

JOÃO DALLA BERNARDINA THEDOLDI

**OUTROS OLHOS, MESMA PERSPECTIVA:  
O BRASIL VISTO POR JORNAIS COLOMBIANOS**

Viçosa – MG

Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

2014

JOÃO DALLA BERNARDINA THEDOLDI

**OUTROS OLHOS, MESMA PERSPECTIVA:  
O BRASIL VISTO POR JORNAIS COLOMBIANOS**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof<sup>o</sup> Dr<sup>o</sup> Ernane Correa Rabelo.

Viçosa – MG

Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

2014



## **AGRADECIMENTOS**

Desde minha chegada à Viçosa encontrei inúmeros desafios que talvez não teriam sido superados se não fossem algumas pessoas que sempre estiveram presentes durante esses quatro anos. Primeiramente, agradeço aos meus pais pelo constante incentivo aos estudos e apoio nas minhas decisões. Ao meu pai por estar sempre à disposição durante esses anos e a minha mãe pelo apoio incondicional. Aos meus irmãos, José, por mesmo distante me envolver em seus dramas, e ao Bruno pelos quatro anos de convivência que nem sempre foram fáceis mas, sem dúvida, muito divertidos. Aos professores do curso por transmitirem seus conhecimentos e aos funcionários por estarem sempre dispostos a ajudar. Aos Homogêneos e à família Achocomlatados pela companhia durante essa jornada e pelos momentos de diversão entre um estudo e outro. À equipe do projeto *Café Expresso* que permitiu que eu colocasse em prática os conhecimentos aprendidos durante as aulas. À Lilian e à Fernanda por terem se disponibilizado, em um tempo livre, a recortar jornais durante um dos meus momentos de desespero. À Marcela e ao Pablo por terem revisado essa monografia e apontado alguns pontos que poderiam ter sido mais bem trabalhados. Ao meu orientador por ter me sugerido o tema, dado suporte durante o desenvolvimento deste trabalho e me incentivado a realizar o intercâmbio que deu origem a esta monografia. Às pessoas que me acolheram durante minha estadia na Universidade de Tolima e tornaram o semestre mais prazeroso. E a todos aqueles que de alguma forma estiveram presentes, mesmo que distantes, durante esses quatro anos que me acrescentaram muito pessoalmente.

“Não vá por onde o caminho te leva.  
Vá por onde não haja caminho e deixe uma trilha.”

Ralph Waldo Emerson

## **RESUMO**

O jornalismo internacional é uma área que se expandiu recentemente devido aos avanços tecnológicos que permitiram o seu efetivo desenvolvimento. Com isso, o modo como uma nação é transmitida pelos veículos de comunicação de outros países tornou-se um dos fatores que passou a influenciar na visão que um povo desenvolve ou reforça sobre outras regiões do mundo. Com o objetivo de descobrir como o Brasil é representado em outro país, o presente trabalho observou durante o período de um mês, de 22 de agosto a 22 de setembro de 2013, dois jornais impressos colombianos a fim de realizar uma análise quantitativa sobre os temas e gêneros mais recorrentes em que o Brasil está presente, e qualitativa, em que se analisou como o país é caracterizado por esses periódicos. Dessa forma, é possível inferir se as matérias veiculadas pelos jornais durante o período observado criam ou reforçam alguma visão estereotipada sobre o país e se há uma variação em como ele é representado por dois jornais de uma mesma nação. Com esse estudo, foi possível perceber que esses periódicos retratam o país sob a perspectiva dos Estados Unidos e reforçam alguns estereótipos a respeito do Brasil.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Jornalismo internacional; Representação; Brasil; Impresso; Colômbia.

## **ABSTRACT**

The international journalism is an area that has recently expanded due to technological advances that have allowed their effective development. Thus, how a nation is transmitted from the media from other countries has become one of the factors that went on to influence the vision that a people develops or strengthens over other regions of the world. Objecting to discover how Brazil is represented in another country, this study observed during the period of one month, from August 22 to September 22 from 2013, two colombian newspapers in order to perform a quantitative analysis of the themes and genres most applicants that Brazil is present, and qualitative, which examined how the country is characterized by those journals. Thus, it is possible to infer whether the materials circulated by newspapers during the observed period creates or strengthens a stereotypical view about the country and if there is variation in how it is represented by two papers of the same nation. With this study, it was revealed that these journals portray the country from the perspective of the United States and reinforce some stereotypes about Brazil.

## **KEY-WORDS**

International journalism; Representation; Brazil; Newspaper; Colombia.

## LISTA DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1 - Quantidade (%) gênero <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i> .....  | 41 |
| Gráfico 2 - Quantidade (%) gênero <i>El Tiempo</i> .....   | 42 |
| Gráfico 3 - Quantidade (%) gênero <i>El Espectador</i> .....   | 42 |
| Gráfico 4 - Quantidade (nº) gênero x tema <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i> .....  | 43 |
| Gráfico 5 - Quantidade (nº) gênero x tema <i>El Tiempo</i> .....   | 44 |
| Gráfico 6 - Quantidade (nº) gênero x tema <i>El Espectador</i> .....   | 44 |
| Gráfico 7 - Quantidade (%) tema <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i> .....  | 45 |
| Gráfico 8 - Quantidade (%) tema <i>El Tiempo</i> .....   | 46 |
| Gráfico 9 - Quantidade (%) tema <i>El Espectador</i> .....   | 46 |
| Gráfico 10 - Quantidade (%) <i>The Wall Street Journal Americas</i> no <i>El Tiempo</i> .....  | 47 |
| Gráfico 11 - Quantidade (%) <i>The New York Times Journal</i> no <i>El Espectador</i> .....  | 48 |
| Gráfico 12 - Quantidade (nº) gênero informativo, opinativo e visual <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i><br>.....                                 | 53 |
| Gráfico 13 - Quantidade (%) citações <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i> .....   | 54 |
| Gráfico 14 - Quantidade (%) complemento <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i> .....  | 55 |
| Gráfico 15 - Quantidade (nº) palavras <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i> .....  | 56 |
| Gráfico 16 - Quantidade (nº) palavras relacionadas às Olimpíadas e Copa do Mundo dentro de<br>esportes <i>El Tiempo</i> e <i>El Espectador</i> ..... | 57 |

## SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| INTRODUÇÃO .....   | 9  |
| CAPÍTULO 1 – COLÔMBIA: QUE PAÍS É ESSE E QUAL É SUA RELAÇÃO COM O BRASIL? .....          | 12 |
| CAPÍTULO 2 – TRAJETÓRIA DO JORNALISMO INTERNACIONAL .....                                | 18 |
| 2.1 O surgimento .....   | 18 |
| 2.2 Agências de notícias .....   | 19 |
| 2.3 Jornalismo Internacional no Brasil .....   | 22 |
| 2.4 Algumas características .....  | 23 |
| 2.5 Na era da internet .....   | 24 |
| CAPÍTULO 3 – MÍDIA, REPRESENTAÇÃO, IDENTIDADE E ESTEREÓTIPOS .....                       | 26 |
| CAPÍTULO 4 - JORNALISMO OPINATIVO X JORNALISMO INFORMATIVO: ESSE PARADGIMA EXISTE? ..... | 31 |
| CAPÍTULO 5 - METODOLOGIA .....   | 34 |
| 5.1 Primeira etapa .....   | 34 |
| 5.2 Segunda etapa .....  | 35 |
| 5.3 Terceira etapa .....   | 36 |
| CAPÍTULO 6 - ANÁLISES DOS JORNAIS .....  | 38 |
| 6.1 <i>El Espectador</i> .....   | 38 |
| 6.2 <i>El Tiempo</i> .....   | 39 |
| 6.3 Quanto aos gêneros jornalísticos em que o Brasil é matéria principal .....           | 39 |
| 6.4 Quanto aos temas .....   | 45 |
| 6.5 Quanto aos assuntos mais recorrentes .....   | 50 |
| 6.6 Quanto aos textos em que o Brasil foi citado ou apareceu como complemento .....      | 53 |
| 6.7 Quanto ao número de palavras “Brasil” e suas derivações presentes nos jornais .....  | 55 |
| 6.8 Resumo dos principais resultados .....   | 58 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS .....   | 60 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....   | 63 |
| ANEXOS A .....   | 66 |
| ANEXOS B .....   | 67 |
| ANEXOS C .....   | 69 |



## INTRODUÇÃO

Somos bombardeados de informações todos os dias por noticiários presentes nos mais diversos veículos de comunicação. Esses meios não se restringem apenas ao relato de acontecimentos regionais. Fatos que se passam do outro lado do mundo entram na casa de milhares de brasileiros diariamente praticamente no momento que acontecem, assim como o Brasil também integra as páginas de jornais estrangeiros no resto do mundo.

Esse intercâmbio de informações sempre esteve presente ao longo da história. No entanto, a globalização é a grande responsável pelo estreitamento na comunicação entre os países. Esse fenômeno, além de reduzir as barreiras geográficas e econômicas entre nações, também facilitou a troca de informações, o que proporcionou um aumento no interesse de acontecimentos que se desenrolam em outras regiões do mundo. Ao mesmo tempo que um indivíduo está antenado nas notícias locais, também está consumindo informações que são divulgadas em outros países, mas que podem interferir diretamente no seu cotidiano.

Notícias que nos primórdios percorriam o mundo através de navios e demoravam meses para chegar ao seu destino, hoje são transmitidas no momento em que acontecem. E essa demora não ocorria apenas na transmissão de acontecimentos entre países, um fato que ocorria em uma região do país, já chegou a levar dias para ser recebida em outra.

Graças a essa redução de fronteiras comunicacionais, um dos principais elementos do jornalismo acabou ganhando força: a atualidade das informações. Antigamente por demorar muito tempo para se fazer o percurso de um país a outro, um acontecimento muitas vezes perdia o sentido quando relatado. Além disso, essa redução de fronteiras também contribuiu para a consolidação de uma nova área no campo da comunicação: o jornalismo internacional.

No início dessa profissão, conforme será visto mais adiante, haviam inúmeros correspondentes internacionais espalhados pelo mundo atrás de informações que pudessem interessar aos leitores dos jornais pelos quais eram contratados. No entanto, com a transformação dos veículos de comunicação em empresas, o número desses profissionais foi reduzido, já que o custo para mantê-los se tornou alto e surgiram as agências de notícias, que acabaram suprimindo a falta desses jornalistas.

O jornalismo internacional, então, foi ganhando cada vez mais espaço e se transformando em um dos principais meios responsáveis pela representação de outros países em âmbito local e pela visão que uma população pode desenvolver a respeito de outras regiões do mundo.

Com a recente repercussão do Brasil nos meios de comunicação internacionais, seja devido à onda de protestos que se alastrou por todo território nacional em 2013 ou por ser o país da futura Copa do Mundo e das Olimpíadas, que acontecerão em 2014 e 2016 respectivamente, se percebeu a necessidade e importância de estudos que possibilitem buscar entender a representação do país no cenário mundial. Para isso, decidiu-se observar periódicos de um país vizinho e com uma realidade próxima, já que assim como o Brasil, a Colômbia também se encontra em desenvolvimento e possui algumas características semelhantes.

Tendo em vista a importância dessa área no campo do jornalismo, o presente trabalho pretende compreender a seguinte questão: como o Brasil é representado em jornais estrangeiros? Sendo assim, o objetivo geral é a observação e análise da representação do Brasil em uma nação com uma realidade semelhante a sua, na Colômbia, a partir do material sobre o país que é veiculado nos dois principais jornais impressos colombianos.

Com objetivos específicos de verificar se esses jornais mostram o Brasil sob perspectivas distintas ou se a visão que ambos têm sobre o país é semelhante; detectar os assuntos mais recorrentes que são publicados pelos jornais e verificar se eles criam ou reforçam algum estereótipo relacionado ao Brasil; e descobrir a visão da Colômbia sobre a nação brasileira.

A princípio, a proposta dessa monografia teve motivação de cunho pessoal, uma vez que foi idealizada a partir de um intercâmbio realizado durante o segundo semestre de 2013 na Universidade de Tolima, localizada em Ibagué, na Colômbia.

Nos quatro meses em que estive imerso nessa outra realidade, cursei as disciplinas de: Fotografia; Produção de Documentários; Pós-produção em Vídeo e Televisão; e Comunicação e Opinião Pública, e pude conhecer mais sobre essa nação que, mesmo vizinha do Brasil, ainda não possui relações tão estreitas com o país. Portanto, com o objetivo de maximizar as experiências na Colômbia, chegou-se ao tema sugerido.

O trabalho está organizado em seis capítulos, que fornecem subsídios e levantam discussões para a análise dos objetos de estudo que se encontra no sexto capítulo. Sendo

assim, o capítulo um traz uma contextualização do país onde os jornais analisados são veiculados a partir de dados sobre a Colômbia e a realidade cultural, política, econômica e social dessa nação. Ainda nessa etapa, também é traçada a relação que o Brasil estabelece com esse país latino-americano.

No segundo capítulo é fornecido um panorama sobre o desenvolvimento do jornalismo internacional tanto no exterior quanto no Brasil, assim como listadas as características desse ramo profissional. Também é discutido o papel do jornalista internacional e das agências de notícias e a transformação dessa profissão com o surgimento da internet. Esse capítulo teve como base as perspectivas de Natali (2004) e Elhajji (2005).

O capítulo três levanta a discussão sobre identidade e representação que levam ao conceito de identidade nacional. O poder que a mídia exerce na formação de identidades e propagação de estereótipos também são abordados nessa etapa, que é essencial para fundamentar a análise dos jornais e entender o porquê da importância de se observar como o país é retratado pelos meios de comunicação. Entre os autores utilizados estão teóricos como Stuart Hall, Foucault, Kathryn Woodward, João Freire Filho, Jean Maisonneuve, entre outros.

O capítulo quatro traz uma discussão sobre os gêneros jornalísticos informativos e opinativos. Durante essa etapa são trazidos textos que permitem compreender até onde estão os limites de um e de outro e se é possível tratá-los como duas coisas distintas ou se eles são complementares. A discussão foi embasada no livro *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro* do José Marques de Melo e em artigos de Manual Carlos Chaparro.

No quinto capítulo é descrita a metodologia utilizada para a realização da análise do *El Tiempo* e *El Espectador*, que se encontra no capítulo seis. A observação dos jornais ocorreu de 22 de agosto a 22 de setembro de 2013 e os dados levantados permitem chegar a algumas inferências e considerações que, posteriormente, serão expostas.

## **CAPÍTULO 1 – COLÔMBIA: QUE PAÍS É ESSE E QUAL É SUA RELAÇÃO COM O BRASIL?**

A Colômbia está localizada no noroeste da América do Sul (ver em anexo A). A língua oficial do país é o espanhol castelhano e a moeda é o peso colombiano. Essa nação faz fronteira terrestre com o Brasil, Equador, Peru, Venezuela e Panamá; e marítima com o Mar do Caribe e com os oceanos Pacífico e Atlântico. A extensão do território colombiano é de 1.138.914 km<sup>2</sup>, sendo que com o Brasil, o país possui 1.645 km de fronteira com o estado do Amazonas (RAMÍREZ, 2009).

Assim como no Brasil, a população colombiana é composta por uma miscigenação de vários povos. Segundo dados do Banco Mundial de 2012, a Colômbia possui 47,7 milhões de habitantes. Esta população é composta por uma mescla de indígenas, espanhóis e africanos. De acordo com o *The World Factbook*<sup>1</sup>, 58% da população são mestiços, 20% brancos, 14% mulatos, 4% negros, 3% cafuzo<sup>2</sup> e 1% ameríndios. Já segundo dados do IBGE de 2010<sup>3</sup>, no Brasil, 47% se consideram brancos, 43% pardos, 8% negros, 1% amarelos, 0,4% indígenas e os 0,6% restantes não quiseram declarar sua etnia.

O Brasil e a Colômbia foram durante muito tempo colônias de exploração. Só que ao contrário do primeiro, que foi colonizado pelos portugueses, o segundo foi colonizado pelos espanhóis. Alonso de Ojeda e João da Cosa foram os primeiros hispânicos a desembarcarem em território colombiano. Porém, antes deles já habitavam indígenas nesse país.

A primeira cidade colombiana foi fundada em 1525 e recebeu o nome de Santa Maria. Em 1538, Gonzalo Jiménez de Quesada fundou a cidade de Santa Fé de Bogotá e nomeou o país que estava se formando de Nova Granada, que até 1717 era administrada de Lima, no Peru. Apenas nesta data Bogotá passou a ser capital desse vice-reinado que abarcava os territórios que atualmente correspondem ao Panamá, Equador, Venezuela e Colômbia.

---

<sup>1</sup> *The World Factbook* é um livro publicado pela CIA, agência de inteligência americana, que contém informações sobre os países do mundo. Os dados utilizados estão disponíveis em <<http://paomultimedia.wordpress.com/etnografia/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

<sup>2</sup> Conhecido como zambos pelos colombianos, é aquele indivíduo que nasceu da mescla entre negros e ameríndios.

<sup>3</sup> Disponível em <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/04/ibge-atualiza-dados-do-censo-e-diz-que-brasil-tem-190755799-habitantes.html>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

Em 1810, iniciou-se o processo de independência desse vice-reinado. No entanto, ela só foi reconhecida oficialmente em 1819, com Simón Bolívar, devido à resistência dos espanhóis. Em 1821, a região passou a ser chamada de Grande Colômbia.

Com a morte de Bolívar em 1830, esse vice-reinado começou a se desfazer quando Equador e Venezuela se tornaram independentes e, mais tarde, em 1903, quando o Panamá também decretou independência<sup>4</sup>.

A escravidão na Colômbia, assim como no Brasil, durou bastante tempo. Ela esteve presente até 1852, ano em que foi abolida no país (JARAMILLO, 2014). Já o Brasil foi um dos últimos países a abolir esse tipo de comércio no mundo e o último da América Latina, uma vez que o fim da escravidão no país só aconteceu em 1888.

Após alguns anos, a Colômbia começou a se desenvolver e se tornou um dos países referência na América Latina e mais economicamente bem sucedidos, estando entre as primeiras posições da região nesse setor.

Dados de 2010 apontam que o PIB da Colômbia alcançou 289,43 bilhões de dólares naquele ano, o que colocava o país na 28ª posição do *ranking* mundial e como a terceira maior economia da América Latina (CARVALHO; MEYER, 2012). Um estudo realizado em 2014 mostrou que em 2013 a Colômbia caiu duas posições no *ranking* mundial e passou a ocupar a quarta posição no *ranking* latino-americano, com um PIB de US\$ 381 bilhões, atrás do Brasil (US\$ 2.242 trilhões), que ocupou a 7ª posição do *ranking* mundial; México (US\$ 1,258 trilhões), que ficou com o 15º lugar de maior PIB do mundo e Argentina, que teve um PIB de 488 bilhões e ocupou a 29ª posição no *ranking* mundial, logo a frente do país colombiano<sup>5</sup>.

Apesar de possuir uma das economias mais desenvolvidas da América do Sul, a relação comercial da Colômbia com o Brasil é algo que começou a se estabelecer recentemente. E um dos fatores que contribuiu para que essa relação demorasse a ser construída, não apenas em termos econômicos, mas também em termos sociais e políticos, são as barreiras naturais encontradas na Cordilheira dos Andes e Floresta Amazônica, que ainda limitam um efetivo intercâmbio comercial entre ambos os países

---

<sup>4</sup> Dados históricos disponíveis em <<http://www.infoescola.com/colombia/historia-da-colombia/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

<sup>5</sup> Disponível em <<http://economia.terra.com.br/pib-mundial/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

se comparado à relação que o Brasil estabelece com outros vizinhos da América do Sul<sup>6</sup>.

Segundo dados levantados pela ApexBrasil em 2011, a Colômbia exportava para o Brasil o equivalente a 1,36 bilhões de dólares, ou seja, 2,4% do seu total de exportações. Essa quantia colocava o país como décimo primeiro destino das exportações colombianas. Enquanto isso, 5% do total de importações realizadas pela Colômbia vinham do Brasil. O país ocupava assim o quinto lugar no *ranking* dos países mais exportadores para os colombianos (CARVALHO; MEYER, 2012).

Ainda de acordo com esse estudo, os principais setores brasileiros que exportavam para a Colômbia em 2011 eram: o siderúrgico, o de fabricação de produtos químicos orgânicos, o metalúrgico de metais não ferrosos, o de produção de lavouras temporárias e o de fabricação de automóveis, caminhonetas e utilitários. Já os principais setores importados pelo país da Colômbia eram: extração de carvão mineral, fabricação de resinas e elastômeros, coquearias, artigos de borracha, e produção de óleos e gorduras vegetais e animais (CARVALHO; MEYER, 2012). Mesmo com o comércio entre esses dois países ainda ser limitado,

o intercâmbio comercial entre Brasil e Colômbia vem aumentando significativamente desde 2004 (...). A soma do comércio bilateral entre os dois países apresentou um crescimento médio anual de aproximadamente 20,6% de 2001 a 2011, passando de USD 796 milhões para USD 3,96 bilhões (CARVALHO; MEYER, 2012, p. 57).

