os planos. Através de planos abertos, Clonney explora bem os cenários, incluindo-os na narrativa. Os planos fechados, que evidenciam as expressões, também são comuns, numa história que aborda traição e corrupção moral e ética. O diretor ainda utiliza diversos tipos de *travelling*, desde os descritivos, que destacam o ambiente, aos de acompanhamento, quando a imagem segue os passos do personagem. Em outros momentos, a câmera se mistura com o olhar dos personagens, como na cena em que Meyers, no meio de uma plateia, liga para o candidato, utilizando o celular da estagiária e Morris, visivelmente perturbado com a chamada, percorre vários rostos em busca do assessor. Os cortes bruscos de cena também devem ser lembrados pelo ar de suspense que dão ao filme, deixando o espectador ansioso pelo desfecho final.

Aliás, a cena final é tão brilhante como a de abertura. Meyers, diante dos holofotes, se prepara para dar uma entrevista ao vivo a uma emissora de TV, enquanto escuta pelo ponto eletrônico, um trecho do discurso do candidato Morris, em que ele fala da importância de se ter integridade e dignidade na campanha.

## **AS ROTINAS PRODUTIVAS E AS TENSÕES ENTRE ASSESSOR E REPÓRTERES**

A assessoria de imprensa consolidou-se como atividade estratégica, quando desempenha a função de mediadora entre fontes de informação e redações. No campo da política, os assessores atuam para dar visibilidade aos acontecimentos que não são percebidos espontaneamente pela mídia, dessa forma, “é através dos jornalistas que os políticos atingem a notoriedade pública. Ou seja, sem a mídia não há visibilidade possível” (ADGHIRNI, 2005, p. 272). Aliás, no Brasil, a atividade da assessoria de imprensa nasceu com o cunho político. Alguns pesquisadores como Jorge Duarte (2011) defendem que os primeiros indícios da prática da Assessoria de Imprensa são encontrados no governo do Presidente Campos Sales (1898 – 1902), que utilizou os serviços do jornalista Tobias Monteiro, do Jornal do Commercio do Rio de Janeiro, para divulgar sua viagem à Europa. Entre as principais atividades dos assessores de imprensa, pode-se destacar:



- a. Relacionamento com os veículos de Comunicação Social, abastecendo-os com informações relativas ao assessorado (através de relises, *press-kits*, sugestões de pautas e outros produtos), intermediando as relações de ambos e atendendo às solicitações dos jornalistas de quaisquer órgãos de imprensa;
- b. Controle e arquivo de informações sobre o assessorado divulgadas nos meios de comunicação, bem como avaliação de dados provenientes do exterior da organização e que possam interessar aos seus dirigentes;
- c. Organização e constante atualização de um *mailing-list* (relação de veículos de comunicação, com nomes de diretores e editores, endereço, telefone, fax e e-mail);
- d. Edição dos periódicos destinados aos públicos, externo e interno (boletins, revistas, ou jornais) [...];
- e. Elaboração de outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio ou de televisão [...];
- f. Produção de impressos variados, tais como fôlderes, folhetos, manuais ou relatórios anuais [...];
- g. Participação na definição de estratégias de comunicação (KOPPLIN; FERRARETTO, 2009, p. 14).

Como já foi citado, o filme aborda os bastidores de uma campanha política, centrando-se no jovem assessor Stephen Meyers. As rotinas dos assessores são destacadas em vários momentos, seja quando ele atua como gestor da imagem do assessorado, quando o acompanha nas entrevistas, produz discursos ou quando realiza pesquisas de opinião e negocia com os jornais a divulgação de notícias sobre seu cliente. A cena inicial, Meyers já aparece como se fosse o candidato discursando para a plateia. Nota-se, mais tarde, que as mesmas palavras serão usadas por Morris, evidenciando, a autoria do discurso.

‘Em Tudo pelo Poder’, Meyers também enfrenta grandes embates com o assessorado, seja quando negocia a oferta de cargos com Morris ou na defesa de projetos em que ele acredita que trariam benefícios para a população americana. Essas situações são comuns na rotina dos assessores, que realizam negociações permanentes com as próprias fontes. Faria (2011, p. 144) destaca que, além de trabalhar para convencer a imprensa, o assessor também atua no convencimento da organização, no caso, o assessorado. Por isso, esse profissional deve ter uma posição estratégica, para “saber exatamente qual o momento de se expandir, de se retrair nas discussões e debates internos e, sobretudo, saber qual o argumento indefectível”.

