



## **O *Derrière* da Brasileira e a Olhadinha do Presidente: Um Estudo Sobre a Relevância e a Repercussão das Notícias nos Dias de Hoje<sup>1</sup>**

Alessandro Paciello<sup>2</sup>

Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, RJ

### **Resumo**

Análise da notícia publicada em julho de 2009, bem como das imagens que a acompanharam e circularam o mundo, mostrando os presidentes Barack Obama e Nicholas Sarkozy supostamente admirando os atributos físicos de uma jovem brasileira em uma cerimônia solene. Este artigo pretende avaliar não só a importância e a repercussão da notícia, mas também os possíveis interesses envolvidos em sua divulgação, tendo como base a semiótica e as principais teorias da comunicação do século XX.

### **Palavras-chave**

Barack Obama; Nicholas Sarkozy; Mayara Tavares; Teorias da Comunicação; Semiótica.

### **Introdução**

O trabalho aqui apresentado pretende analisar uma notícia veiculada no dia 10 de julho de 2009 nos principais meios e veículos de comunicação do mundo. A notícia, que teve grande repercussão e gerou várias *suítes* horas depois de sua divulgação, afirmava, por meio de uma foto que não deixava espaço para dúvidas sobre a veracidade do fato, que Barack Obama e Nicholas Sarkozy, presidentes dos Estados Unidos e da França respectivamente, estariam admirando, sem nenhuma discriminação, o traseiro (ou *derrière*, do francês, como muitos jornais preferiram publicar) da adolescente brasileira Mayara Tavares, de 17 anos, durante uma cerimônia solene na Itália.

O evento em questão, o Júnior 8 – que desde 2005 reúne anualmente adolescentes dos oito países mais ricos do mundo, junto com seus respectivos chefes de estado, para discutir questões sociais relativas à infância e à juventude – este ano também levou representantes da África do Sul, Brasil, China, Egito, Índia e México,

- 
1. Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.
  2. Alessandro Paciello é formado em jornalismo e pós-graduado em jornalismo cultural pela Universidade Estácio de Sá. Endereço eletrônico: [alessandro\\_castro@yahoo.com](mailto:alessandro_castro@yahoo.com).



contabilizando a participação de 14 países nesta versão de 2009 que, como nos anos anteriores, foi promovida pelo UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância). Mayara era uma dos quatro adolescentes que representaram o Brasil no encontro e foi selecionada para o evento graças a uma pesquisa que iniciou há três anos sobre as necessidades dos jovens da comunidade carente onde mora, no bairro de Santa Cruz, zona oeste do Rio de Janeiro.

A notícia aparentemente chamou a atenção do mundo todo, pois em poucos minutos a foto da cena descrita dois parágrafos acima já circulava nos *websites* dos principais jornais e revistas, era comentada em diversas rádios e devidamente copiada e colada em *blogs*, *sites* de relacionamento e portais da internet. Tamanha repercussão foi capaz de eternizar a fugacidade de um acontecimento apenas inusitado, conferindo-lhe relevância global e garantindo-lhe espaço em diversos círculos de conversas nos dias que se seguiram ao fato. Após uma overdose de comentários e discussões sobre a olhada intencional ou não dos presidentes, de uma investigação minuciosa sobre vida e obra de Mayara Tavares, que a elevou à categoria de celebridade instantânea e, por fim, da exibição de um vídeo mais completo da cena em questão, que aparentemente salvava a reputação de Obama e comprometia ainda mais a de Sarkozy, o assunto finalmente foi se dissipando e sendo relegado à imensa lista de notícias descartáveis que dentro de pouquíssimo tempo estariam fadadas ao esquecimento.