Esses dados reforçam o argumento de que a relação comercial entre Brasil e Colômbia tem se intensificado e que esses países estão procurando tomar algumas medidas com o objetivo de elevar os baixos índices de intercâmbio comercial e de investimentos. No entanto, apesar dessas ações,

existem ainda várias dificuldades estruturais para o comércio entre a Colômbia e o Brasil. Entre elas, destacam-se as assimetrias e a falta de complementaridade entre os sistemas produtivos. O intercâmbio comercial enfrenta diversas complicações, como os entraves ao livre trânsito e falta de agilidade e transparência nos procedimentos aduaneiros. A economia brasileira é uma das mais protegidas por barreiras tarifárias, por um complexo sistema tributário e complicados procedimentos de exportação (transporte, embarque, impostos na internalização de produto) e importação (impostos, desembarque de

---

<sup>6</sup> Disponível em <<http://www.infoescola.com/geografia/relacoes-entre-brasil-e-colombia/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

carga no porto ou aeroporto e entrega no destino final) (RAMÍREZ, 2009, p. 105).

Apesar de ainda possuírem um relacionamento comercial distante, conforme pode ser observado pelos dados expostos, a realidade social e econômica de ambos os países é semelhante. Segundo dados disponibilizados pela *United Nations Development Programmed* (Programa de Nações Unidas para o Desenvolvimento), o Brasil ficou apenas seis posições a frente da Colômbia no *ranking* do Índice de Desenvolvimento Humano. Ambos são classificados como países que apresentam um alto IDH<sup>7</sup>, porém enquanto o primeiro ficou no 85º lugar com um índice de 0,730, o segundo ficou no 91º lugar com um IDH de 0,719<sup>8</sup>.

Na Colômbia, outro aspecto que se destaca internacionalmente são as guerrilhas. Os movimentos de resistência popular organizados contra governos de classes dominantes vêm de longa data. Mas o mais recente teve origem em 1964, quando surgiu o núcleo guerrilheiro que daria origem às Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia.

Nesse mesmo ano, os Estados Unidos e o governo colombiano se uniram através da “Operação Marquetalia” para derrotar essas guerrilhas e obtiveram sucesso temporário. Entretanto, nos anos de 1965 e 1966, elas se reestruturaram a partir da realização de duas conferências onde, entre outras atividades, definiram seu nome de “Bloque Sur” e, posteriormente, o mudaram para FARC. Ainda nesse período, surgem outras organizações, entre elas estão: o Exército de Libertação Nacional (ELN) e o Exército Popular de Libertação (EPL) (BARBIERI, 2006).

Com relação ao surgimento desses movimentos guerrilheiros na Colômbia, as FARC, de orientação marxista, aparecem em resposta à violência dos grandes proprietários rurais. Já o ELN (orientação marxista-leninista), o EPL (orientação maoísta) e o M-19, têm como centro político e ponto principal de suas atividades o movimento operário, sindical e popular (BARBIERI, 2006, p. 60).

Com o fim da União Soviética, as FARC enfraqueceram e para se fortalecer novamente começaram a cobrar uma taxa dos narcotraficantes da região para adquirir recursos e, assim, financiar as necessidades bélicas e de subsistência da guerrilha.

---

<sup>7</sup> De 0,000 até 0,499 o IDH é considerado muito baixo, de 0,500 até 0,599 é baixo, de 0,600 até 0,699 é médio, de 0,700 até 0,799 é alto, e de 0,800 até 1,000 é muito alto.

<sup>8</sup> Disponível em <<https://www.deepask.com/goes?page=Confira-o-ranking-de-paises-pelo-Indice-de-Desenvolvimento-Humano>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

Em 1999, foi implantado o Plano Colômbia que tinha como objetivo alcançar a paz e desenvolvimento do Estado. Ele recebeu financiamento do governo do próprio país e também obteve investimento estrangeiro por parte dos Estados Unidos e União Europeia. No entanto, “na prática o dinheiro recebido era empregado para fortalecer, equipar e treinar o exército colombiano, que sob a pressão de Washington, apenas declarava estar em guerra contra as drogas, negando veementemente a natureza social e política do conflito” (BARBIERI, 2006, p. 62). Sendo assim, segundo este autor, o exército colombiano foi treinado e equipado graças ao dinheiro recebido dos Estados Unidos.

Quando Álvaro Uribe chegou ao poder em 2002, essas guerrilhas começaram a ser tratadas como grupos terroristas. No entanto, em 2013, no governo do atual presidente da Colômbia, Juan Manuel Santos, iniciou-se uma nova conversação entre governo e grupos guerrilheiros para se instaurar a paz no país.

No aspecto esportivo, a Colômbia é parecida com o Brasil, já que o principal esporte do país também é o futebol.

A religião predominante, o catolicismo, também é a mesma em ambos os países. Segundo um estudo divulgado em 2010 pelo *Pew Research Center*, que é a mais recente pesquisa a respeito da população católica mundial, o Brasil é o país com o maior número de católicos do mundo com 126.750.000 milhões, ou seja, 65% da população é composta por praticantes dessa religião. Já a Colômbia ocupa o terceiro lugar no *ranking* da América Latina, atrás apenas do Brasil e do México, e possui a sexta maior população católica do mundo (atrás de Brasil, México, Filipinas, Estados Unidos e Itália, respectivamente) com 38.100.000 milhões de católicos, o que corresponde a 82,3% do total de habitantes do país. No entanto, se observada a porcentagem de católicos, a Colômbia fica em terceiro lugar mundial (atrás de México e Polônia) e em segunda no *ranking* da América Latina<sup>9</sup>.

A Colômbia também é um país rico culturalmente. Na literatura, o país possui escritores de renome internacional, como Gabriel García Márquez, que recebeu o Nobel de Literatura no ano de 1982. Entre as obras deste escritor estão: *Notícia de um Sequestro* (1996), *O Amor nos Tempos do Cólera* (1985) e, seu maior título literário, *Cem Anos de Solidão* (1967). Gabriel García Márquez também chegou a atuar como

---

<sup>9</sup> Disponível em <<http://www.semana.com/mundo/articulo/colombia-sexto-pais-mas-catolicos/333397-3>>. Acessado em 1º de maio de 2014.



jornalista em diversos jornais, entre eles, o *El Espectador*<sup>10</sup>. Além dele, também se destacam Jorge Isaacs e José Maria Vargas Vila. No campo da comunicação, Jesús Martín-Barbero é um dos principais teóricos. Apesar de ser espanhol, este autor vive na Colômbia desde 1963.

Segundo Lima (2010), apesar do cinema na Colômbia ter surgido em 1897, ou seja, apenas um ano depois de ter chegado ao Brasil, o país possui pouca tradição cinematográfica. Um dos principais cineastas do país é Víctor Gaviria, que aborda em seus filmes questões como a marginalidade, pobreza e violência urbana na cidade de Medellín dos anos 80 e 90. O diferencial desse cineasta é o seu trabalho com atores naturais (pessoas comuns sem experiência em atuação) desde a construção dos roteiros. Em sua filmografia, estão presentes filmes como *La Vendedora de Rosas* e *Sumas y Restas*.

Entre os principais festivais de cinema da Colômbia estão o Festival Internacional de Cinema de Baranquilla e o Festival Internacional de Cinema de Cartagena. Além disso, outros filmes que se destacam na produção cinematográfica desse país são: *Maria Cheia de Graça* (2004), de Joshua Marston; *Nossa Senhora dos Assassinos* (2000), de Barbet Schroeder; e *O Levante* (2008) de Rafael Lara.

No cenário musical, a cúmbia, que tem um ar folclórico, é um dos principais ritmos colombianos. Ele possui origem africana e está presente, principalmente, no litoral do Atlântico. As mulheres geralmente dançam esse ritmo com velas nas mãos, mas ele varia de acordo com a região (POSADA, 2010). A cúmbia surgiu nos guetos de cidades colombianas de grande porte na década de 1920 (MENDES, 2013).

Além deste, outro ritmo colombiano é o pasillo, que é uma derivação da valsa e possui um ar musical semelhante ao folclórico andino. Algumas composições famosas que representam esse ritmo são: *Vino Tinto* e *Esperanza* (POSADA, 2010).

Após essa contextualização sobre a relação entre Brasil e Colômbia nos campos político, econômico, histórico, social e cultural, será introduzido o capítulo sobre jornalismo internacional. As características e seu desenvolvimento ao longo da história permitirão compreender como está o cenário atual dessa área jornalística.

---

<sup>10</sup> Disponível em <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/morre-gabriel-garcia-marquez/>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

## CAPÍTULO 2 – TRAJETÓRIA DO JORNALISMO INTERNACIONAL

O jornalismo internacional é uma vertente dessa área profissional responsável pela cobertura de fatos onde não está localizado o veículo de comunicação pelo qual o jornalista é contratado. Como todos os acontecimentos que não estão vinculados ao país sede de um jornal são considerados assuntos internacionais, essa área jornalística é uma das mais abrangentes, já que é responsável por cobrir os mais variados temas, como política, economia, culinária, cultura, entre outros.

No próximo tópico será abordado o contexto em que o jornalismo internacional surgiu e o seu desenvolvimento ao longo dos anos, o que propiciou o surgimento das agências de notícias e, conseqüentemente, a redução no número de correspondentes internacionais. Além disso, também é fornecido um panorama sobre o novo cenário que essas agências criaram.

### 2.1 O surgimento

Apesar de alguns considerarem que o jornalismo internacional surgiu no século XIX, para João Batista Natali (2004) essa área apareceu muito tempo antes, na Europa do século XVI. O responsável pelo seu surgimento foi Jacob Függer, esse banqueiro possuía alguns agentes que lhe enviavam relatos e informações a respeito do comércio da região, como a cotação de determinadas mercadorias, conflitos regionais e suas conseqüências para o tráfego daquela época, cotação dos pedágios nas alfândegas e o preço das apólices de seguros, que eram repassadas para outros banqueiros da região. Com isso, Függer ficou conhecido como o criador da *newsletter*<sup>11</sup>.

No entanto, durante as próximas décadas o jornalismo internacional não apresentou grandes avanços e apenas no século XIX que ele se consolidou e ganhou a forma que está presente nos veículos de comunicação até os dias atuais, que privilegia o conteúdo informativo ao opinativo.

As técnicas de redação de despachos internacionais tiveram seu próprio processo evolutivo. Elas existiram sob a forma da crônica, o relato quase literário, ou narrativa breve de fatos, a interpretação política, ou análise econômica (...) Hoje os textos de informação

---

<sup>11</sup> Boletim informativo que é distribuído para assinantes. Esse serviço se popularizou com o advento da internet, onde se tornou um recurso utilizado pelos sites jornalísticos e empresas para o envio de informações via e-mail.

internacional são em geral informativos e sucintos (MONTEROS *apud* ELHAJJI *et al*, 1998, p. 51).

Ainda durante este século, os jornais buscaram ampliar sua área geográfica de interesse e de cobertura, principalmente devido à ampliação das fronteiras do império colonial britânico e à busca de informações sobre a Europa por parte dos imigrantes enriquecidos dos Estados Unidos (NATALI, 2004).

Com o desenvolvimento dos correios, mas principalmente a partir do século XVIII quando ocorreu a industrialização deles, a distribuição de jornais e revistas se tornou mais viável. Sendo assim, “o jornalismo impresso - e o jornalismo internacional, que nos primórdios do jornalismo era o único tipo de jornalismo conhecido - não nasceu com o capitalismo. O mercantilismo já precisava dele e foi por isso que o criou” (NATALI, 2004, p. 22).

Os primeiros anos do jornalismo internacional foram marcados pela presença da figura do correspondente internacional, que é

um tipo de jornalista profissional que se apresenta em agências de notícias, jornais, revistas e emissoras de rádio e de televisão; trabalha para qualquer uma destas organizações, de maneira permanente, fora da sede central de sua redação, seja dentro ou fora do país. Envia informações, comenta acontecimentos e representa sua redação perante organizações de todo tipo. Pode pertencer ao quadro funcional de sua empresa ou atuar como um simples colaborador que cobra por trabalho (MONTEROS *apud* ELHAJJI *et al*, 1998, p. 52).

Esse profissional tem que ser capaz de falar sobre qualquer assunto de um modo que consiga explicá-lo para um público que não está interado sobre a realidade que está sendo retratada. Para isso é necessário que ele seja capaz de realizar comparações com o país onde o jornal para qual trabalha esteja inserido. Também é fundamental que ele não perca o contato com o seu país de origem e esteja por dentro dos assuntos que estão em evidência nesse ambiente.

## **2.2 Agências de notícias**

Em um determinado momento, devido à influência do capitalismo e a consciência de empresa que tomou conta dos veículos de comunicação, surgiram as agências de notícias, que tinham como objetivo fornecer mais informações a um menor preço, o que acabou reduzindo o número de correspondentes internacionais devido às vantagens proporcionadas por essas empresas.

Um texto distribuído a centenas de jornais que assinam os serviços de uma agência sai incomparavelmente mais barato que um texto produzido por um correspondente ou enviado especial cujos custos são cobertos inteiramente por um jornal ou uma revista. O correspondente ou o enviado especial passou a ser um diferencial de peso, mas não o arroz-com-feijão do noticiário (NATALI, 2004, p. 31).

Algumas dessas agências, inclusive, surgiram de modo curioso, como é o caso da *Agence France-Presse*, que em seus primórdios enviava notícias da França e de outros países europeus para Paris por meio de trens e pombos-correios.

No entanto, o surgimento dessas agências de notícias contribuiu para a realização de um jornalismo internacional de qualidade? De um lado, esse serviço garante um apartidarismo noticiário, já que essas empresas não veem vantagem em expressar o seu posicionamento sobre os assuntos que trabalham, uma vez que os seus interesses são econômicos e o que interessa ao mercado é o princípio, entre outros, de neutralidade informativa. E mesmo que a linha editorial de algum cliente seja partidária, a agência de notícias busca sempre se manter imparcial, pois outro cliente pode ter uma orientação editorial contrária.

A agência deve satisfazer os padrões de milhares de jornais das mais variáveis religiões, nacionalidades e simpatias. O que interessa a uma empresa pode não ter significado para a agência, a não ser que um editor requeira cobertura especial, mas o que parece interessar à agência nem sempre agrada a todos os seus clientes. (HOHENBERG *apud* ELHAJJI *et al*, 1981, p. 48).

Esse serviço também se destaca por fornecer atualizações constantes para seus clientes sobre os assuntos que reportam. Principalmente sobre acontecimentos que necessitam de uma cobertura instantânea, como a ocorrência de desastres naturais ou ataques terroristas.

Por outro lado, a implantação desse serviço fez com que se tornasse menos atrativo para um veículo de comunicação manter um enviado especial em outro país. Com isso, textos diferenciados, que não são enviados igualmente para várias redações de diferentes jornais, se tornaram menos recorrentes. “É uma grande perda para a profissão. Um enviado especial talentoso pode realizar melhor trabalho para o jornal, em várias missões, do que uma agência abastecendo milhares de jornais” (HOHENBERG *apud* ELHAJJI *et al*, 1981, p. 46).

O fato de ter uma agência capaz de cobrir acontecimentos distantes também pode fazer com que os jornais se empenhem mais em relatar assuntos regionais, onde têm capacidade de deslocar uma equipe de profissionais para investigar o acontecimento, e deixem a cobertura de outros assuntos para as agências de notícias.

Nas cidades onde existe uma boa agência, é grande a tentação de designar repórteres apenas para as notícias mais importantes do dia, deixando o resto às agências. No decorrer dos anos a tendência tem levado alguns jornais a publicar material das agências locais sem atribuição de crédito e sem se darem ao trabalho de redigir novamente as notícias para que pareçam escritas pela sua equipe. É fácil compreender que essa atitude provoque o aumento da demanda de jornalistas capazes de escrever com originalidade e - acima de tudo - com rapidez. Por mais elegante que seja o estilo, não substitui a presença do repórter, seja para o fato local, seja estadual, nacional ou internacional. Apenas a reportagem bem feita pode ser bem escrita (HOHENBERG *apud* ELHAJJI *et al*, 1981, p. 46-47).

Outro fator que vale a pena ressaltar é que as maiores agências de notícias do mundo se concentram em países desenvolvidos<sup>12</sup>. Entre elas estão a *Associated Press*, que foi fundada em 1846, nos Estados Unidos, e atualmente está presente em 110 países; a *Agence France Press* - AFP que teve origem na França, em 1835, e conta com escritórios em 80 nacionalidades e a *Reuters*, cuja fundação ocorreu em 1851 e tem como país-sede o Reino Unido. Esta agência está espalhada por mais de 200 cidades ao redor do mundo.

Esse fato levanta os seguintes questionamentos: a presença das grandes agências de notícias em países desenvolvidos reflete no modo como os países em desenvolvimento são retratados por essas empresas? A frequência com que os países de terceiro mundo aparecem nos noticiários internacionais também é influenciada por isso?

O Relatório MacBride, um documento desenvolvido pela UNESCO em 1983, abordou essa questão. Segundo ele, o campo da comunicação não é democrático porque o fluxo de informações é unidirecional, do norte para o sul, o que acaba influenciando no modo como as informações são transmitidas pelos veículos de comunicação de países em desenvolvimento.

---

<sup>12</sup> Segundo Frigoletto, os países desenvolvidos têm como características: dominação econômica; estrutura industrial completa; agropecuária moderna e intensiva; desenvolvimento científico e tecnológico elevado; modernos e eficientes meios de transporte; população urbana maior que a rural, população ativa empregada; pequeno número de analfabetos; elevado nível de vida da população; boas condições de alimentação, habitação e saneamento básico; baixa taxa de natalidade e mortalidade infantil; e alta expectativa de vida.

Atualmente, ainda se percebe um fluxo unidirecional de informação - os países desenvolvidos (e, em menos escala, os emergentes), bombardeiam os subdesenvolvidos com informações, por vezes deturpadas e incorretas. Esses últimos, por sua vez, não têm meios econômicos e tecnológicos para dialogar - seja em produção, seja em capacidade crítica - com tais notícias (ALCURI *et al*, 2012, p. 156).

Sendo assim, “o controle comunicacional por pequenos grupos se dá em escala global, ou seja, grandes empresas transmitem informações que são apenas repassadas por outros canais” (ALCURI *et al*, 2012, p. 156-157).

Diferentemente de outros países, o desenvolvimento do jornalismo internacional no Brasil demorou um pouco mais para acontecer, os motivos para esse atraso serão abordados a seguir.

### **2.3 Jornalismo Internacional no Brasil**

No Brasil, o jornalismo internacional demorou a se desenvolver. Durante os primeiros anos de imprensa brasileira, os noticiários se concentravam em publicar assuntos relacionados à política interna do país. No entanto, o principal objetivo dessa imprensa não era informar, mas defender posições e lançar polêmicas, além de também ser utilizada como um modo de trocar ofensas publicamente. Essa imprensa mais partidária e política que se difere tanto do conceito de jornalismo que vigora atualmente ficou conhecida como “pasquim”.

Para Natali (2004), a demora para a implantação e a ausência de um jornalismo internacional nos primeiros anos do desenvolvimento da imprensa no país ocorreu também devido a dois motivos: a falta de recursos técnicos, sendo assim “as ‘atualidades’ chegavam sempre com algo em torno de seis semanas de atraso entre o momento em que ocorriam e o momento em que saíam impressas no Brasil” (NATALI, 2004, p. 37) e ao fato de a maioria das oligarquias serem bilíngues e, assim, assinarem publicações de outros países, o que desestimulava o desenvolvimento de um jornalismo no país voltado para assuntos vindos do exterior, já que a minoria interessada se informava a partir de publicações estrangeiras.

Esses fatores fizeram com que apenas no ano de 1877 fossem publicadas no Brasil as duas primeiras notícias internacionais simultaneamente com os jornais europeus.

No próximo tópico serão apontadas as características que diferenciam o profissional que trabalha na área de jornalismo internacional daqueles que se especializam em outras áreas dessa profissão.

## **2.4 Algumas características**

Segundo Natali (2004), aqueles profissionais que trabalham na área de jornalismo internacional possuem algumas características exclusivas que os distinguem dos demais. Entre elas está o fato de que ele raramente recebe reclamações quando veicula alguma informação prejudicial ou distorcida a respeito de algum personagem. Isso porque ele lida com informações vindas do exterior, que dificilmente serão lidas pela pessoa que foi prejudicada.

Um jornal colombiano pode veicular uma matéria denegrindo a imagem da presidenta Dilma Rousseff, no entanto essa informação dificilmente chegará a seu conhecimento, uma vez que o jornal onde foi publicada a notícia não está inserido na realidade vivida por ela. Além disso, é praticamente impossível que uma pessoa que ocupa um cargo importante consiga controlar todas as informações que saem ao seu respeito no mundo.

E quando o jornalista internacional recebe alguma reclamação sobre informações imprecisas ou sobre o partidarismo presente em alguma matéria, ela geralmente parte de embaixadas e consulados do país que teve sua imagem prejudicada ou de representantes de organismos internacionais. Mas raramente essas reclamações partem dos protagonistas (NATALI, 2004).

No entanto, não é porque esse profissional esteja parcialmente isento de reclamações que pode escrever e publicar notícias inverossímeis e calúnias. Assim como todo jornalista, o profissional que lida com as informações vindas do exterior também está submetido à ética que rege essa profissão.