Estratégica também a relação entre Meyers e a jornalista Ida. Ao lado do seu chefe, Paul Zara, o assessor se comporta como parceiro da repórter do The Times,



enviando dados que possam enriquecer as matérias e informações que favoreçam o seu assessorado. Na verdade, essa relação de coleguismo é baseada numa troca de favores e não em amizade. No filme, quando Paul deixa vaziar para Ida o encontro entre Meyers e Tom, ela deixa bem claro que o relacionamento entre os dois era apenas de conveniência e não iria poupa-lo, evitando a divulgação informações que pudessem prejudicar a carreira dele.

Vale lembrar que o trabalho de assessoria de imprensa baseia-se na construção de um vínculo de confiança com as redações, através do envio de informações que possam contribuir para uma boa imagem do assessorado (FENAJ, 2007). No entanto, essa relação entre assessor e repórter é frágil e pode facilmente ser desfeita, quando “o assessor não se adapta à gramática e a rotina produtiva dos jornalistas ou em situações em que informações de interesse para a mídia podem gerar prejuízos de imagem e/ou financeiros para o assessorado” (SARTOR, 2011, p. 123).

Tão forte quanto a crítica ao jogo político, Grant Heslov e George Clooney construíram a narrativa fílmica de modo que fizesse o espectador refletir sobre as faces obscuras do jornalismo. De um lado, Meyers, estrategista e manipulador, do outro a jornalista Ida Horowicz, capaz de tudo pelo furo de reportagem ou por um assunto que vá render uma boa capa.

### **A MESMA ÉTICA PARA ASSESSORES E REPÓRTERES?**

‘Tudo pelo Poder’ convida do espectador a refletir sobre várias questões ligadas à ética e a má conduta do jornalista, seja ele repórter ou assessor de imprensa. Nos primeiros minutos do filme percebe-se que nem sempre é a verdade que norteia o trabalho de um assessor de campanha política. Em uma das cenas, Meyers aparece conversando com seu assistente sobre um boato que deve estampar os panfletos anticampanha:

- *Você acha que é verdade essa do Pullman ter investimentos em minas de diamante na Libéria?*
- *Estamos confirmando. Achamos isso num blog, então não sabemos...*
- *Não importa se é verdade ou não. Só quero fazer o Pulman negar. Se for verdade, ótimo! Levanta. Mas se não for, deixa eles perderem o dia explicando para a imprensa que ele não tem essa mina na Libéria.*

O artigo sétimo do Código de Ética do Jornalista Brasileiro diz que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se



pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação” (FENAJ, 2007, 02). Será que os assessores de imprensa também devem obedecer a essa recomendação do código de ética? Há estudiosos, a exemplo de Rebouças (2011)<sup>5</sup>, que defendem a criação de um novo código de ética para os assessores, já que, apesar de serem jornalistas, eles desenvolvem outro tipo de atividade, excluindo o assessor do compromisso com a verdade. “O interesse da imprensa/mídia é (ou deve ser) o cidadão. O do assessor é a empresa/cliente”.

Carlos Chagas (2011, p. 186) reconhece as dificuldades de agir ético dentro de uma assessoria, pois, “o assessor de imprensa sendo jornalista, está eticamente obrigado a não mentir para a sociedade a que continua servindo, mas também estará obrigado a não prejudicar a instituição onde trabalha”. Mesmo assim, defende que o assessor de imprensa deve se pautar pela verdade, pela clareza das informações e até se afastar do cargo, quando for necessário, em nome da ética do jornalismo. Mas no cotidiano nas assessorias nem sempre isso acontece. Assim como Meyer, os assessores da vida real também se pautam por inverdades, maquiagem informações e manipulam dados estatísticos.