O motivo pelo qual essa notícia, e nenhuma outra, foi escolhida como objeto de estudo deste trabalho tem a ver justamente com o caráter de *espetacularização* com que foi disseminada pelos meios de comunicação. Numa época em que simples passeios matinais de atores globais pela orla carioca podem garantir o sustento de diversas publicações voltadas para o entretenimento televisivo, a reflexão sobre os fenômenos culturais que tornam isso possível é mais do que desejável: é obrigatória. Vivemos num mundo pulverizado por notícias efêmeras que, vez por outra, surge com um fato capaz de render dias, semanas ou até mesmo meses de primeira página garantida nos principais jornais do planeta e suas conseqüentes respostas vindas dos receptores, hoje cada vez mais ativos no processo de comunicação. E tudo isso sem que possamos contar com a genialidade interpretativa e elucidativa de McLuhan, Debord, e Barthes. Cabe, portanto, somente a nós, pretensos disseminadores de suas teorias, analisar e compreender o que se passa na sociedade em que vivemos.



## **A olhadinha de McLuhan e a dimensão técnica**

Dotado de uma visão pouco ortodoxa para os estudiosos de comunicação de sua época, Marshall McLuhan foi o primeiro teórico a analisar não o conteúdo difundido pelos meios de comunicação, mas sim os próprios meios. Segundo ele e sua já eternizada e compulsivamente repetida afirmação de que *o meio é a mensagem*, o surgimento de uma nova tecnologia de comunicação por si só já seria capaz de produzir material de estudo suficiente nessa área, já que promoveria uma modificação significativa na maneira como as pessoas estavam acostumadas a lidar com o mundo a seu redor até então. Ele acreditava que essa mudança de comportamento afetava inclusive e principalmente os aspectos sensoriais dos indivíduos, que passariam a privilegiar um ou outro dos cinco sentidos, de acordo com as características tecnológicas do novo meio de comunicação que surgisse.

Sobre a questão do meio sendo a própria mensagem no processo de comunicação, McLuhan afirma em seu livro *Os meios de comunicação como extensões do homem*:

“Não percebemos a luz elétrica como meio de comunicação simplesmente porque ela não possui “conteúdo”. É o quanto basta para exemplificar como se falha no estudo dos meios e veículos. Somente compreendemos que a luz elétrica é um meio de comunicação quando utilizada no registro do nome de algum produto. O que aqui notamos, porém, não é a luz, mas o “conteúdo” (ou seja, aquilo que na verdade é outro meio). A mensagem da luz elétrica é como a mensagem da energia elétrica na indústria: totalmente radical, difusa e descentralizada.” (MCLUHAN, 1964: 23).

Com essa nova concepção de análise das tecnologias e da cultura, McLuhan facilmente conquistou admiradores e críticos, mas é a sua divisão dos meios de comunicação em quentes e frios o que realmente interessa neste trabalho. Para ele, mídias quentes (*hot*) seriam aquelas que prolongam um único sentido e permitem pouca participação do receptor, enquanto as mídias frias (*cool*), além de apresentarem um caráter mais multissensorial, também deixariam lacunas para que o usuário as preenchesse com informações de outras fontes. Seguindo esse tipo de raciocínio, pode-se concluir que a internet, um dos meios de maior penetração e evolução nos dias de hoje, seria facilmente incluída na segunda categoria por McLuhan.



Levando-se em conta que a internet foi o meio que mais rapidamente divulgou a notícia da suposta olhada dos presidentes e fez circulá-la livremente pela rede mundial, há que se analisar as características específicas desse meio, sob as teorias de McLuhan, para que possamos compreender melhor a forma como os internautas se relacionaram com a notícia ali divulgada.

Em primeiro lugar, deve-se ressaltar o caráter interativo desse meio: não só ele permite que seu usuário participe do processo de forma a incluir vários de seus sentidos, como também proporciona que ele produza conteúdo, o que, em se tratando de meios de comunicação de massa, era até então um fato muito pouco experimentado. E foi justamente essa característica específica da rede mundial de computadores o que possibilitou a propagação imediata da notícia e as livres interpretações e análises feitas por milhões de internautas assim que *leram* o texto, *viram* a foto, *assistiram* ao vídeo ou simplesmente *ouviram* na rádio online. Tudo isso não sem antes dar algumas dezenas de cliques com o indicador da mão direita, é claro.