Outra questão enfrentada pelos jornalistas internacionais, conforme aponta Natali (2004), são as poucas fontes diretas com que eles mantêm contato. O redator da editoria de política internacional, que se encontra na sede do jornal e é responsável por manejar as informações vindas de correspondentes e agências de notícias, quase nunca consegue uma informação com a fonte da matéria, pois é comum que haja a intermediação de agentes externos que fornecem material visual, como fotografias e

infográficos, para o jornal. Sendo assim, o redator dessa editoria é responsável por “hierarquizar para escolher, deletar ou jogar no cesto de lixo eletrônico coisas que sejam circunstancialmente menos importantes” (NATALI, 2004, p. 11). O que se percebe com isso é que esse profissional deve ter uma capacitação para não deixar que seus gostos e opiniões influenciem na seleção dos textos e, assim, sejam levadas aos leitores informações de interesse público.

Um bom jornalista internacional também deve ter o conhecimento e domínio de outras línguas. Esse fato lhe permitirá uma qualificação diferenciada, já que ele poderá acompanhar questões sobre determinado assunto a partir de um estudo complementar realizado por meio de leituras de textos publicados por estudiosos de outros países e entrevistas com esses especialistas. Com isso, esse profissional terá um acesso mais amplo a diversas fontes, como as bibliotecas e sites, das quais poderá conseguir as informações necessárias para desenvolver um texto capaz de fazer até os mais leigos o compreender, um dos principais objetivos buscados pelo jornalista internacional (NATALI, 2004).

E quais foram os impactos trazidos pela internet a essa área do jornalismo? A seguir serão discutidos os principais efeitos que o surgimento dessa nova mídia acarretou sobre o jornalismo internacional.

## **2.5 Na era da internet**

Com o surgimento da internet, várias áreas do jornalismo se viram afetadas, entre elas o jornalismo internacional. Antes do advento desse meio, o jornalista dessa área complementava as informações fornecidas pelas agências de notícias através de pesquisas realizadas em

almanaques com dados políticos, econômicos e históricos de cada país, era a leitura de grandes reportagens ou artigos de fundo em publicações estrangeiras que tinham um custo elevado de assinatura e chegavam com grande atraso às redações daqui, eram os arquivos de recortes ou bibliotecas (NATALI, 2004, p. 57).

A internet facilitou o contato com as fontes (é possível que o jornalista faça entrevistas por e-mail ou, até mesmo, por chamada de vídeo para que as imagens sejam veiculadas em mídias como a televisão) e armazena um enorme acervo de informações provenientes de todos os lugares do mundo. Porém, ao mesmo tempo em que possui



alguns prós, esse meio também tem seus contras, como por exemplo, a facilidade de propagação de notícias pouco apuradas.

A nova mídia possibilitou a apuração da notícia e sua distribuição numa velocidade antes inimaginável. Além disso, o custo de funcionamento de agências menores caiu muito, substituindo o preço de ligações internacionais e remessas postais para o exterior por chamadas telefônicas locais no acesso à rede e envio de e-mails em apenas alguns segundos (CHARLEAUX *apud* ELHAJJI *et al*, 2001, p. 17-18).

O advento dessa nova mídia também fez com que os próprios usuários ganhassem um novo papel na produção de notícias. Eles deixaram de consumir os produtos midiáticos passivamente e começaram a interferir na produção de conteúdos. Através de ferramentas como: blogs, twitter e facebook, os usuários se tornaram capazes de reportar acontecimentos de nível mundial antes mesmo das grandes empresas de comunicação. E essa transmissão de acontecimentos muitas vezes não acontece apenas em forma de texto. Com um celular na mão, um indivíduo é capaz de relatar uma catástrofe natural, por exemplo, de uma maneira multimídia por meio de fotos e vídeos.

Além disso, os correspondentes internacionais também tiveram a oportunidade de criar blogs para informar sobre acontecimentos que podem não integrar a grade de notícias das empresas onde trabalham ou apenas relatar sobre suas experiências nos países onde estão vivendo.

A área de jornalismo internacional não foi a única que se beneficiou com o surgimento desse novo meio, mas pode ser considerada uma das que mais aproveitaram os recursos que ele trouxe, uma vez que por lidar com assuntos que não estão restritos a uma mesma localidade geográfica, qualquer ferramenta que colabore para o recolhimento de informações e facilite o contato com outros agentes envolvidos com os acontecimentos se torna útil e é bem aproveitada.

Como a presente pesquisa analisou a representação do Brasil em um país estrangeiro, no próximo capítulo será fornecido um embasamento teórico sobre o poder que a mídia tem de criar identidades e difundi-las, o que pode acarretar no surgimento de estereótipos sobre aqueles indivíduos ou instituições que são retratados.

### CAPÍTULO 3 – MÍDIA, REPRESENTAÇÃO, IDENTIDADE E ESTEREÓTIPOS

Para o desenvolvimento da pesquisa se faz necessário o levantamento e discussão de algumas teorias que permitam o aprofundamento e sustentação da análise que foi realizada.

Para isso, é necessário compreender qual é o papel dos meios de comunicação na representação, não apenas de indivíduos, mas também de nações. Stuart Hall é um dos principais teóricos que desenvolvem estudos na área de identidade e representação. O autor considera a representação como uma parte essencial do processo pelo qual o sentido é produzido e trocado entre os indivíduos (HALL, 1997) e que, ao longo da História, o conceito de identidade sofreu algumas modificações.

Ele classifica o sujeito em três categorias, como pode ser visto em sua obra *A identidade cultural da pós-modernidade*. Primeiro veio o sujeito do Iluminismo, que estava baseado na concepção de que o indivíduo era centrado e unificado e

dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo ‘centro’ consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou ‘idêntico’ a ele – ao longo da existência do indivíduo. O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa (HALL, 2001, p. 10).

Depois apareceu o sujeito sociológico, que desconstruiu a ideia de que o sujeito é autônomo e auto-suficiente. Para esse sujeito, a identidade era formada a partir da interação entre o eu e a sociedade, “o sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior, que é o ‘eu real’, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais ‘exteriores’ e as identidades que esses mundos oferecem” (HALL, 2001, p. 12)

E, por fim, veio o sujeito pós-moderno. O indivíduo que antigamente apresentava uma identidade fixa e invariável se tornou um sujeito descentralizado composto por múltiplas identidades que se alteram com o decorrer do tempo e que podem ser contraditórias entre si. A identidade unificada e coerente se tornou uma utopia. A identidade do sujeito pós-moderno é “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É definida historicamente, e não biologicamente” (HALL, 2001, p. 13).

Sendo assim, a mídia assume um papel fundamental atualmente, pois é através das representações que são fornecidas pelos meios de comunicação, e outras instituições presentes em uma sociedade, que os indivíduos vão selecionar e incorporar suas múltiplas identidades. Ou seja, a mídia é capaz de fornecer identidades aos sujeitos, que decidem se ocorre uma identificação com elas ou não. A identidade inclusive pode ser considerada, atualmente, como um processo de identificação, já que em um determinado momento o sujeito pode se reconhecer em certo grupo e algum tempo depois se identificar com outro que apresenta características totalmente opostas ao qual pertencia anteriormente.

Mas se os indivíduos são fragmentados, como é possível a existência de uma identidade nacional? Para o autor, um dos fundamentos para a construção dessa identidade se encontra na cultura nacional, que é a “narrativa da nação, tal qual é contada e recontada nas histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular” (HALL, 2001, p. 52). Portanto, a cultura nacional é mais do que meras instituições, mas também símbolos e representações com os quais os indivíduos podem se identificar para formar suas identidades (LOPES, 2010).

Segundo Lopes (2010), as impressões estrangeiras sobre nosso país são uma das principais fontes da nossa identidade nacional desde o descobrimento do Brasil, pois os primeiros relatos levados para a Europa sobre o país foram escritos por estrangeiros e pelos jesuítas, que forneciam informações sobre o andamento do processo de colonização no país.

Sendo assim, a pesquisa pretende verificar como a identidade cultural nacional é construída por outra narrativa, ou seja, analisar a narrativa da nação por outra nação, tendo em vista que a cultura brasileira ultrapassou fronteiras e não mais possui apenas alcance interno, ela tornou-se pública a outros países que a recontam e, até mesmo, fazem inserções a seu respeito (LOPES, 2010).

Kathryn Woodward (2000), no capítulo Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual do livro *Identidade & Diferença*, vai mais além e afirma que a existência de identidades nacionais também é garantida pela diferença. Para essa autora, uma identidade depende de algo de fora dela: o conhecimento de outra identidade que um indivíduo não é, mas que fornece condições para que a primeira exista (WOODWARD, 2000). Em outras palavras, o indivíduo busca na diferença com o outro subsídios para a construção de sua identidade e, assim, a identidade adquire sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais é representada.

O problema dessa construção da identidade marcada pela diferença é que podem surgir estereótipos na representação do outro, principalmente no discurso da mídia, que é um dos responsáveis pela produção de conhecimentos como afirma Hall ao fazer menção aos estudos de Foucault. Segundo ele, o discurso

define e produz objetos do nosso conhecimento. Ele governa a forma com que o assunto pode ser significativamente falado e debatido. Ele também influencia como idéias são postas em prática e usadas para regular a conduta dos outros. Assim como o discurso ‘rege’ certas formas de falar sobre um assunto..., limita e restringe outros modos de falar, ou se conduzir em relação ao assunto ou ao construir conhecimento sobre ele (FOUCAULT *apud* HALL, 1997, p. 36).

Mais do que ser responsável por gerar conhecimentos, o discurso midiático também é capaz de regular a conduta dos sujeitos, já que é um dos responsáveis por fornecer as identidades que serão incorporadas pelos indivíduos, ao lado de instituições como: a família, o Estado, a igreja... Ele também influencia naquilo que é considerado verdade em uma sociedade.

A verdade não tem um poder externo ... A verdade é uma coisa desse mundo; é produzida apenas por virtude dos múltiplos conceitos de construção. E ela induz a efeitos regulares de poder. Cada sociedade tem seu regime da verdade, sua ‘política geral’ da verdade, ou seja, os tipos de discurso que aceita como verdadeiros, os mecanismos e instâncias que permitem que se distingam afirmações verdadeiras e falsas, os meios pelos quais cada um é sancionado... o status daqueles que são encarregados de dizer o que conta como verdade (FOUCAULT *apud* HALL, 1997, p. 43).

Para não se cometer o erro de fazer uso de estereótipos, deve-se ter um conhecimento aprofundado e esclarecido no que diz respeito às questões da vida política e social de uma nação (FILHO, 2004). Do contrário, corre-se o risco de simplificar “conceitos complexos (...) por meio de estratégias de representação baseadas em conhecimentos, pré-concepções, pressupostos e estereótipos comuns entre os jornalistas e seu público” (PAGANOTTI, 2007, p. 4).

É possível que o estudo esbarre nesse conceito, uma vez que busca entender como é representado o Brasil no exterior e os mecanismos utilizados para essa representação. E para melhor compreendê-lo, será utilizada a definição de Maisonneuve (1977), que considera que os estereótipos selecionam e acentuam características de um grupo a fim de simplificar, diferenciar, generalizar e facilitar a absorção de informações. Sendo assim, “por basearem-se em relações afetivas em detrimento de observações

empíricas, os estereótipos dizem menos do que é retratado e mais sobre como (e por que) é retratado” (PAGANOTTI, 2007, p. 4).

Com isso, a utilização de estereótipos traz consigo “o preconceito, a fixação, a superficialidade, o reducionismo, a caricatura, o exagero e a repetição” (PAGANOTTI, 2007, p. 5).

A representação distorcida das identidades sociais nos meios de comunicação de massa, que vão desde classes até nacionalidades, é algo antigo, que ganhou destaque nos anos de 1960 a partir do desdobramento da agenda dos estudos culturais e midiáticos (FILHO, 2004). Com isso,

A disseminação, pelos meios de comunicação de massa, de representações inadequadas de estrangeiros, classes sociais e outras comunidades é destacada como um sensível problema para o processo democrático, cujo desenvolvimento demanda a opinião esclarecida de cada cidadão a respeito de questões capitais da vida política e social (FILHO, 2004, p. 47).

A partir de suas experiências em outros países desenvolvidos, alguns correspondentes internacionais perceberam e apontaram algumas representações do Brasil no exterior. Eliane Catanhêde, que é colunista do Folha de S. Paulo, disse o seguinte sobre a cobertura dos jornais estrangeiros sobre o Brasil:

‘Quando morei quase um ano na Itália, em 1991, a imprensa européia praticamente só publicava o lado exótico ou cruel do Brasil: mulatas, bundas, violência, menor abandonado, descaso com a Amazônia. E isso era em pleno governo Collor, com a política pegando fogo, a economia girando, a abertura começando. Nada do que era sério interessava’ (CHARLEAUX *apud* ELHAJJI *et al*, 2001, p. 16).

Para Paganotti, “diferentes jornais internacionais também constroem uma imagem do país nas suas reportagens sobre desmatamentos na Amazônia, violência nas favelas, fome e seca no nordeste ou sobre a corrupção generalizada” (2007, p. 2). E ainda completa: “os principais diários internacionais apresentam o Brasil como uma nação assombrosa, oscilando entre paraíso tropical e inferno dantesco” (BURKE *apud* PAGANOTTI, 2007, p. 2)

Segundo Anna Flávia Rocha e Silva, a economia brasileira, além dos assuntos listados acima, é outro aspecto que vem ganhando destaque nos jornais norte-americanos.

Os correspondentes internacionais brasileiros destacaram que a imagem do Brasil no exterior se modificou. Segundo eles, atualmente, o Brasil não é visto apenas como um país exótico, conhecido por Amazônia e carnaval. Hoje, o noticiário estadunidense sobre o Brasil destaca o seu potencial econômico (SILVA, 2005, p. 47).

Sendo assim, por serem grandes fontes de difusão e legitimação de rótulos, os meios de comunicação de massa acabam influenciando diretamente na imagem que é passada do Brasil à comunidade colombiana. Se identificados o uso de estereótipos ou informações que prejudiquem a imagem brasileira na pesquisa, esses meios de comunicação serão parcialmente responsáveis por influenciar a formação da opinião que o povo colombiano tem a respeito do Brasil devido à abrangência de seu público leitor.

A mídia também é responsável por garantir maior ou menor destaque a determinados assuntos e, assim, capaz de torná-los importantes, como explica a teoria do *agenda setting*.

Segundo Formiga, ao mencionar os estudos de Benton e Frazier, “a ênfase dos meios de comunicação em um evento influencia o público a considerá-lo como importante. A seleção de notícias dentre o universo de possibilidades do ambiente gera grande destaque para os eventos cobertos pelos meios” (BENTON; FRAZIER *apud* FORMIGA, 2006, p. 51).

Sendo assim, a mídia tem a capacidade de evidenciar determinados assuntos que consideram mais relevantes ou querem que o seu público dê mais atenção, isso acontece principalmente devido à intensidade que ocorre sua divulgação.

A pesquisa do Agenda-setting partiu da constatação do poder que os meios de comunicação exercem, através da sua capacidade simbólica, para influenciar e determinar o grau de atenção que o público dedica a determinados temas. O modelo se traduz pelo resultado da relação que se estabelece entre a ênfase manifestada no tratamento de um tema por parte dos meios de comunicação e as prioridades temáticas manifestadas pelos membros de uma audiência (SAPERAS *apud* FORMIGA, 2006, p. 51).

No próximo capítulo será levantada a discussão sobre os gêneros informativo e opinativo e se realmente é possível estipular uma distinção tão rígida entre ambos ou se eles estão presentes em todos os textos jornalísticos, porém em maior ou menor grau.

## **CAPÍTULO 4 - JORNALISMO OPINATIVO X JORNALISMO INFORMATIVO: ESSE PARADGIMA EXISTE?**

Uma das questões mais discutidas no campo do jornalismo é até onde se é possível separar opinião de informação. Tanto na área profissional quando na acadêmica costuma-se classificar os gêneros jornalísticos como opinativos e informativos. A presente pesquisa, inclusive, faz uso dessas classificações para chegar a alguns de seus resultados. No entanto, na prática, não é tão fácil alcançar essa separação.

Enquanto o jornalismo informativo é aquele responsável por narrar e registrar os fatos tais quais são observados sem que eles sejam “contaminados” com a opinião pessoal, institucional, política ou econômica de uma empresa, deixando que o leitor chegue a suas próprias conclusões a respeito de determinado assunto. O opinativo é um gênero em que a opinião não é um problema para a transmissão de ideias, pelo contrário, esse tipo de jornalismo tem como função atuar como conselheiro e formador de opinião. Porém, essa divisão “trata-se de um falso paradigma, uma fraude teórica, porque o jornalismo não se divide, mas se constrói com informações e opiniões” (CHAPARRO, 2012, p. 5).

Chaparro (2012) explica que essa divisão aconteceu pela primeira vez em 1702 quando surgiu o jornal inglês *The Daily Courant*. O diretor desse periódico, Samuel Buckley, é considerado o responsável por introduzir no jornalismo o conceito de objetividade ao tornar-se o primeiro jornalista a preocupar-se com o relato dos fatos isento de opinião e comentários. No entanto, mesmo essa “descoberta” não tendo pretensão científica, o modelo instituído por esse jornalista perdura até os dias atuais.

Mas é realmente possível separar esses dois gêneros jornalísticos? Ao optar por determinado acontecimento em detrimento de outro, o jornalista não está impondo um aspecto subjetivo? A angulação de uma matéria também determina certa visão pessoal a respeito de um acontecimento? A escolha de fontes implicaria em uma tomada de decisões a partir da subjetividade?

como negar a subjetividade e a intervenção opinativa na informação se, ao relatar o que se passa, qualquer boa redação ou bom jornalista exercita uma capacidade própria, sofisticada, de pensar e fazer escolhas? No plano oposto, como comentar, em artigos, sem o suporte dos fatos e da informação precisa? O jornalismo se organiza, isso sim, em esquemas de narração e argumentação – ambos construídos com ajuizamentos, pontos de vista e informações (CHAPARRO, 2003, s/p).

José Marques de Melo (2003) ao citar o professor e jornalista cubano José Benítez, também coloca em questão a existência desse paradigma que já dura mais de três séculos.

O jornalismo não é somente a transmissão ou comunicação de notícias e informação da atualidade. É também comunicação de idéias, opiniões, juízos críticos (...) gira fundamentalmente em redor da notícia, da informação da atualidade, ou seja, do chamado jornalismo informativo que, ao informar, deve orientar, educar, formar (BENÍTEZ *apud* MELO, 2003, p. 26-27).

Sendo assim, é possível dizer que informação e opinião não se separam, mas se interagem, se correlacionam, se misturam e se complementam. Esses gêneros estão presentes em todas as informações jornalísticas, independentes da seção onde se encontram, e não existem, ao se observar com um olhar mais crítico, espaços exclusivos para um ou para outro.

Para compreender melhor que não há uma distinção tão rígida entre esses dois gêneros jornalísticos, é necessário responder a seguinte pergunta: o que seria a objetividade? De acordo com Chaparro, seria a capacidade de ver um objeto que possui forma e existe no plano físico, ou seja, não é uma criação da mente. No entanto, ao se produzir uma notícia não é possível separar um objeto real do ato de pensar, sendo assim, a notícia “faz parte, sim, do território da noticiabilidade dos fatos, que, para a descrição e o relato, devem ser olhados e qualificados, em técnicas de apuração e depuração, com a lupa dos valores, das razões e dos critérios, coisas imateriais” (CHAPARRO, 2003, s/p).

Desde a separação dos gêneros jornalísticos entre opinativos e informativos, aconteceram várias revoluções tecnológicas, culturais e políticas que alteraram as interações entre os indivíduos de uma sociedade e, com isso, o modo de fazer jornalismo sofreu algumas transformações tendo que se adequar as novas demandas sociais.

A partir dos argumentos expostos, é possível perceber que não se pode estabelecer uma definição tão rígida quanto aos gêneros jornalísticos. Então, apesar de a pesquisa utilizar os termos informativo e opinativo em determinado momento do trabalho, entende-se que não existem gêneros que contém puramente informação ou puramente opinião, mas sim um hibridismo entre os dois. Por isso, esses termos são utilizados para classificar aqueles textos que tem um predomínio de informação ou opinião.



O próximo capítulo traz as características do método científico utilizado para se realizar a análise e o caminho percorrido durante a pesquisa até se chegar aos resultados alcançados no presente trabalho.

## CAPÍTULO 5 - METODOLOGIA

Para realizar a análise proposta nesta monografia de verificar a representação do Brasil em dois jornais colombianos a partir do conteúdo veiculado por eles durante o período de um mês, optou-se pela análise do conteúdo como metodologia desta pesquisa.

Esse método utiliza a inferência como operação lógica para extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada e cumpre com os requisitos de sistematicidade e confiabilidade. Segundo Novelli *et al*,

A análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável - ou objetiva - porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões (LOZANO *apud* NOVELLI *et al*, 2009, p. 286).

Buscando organizar a análise, assim como o método sugere, o processo foi estruturado em três etapas.

### 5.1 Primeira etapa

Durante a pré-análise as ideias iniciais foram sistematizadas e ocorreu a formulação de alguns aspectos da pesquisa, como o tema, o referencial teórico, o problema, os objetivos e a justificativa. A leitura flutuante, ou seja, o primeiro contato com os documentos que foram analisados e um dos momentos cruciais da pesquisa foi realizada de 22 a 29 de agosto de 2013. A partir dela que se observou se era possível seguir em frente com o estudo.