A figura da jornalista do *The Times*, Ida Horowicz, também é uma caricatura dos profissionais antiéticos, capazes de tudo por um ‘furo’. De acordo com Dines (2007)<sup>6</sup>, “numa época em que a mídia tem um discurso cada vez mais uniformizado, falando, aos olhos e ouvidos do espectador, quase a mesma coisa, fica difícil não querer ter uma notícia “quente” ainda não publicada”. Todo jornalista quer ter o prazer de ser o primeiro a dar sua versão aos fatos, alias, é o ‘furo’ que traz emoção a atividade jornalística. Isso não quer dizer que para consegui-lo, seja preciso inventar situações, divulgar informações superficiais e imprecisas ou utilizar métodos ilícitos. No filme, Ida chantageia Meyers, exigindo que ele dê mais informação sobre o encontro que teve com o assessor do candidato da oposição. Caso contrário, mesmo sem a confirmação, a informação iria parar na capa do jornal.

Rogério Christofolletti (2008) reforça que a conduta ética deve se misturar à competência técnica do jornalista.

Repórteres, redatores e editores precisam dominar equipamentos e linguagens, mas não devem se descolar de seus compromentimentos e

---

<sup>5</sup> REBOUÇAS, Bruno. A mesma ética para duas funções? In: Observatório da Imprensa. 2011. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a\\_mesma\\_etica\\_para\\_duas\\_funcoes](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_mesma_etica_para_duas_funcoes). Acesso em: 20 jan. 2015

<sup>6</sup> DINES, Alberto. Padre Vieira: quem se atrasou ficará de fora? In: Observatório da Imprensa. 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/mat2007a.htm>. Acesso em: 29 mai. 2014.



valores. Podem tentar suspender suas opiniões em certos momentos, mas, se por acaso esquecerem suas funções e suas relações com o público, vão colocar tudo a perder (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 11).

Em outras palavras, o compromisso ético deve ser inerente ao jornalista, tendo em vista o papel social que ele desempenha.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

É evidente que o cinema contribui para formação do imaginário popular. Através das imagens e dos enredos, o espectador constrói sua percepção do mundo, cria estereótipos e também desmistifica afirmações. No campo do jornalismo, algumas obras apresentam de forma crítica as diversas facetas da profissão, abordando conflitos éticos, rotinas produtivas, condições de trabalho e até o processo de construção de notícias.

O filme ‘Tudo pelo Poder’ convida a refletir sobre os bastidores da política e a figura do jornalista como peça essencial para o sucesso de uma campanha. Através dos discursos brilhantes do assessor de imprensa, da manipulação de pesquisas e da tentativa de influenciar a mídia para a divulgação de informações positivas sobre seu cliente, o candidato Mike Morris vai solidificando sua campanha rumo à presidência dos Estados Unidos. Nesse jogo, que tem o poder como troféu, vale tudo para esconder o comportamento negativo do candidato e evitar a divulgação de notícias que possam desconstruir a imagem de político honesto, ético e conservador.

Inicialmente, Stephen Meyers apresenta-se como um assessor de imprensa competente, que elabora discursos, consegue entrevistas e se preocupa com a imagem do seu assessorado. Seu lado manipulador e antiético é, de alguma forma, justificado pelo esforço em prol da vitória do candidato que poderia mudar a vida do povo americano.

A figura do repórter da imprensa, sobretudo, aquele que cobre a área política, aparece como um jornalista investigativo às avessas, que tem como objetivo descobrir histórias que rendam uma boa capa, sem se preocupar com o interesse público ou com a verdade dos fatos. Caio Túlio Costa, na tese de doutorado “Moral Provisória - Ética e Jornalismo: da gênese à nova mídia” diz que a questão da ética no jornalismo é relativa, tendo em vista que a ética dos fins vai justificar os meios, destacando que “o jornalismo será ético ou não em função do sabor da hora, do lugar, da necessidade, do interesse, do olhar” (2008, p. 353). Talvez, seja essa a ética que explica o comportamento de Ida e Meyers.



Outro aspecto que podemos destacar é relacionamento entre assessor e repórter. Assim como na vida real, essa relação entre eles aparenta um ‘casamento de conveniência’. Na medida em que o assessor oferece conteúdo para a publicação de notícias, o repórter oferta, de contrapartida, a visibilidade ao assessorado. Essa relação só é desfeita quando a necessidade de um fere os interesses do outro. O filme também deixa evidente que o interesse pessoal e empresarial, seja ele político ou financeiro, quase sempre norteia a produção de notícias nos meios de comunicação.