Em segundo lugar, é preciso que se faça uma ressalva quanto à confiabilidade das informações que são transmitidas pela rede. A internet, enquanto mídia fria e, portanto, participativa, é também um meio ainda pouco confiável justamente por isso: em tese, qualquer um que dispõe de conexão e um mínimo de conhecimento de informática é capaz de produzir conteúdo e enviá-lo a um sem-número de pessoas.

Todas essas características alteram não só a velocidade, a quantidade e a qualidade da informação disseminada no mundo atualmente, como também modifica padrões culturais já assimilados e introduzidos pela tecnologia que a precedeu. Quanto a essa afirmação, o próprio McLuhan diz:

“Enquanto meios, o dinheiro, a roda, a escrita ou qualquer outra forma especializada de aceleração, de intercâmbio e de informações, operam no sentido da fragmentação da estrutura tribal. Igualmente, uma aceleração extremamente acentuada, como a que ocorre com a eletricidade, contribui para restaurar os padrões tribais de envolvimento intenso, tal como a que ocorreu com a introdução do rádio na Europa, e como tende a acontecer na América, como resultado da televisão. As tecnologias especializadas destribalizam. A tecnologia elétrica não especializada retribaliza.” (MCLUHAN, 1964: 40).

Por tudo o que foi dito até este ponto, não é de se admirar que a nova *aldeia global*, produzida, principalmente, pelo advento da internet, tenha lidado com a indiscreta olhadinha dos presidentes de forma superficial, interativa e simultânea aos



desdobramentos do acontecimento, contrariando o tipo de relação existente antes do início de seu longo processo de retribalização. E nesse mundo retribalizado é cada vez mais visível o papel duplo do receptor que, agora muito mais que em qualquer outra época e graças a todo o aparato técnico de que dispõe, se transformou também no emissor formal da mensagem.

### **O *derrière* segundo Barthes e a dimensão simbólica**

Como um dos maiores expoentes da semiótica e da semiologia da imagem, o francês Roland Barthes defendia a existência de mensagens denotativas e conotativas dentro de uma mesma imagem, sendo que as primeiras se refeririam a tudo aquilo que poderia ser percebido imediatamente pelos olhos do observador e, as segundas, a todo o material compreendido ou interpretado por ele a partir da imagem inicial. Dessa forma, as características conotativas da imagem estariam diretamente relacionadas à cultura dentro da qual o observador estaria inserido (lembrando que para o filósofo a mensagem linguística permearia todo o processo e, de certa forma, seria inerente a ele).

Esse caráter conotativo da imagem, previsto por Barthes, é também reconhecido por Martine Joly, outra estudiosa do assunto e que ainda ressalta a importância do contexto social e cultural daquele que se dispõe a interpretar a imagem:

“Para ele, esse processo de conotação é constitutivo de qualquer imagem, mesmo das mais ‘naturalizantes’, como a fotografia, por exemplo, pois não existe imagem ‘adâmica’. Que o motor dessa leitura segunda, ou interpretação, seja a ideologia, para uma sociedade e história determinadas, em nada invalida o fato de que, para Barthes, uma imagem pretende sempre dizer algo diferente do que representa no primeiro grau, isto é, no nível da denotação.” (JOLY, 1996: 83).

Voltando então à notícia que inspirou este trabalho, não seria exagero afirmar que ela nunca teria existido se não houvesse, antes de qualquer outra coisa, uma imagem que a motivasse e que por si só já nos comunicasse quase tudo. A imagem em questão – uma foto tirada durante o evento Júnior 8 – mostra os presidentes dos Estados Unidos e da França olhando na direção do traseiro da adolescente brasileira Mayara Tavares, uma dos quatro jovens que foram representar o Brasil no encontro (*ver anexo na página 11*).

Tentando seguir o método de análise de imagens proposto por Barthes, não é difícil perceber os elementos ali presentes que fazem com que a imagem chame a

atenção de seus espectadores, fertilizando sua imaginação e conduzindo sua capacidade interpretativa em determinada direção.