No entanto, antes da leitura flutuante, o *corpus* já havia sido delimitado. *El Tiempo* e *El Espectador* foram escolhidos como objetos de estudo da pesquisa por serem os jornais colombianos impressos de maior circulação no país, como apontou um estudo realizado pelo *Estudio General de Medios* (EGM) realizado em 2012. *El Tiempo* assume a primeira colocação com 1.137.483 leitores diários diante 250.254 do seu principal concorrente, *El Espectador*. A média de leitores no domingo aumenta exponencialmente em ambos os jornais, mas mesmo assim o *El Tiempo* continua ocupando a primeira colocação no *ranking* de jornais colombianos mais lidos. Nesse dia

da semana, o número de leitores dele aumenta para 1.921.571, já a edição dominical do *El Espectador* salta para 472.224 leitores.

O período de análise escolhido foi de 22 de agosto a 22 de setembro de 2013, por ser um intervalo de tempo em que seria possível realizar o recolhimento de ambos os jornais. Os objetos de estudo foram recolhidos semanalmente e, após um mês, havia 62 jornais para serem analisados.

A definição do *corpus* levou em conta as regras listadas por Novelli (2009) da exaustividade (todos os documentos relativos ao assunto pesquisado, no período estipulado, foram analisados), da representatividade (foi definida uma amostra, no caso da pesquisa em questão foram escolhidas as notícias veiculadas por dois jornais impressos durante um período de um mês), da homogeneidade (foram analisadas apenas as notícias que se referem ao Brasil) e da pertinência (os documentos foram adequados aos objetivos da pesquisa).

## 5.2 Segunda etapa

Após essa primeira etapa, foi realizada a exploração do material. Sendo assim, o *corpus* foi codificado, ou seja, os dados brutos foram transformados em dados analisáveis a partir das unidades de registro para então se estabelecer índices.

É possível encontrar tradicionalmente três índices nas pesquisas sobre as comunicações de massa: (a) a *freqüência* com que aparece um símbolo, idéia ou tema tende a ser interpretada como medida de *importância*, *atenção* ou *ênfase*; (b) o equilíbrio na quantidade de atributos *favoráveis* e *desfavoráveis* de um símbolo, idéia ou tema tende a servir como medida de *orientação* ou *tendência*; (c) a quantidade de associações e de classificações manifestadas sobre um símbolo, idéia ou tema pode ser interpretada como uma medida de *intensidade* ou *força* de uma crença, convicção ou motivação (NOVELLI, 2009, p. 295).

Com todos os jornais recolhidos, iniciou-se a etapa de seleção dos textos. Cada jornal foi lido por inteiro e, assim que encontrada a palavra “Brasil”, ou alguma derivação (brasileiros, brasileiras, brasileiros, brasileiras), o material era recortado, identificado com o nome e data do jornal, a editoria e a página onde essas palavras foram encontradas. Esse processo foi repetido nos 62 jornais e durou cerca de seis semanas.

Durante essa etapa foi separado apenas o conteúdo informativo presente no jornal, sendo assim, a publicidade encontrada nessas edições e o material extra que acompanhou algumas, como uma coleção de livros sobre empreendedorismo e revistas especializadas em determinados assuntos, foram desconsiderados da análise e não estão presentes nos resultados finais encontrados na pesquisa.

O material encontrado ao longo de um mês desses jornais foi tabulado e, posteriormente, novamente lido. Durante esse momento, as palavras “Brasil” e suas derivações foram destacadas no texto para serem contabilizadas.

As matérias que haviam sido separadas anteriormente foram classificadas de acordo com os gêneros jornalísticos e temas. Também foram identificadas nas tabelas aqueles textos em que o Brasil foi apenas citado e em que apareceu em segundo plano ou complemento de outras matérias.

Esse processo foi realizado por dia e por jornal, ou seja, elaborou-se uma tabela para cada dia observado que incluía todas as variáveis citadas acima. Após essa contabilização, foram feitas tabelas gerais que mostravam a frequência em que o Brasil estava presente em cada jornal separadamente e em ambos os veículos de comunicação. A partir delas foram desenvolvidos os gráficos de “pizza” e barras que ilustram visualmente os resultados encontrados no final da pesquisa e as porcentagens de cada variável analisada.

O material recolhido foi lido novamente, pela terceira vez, e nesse momento o objetivo era realizar uma triagem a fim de encontrar aqueles textos que serviram de base para a análise qualitativa do estudo. Para selecionar esses textos buscaram-se adjetivos que se referiam ao país tanto de maneira positiva quanto negativa.

### **5.3 Terceira etapa**

Após esse momento, os dados foram organizados e classificados de modo a visualizar a frequência com que notícias sobre o Brasil são veiculadas nos jornais colombianos, a que a imagem do Brasil está sendo associada, em quantas notícias o país recebe destaque e em quais ocupa um papel secundário, entre outros, com o objetivo de subsidiar as conclusões que foram alcançadas a respeito da representação do Brasil no exterior por meio de inferências, onde foram analisados os aspectos implícitos das mensagens estudadas (terceiro momento da análise de conteúdo).

No próximo capítulo, serão fornecidas algumas informações que contextualizam os objetos de estudo e apresentados os resultados a que se chegaram após o período estipulado de observação dos dois jornais colombianos.

## CAPÍTULO 6 - ANÁLISES DOS JORNAIS

O recolhimento de jornais impressos para a realização da pesquisa durou um mês (31 dias) e aconteceu de 22 de agosto a 22 de setembro de 2013. Durante o período estipulado, foram recolhidos 62 jornais *El Tiempo* e *El Espectador*<sup>13</sup>, que são veiculados diariamente na Colômbia.

Antes de realizar a análise, é fornecido um panorama que permite um conhecimento mais aprofundado sobre os objetos de estudo da presente pesquisa para uma melhor compreensão sobre o contexto em que as matérias sobre o Brasil estão inseridas.

### 6.1 *El Espectador*

Foi fundado em 22 de março de 1887 por Fidel Cano Gutiérrez na cidade de Medellín. No entanto, sua sede principal se encontra em Bogotá atualmente. O jornal possui tiragem nacional e é publicado diariamente no formato tabloide. De segunda a sábado, este periódico conta com 40 páginas enquanto no domingo esse número já chegou a 95 durante o período analisado. Neste dia da semana, apesar de ser maior, a quantidade de páginas publicadas não é fixa como no restante da semana. Ele conta com uma média de 250.254 leitores diários e é vendido a 1600 pesos colombianos (R\$1,85) nos dias de semana e a 3300 (R\$3,80) aos domingos.

O jornal de agosto a setembro de 2013 apresentou as editorias: *Tema del Día*, *Entrevista*, *Política*, *Judicial*, *Internacional*, *Buen Viaje*, *Paz*, *Negocios*, *Bogotá*, *Cundinamarca*, *Autos*, *The New York Times International Weekly*, *Comer & Beber*, *Cultura*, *Vivir*, *Cartelera de Cine*, *Exequiales*, *Clasificados*, *Opinión*, *Deportes* e *Un Chat Con...*; com exceção do *The New York Times International Weekly* e da *Autos*, que são veiculados semanalmente, todas as outras editorias são publicadas diariamente.

Além disso, com exceção do *The New York Times Internacional Weekly* e do *Un Chat Con...*, que apresentam seis e uma páginas respectivamente, os demais cadernos não possuem um número de páginas fixo. A seção de esportes, por exemplo, já teve cinco páginas em um dia e apenas duas em outro. O mesmo já ocorreu com a editoria *Internacional*, que assim como já teve cinco páginas em um dia, apresentou apenas uma em outro. Durante o período analisado, também tiveram algumas editorias especiais.

---

<sup>13</sup> As capas de ambos os jornais podem ser vistas nos Anexos B.

## 6.2 *El Tiempo*

Esse jornal foi fundado em 11 de janeiro de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo. Assim como o *El Espectador*, o *El Tiempo* possui tiragem nacional. Também é publicado diariamente, mas ao contrário do seu principal concorrente, tem o formato *standard*. Geralmente conta com cerca de 35 páginas nos dias da semana, chegando a dobrar nos domingos. No entanto, suas páginas variam a cada edição. O preço também não é fixo, em dias da semana e no sábado, ele varia de 1500 (R\$1,73) a 1700 (R\$1,96) pesos colombianos, já no domingo é vendido a 3200 (R\$3,69).

O jornal é dividido em quatro editorias: *Debes Saber*, *Debes Leer*, *Debes Hacer* e *Vehículo & Vivienda* que, com exceção da última, estão subdivididas. Em *Debes Saber* se encontram: *Primer Plano*, *Economía y Negocios*, *The Wall Street Journal Americas*, *Bogotá* e *Cundinamarca*. Em *Debes Leer*: *Opinión*, *Deportes* e *Lunes Deportivo*. E em *Debes Hacer* estão: *Cultura y Entretenimiento*, *Tecnología*, *Viajar*, *Cine*, *Sociales*, *Clasificados* e *Pasatiempos*.

Nesse jornal, *Lunes Deportivo* e *Vehículo & Vivienda* são cadernos publicados semanalmente. Todas as outras editorias são publicadas diariamente.

Além disso, assim como no *El Espectador*, a maioria das editorias do *El Tiempo* não possuem uma quantidade de páginas fixa. Com exceção do *The Wall Street Journal*, todas as outras variam no número de páginas ao longo da semana. Por exemplo, *Economía y Negocios* já teve três páginas em um dia, enquanto em outro apareceu em apenas uma. Este jornal também apresentou algumas editorias especiais.

Um aspecto que diferencia este jornal do *El Espectador* é a interação que ele promove com a sua edição online. É frequente o uso de chamadas perto das editorias para o site do jornal, assim como, matérias que tem uma prévia na versão impressa, mas que a íntegra só pode ser conferida na versão disponibilizada na internet.

## 6.3 Quanto aos gêneros jornalísticos em que o Brasil é matéria principal

Durante o período analisado, foi identificada a presença do Brasil como objeto principal das matérias em 11 gêneros jornalísticos<sup>14</sup> diferentes, sendo seis informativos,

---

<sup>14</sup> As definições desses gêneros tiveram como base os livros *Gêneros Jornalísticos no Brasil*, de José Marques de Melo e Francisco de Assis e *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*, do José Marques de Melo.

quatro opinativos e um visual. Em informativo<sup>15</sup>, foram encontrados: notas, notícias, reportagens, perfil, entrevistas e chamadas. Em opinativo<sup>16</sup>: editorial, artigos, resenhas e colunas. E em visual: gráficos.

Apesar de prevalecer os gêneros de cunho informativo, a diversidade destes não foi tão discrepante se comparado aos gêneros opinativos. Isso mostra certo equilíbrio entre o modo onde estão dispostas as informações a respeito do Brasil de acordo com esta categoria. Sendo assim, o país é abordado tanto em gêneros mais objetivos quanto naqueles que garantem maior dinamicidade, permitem diferentes abordagens e lhe conferem maior ou menor destaque, já que o espaço destinado para transmissão de ideias varia de um para outro.

Somando todas as matérias encontradas nesses diferentes gêneros jornalísticos, foram identificados 99 textos onde o Brasil aparece em primeiro plano. Desses, 44 são notas, ou seja, 45% do que foi encontrado; 20 (20% do total) são gráficos e 11 são notícias, o que representa 11% dos textos. Entre os gêneros menos recorrentes estão o editorial e o perfil, que somados representam apenas 2% do que foi encontrado, com uma aparição cada (ver gráfico 1).

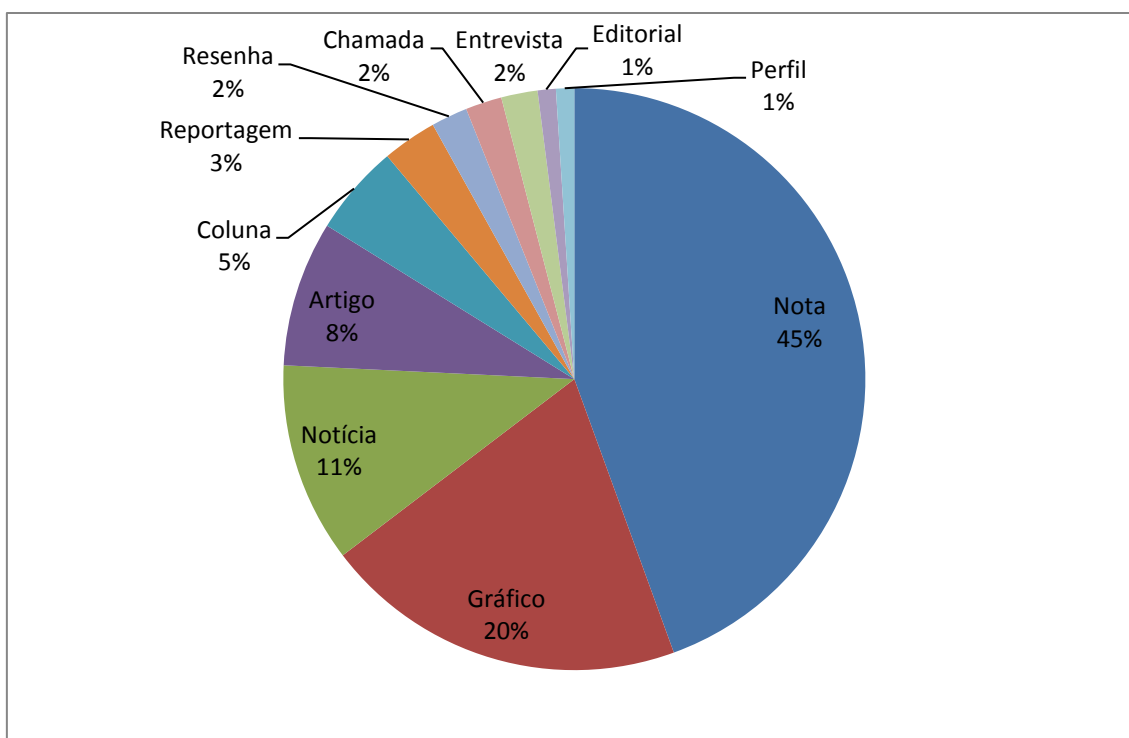
---

<sup>15</sup> A nota é um relato de um fato que está por se configurar. Notícia é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Reportagem é um relato ampliado de um fato que já repercutiu na sociedade e produziu alterações que são percebidas pela empresa jornalística. Perfil é um relato sobre um personagem real, geralmente baseado numa entrevista, com textos que podem privilegiar aspectos de sua biografia, de seu pensamento, de sua atividade e da realidade vivida por ele. E entrevista é o relato que privilegia uma ou mais protagonistas do fato, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade. E chamadas são textos que informam sobre as matérias presentes no interior de um jornal.

<sup>16</sup> Editorial é o texto que expressa a opinião oficial da empresa jornalística diante de fatos de maior repercussão no momento. O artigo é um texto em que alguém, jornalista ou não, desenvolve uma ideia e apresenta sua opinião. Resenha é um texto de apreciação dos produtos culturais com a finalidade de orientar ações dos consumidores. E coluna é uma seção especializada, publicada com regularidade, de textos redigidos em estilo livre e pessoal, geralmente assinada.



Gráfico 1 - Quantidade (%) gênero *El Tiempo* e *El Espectador*

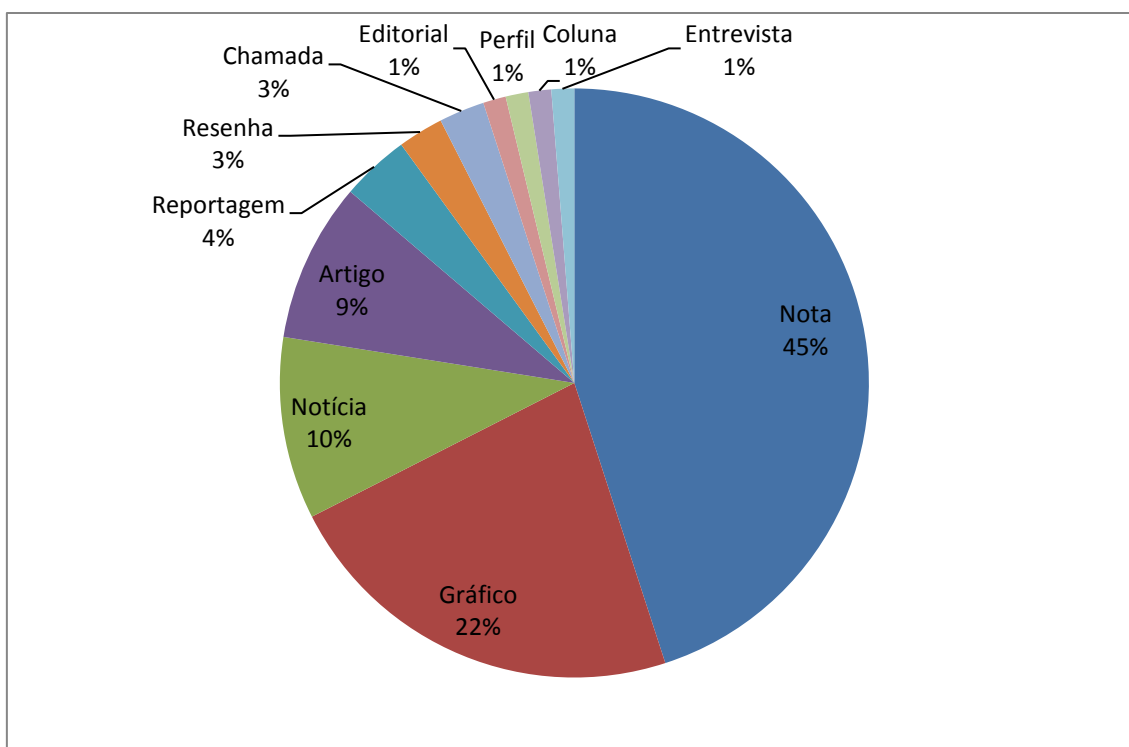


A partir desses dados, é possível observar que quando se trata de gêneros jornalísticos, a nota é o de maior incidência. O fato de esse gênero ser mais objetivo pode explicar tamanha recorrência, já que a nível de interesse público, textos que abordam sobre a realidade do país em que o jornal está inserido ganham mais destaque e espaço do que aqueles que abordam sobre outros assuntos que não estão relacionados diretamente com a região.

Mesmo quando dizem a respeito do Brasil, os assuntos geralmente procuram estar relacionados com o fato de o país estar localizado na América Latina, o que atende ao critério de interesse público da proximidade entre as informações que estão sendo transmitidas e o público alvo do veículo onde estão publicadas. Por exemplo, o único editorial que foi escrito pelo jornal sobre o país é a respeito do caso de espionagem norte-americana a políticos brasileiros. Esse assunto pode não estar diretamente ligado à Colômbia, no entanto, levanta questionamentos que têm conexão com o país, como se os Estados Unidos estão interessados em espionar ou já espionaram outros países latino-americanos, o que inclui o país onde esse editorial foi veiculado.

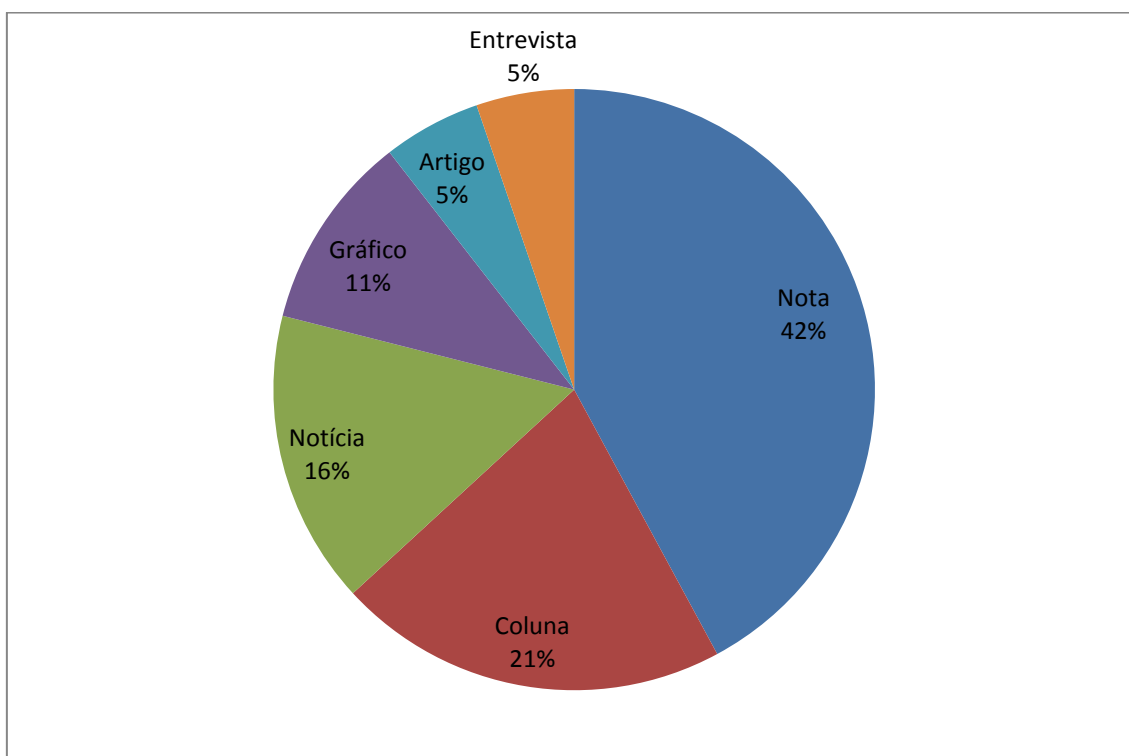
Tanto no *El Tiempo* quanto no *El Espectador* a nota é o gênero jornalístico mais recorrente. No primeiro, sua incidência representou 45% de todas as matérias encontradas, seguido de gráficos (23%) e notícias (10%) (ver gráfico 2).