O desfecho de “Tudo Pelo Poder” faz lembrar o trecho do poema ‘Versos Íntimos’, do paraibano Augusto dos Anjos: “*O Homem, que, nesta terra miserável, mora entre feras, sente inevitável necessidade de também ser fera*”. Aparentemente, Meyers tinha boas intenções, mas foi corrompido pelo mundo sombrio da política, tornando-se frio e egoísta, decepcionado com a profissão e com ele mesmo.

## REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo entre a informação e a comunicação: como as assessorias de imprensa agendam a mídia. **Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II Ibérico [evento na internet]**, 2005.

BOURDIEU, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 5, p. 193-216, 2011.

COSTA, Caio Túlio. **Moral Provisória**. Ética e Jornalismo: da gênese à nova mídia. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da USP. 2008.

CHAGAS, Carlos. Agir ético dentro e fora das Assessorias de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica**. São Paulo: Atlas, 2011. p. 180 – 187.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. Editora Contexto, 2008.

DINES, Alberto. Padre Vieira: quem se atrasou ficará de fora? In: **Observatório da Imprensa**. 2007. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/mat2007a.htm>>. Acesso em: 29 mai. 2014.

DINIZ, Thaís Flores Nogueira. A tradução intersemiótica e o conceito de equivalência. 1994. Disponível em: <http://www.thais-flores.pro.br/artigos/PDF/ATraducaoIntersemioticaConceito.pdf>>. Acesso em: 30 mai, 2014.

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica**. São Paulo: Atlas, 2011, p. 51 –



75.

DURKHEIM, Émile. Representações individuais e representações coletivas In: Sociologia e Filosofia. **Rio de Janeiro: Forense**,1970.

FARIA, Armando Medeiros de. Imprensa e Organizações. In DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica**. São Paulo: Atlas, 2011, p. 137 – 146.

FENAJ, Federação Nacional dos Jornalistas. **Manual da Assessoria de Comunicação: Imprensa**. Vitória-ES: 2007.

FERREIRA, Ricardo Alexino. Do discurso frankfurtiano ao do *newsmaking*: a construção simbólica do jornalismo no cinema. In: GOULART, Jefferson O. (org.). **Mídia e democracia**. São Paulo: Annablume, 2006, p. 139-148.

KOPPLIN, Elisa. FERRARETTO, Luiz A. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática**. 6ª ed. Rev. e atual. São Paulo: Summus, 2009.

MELCHIOR, Marcelo do Nascimento. **Identidade Cultural e Auto-Representação Cinematográfica Indígena Xavante**. 2011.

MORIGI, Valdir José. Teoria social, comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. **Revista Eletrônica e-compos**, v. 1, 2004.

PALIATIVOS. **Literatura, música e cinema em pílulas**. Disponível em: <http://www.paliativos.com.br/tudo-pelo-poder/>>. Acesso em 22 jan. 2015.

PETTINATI FILHO, Aguinaldo Ricciotti. **A verdade recriada: códigos deontológicos da prática jornalística no cinema**. 2014.

REBOUÇAS, Bruno. A mesma ética para duas funções? In: **Observatório da Imprensa**. 2011. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a\\_mesma\\_etica\\_para\\_duas\\_funcoes](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_mesma_etica_para_duas_funcoes)>. Acesso em: 20 jan. 2015.

ROCKENBACH, Fábio Luis. As representações do jornalista no cinema norte-americano do século XX. 2009.

SARTOR, Basilio Alberto. Jornalismo e comunicação organizacional em diálogo: imagens-conceito da assessoria de imprensa e interações entre fontes, assessores e jornalistas. 2011.

SIQUEIRA, Gracini Silva et.al. **Cinema e Jornalismo: uma análise da representação da prática jornalística em filmes**. Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Jr –



XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2014.

WILKIPEDIA. **Barack Obama “Hope” pôster**. Disponível em:

[http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Barack\\_Obama\\_%22Hope%22\\_poster&oldid=644229112](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Barack_Obama_%22Hope%22_poster&oldid=644229112). Acesso em 22 jan. 2015.