Se abstrairmos as informações secundárias fornecidas pela foto e nos atermos inicialmente aos seus aspectos denotativos, vemos no primeiro plano uma mulher de costas, subindo um degrau que tem diante de si e sendo observada por dois homens. Ela é magra, aparentemente branca, tem cabelos castanho-claros compridos e encaracolados e usa um vestido *longuete* na cor vinho. Os homens, um negro e o outro branco, são de meia-idade, magros e vestem ternos escuros com gravata. Atrás de todos eles, de pés sobre os degraus superiores, podemos ver outras pessoas, homens e mulheres de idades e etnias variadas, todos usando roupas semelhantes às das figuras do primeiro plano.

Até aqui, nada na descrição da imagem pareceria chamar a atenção de um espectador comum a não ser por um detalhe que faz toda a diferença na interpretação da foto: os dois homens do primeiro plano estão claramente olhando na direção do traseiro da mulher.

Se, como o próprio Barthes nos ensina, juntarmos o significante (fotografia) com os significados ali presentes (as figuras dos seres humanos mostrados nela), já temos um signo pleno (significante aliado a um significado). Entretanto, como ele mesmo afirmava, esse signo pleno pode ser o significante de um segundo significado, que, no caso da imagem aqui analisada, pode se dividir em dois principais: a olhada dos dois homens em uma mesma direção e o traseiro chamativo da mulher atravessando esse olhar. Dessa forma, essa segunda associação pode facilmente nos levar a compor seu mais do que óbvio segundo signo pleno: os dois homens estão olhando para o traseiro chamativo da mulher que lhes cruza o caminho.

Essa dinâmica associativa, segundo Barthes, pode seguir criando signos plenos infinitamente, mas sua elaboração e transcrição detalhada não são o objetivo deste trabalho. O que nos importa aqui é perceber alguns elementos presentes na imagem (a olhada, o traseiro e a formalidade das roupas pressupondo um comportamento igualmente formal) que, somados à mensagem linguística do texto que sempre a acompanha (legenda, manchete, matéria inteira ou comentário) são capazes de esclarecer quaisquer possíveis dúvidas quanto à identidade das pessoas envolvidas na cena e levam o espectador a interpretar o acontecido de determinada maneira. Assim, não foram raros os comentários de leitores/internautas semelhantes a esses: “Que safadinho, não é que o presidente dos EUA caiu na onda da mulher brasileira!” e “Quando essa menina fizer 18 anos vai ser convidada pra posar na Playboy. Triste país



esse que só pensa em sacanagem!” (Postados por usuários que se identificavam como Laura e Zecaneca, respectivamente, nos dias 11 e 12 de julho de 2009, no *blog* de um internauta que se identifica como Hari Seldon).

Levando-se em conta que as frases acima são apenas dois exemplos brasileiros do que foi dito, produzido e reproduzido sobre a imagem disseminada no mundo todo, torna-se praticamente impossível imaginar todas as prováveis interpretações e comentários que ela ajudou a inspirar em todo o globo terrestre. Sua repercussão nos diversos meios, no entanto, é inegável. Sendo assim, resta-nos somente compreender o fenômeno cultural reinante nos dias de hoje para que possamos fechar este estudo com pelo menos três de suas diversas vertentes de análise.

### **Um espetáculo de notícia e as considerações de Debord**

Muito antes do advento da internet e do enxame de informações e entretenimento promovido por ela, o filósofo francês Guy Debord já enxergava na sociedade de seu tempo – o mundo capitalista do período pós-guerra – alguns sintomas de alienação cultural promovidas pela elite econômica e política e fortalecidas pelos meios de comunicação de massa. Influenciado diretamente pelas ideias socialistas de Karl Marx e com uma visão da cultura possivelmente inspirada no conceito de “indústria cultural” proposto por Theodor Adorno, Debord escreveu sua mais conhecida obra, *A sociedade do espetáculo*, por meio da qual, entre tantas outras afirmações, diz:

“A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte.” (DEBORD, 1967: 24).

Com base nesse tipo de pensamento, pode-se avaliar a repercussão da notícia e das imagens divulgadas da suposta olhada dos presidentes como fruto desse tipo de sociedade a que Debord se referia. Acostumados que estamos ao mundo de representações que nos envolve, temos dificuldade em discernir o *espetáculo* da vida propriamente dita.