**Gráfico 2 - Quantidade (%) gênero *El Tiempo***



Já no *El Espectador*, ele esteve presente em 42% do total de textos, logo a frente de coluna (21%) e notícias (16%) (ver gráfico 3).

**Gráfico 3 - Quantidade (%) gênero *El Espectador***



Esses dados mostram que o gênero visual é um recurso frequentemente utilizado pelo *El Tiempo*. A partir desta constatação, é possível perceber que este jornal busca atender uma das principais funções do jornalismo internacional: transformar as informações vindas de outras regiões compreensíveis para um público que não está inserido em sua realidade. Ele facilita a compreensão dos assuntos ao trazer gráficos comparativos da realidade colombiana com a brasileira e de outros países latino-americanos. Já no *El Espectador* não se nota a mesma preocupação, pois ele privilegia gêneros em que o texto é a forma predominante.

Também é perceptível que o número de notas e outros gêneros sobre o Brasil é consideravelmente maior no *El Tiempo*. Além de ele possuir um formato maior, outro fator que pode explicar o espaço destinado ao país neste jornal é a sua tiragem, que é mais que o dobro de seu principal concorrente. Portanto, teoricamente ele possui mais recursos para uma cobertura internacional e também interesse em relatar acontecimentos que fogem o âmbito local uma vez que seu público é mais amplo.

Os gráficos a seguir permitem uma melhor visualização do panorama da repercussão do Brasil no que se refere a quantidade dos gêneros jornalísticos encontrados por tema, em ambos (ver gráfico 4) e em cada um separadamente (ver gráficos 5 e 6).

Gráfico 4 - Quantidade (nº) gênero x tema *El Tiempo* e *El Espectador*

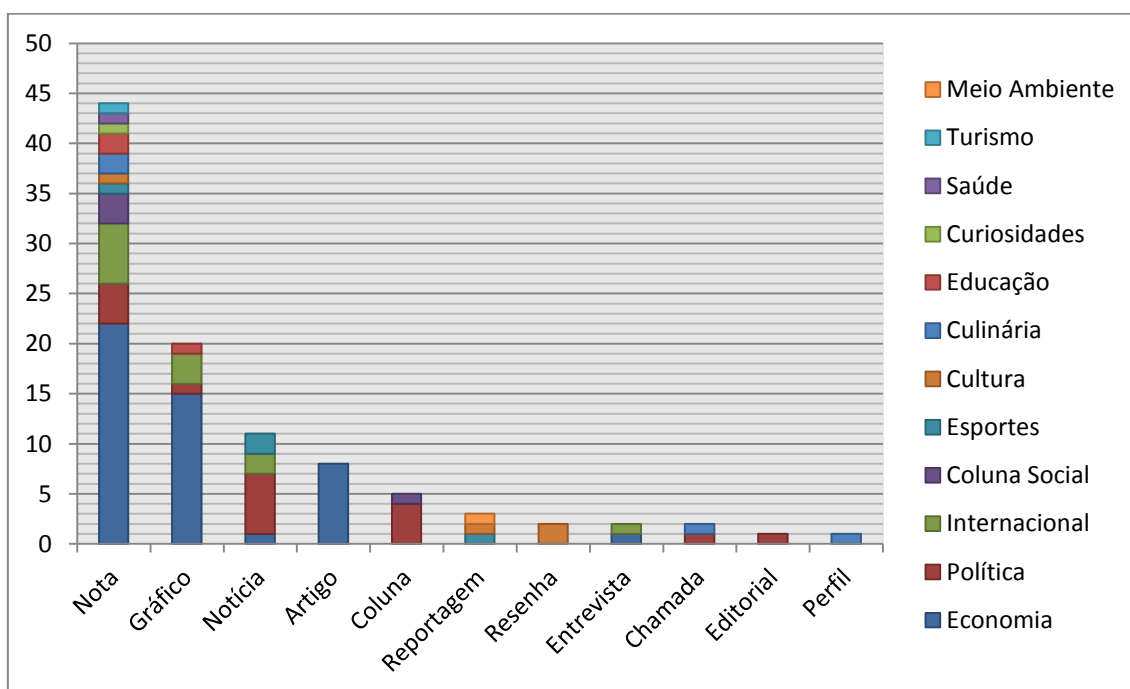


Gráfico 5 - Quantidade (nº) gênero x tema *El Tiempo*

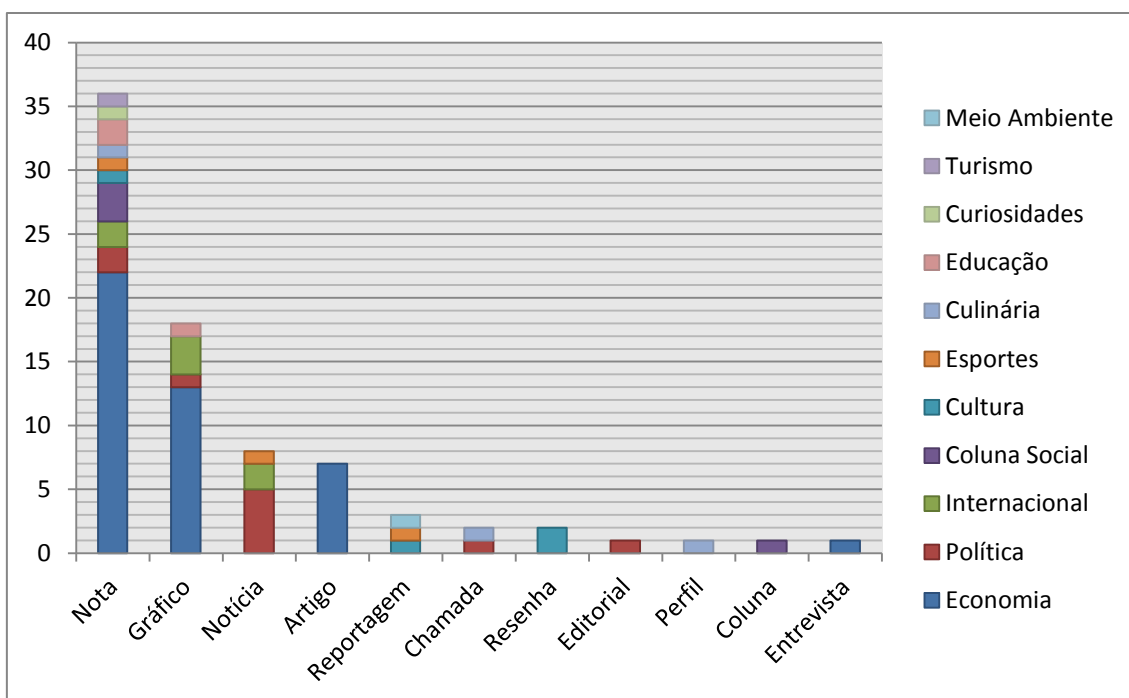
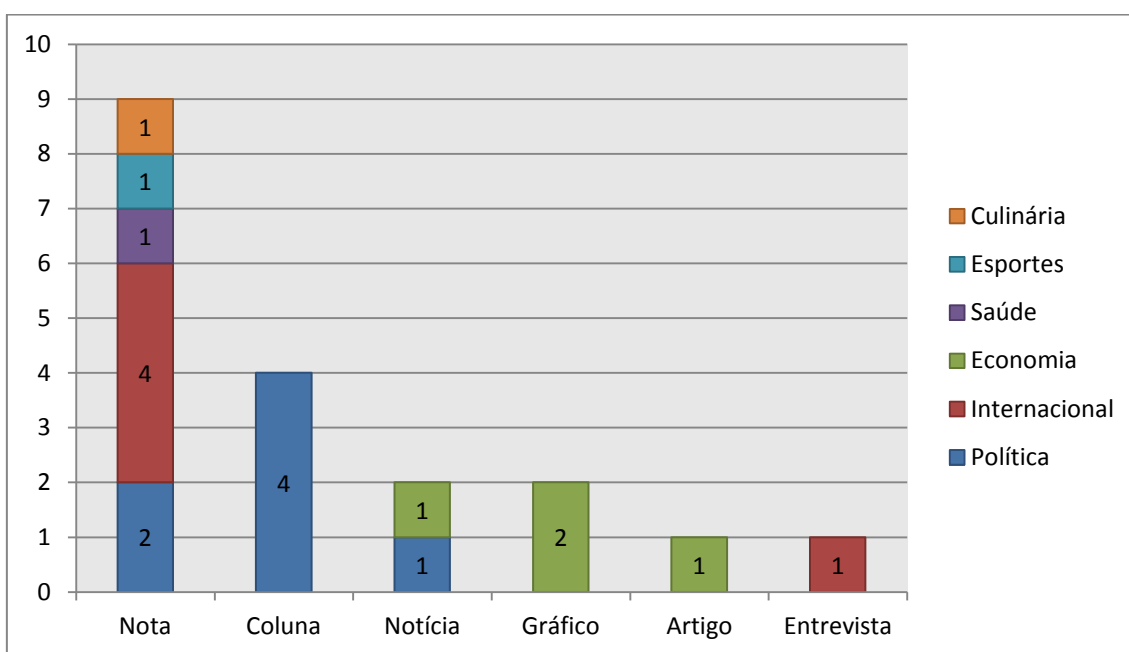


Gráfico 6 - Quantidade (nº) gênero x tema *El Espectador*



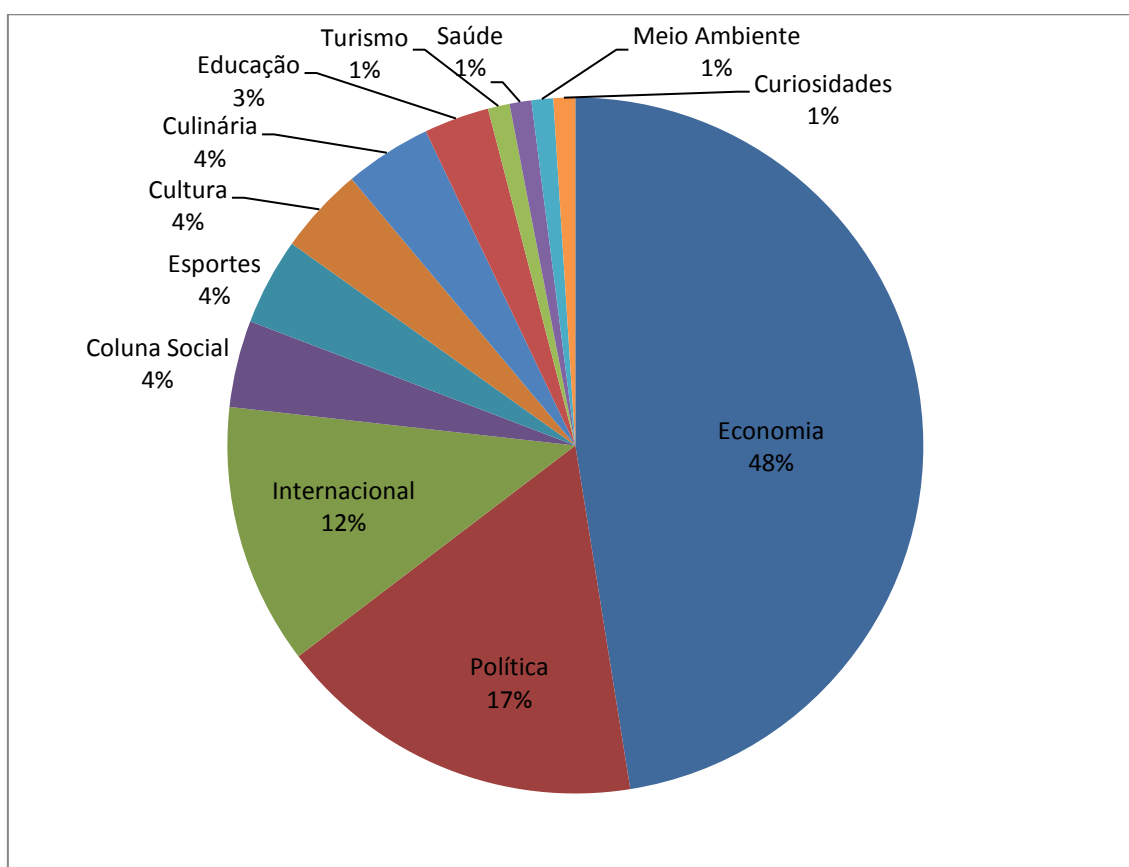
No próximo tópico, serão analisados os dados obtidos no decorrer de um mês de pesquisa a partir dos temas mais recorrentes. Sendo assim, são apontados resultados e fornecidas análises qualitativas a partir de trechos em que foi possível identificar alguma caracterização do Brasil. Gráficos também foram utilizados no decorrer dessa etapa para ilustrar as análises e os resultados alcançados.

## 6.4 Quanto aos temas

Em relação ao número de temas durante o período analisado dos dois jornais, o Brasil apareceu como assunto principal das matérias 47 vezes em economia, ou seja, 48% das vezes; 17 vezes em política, o que representa 17% dos textos identificados e 12 vezes na seção internacional, ou 12% das matérias.

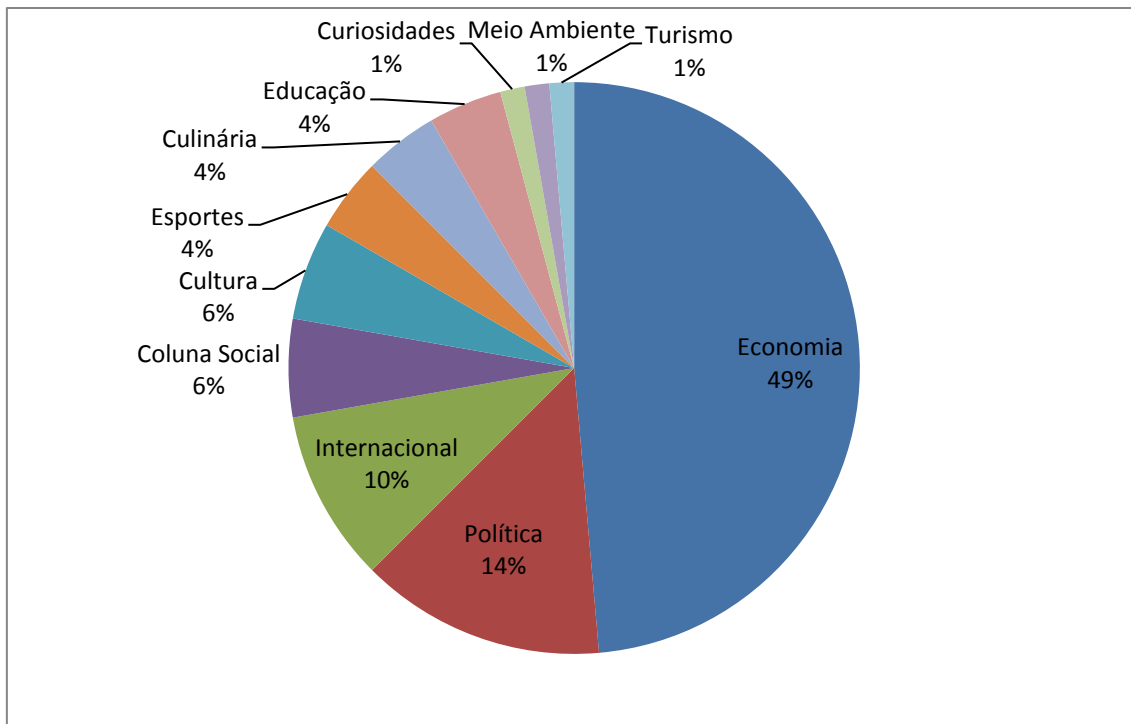
No *ranking* de temas menos recorrentes se encontram: saúde, meio ambiente, curiosidades e turismo, que com um texto cada, representam somados 4% dos temas que envolvem o país (ver gráfico 7).

Gráfico 7 - Quantidade (%) tema *El Tiempo* e *El Espectador*



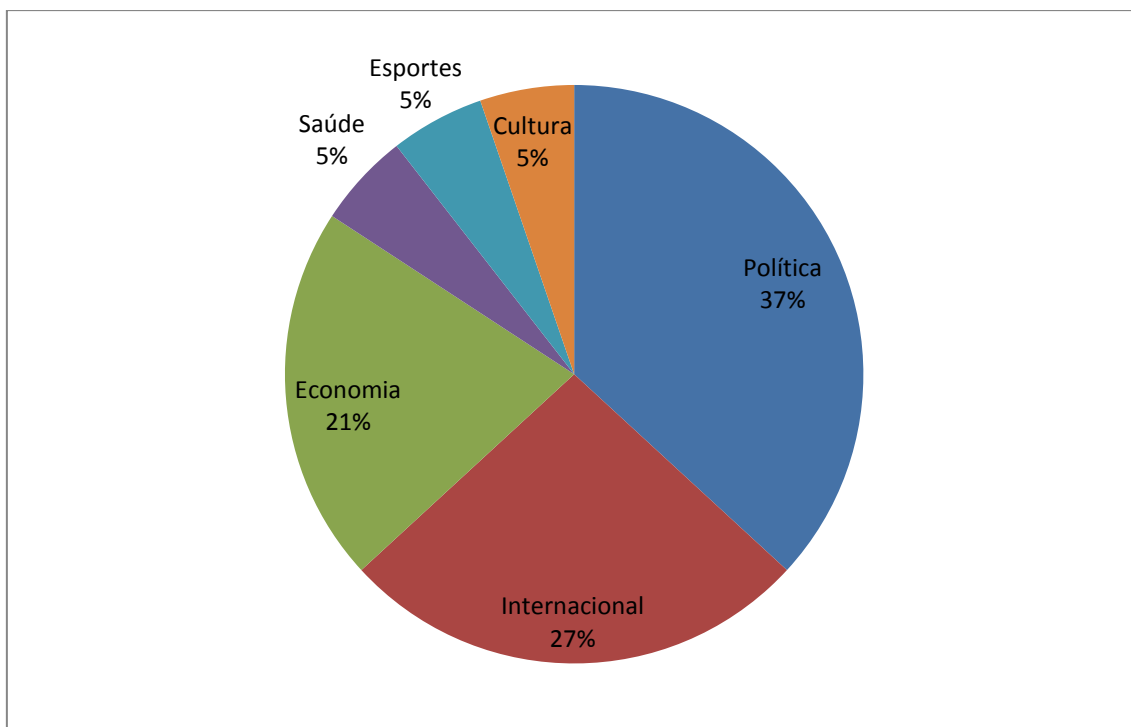
No *El Espectador*, a variedade de temas é menor. Enquanto neste o Brasil está presente em seis temas diferentes, no *El Tiempo*, o país aparece em 11, sendo que assim como no total dos dois jornais, o mais recorrente é economia, seguido de política e internacional, com 43, 10 e 7 aparições respectivamente, ou 49%, 14% e 10% das vezes cada (ver gráfico 8).

**Gráfico 8 - Quantidade (%) tema *El Tiempo***



Já no *ranking* do *El Espectador*, os temas mais recorrentes são: política, internacional e economia, com 7, 5 e 3 aparições cada ou com 37, 27 e 21 por cento cada um do total de matérias a respeito do Brasil neste jornal (ver gráfico 9).

**Gráfico 9 - Quantidade (%) tema *El Espectador***

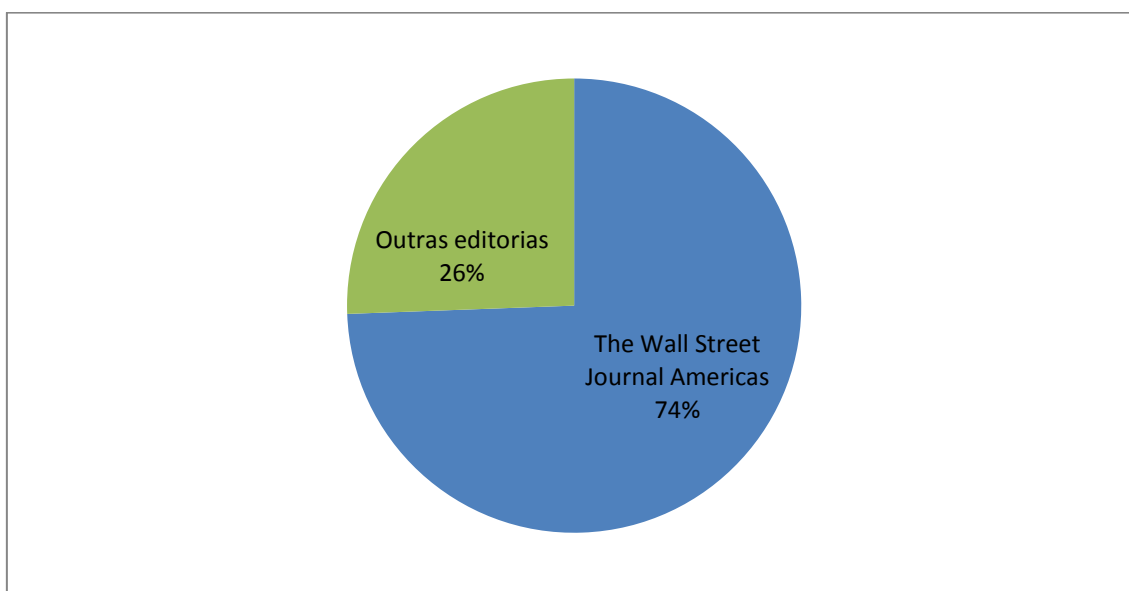


A economia brasileira no *El Tiempo* chegou a ser classificada em um artigo como “a maior economia latino-americana”<sup>17</sup> e que o Brasil é um mercado importante para a Toyota realizar investimentos, o que confere credibilidade a esse setor brasileiro.