Neste ponto, é preciso fazer uma ressalva para o fato de que a concepção dos termos *espetáculo* e *imagem*, utilizados diversas vezes por Debord ao longo de toda a sua obra, têm uma significação muito mais ampla que aquela normalmente usada para essas palavras. Para ele, esses termos estavam diretamente relacionados à característica potencialmente ilusória da vida experimentada pelo cidadão comum que, por não ser mais dono de seu trabalho, de seu desejo e nem de sua própria vida, sentia-se obrigado a viver de acordo com aquilo que lhe era esperado da sociedade, se contentando, assim, com as diversas representações de vida existentes. Entretanto, ainda que façamos uma interpretação mais literal das ideias de Debord, é possível dizer que o filósofo acertou em cheio ao afirmar que o espetáculo está em toda parte.

Ao avaliarmos a notícia mais uma vez – agora sob outro ângulo: aquilo que realmente aconteceu, sua relevância e repercussão –, podemos perceber facilmente que foi feita uma *tempestade em copo d'água*, como diria o ditado popular, em torno de todo o acontecimento. Mesmo que tenhamos em mente o inegável fato de que a identidade dos homens envolvidos na suposta olhada de traseiro fez toda a diferença na repercussão da notícia, isso não justifica a quantidade de interpretações tendenciosas que se originaram daí e que, direta ou indiretamente, colaboraram para a formação de opinião de milhares de pessoas sobre o caráter dos três personagens ali expostos. É praticamente inadmissível que, por uma atitude instintiva que não durou mais do que dois segundos e que teve a infelicidade de ser capturada por um habilidoso fotógrafo, o presidente dos EUA seja considerado um safado ou garanhão por tanta gente que pouco sabe sobre sua vida particular. Da mesma forma, é também repulsiva a ideia de que a jovem e socialmente engajada Mayara passe a encarnar o estereótipo da brasileira sensual, capaz de virar a cabeça de qualquer homem do mundo, e que, a exemplo de tantas outras dotadas de semelhantes atributos físicos, vai querer aproveitar a fama repentina para fazer fortuna exibindo justamente esses atributos em várias páginas de revistas masculinas.

É quase certo que o espetáculo da olhadinha do presidente, criado a partir da divulgação da polêmica foto e parcialmente enfraquecido após a exibição de um vídeo mais completo dessa mesma cena, nunca teria existido no período pré-fotográfico. Também é certo que não fosse pela tecnologia do *videotape*, os espectadores da cena exposta pela foto teriam tido uma única possível interpretação para o acontecido, o que teria prolongado ainda mais a duração desse espetáculo.





Em qualquer desses casos, fica claro que o espetáculo está diretamente ligado ao poder difusor dos meios de comunicação de nosso tempo que, mesmo seguindo uma tendência fortemente inclusiva dos receptores, continuam servindo como uma poderosa arma política para quem quer que se aproprie deles, como já garantia Debord:

“Se o espetáculo, tomado sob o aspecto restrito dos ‘meios de comunicação de massa’, que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: ela convém ao automovimento total da sociedade. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea, é porque essa ‘comunicação’ é essencialmente unilateral; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração.” (DEBORD, 1967: 20).

Dessa forma, mesmo na realidade efêmera e interativa do século XXI, em que o leitor da notícia e espectador da imagem passa a ter voz ativa no processo de comunicação, isso não elimina por completo o sempre existente interesse de alguns grupos que, de acordo com a cena que inspira todo esse trabalho, tirariam proveito do enfraquecimento ou simples humanização da imagem do presidente recém-eleito dos EUA.

### **Considerações finais**

O artigo aqui exposto, como já dito anteriormente, procurou analisar a repercussão da notícia da suposta olhada indiscreta dos presidentes Barack Obama e Nicholas Sarkozy para o *derrière* da adolescente brasileira Mayara Tavares. Essa análise foi feita com base nos estudos de dois dos principais teóricos de comunicação do século XX, bem como nas pesquisas sociológicas do filósofo Guy Debord.

Pelo que foi visto até aqui, tanto a natureza das tecnologias dos meios de comunicação de nosso tempo como os aspectos cognitivos e culturais, que fazem com que interpretemos a já mundialmente famosa imagem da cena em questão de determinada forma, são os principais fatores que fizeram o caso tomar as proporções que acabou tomando. Isso, é claro, só foi possível diante de um contexto social fértil e



que prioriza não só a aparência das coisas em detrimento de sua essência, como também a relação social das pessoas mediada pela imagem.

Uma questão levantada e que parece não apresentar resposta definitiva é se existiu ou não alguma intenção inicial por parte dos detentores do poder e das mídias em prejudicar a imagem dos presidentes envolvidos ao publicar a foto em diversos veículos, facilitando sua reprodutibilidade compulsiva mundo afora. Levando-se em conta o contexto econômico e político dos EUA hoje em dia e o que representa seu mais novo presidente, essa é uma visão que, embora excessivamente apocalíptica, não pode ser totalmente descartada. Como um reforço a essa possível teoria, também o local em que se deu o evento (Roma) é sugestivo, uma vez que o primeiro ministro italiano Silvio Berlusconi já havia se envolvido em alguns escândalos semelhantes a este anteriormente (embora, no caso dele, tais escândalos tenham sido muito mais explícitos e incontestáveis). Seria possível concluir que o súbito aparecimento de uma prova de que até mesmo o presidente norte-americano é suscetível a deslizes libidinosos pudesse colocar ambos no mesmo grau de competência e confiabilidade, tirando temporariamente o foco dos comportamentos nada puritanos de Berlusconi.

Como uma possível vertente de análises futuras desse mesmo objeto, parece coerente investigar mais sobre esta última possibilidade, bem como acompanhar os desdobramentos já agonizantes dessa história que abalou o mundo apesar de não ter modificado em absolutamente nada a vida de nenhum de nós. *“No mundo realmente invertido, a verdade é um momento do que é falso.”* (Guy Debord)

## Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. **Retórica da imagem**. 1964.

BRETON, Philippe e PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Edições Loyola. 2002.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Contraponto. 1967.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Papyrus Editora. 1996.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Cultrix. 1964.

WebBlog de Hari Seldon disponível em: <<http://www.dudutomaselli.com/famosos/mayara-tavares-barack-obama>>. Acessado em 23/07/2009.

Website do jornal O Globo, disponível em: <<http://oglobo.globo.com>>. “Jovem brasileira de 17 anos ‘virou a cabeça’ de Obama durante cúpula do G-8 na Itália”. Postado em 10/07/2009 e acessado em 20/07/2009.