O interessante é perceber que quando a economia brasileira foi classificada como visto acima, ela estava inserida em um texto publicado na editoria do *The Wall Street Journal Americas*, que é uma seção deste jornal norte-americano publicada diariamente pelo *El Tiempo* junto à editoria de economia.

No gráfico 10 é possível perceber que, dos textos relacionados à economia, a maioria está presente na seção do *The Wall Street Journal Americas*, ou seja, 74% deles se encontram neste espaço (ou 32 textos), e 26% (11), estão em outras editorias do *El Tiempo*.

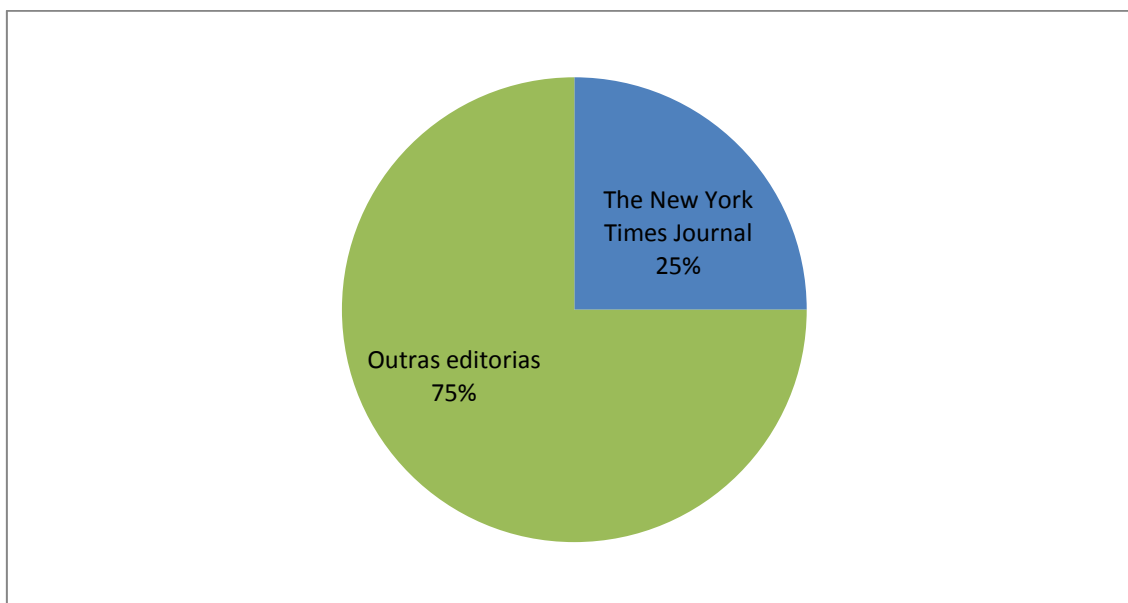
Gráfico 10 - Quantidade (%) *The Wall Street Journal Americas* no *El Tiempo*



O *El Espectador* também possui uma editoria que pertence a um jornal norte-americano, a *The New York Times Journal*. No entanto, os textos de economia publicados a respeito do Brasil por ela não foram superiores aos veiculados em outras editorias desse jornal. Enquanto uma matéria (ou 25%) foi identificada na seção pertencente ao jornal norte-americano, três (ou 75%) foram encontradas no restante do periódico (ver gráfico 11).

<sup>17</sup> “En la mayor economía latinoamericana (Brasil), la participación de mercado de Toyota en los primeros siete meses del año fue cercana a 4,5%” (tradução nossa). Trecho retirado do artigo “Toyota busca ponerse al día en América Latina” da página 13 encontrado na editoria *The Wall Street Journal Americas* do dia 28 de agosto de 2013 do jornal *El Tiempo*.

Gráfico 11 - Quantidade (%) *The New York Times Journal* no *El Espectador*



Esse fato levanta o seguinte questionamento: os textos veiculados por essas seções transmitem a ideia que os jornais colombianos em que eles se encontram têm a respeito do Brasil ou transmitem valores que estão agregados por esses jornais norte-americanos e são propagados por esses veículos de comunicação?

O *The Wall Street Journal Americas* também critica a economia brasileira. Em outro artigo veiculado nesta seção, o Brasil é comparado à tartaruga da fábula “A lebre e a tartaruga”. O autor comenta que, após viver um bom momento econômico, o “Brasil está sendo castigado”<sup>18</sup> pelos Estados Unidos, que planejavam retirar a política de crédito fácil, e pela China, que diminuiu sua necessidade de importar matérias-primas.

É possível notar a presença de opiniões opostas nessa mesma editoria devido à predominância do artigo que, por ser escrito por indivíduos especialistas em determinados assuntos e não necessariamente por jornalistas, permite esse cunho opinativo e pessoal aos textos.

Essa seção não se atém apenas ao gênero opinativo para a transmissão de informações. O informativo também está presente por meio de notas. No entanto, o espaço destinado para esse tipo de conteúdo é inferior ao que os autores são livres para expressar seus pontos de vista.

<sup>18</sup> “Ahora se ha dado vuelta a la tortilla. Brasil está siendo castigado por los intervencionistas que esperan que la Reserva Federal de EE.UU. empiece a dismantelar las políticas de crédito extra fácil y por China, cuyo apetito por materias primas empieza a menguar” (tradução nossa). Trecho retirado do artigo “Brasil y México: Quién es La liebre y quién la tortuga?” da página 10 encontrado na editoria “The Wall Street Journal Americas.” do dia 9 de setembro de 2013 do jornal El Tiempo.



Nos textos veiculados nas outras editorias do *El Tiempo* as opiniões não estão visivelmente expressadas e todos foram classificados dentro de gêneros informativos.

A diferença não está apenas no modo como o Brasil é caracterizado, mas também nos assuntos trazidos e privilegiados por essa editoria e pelo restante do jornal. Durante o período analisado, foram divulgadas várias notas, e inclusive um artigo, sobre a falência do brasileiro Eike Batista pelo *The Wall Street Journal Americas*, enquanto no resto do jornal o assunto sequer foi abordado.

A presença estrangeira não se restringe à economia no *El Tiempo*. Foram encontradas 13 matérias de agências de notícias e correspondentes durante o período analisado, sendo que 2 notícias são da AFP; 1 da Reuters; 1 notícia, 3 notas e 2 gráficos da EFE<sup>19</sup>; 1 perfil de um correspondente de um jornal chileno; 2 notícias baseadas em textos da Reuteurs e AFP; e 1 reportagem que mesclou textos da AFP e EFE.

Sobre a economia brasileira, em uma entrevista publicada no dia 22 de setembro de 2013 pelo *El Espectador* sob o título de “Debate sobre tierras, paz y productividad rural”, quando perguntando sobre a economia do Brasil, o entrevistado responde:

Esse modelo foi muito bem estudado por alguns brasileiros e norte-americanos, que publicaram suas conclusões há pouco tempo. Nelas contradizem seus benefícios. Ressaltam que no Brasil os grupos mais eficientes economicamente são os menores, após subtrair os subsídios dados pelo Estado fechado brasileiro. Depois de fazer esse cálculo, não era um modelo excelente. Em termos de eficiência, está entre medíocre e bom, mas em termos socioeconômicos é um desastre, porque está muito mecanizado e gerou outros conflitos sociais<sup>20</sup> (EL TIEMPO, 2013, p. 10).

Já em uma coluna intitulada “Por que?” publicada no dia 8 de setembro na página 47 do *El Espectador*, Mauricio Botero Caicedo acredita que a Colômbia deveria se espelhar no Brasil e, ainda de acordo com o colunista, assim como o Lula fez enquanto esteve no governo, ampliar as fronteiras agrícolas para gerar empregos e aumentar as exportações. Caicedo afirma que com essas medidas o país “promoveu uma

---

<sup>19</sup> Serviço de notícias internacionais espanhol que foi fundado em 1939 e está presente em 120 países.

<sup>20</sup> “Ese modelo lo estudiaron muy bien unos brasileños y un norteamericano, y publicaron sus conclusiones hace poco. En ellas contradicen sus bondades. Señalan que en Brasil los grupos más eficientes son los más pequeños, luego de restar los subsidios dados por el Estado al cerrado brasileño. Después de hacer este cálculo no era um modelo sobresaliente. En términos de eficiencia, está entre mediocre y buena, pero em términos socioeconómicos es un desastre, porque está muy mecanizado y generó otros conflictos sociales” (tradução nossa). Trecho retirado da entrevista “Debate sobre tierras, paz y productividad” da página 10 encontrado na editoria “Reportagem” do dia 22 de dezembro de 2013 do jornal *El Espectador*.

revolução econômica sem precedentes com um benefício social que tem permitido tirar dezenas de famílias da miséria”<sup>21</sup> (CAICEDO, 2013, p. 47).

Com isso, é possível perceber que esse jornal apresenta uma pluralidade de ideias a respeito desse tema. Em certos momentos a economia brasileira é abordada de modo favorável e, em outros, criticada. Ao contrário do *El Tiempo*, suas páginas carregam textos opinativos.

## 6.5 Quanto aos assuntos mais recorrentes

Durante o período analisado, alguns assuntos em que o Brasil está inserido se coincidiram em ambos os jornais. A tensão que se instaurou entre Brasil e Bolívia após um político boliviano fugir de seu país com a ajuda de um embaixador brasileiro sem a permissão do governo boliviano, os protestos que foram realizados no Brasil durante o Dia da Independência, a brasileira que foi a mulher que ficou em primeiro lugar em uma lista de melhores restaurantes do mundo e o caso de espionagem que o Brasil e o México sofreram do governo americano são assuntos que serviram de pauta tanto para o *El Tiempo* como para o *El Espectador*.

Alguns desses assuntos, inclusive, além de renderem notícias e notas para esses jornais durante as semanas em que se desenrolaram, também se tornaram tema para algumas colunas opinativas, o que permite identificar algumas posições a respeito da política brasileira.

Na coluna “A enérgica resposta de Rousseff” publicada na página 13 pelo *El Espectador* em 19 de setembro de 2013, Mauricio Jaramillo Jassir considera que a política exterior brasileira deveria servir de exemplo para a Colômbia e que o fato de Dilma ter cancelado sua visita à Casa Branca “põe em evidência que sua política exterior conta com um alto grau de coerência que permite reagir diante desse tipo de situação, sem temer por represálias que o Estado mais poderoso do mundo possa lhe causar”<sup>22</sup> (JASSIR, 2013, p. 13). E acrescenta que o Brasil está buscando ser um

---

<sup>21</sup> “revolución económica sin precedentes com um beneficio social que ha permitido sacar a decenas de miles de familias de la miséria” (tradução nossa).

<sup>22</sup> “Brasil demuestra con este gesto que no tiene disposición para recibir semejante trato. A la vez pone en evidencia que su política exterior cuenta con um alto grado de coherencia que le permite reaccionar ante este tipo de situaciones, sin temer por las represálias que el Estado más poderoso Del mundo pueda emprender em su contra” (tradução nossa).

contrapeso regional à hegemonia dos Estados Unidos. A través de medidas ou posturas como as restrições à migração estadunidense, em represália pelo tratamento aos brasileiros nesse país (...) Brasil confirma essa disposição e relança o debate sobre os limites contemplados dentro do Estado de direito que Washington tem usado em nome da segurança (JASSIR, 2013, p. 13)<sup>23</sup>

Os termos utilizados por esse colunista conferem respeito à política internacional brasileira e coloca o país em uma posição de destaque na região. Sendo assim, essa coluna traz prestígio ao Brasil ao valorizar suas atitudes mediante o caso de espionagem norte-americano em países da América Latina.

O *El Tiempo* não chegou a se manifestar no gênero opinativo a respeito desse conflito, mas em uma das notícias que repercutiu esse assunto, classificou mais uma vez o Brasil como um dos “gigantes” da região, ao lado do México. Esse termo também voltou a ser utilizado em uma das notícias sobre os protestos que aconteceram durante o Dia da Independência do Brasil (7 de setembro), quando usou “gigante sul-americano” para se referir ao país.

Sobre a crise que envolveu a fuga de um político boliviano para o país com a ajuda de um embaixador brasileiro, o *El Tiempo* publicou um editorial na página 20 do dia 30 de agosto de 2013 sob o título “Asilo, fuga e crise”, em que considera que essa situação afeta a “prestigiosa” imagem do Itamaraty. Ou seja, ao mesmo tempo em que um assunto rendeu repercussão positiva para a política exterior brasileira, como é o caso da espionagem norte-americana em países sul-americanos, outro acabou enfraquecendo a imagem do país.

No entanto, esses assuntos foram tratados de modo diferente em ambos os jornais como é possível observar pelos trechos acima. Enquanto um optou por trazer a repercussão do acontecimento que gerou certa credibilidade ao país em gêneros mais informativos e o que impactou de modo negativo em um editorial, o outro fez o contrário. Em uma coluna de opinião, o *El Espectador* publicou ideias que exaltavam a política internacional brasileira enquanto os gêneros mais informativos foram utilizados para relatar sobre o caso do político boliviano que teve ajuda de um embaixador brasileiro para fugir de seu país.

---

<sup>23</sup> “El anuncio de la presidenta brasileña le otorga a Brasil una imagen que por años ha buscado como un contrapeso regional a la hegemonia de Estados Unidos. A través de medidas o posturas como las restricciones a la migración estadounidense, em represália por el trato a los brasileños em esse país (...) Brasil confirma esse talante y relanza el debate sobre los limites contemplados dentro Del Estado de derecho que Washington há rebasado em nombre de la seguridad” (tradução nossa).

Durante o período analisado foram encontradas três grandes reportagens sobre o Brasil. Elas foram publicadas pelo *El Tiempo* e ocupam uma página cada. Os assuntos abordados por elas foram: esporte, meio ambiente e cultura, sob os títulos de “Qual é o Ronaldo verdadeiro?”, “Ressurge a devastação na Amazônia” e “O maior poeta erótico do Brasil”, que foram publicados nos dias 24 e 25 de agosto de 2013.

A reportagem da devastação tem certa justificativa por ser de interesse público dos leitores desses jornais acontecimentos que se desenrolam na região, principalmente sobre a Amazônia, que também faz parte da Colômbia.

No entanto, os temas escolhidos que deram origem aos mais profundos relatos publicados sobre o Brasil geram as seguintes questões: são esses os assuntos que mais vendem sobre o país em jornais no restante do mundo, uma vez que ocuparam os maiores espaços de todas as páginas analisadas desses jornais? E a identidade nacional brasileira está ligada de alguma forma com esses temas?

O fato de dedicar tal espaço para textos que se relacionam com futebol, descaso com o meio ambiente e sexualidade também pode levantar o seguinte questionamento: será esta a maneira como esse jornal colombiano retrata o Brasil?

Em uma resenha desse mesmo jornal que aborda sobre uma série que se passa no Brasil sobre prostituição chamada “O Negócio”, é dito que esse programa aborda o tema de um modo diferente de como geralmente é retratado, porém utiliza a seguinte frase, em determinado momento, para definir o programa: “O negócio funciona por essa camada de irreverência e por uma interessante encenação na qual não falta o erotismo”<sup>24</sup>. Sendo assim, é possível perceber que em alguns momentos a representação do Brasil está ligada também ao sensualismo. Por que optar falar sobre esse assunto e não sobre outro programa da televisão brasileira?

No entanto, ainda que em um espaço menor, no *El Tiempo* também foi publicado que “ninguém tem tanto talento para a música como os brasileiros”<sup>25</sup> e no *El Espectador* que, com nove posições no *ranking* dos 50 melhores restaurantes da América Latina, o

---

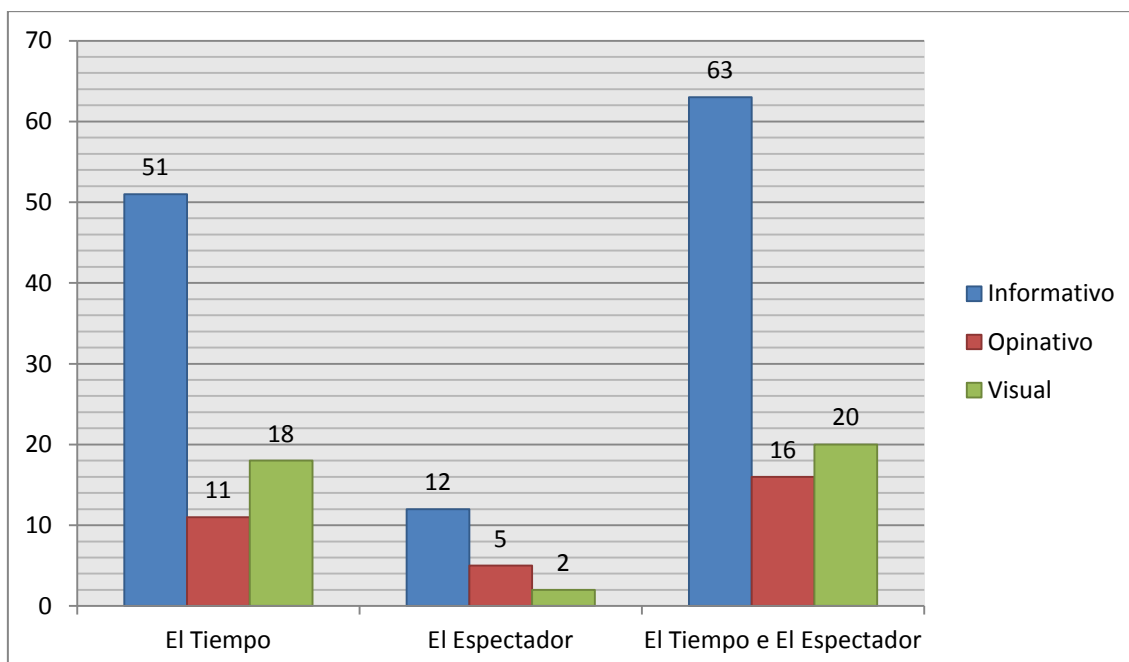
<sup>24</sup> “El negocio funciona por esa capa de irreverencia y por una interesante puesta en escena en la que no falta el erotismo” (tradução nossa). Trecho retirado da resenha “La otra cara de un antiguo y polémico negocio” da página 6 encontrado na editoria *Cultura y Entretenimiento* do dia 28 de agosto de 2013.

<sup>25</sup> “...nadie tenía tanto talento para la música como los brasileños” (tradução nossa). Trecho retirado da reportagem “‘Alguna vez estuve muerto’ la nueva novela de Quiroz” da página 19 encontrado na editoria *Documento* do dia 20 de setembro de 2013.

“Brasil também tem deixado evidente sua grande riqueza cultural e gastronômica”<sup>26</sup>.  
Termos favorecem a imagem do Brasil ao ressaltar os aspectos culturais.

Com a pesquisa, também se chegou ao resultado de que dos textos veiculados durante o período analisado desses dois jornais: 63 são informativos, ou seja, 64%; 20 (20%) são visuais e 16 são opinativos, o que corresponde a 16%. Já quando observados separadamente, apesar de o gênero informativo também ocupar o primeiro lugar no *El Tiempo*, o segundo lugar fica com visual e o opinativo aparece em terceiro. Ao contrário do *El Espectador*, em que o opinativo vem em segundo, logo atrás do informativo. O visual ocupa a terceira colocação nesse jornal como pode ser conferido no gráfico 12.