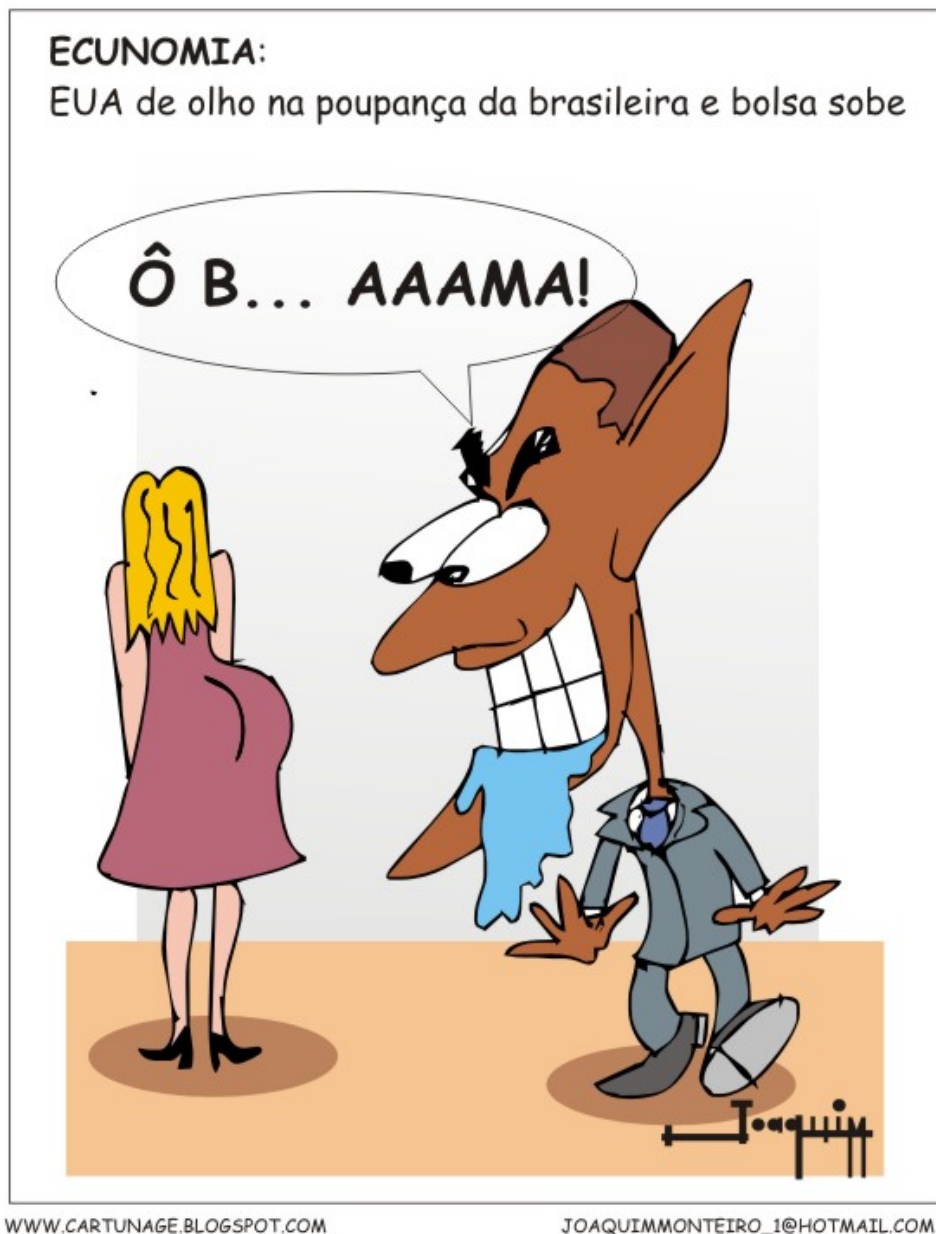
A famosa imagem que circulou em diversos meios e veículos de comunicação mundo afora.



Recursos de computação gráfica chamam a atenção para alguns detalhes da foto e induzem a interpretação do observador em determinado sentido.



Dessa vez, recursos textuais satirizam a situação ao dar voz a possíveis pensamentos dos sujeitos da imagem.



Uma das charges feitas sobre o acontecido e encontrada em um blog.



Por fim, alguns dos 688 comentários postados por leitores da versão online do jornal O Globo sobre o ocorrido:

**1. FROSE**

11/07/2009 – 12h 28m

Um evangélico verdadeiro não colocaria um vestido dessa cor e muito menos um tomara que caia! Evangélica uma ova! Aspirante a celebridade!

**2. SoniaRJ**

11/07/2009 – 11h 47m

A roupa inadequada, a cor de mau gosto e o cabelo “cor de farmácia” chamam a atenção de qualquer um. Apresentar a moça bem vestida era função do Itamaraty, que existe, também, para resolver estes problemas. A mocinha só foi lá para isso? Pobre de nós!

**3. Trouxas**

11/07/2009 – 11h 32m

Não olhou não... Eita! Impressionante como o povo gosta de uma fofoca!

**4. Sudoeste**

11/07/2009 – 11h 26m

Os fotógrafos estão sempre em busca de ângulos extraordinários para flagrar pessoas famosas em situações ridículas e com distorção total da realidade, o q configura um autêntico embuste jornalístico. Observando-se o vídeo, pode-se deduzir q o Obama curva o corpo um pouco para o lado e a cabeça para baixo, atento ao degrau, ao mesmo tempo em q estende o braço à moça q, vinda de trás, dele se aproxima. Tudo em movimentos contínuos. Não se trata de foto isolada, mas extraída de um vídeo: um flagrante fabricado.