Gráfico 12 - Quantidade (nº) gênero informativo, opinativo e visual *El Tiempo* e *El Espectador*



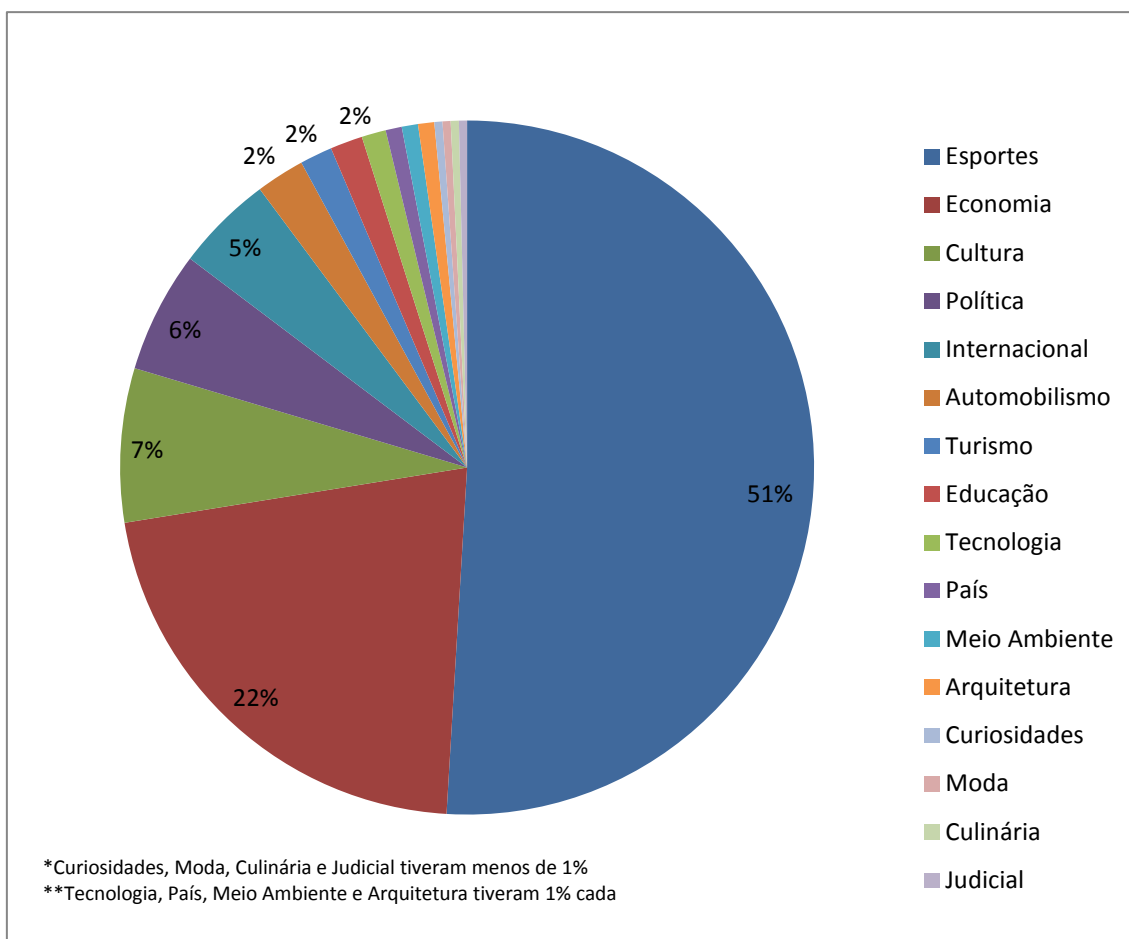
## 6.6 Quanto aos textos em que o Brasil foi citado ou apareceu como complemento

Nem sempre o Brasil apareceu como assunto principal de uma matéria. Em alguns casos ele foi apenas citado em textos que não lhe dizem respeito ou ainda utilizado como complemento de alguma matéria, em que não foi apenas citado, mas também não está em primeiro plano, servindo para dar subsídios aos relatos.

<sup>26</sup> “Con nueve posiciones en el listado, Brasil también há hecho evidente su gran riqueza cultural y gastronômica” (tradução nossa). Trecho retirado da coluna “Las capitales del sabor” da página 54 encontrado na editoria *Comer & Beber* do dia 8 de setembro de 2013.

No total foram 265 citações, sendo que 135 apareceram em esportes, o que corresponde à 51%; 57 (22%) em economia; e 19 foram identificadas em cultura, portanto, 7%. Nas últimas posições estão curiosidades, moda, culinária e judicial com uma aparição cada (ver gráfico 13).

Gráfico 13 - Quantidade (%) citações *El Tiempo* e *El Espectador*



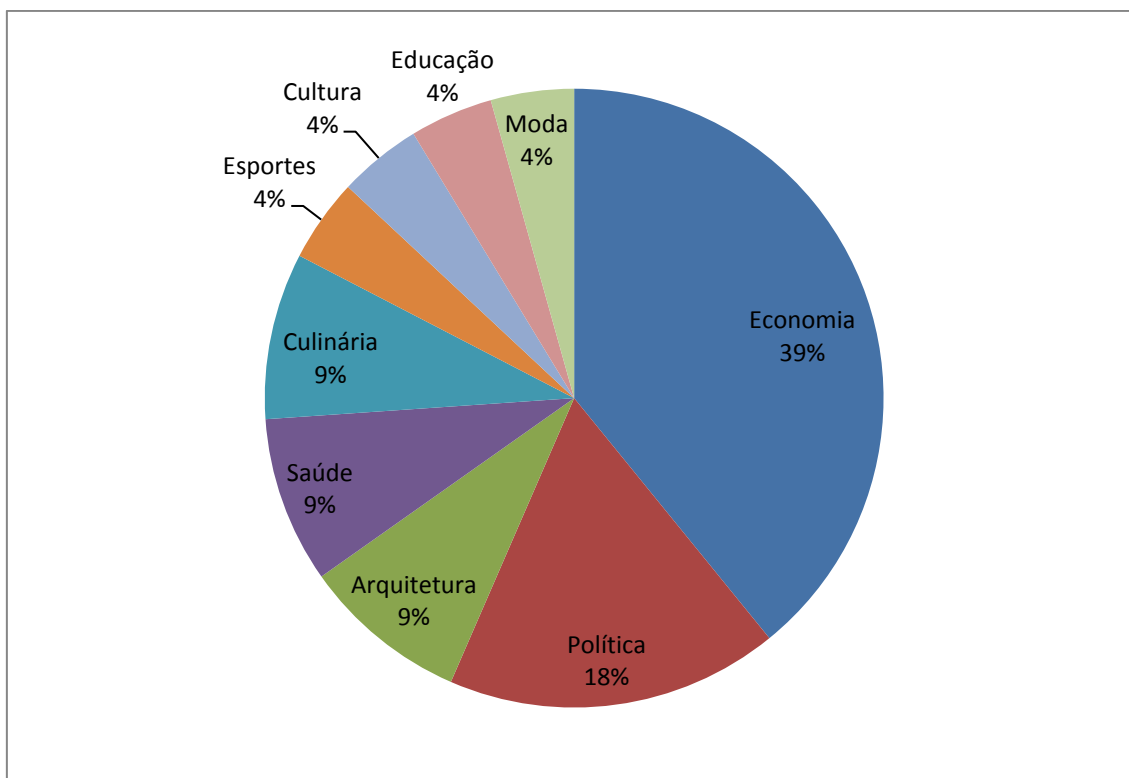
Quando observados separadamente, ambos os jornais também apresentam o tema de esportes como primeiro lugar no número de citações, com 89 para o *El Tiempo* e 46 para o *El Espectador*, assim como o segundo e o terceiro lugar para economia e cultura, respectivamente. Enquanto o primeiro jornal traz 29 e 10 citações nestes assuntos; o segundo traz 28 e 9.

Com esses dados, é possível notar que no que se refere a citações, economia já não se encontra mais em primeiro lugar nos assuntos que se relacionam com o Brasil e que esportes está no topo de ambos os jornais.

Em matérias onde apareceu em segundo plano, o Brasil foi mais recorrente em economia e política com nove e quatro aparições, respectivamente. A terceira colocação

ficou dividida entre arquitetura, saúde e culinária, em que o país apareceu duas vezes em cada. As porcentagens em que o Brasil apareceu como objeto secundário das matérias podem ser conferidas no gráfico 14.

Gráfico 14 - Quantidade (%) complemento *El Tiempo* e *El Espectador*



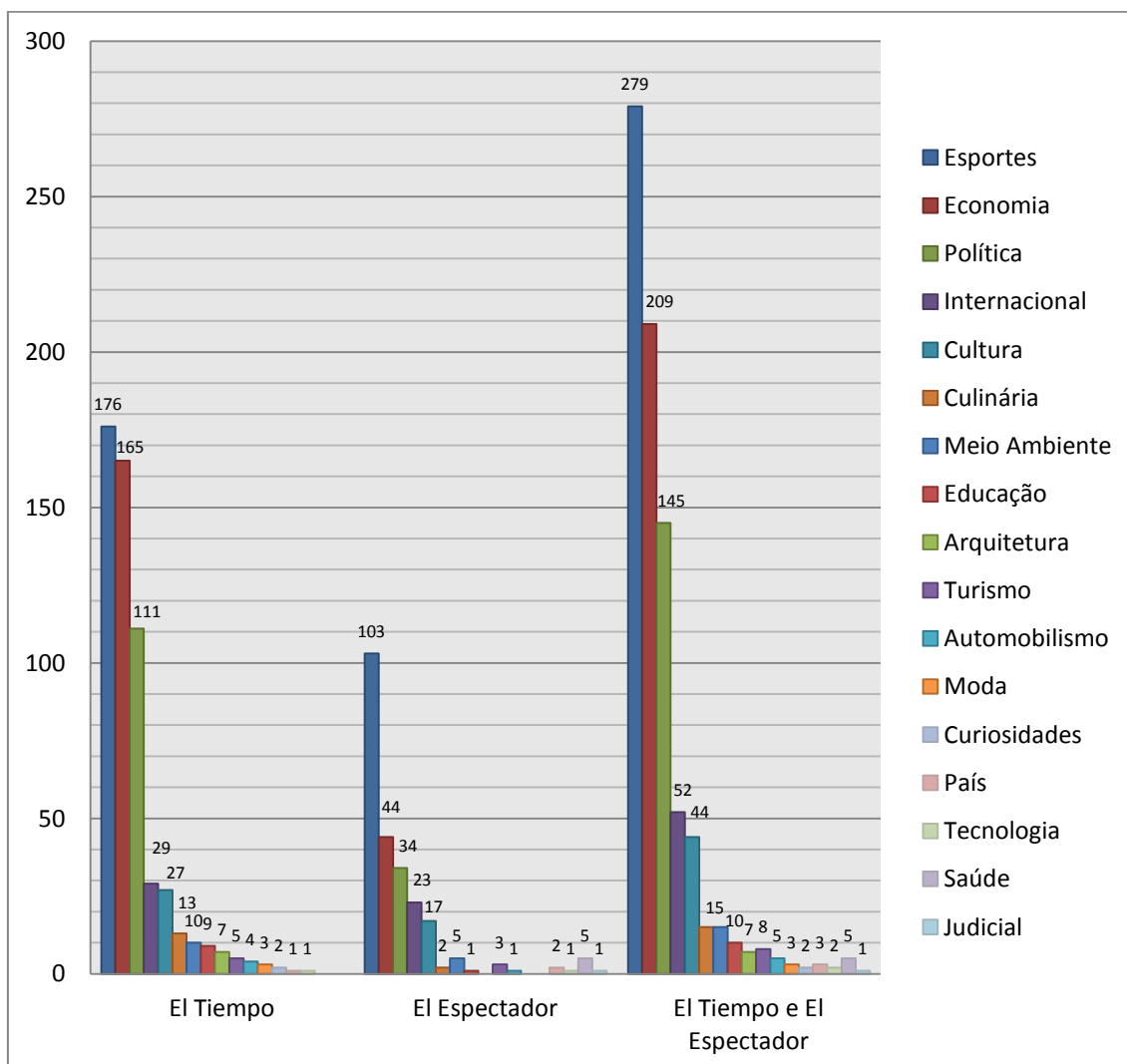
### 6.7 Quanto ao número de palavras “Brasil” e suas derivações presentes nos jornais

Com a pesquisa também foram contabilizadas o número de palavras “Brasil”, “brasileños”, “brasileñas”, “brasileras” e “brasileros” que apareceram no decorrer dos 62 jornais recolhidos no período de um mês, o que não se restringe a apenas uma das categorias analisadas e inclui aquelas palavras que apareceram tanto nos gêneros jornalísticos informativos, opinativos e visuais, como as que estiveram presentes em citações e complementos.

O resultado mostra que, ao todo, foram encontradas 805 palavras, sendo que 279 estão relacionadas ao esporte, 209 à economia e 145 à política. Esse *ranking* permanece quando analisados os jornais separadamente. No *El Tiempo*, 176 palavras foram identificadas em esportes, 165 em economia e 111 em política. Já no *El Espectador*, 103 palavras estão presentes em esportes, 44 em economia e 34 em política.

Entre os assuntos menos recorrentes na soma de ambos os jornais estão: judicial, com uma aparição; e curiosidades e tecnologia, com duas palavras cada (ver gráfico 15).

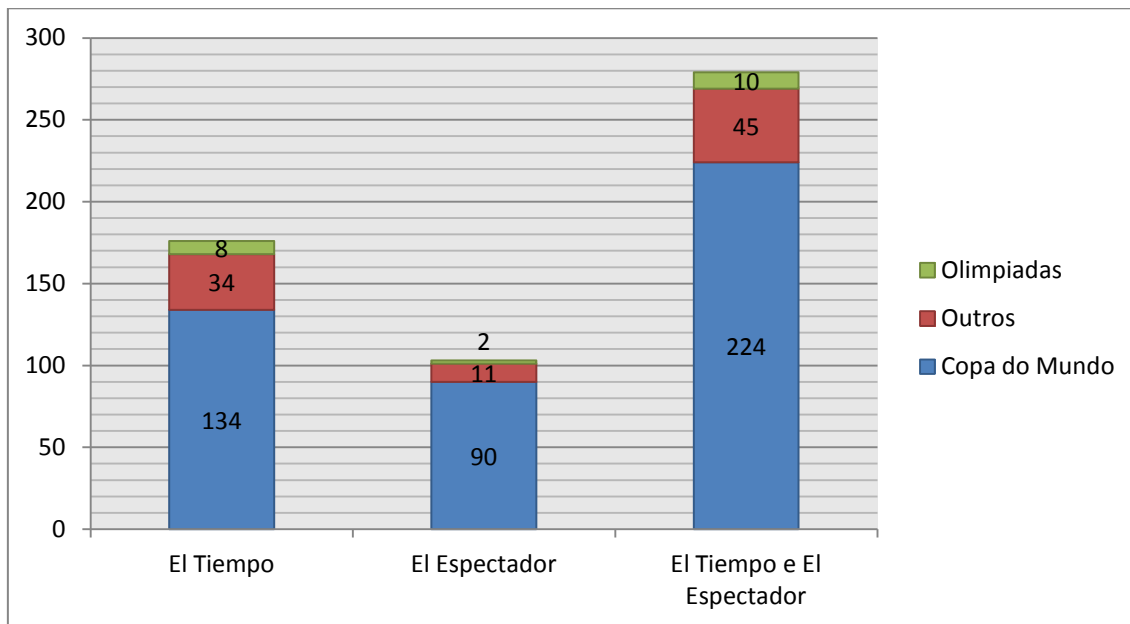
Gráfico 15 - Quantidade (nº) palavras *El Tiempo* e *El Espectador*



Também foram contabilizadas as palavras que, dentro do tema de esportes, estão relacionadas de alguma maneira com a Copa do Mundo e com as Olimpíadas que irão acontecer no Brasil em 2014 e 2016, respectivamente. E os resultados mostraram que das 279 palavras que foram encontradas em esportes, 224 estão relacionadas à Copa do Mundo, 10 são sobre as Olimpíadas e 45 dizem respeito a outros assuntos que não estão relacionados a esses eventos esportivos (ver gráfico 16).



Gráfico 16 - Quantidade (nº) palavras relacionadas às Olimpíadas e Copa do Mundo dentro de esportes *El Tiempo* e *El Espectador*



Essa quantidade significativa de palavras Brasil e suas variações relacionadas às Olimpíadas e, principalmente, à Copa do Mundo pode ser explicada pela teoria do *agenda setting*. Esses dois eventos esportivos são os principais que acontecerão nos próximos anos e terão sede no Brasil. Portanto, os jornais colombianos ao relatar sobre esses acontecimentos, inevitavelmente fazem referência ao país.

Mas o que faz com que esses eventos ganhem destaque nas mídias? É exatamente o que a teoria do *agenda setting* busca explicar, o que faz com que um evento se torne importante é o destaque que ele recebe nos meios de comunicação.

Durante a pesquisa, também foi encontrado um conflito de informações. Em uma das notícias veiculadas em *Negocios* no dia 11 de setembro de 2013 na página 12 do *El Espectador*, é dito que o “Brasil está pronto para o Mundial” e que “a remodelação e construção de hotéis prontos e a manutenção dos estádios ou arenas – como diriam os anfitriões – preparada nas 12 cidades onde se viverá a festa do futebol”<sup>27</sup>.

No entanto, segundo uma notícia publicada no site *Zero Hora* em 19 de abril de 2014, as obras dos estádios estão atrasadas e serão entregues próximos da estreia do mundial de futebol.

<sup>27</sup> “...la remodelación y creación de hoteles listo y el mantenimiento de los estadios o arenas – como dirían los anfitriones – preparado em las 12 ciudades donde se vivirá la fiesta del fútbol” (tradução livre).

...faltando menos de dois meses para a Copa, ainda há muito por fazer dentro e fora do Itaquerão. Dos 12 estádios, justamente o da abertura é o mais atrasado. A instalação das arquibancadas temporárias, necessárias para chegar à capacidade exigida para a estreia da Seleção Brasileira contra a Croácia, em 12 de junho, só deve terminar em maio (GASPARETTO, 2014, s/p).

A matéria publicada pelo *El Espectador* não está assinada, sendo assim, não é possível saber se foi escrita pelo jornal, por uma agência de notícias ou por um correspondente internacional. No entanto, ao comparar essas duas notícias sobre a situação das obras da Copa do Mundo que irá acontecer no Brasil, é perceptível uma divergência de informações.

Após a exposição dos dados que apontaram a frequência com que o Brasil apareceu em ambos os jornais analisados, além dos temas e gêneros jornalísticos mais recorrentes, serão fornecidos os principais resultados que se chegaram a partir da presente pesquisa.

## **6.8 Resumo dos principais resultados**

A quantidade de notas sobre o Brasil encontradas nos dois jornais é notavelmente superior aos demais gêneros jornalísticos. Isso ocorre porque os acontecimentos deste país não apresentam um grau de interesse público tão elevado quanto aqueles apresentados por notícias regionais, por isso, gêneros em que haja uma maior objetividade na transmissão de informações são privilegiados.

Em relação aos temas mais recorrentes, a visão que o *El Tiempo* tem a respeito do Brasil está ligada aos aspectos econômicos do país. Todavia, nem sempre ele mostra o seu pensamento a respeito desse tema. Dentro de economia, o jornal apresenta uma página que é de responsabilidade do *The Wall Street Journal* onde são veiculadas ideias que os Estados Unidos têm a respeito do Brasil.

Apesar do *El Espectador* também possuir uma seção em que veicula notícias de um jornal norte-americano, o número de matérias relacionadas ao Brasil publicadas por ela em economia não é superior ao restante do jornal.

No *El Espectador*, houve uma diversidade nos temas mais recorrentes, já que a primeira colocação ficou dividida entre economia, política e esportes. Mas ao abordar sobre a economia brasileira, o jornal apresenta mais de um ponto de vista a respeito do assunto, às vezes opostos.

Em relação à política internacional brasileira, que foi outro assunto que recebeu destaque nesses jornais, pode-se dizer que eles apresentam opiniões divergentes. O *El Espectador* adotou uma clara postura favorável ao país mediante a situação de espionagem dos Estados Unidos em países como Brasil e México, chegando a apresentar um trecho em que diz que a Colômbia deveria se espelhar no país e ser capaz de enfrentar a maior potência do mundo sem medo de sanções. Quanto à situação da fuga de um político boliviano para o Brasil, esse jornal se conteve no relato mais informativo sobre o acontecimento.

Já o *El Tiempo* priorizou esse segundo acontecimento, dizendo que a imagem do Itamaraty foi prejudicada e se restringiu a apenas informar sobre o caso de espionagem.

Os resultados também mostram que o número de citações em que o Brasil aparece em matérias nas quais não está em primeiro plano é superior ao número de gêneros opinativos e informativos encontrados em ambos os jornais. E sua recorrência é maior em assuntos que estão relacionados a esportes. Contabilizando o número de palavras que apareceram em todos os jornais, percebe-se que o nome Brasil e suas derivações também estão mais relacionados a esportes, principalmente em matérias sobre futebol. Mesmo que não haja uma qualificação a respeito do país nesses casos, o fato de essas palavras estarem relacionadas a esse esporte cria um tipo de associação entre ambos.

Além disso, ao longo do período analisado, foram encontradas três reportagens especiais nas quais eram abordados assuntos de cultura (com ênfase no erotismo do poeta brasileiro logo no título e na foto que ilustra a matéria), futebol e desmatamento. O resto do material encontrado em ambos os jornais dedicavam um espaço menor ao fornecer informações sobre o Brasil, ou seja, os gêneros jornalísticos utilizados no restante dos jornais não apresentavam informações tão aprofundadas como esse e ainda ocupavam um espaço menor na página quando apareciam.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A consolidação do jornalismo internacional como um novo ramo profissional permitiu que acontecimentos que envolvem outras regiões do planeta cheguem ao conhecimento de todos os indivíduos. No entanto, caso esses assuntos não recebam um tratamento adequado podem afetar a imagem do país retratado e criar certos estereótipos, uma vez que os meios de comunicação tem a capacidade de reproduzir ideais massivamente e também criar representações, que podem ou não ser incorporadas pelos indivíduos.

A revisão bibliográfica presente neste trabalho permitiu que conceitos como identidade individual e nacional, representação, poder dos meios de comunicação e estereótipos fossem explorados e, com isso, a influência que a mídia possui em âmbito internacional. A abordagem do jornalismo internacional em um dos capítulos também permitiu que se compreendesse os mecanismos que os meios de comunicação dispõem para realizar uma cobertura de acontecimentos que fogem do âmbito local.

Um dos recursos frequentemente utilizado pelo *El Tiempo* foi a veiculação de notícias sobre o Brasil em uma página dedicada a um jornal norte-americano, especialmente no que se refere à economia. Os textos a respeito desse tema representam 49% de todos os assuntos identificados neste jornal. Dentro dessa porcentagem, 74% do material encontrado (quando o Brasil aparece como objeto principal) foi veiculado através de uma página que pertence ao *The Wall Street Journal Americas*. Isso significa que os leitores do *El Tiempo* estão consumindo informações sobre o Brasil a partir do ponto de vista dos norte-americanos.

Além de textos informativos, foram encontrados nessa editoria matérias opinativas que, apesar de não serem a maioria (foram encontrados 7 artigos, 20 notas e 5 gráficos), são as que mais dedicam espaço (se comparadas as notas) ao trabalhar determinado assunto.

Sendo assim, o *The Wall Street Journal Americas* está claramente impondo suas percepções em uma realidade da qual não está diretamente inserida. E o *El Tiempo* está contribuindo para essa propagação ao publicar em suas páginas a opinião dessa seção. Esse aspecto mostra a influência que a coluna desse jornal norte-americano tem sobre esse jornal. No entanto, as vezes não é apenas a visão norte-americana uma vez que a aplicação de investidores estrangeiros nos meios de comunicação também podem influenciar na veiculação de determinados assuntos.

A visão estrangeira não se restringe a essa seção do jornal. Ao todo foram 12 matérias que tiveram como base textos enviados por esse serviço. E o mais impressionante é que das 8 notícias publicadas sobre o Brasil pelo *El Tiempo*, mais da metade (5 delas), são de agências de notícias.

Por ser o periódico de maior circulação na Colômbia, o *El Tiempo* deveria se preocupar em não apenas ser um reprodutor de informações a respeito de outros países, mas um produtor, pois no momento está prestando um desserviço aos seus leitores.

Atualmente, é difícil manter um correspondente internacional e, por isso, muitas vezes os jornais recorrem aos serviços de informações estrangeiros para garantir o acesso ao conhecimento sobre outros países ao seu público leitor. No entanto, uma alternativa para não deixar que a visão deles seja inserida na realidade local seria o uso de gêneros opinativos pelos jornais. A partir de colunistas e especialistas, os jornais poderiam trazer suas percepções e o impacto dos acontecimentos desenvolvidos em território brasileiro para a população colombiana a partir de uma visão própria.

No *El Espectador* a maioria das matérias não estava assinada, o que impossibilitou o conhecimento de sua origem.

Tendo em conta a: frequência, qualificação e espaço fornecido para os textos que dizem respeito ao Brasil, também é possível concluir que, durante o período analisado, os dois jornais reforçam alguns estereótipos, tais como o Brasil como país sexual, do futebol e com alto nível de desmatamento, uma vez que destacam e garantem uma maior visibilidade para textos que abordam sobre esses assuntos.

A identidade nacional brasileira é construída por esses meios de comunicação a partir do modo como ele foi representado, ou seja, tendo como base um discurso em que nota-se a presença de alguns estereótipos. Além disso, é retratado como um país que está passando por dificuldades econômicas e cuja política internacional tem grande influência na região, ainda que com seus altos e baixos. No entanto, para esse último aspecto não há um consenso em ambos os jornais devido ao privilégio que eles dão para diferentes aspectos da política internacional brasileira.

Durante a pesquisa, também foi encontrado um conflito de informações em uma das matérias encontradas ao longo desse um mês de jornais. Assim como na divulgação de informações que possuem âmbito nacional, as matérias que relatam acontecimentos internacionais também devem receber uma atenção especial, pois acabam influenciando no modo como uma nação é vista pela população local. A divulgação de informações mal apuradas é um erro grave cometido pelos jornalistas, pois os meios de comunicação

tem um alcance muito grande. Um erro desses pode acabar se propagando rapidamente e tomar outras proporções.

É importante ressaltar que os resultados alcançados por este estudo estão vinculados ao período de jornais analisado. Portanto, caso observado um tempo distinto daquele estipulado é possível que se encontrem outros resultados devido à sazonalidade das informações.

Como é possível perceber, o campo abordado na pesquisa tem um grande potencial exploratório e pode gerar o desenvolvimento de outros estudos. Verificar se há distinções entre a imagem do Brasil em diferentes meios de comunicação estrangeiros é uma vertente interessante a ser explorada, assim como a repercussão do país, por esses jornais, comparada a outras nações latino-americanas. Defendemos a criação de uma disciplina de jornalismo internacional na UFV, já que esta matéria não está na grade do curso de jornalismo dessa instituição como obrigatória ou optativa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCURI, Gabriela *et al.* O Relatório MacBride – história, importância e desafios: Fonte de desavenças e discussões no contexto comunicacional, o Relatório MacBride ainda é tratado com polêmica na atualidade. **SINUS**. Disponível em: <<http://sinus.org.br/2012/wp-content/uploads/05-AC.pdf>>. Acessado em 9 de maio de 2014.

ASSIS, Francisco de; MELO, José Marques de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

BARBIERI, Renato. Colômbia: do surgimento das guerrilhas ao Plano Colômbia. **História e Luta de Classes**. Disponível em: <<http://www.historiaelutadeclasses.uff.br/index.php/HLC/article/viewFile/8/8>>. Acessado em 5 de maio de 2014.

CARVALHO, Carla Ramos de; MEYER, Camila Torres. Colômbia: perfil e oportunidades comerciais. **Apex Brasil**. Disponível em: <[http://www2.apexbrasil.com.br/media/estudo/colombia\\_17102012163818.pdf](http://www2.apexbrasil.com.br/media/estudo/colombia_17102012163818.pdf)>. Acessado em 23 de abril de 2014.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo não se divide em Opinião e Informação. **O XIS da Questão**. Disponível em: <[http://www.oxisdaquestao.com.br/admin/arquivos/artigos/2012\\_7\\_31\\_14\\_34\\_6\\_09719.pdf](http://www.oxisdaquestao.com.br/admin/arquivos/artigos/2012_7_31_14_34_6_09719.pdf)>. Acessado em 2 de maio de 2014.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Opinião x Informação, uma fraude teórica?. **Mural PJ:Br – Jornalismo Brasileiro**. Disponível em: <[http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/manchetes\\_009.htm](http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/manchetes_009.htm)>. Acessado em 2 de maio de 2014.

COLOMBIA, el sexto país com más católicos. **Semana**. Disponível em: <<http://www.semana.com/mundo/articulo/colombia-sexto-pais-mas-catolicos/333397-3>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

CONFIRA o ranking das 50 maiores economias do mundo. **Terra**. Disponível em: <<http://economia.terra.com.br/pib-mundial/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

CONFIRA o ranking de países pelo Índice de Desenvolvimento Humano. **Deepask**. Disponível em: <<https://www.deepask.com/goes?page=Confira-o-ranking-de-paises-pelo-Indice-de-Desenvolvimento-Humano>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

DUARTE, Nathália; LAURIANO, Carolina. IBGE atualiza dados do censo e diz que Brasil tem 190.755.799 habitantes. **G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/04/ibge-atualiza-dados-do-censo-e-diz-que-brasil-tem-190755799-habitantes.html>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

ELHAJJI, Mohamed *et al.* Jornalismo Internacional. **ECO: Portal da Escola de Comunicação da UFRJ**. Disponível em:

<[http://www.eco.ufrj.br/portal/servicos/downloads/jornalismointernacional\\_apostila.pdf#page=50](http://www.eco.ufrj.br/portal/servicos/downloads/jornalismointernacional_apostila.pdf#page=50)>. Acessado em 24 de abril de 2014.

ETNOGRAFIA Colombiana. **Pao Multimedia**. Disponível em: <<http://paomultimedia.wordpress.com/etnografia/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

FILHO, João Freire. **UNIFOA**. Disponível em: <[http://www.unifoa.edu.br/portal/plano\\_aula/arquivos/04848/M%C3%ADdia,%20Esteri%C3%B3tipo%20e%20Representa%C3%A7%C3%A3o%20das%20minorias.pdf](http://www.unifoa.edu.br/portal/plano_aula/arquivos/04848/M%C3%ADdia,%20Esteri%C3%B3tipo%20e%20Representa%C3%A7%C3%A3o%20das%20minorias.pdf)>. Acessado em 24 de abril de 2014.

FONTES, Carlos. Uma Viagem pelo Mundo Português. **Lusotopia**. Disponível em: <<http://lusotopia.no.sapo.pt/indexOPColombia.html>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

FORMIGA, Fábio de Oliveira Nobre. A evolução da hipótese de agenda-setting. **Repositorio**. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2257/3/Formiga,%20F.%20A..pdf>>. Acessado em 30 de abril de 2014.

FRIGOLETTO, Eduardo. Países Desenvolvidos e Países Subdesenvolvidos. **Frigoletto**. Disponível em: < <http://www.frigoletto.com.br/GeoEcon/desxsub.htm>>. Acessado em 1º de junho de 2014.

GASPARETTO, Cristiel. Obras atrasadas, euforia, e apreensão: o clima em torno do Itaquerão, palco da abertura da Copa. **Zero Hora**. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/esportes/copa-2014/noticia/2014/04/obras-atrasadas-euforia-e-apreensao-o-clima-em-torno-do-itaquerao-palco-da-abertura-da-copa-4478718.html>>. Acessado em 22 de abril de 2014.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, Stuart (org.). **Cultural representation and cultural signifying practices**. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997, p. 01-62.

JARAMILLO, Dolcey Romero. Abolición de la Esclavitud em Colombia. **Toda Colombia**. Disponível em: <<http://www.todacolombia.com/etnias/afrocolombianos/abolicionesclavitud.html>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

LIMA, Naira Regina de. O cinema colombiano e seu contexto social: considerações sobre a proposta realista de Víctor Gaviria/El cine colombiano y su contexto social: consideraciones sobre la propuesta realista de Víctor Gaviria. **UNAULA**. Disponível em: <<http://www.unaula.edu.co/sites/default/files/ratio10.pdf#page=68>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

LOPES, Maria Cecília. **A imagem do Brasil no jornalismo estrangeiro**. Tese (Doutorado) - Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, 2010.



MAISONNEUVE, Jean. Opiniões e estereótipos. In: **Introdução à psicossociologia**. São Paulo: Edusp, 1997, p. 110-125.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª edição. São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MENDES, Daniel. Da Colômbia para o mundo: a cúmbia e sua expansão. **Mais Caribe**. Disponível em: <<http://maiscaribe.blogspot.com.br/2013/04/da-colombia-para-o-mundo-cumbia-e-sua.html>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

MORRE o escritor colombiano Gabriel García Márquez. **Rolling Stone**. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/morre-gabriel-garcia-marquez/>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional**. São Paulo: Contexto, 2004.

NOVELLI, Ana Lucia Romero *et al.* **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª Edição. Jorge Darte, Antonio Barros (org.). São Paulo: Atlas, 2009.

PACIEVITCH, Thais. História da Colômbia. **InfoEscola**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/colombia/historia-da-colombia/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

PAGANOTTI, Ivan. Imagens e estereótipos do Brasil em reportagens de correspondentes internacionais. **Rumores: Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias**. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/rumores/article/view/-6474>>. Acessado em 24 de abril de 2014.

POSADA, Ruben Calle. Descripción de los ritmos colombianos. **Ritmos de Colombia**. Disponível em: <<http://ritmosdecolombia.blogspot.com.br/>>. Acessado em 1º de maio de 2014.

RAMÍREZ, Socorro. A Colômbia e o Brasil, separados (e unidos) pelo comércio e pela segurança. **Nuso**. Disponível em: <[http://www.nuso.org/upload/articulos/p7-7\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/p7-7_1.pdf)>. Acessado em 23 de abril de 2014.

SANTIAGO, Emerson. Relações entre Brasil e Colômbia. **InfoEscola**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/geografia/relacoes-entre-brasil-e-colombia/>>. Acessado em 23 de abril de 2014.

SILVA, Anna Flávia Rocha e. Correspondentes Internacionais: um diálogo entre culturas. **UFJF**. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/ASilva1.pdf>>. Acessado em 9 de maio de 2014.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e Diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 07-72.

## ANEXOS A



debes saber **debes leer** debes hacer clasificados

Maria Adelaida Puerta vuela desde hoy en 'La Mariposa'

**EL TIEMPO**

Lunes \$1.500

Los 'indignados' del mundo tienen el reto de superar una dura represión.

www.eltiempo.com BOGOTÁ - COLOMBIA 16 DE ENERO DE 2012 AÑO 100 - Nº 35.74 - AFILIADO A SIP Y ANDARÉS - ISSN 0013-9897

# A. Latina hace crecer al sector exportador

Ventas a países de la Aladi sumaron 9 mil millones de dólares. Compras de Argentina y Chile crecen más de 100%.

América Latina se está convirtiendo en un atractivo destino para los exportadores colombianos. En los primeros 11 meses del año pasado, solo las ventas a Argentina crecieron 114 por ciento, mientras que las que se hacen a Chi-

le, subieron en 101 por ciento. En total, Colombia les vendió 9.000 millones de dólares a los países que integran la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), con un crecimiento total del 32 por ciento entre el 2010 y el 2011.

## MININTERIOR DESMIENTE RUMORES 'No hay negociación con Fare': Gobierno

El ministro del Interior, Germán Vargas Lleras, salió ayer al paso de los rumores según los cuales el Gobierno estaría dialogando en secreto con la guerrilla de las Fare. "No está adelantando en este momento ningún ti-

po de negociaciones con ninguna organización" armada ilegal, declaró. Vargas Lleras reiteró que el presidente Santos sólo considerará esa posibilidad si hay gestos contundentes de paz.

## FÚTBOL Falcao vuelve a la senda goleadora



El delantero Radamel Falcao García anotó dos de los goles con que el Atlético de Madrid derrotó ayer al Villarreal 3-0. Los colombianos andan en un buen momento en Europa.

## SEGURIDAD Proponen desarme de los celadores

En medio del debate por la prohibición del porte de armas de fuego, el superintendente de Vigilancia y Seguridad Privada, Luis Felipe Marquetti, pide restringir el uso de armas en este sector. "Preferimos hombres bien comunicados con la Policía a vigilantes con armas", dijo. Y añadió que estas solo deberían ser usadas en casos excepcionales, como los transportes de valores y los esquemas de escoltas.

## ÍNDICE

|              |    |
|--------------|----|
| Índice       | 8  |
| mundo        | 7  |
| economía     | 7  |
| deportes     | 18 |
| reportajes   | 18 |
| diálogos     | 4  |
| clasificados | 2  |
| empleos      | 2  |

## NAUFRAGIO 'Revivimos lo del Titanic'

Steve Franco, uno de los 20 colombianos que salieron ileso del naufragio del crucero italiano Costa Concordia, relató a EL TIEMPO que esta experiencia le recordó el hundimiento del Titanic. "Veas como caían platos y mesas, a la gente tirándose del barco desesperada", contó. Ayer fueron halladas tres personas con vida, el número de muertos ascendió a 5 y el de desaparecidos se redujo a 13. La naviera responsabilizó del accidente al capitán del barco.

## RALLY DOBLETE DE FRANCIA EN EL DAKAR

Los franceses Stéphane Peterhansel (foto) y Cyril Despres ganaron, en carros y motos, respectivamente, la edición 2012 del Rally.



## NFL QUEDAN CUATRO POR LA CORONA

Cuervos, Patriots, Gigantez y 49ers son los finalistas de las Conferencias. Faltan 14 días para el Super Bowl.

## HOY EN LA WEB

**Galería** Sitios turísticos curiosos fuera de los caminos de la NFL.



**Vehículos** ¿Dónde manda en los refugios vehiculares ambientales del país?

## Haití, dos años después

En un panorama de pobreza, hambre y falta de servicios básicos en Haití, la comunidad internacional todavía está en mora de compensar lo que la naturaleza le quitó.



## CORRIDA DE LUJO EN LA SANTAMARÍA

Los toreros Julián López, el Juli, y Sebastián Castella cortaron dos orejas cada uno y salieron en hombros por la puerta grande en Bogotá.

## 'CARA A CARA' CON MARÍA ISABEL RUEDA El alcalde que derrotó a la 'Gata'

Marceto Torres, el nuevo alcalde de Miraflores (Bolívar), recorrió puerta a puerta los 82 barrios y 42 corregimientos de ese municipio en busca de votos y logró derrotar el aparato político de Enlise López, la 'Gata'. Dice que allí "se posó el diablo": se había supri-



## NUEVA PLANTA EN EE. UU. ALPINA PISA FUERTE EN N. Y.

Según un artículo de 'The New York Times' Alpina Foods, filial de Alpina, aparece como un jugador importante en el mercado del yogur. Este año espera expandirse más en Estados Unidos.

## SERIES DE HOLLYWOOD A LA TV

Actores de la talla de Dustin Hoffman, Sam Neill, Anjelica Huston y Juliette Lewis le apuestan este año a brillar en nuevas series de televisión en Estados Unidos.

HOY LOS SIGNS CON EL 50% DE DESCUENTO. Destaca tu aviso clasificado y realiza negocios efectivos.

426-6000 EL TIEMPO clasificados

OPE AHORA MARCACION DE VEHICULOS 6790000

Encuentra un beneficio tras otro en la página 4 del debes hacer

\$100 MILLONES Para su Familia Herencia Garantizada Único seguro de vida con permanencia ilimitada. COLPATRIA. Llame ya! Bogotá 321 00 32 Resto del país 01 8000 12 00 32

SALE 40% Dcto. Más de 35.000 premios en promoción del 14 de enero al 19 de febrero de 2012

www.hoyquierounpremio.com



Desde hoy hasta el 4 de abril Bogotá vuelve a ser la capital del teatro. **El Festival Iberoamericano** sube el telón. / **Cultura p. 16**



El periodista Jorge Camarasa estrena en Colombia su libro 'Mengele', sobre los nazis en América Latina. / **Cultura p. 18**



# EL ESPECTADOR

BOGOTÁ - COLOMBIA FUNDADO EN 1887 Nº 34.955 19 DE MARZO DE 2010 32 PÁGINAS [www.elespectador.com](http://www.elespectador.com) ISSN 0022-2866 \$1.300



## Condenan a Araújo

La Corte Suprema de Justicia sentenció a nueve años de prisión al ex senador Álvaro Araújo por sus vínculos con las autodefensas de 'Jorge 40'. / **Tema del Día p. 2**

## Tercer canal, en junio

Si los planes del Gobierno se cumplen, en abril se reabrirá el proceso del tercer canal privado de televisión, en junio se adjudicará y a finales de este año empezará a operar. / **Negocios p. 8**

## Colombia se baña en oro

La delegación nacional continuó con su dominio en el tablero general de medallera de los Juegos Suramericanos. Hoy, gran inauguración. / **Deportes p. 25**

| ADENTRO     |                      |
|-------------|----------------------|
| Indicadores | 3 Editorial 22       |
| Bogotá      | 10 Clasificación 28  |
| Vivir       | 14 Crónicas 30       |
| Posatiempos | 21 Un chat con... 32 |

**TODO BEBÉ Y ROPA**  
**40% DTO**  
**PePe ganga**



## En la mira...

Las fallas en el proceso electoral tienen en aprietos al registrador Carlos Ariel Sánchez, hoy investigado por la Procuraduría. El Presidente dice que lo sucedido es una vergüenza y Sánchez, que le quieren cobrar la caída del referendo. / **Voto 2010 p. 4**

El registrador Carlos Ariel Sánchez sigue en el ojo del huracán y la Contraloría también anunció una auditoría a la contratación de la Registraduría. / Gabriel Aparicio

**EN 123 AÑOS MUCHAS COSAS HAN CAMBIADO**

*Por más el diario EL ESPECTADOR, en su aniversario número 123 presentamos algunos de los mejores actos de las páginas que han pasado por esta casa editorial y los cubrimientos más importantes en la historia del país.*

*Y así como en estos 123 años, usted será un espectador de nuestra historia.*

Publicación Martes 23 de marzo  
 Cierre: viernes 19 de marzo de 2010

**EL ESPECTADOR**

PERIÓDICO POLÍTICO, LITERARIO, NOTICIOSO E INDUSTRIAL.  
 DIRECTOR RESPONSABLE: FIDEL GARCÍA

Información y Reservas: Equipo Comercial / Bogotá Tel: (1) 423 2300 Exts. 1141 - 1142 - 1225 - 1474 - 1304 - 1322  
 Medellín Tel: (4) 414 1419 - 414 1212 / Cali Tel: (2) 661 3236 y 661 0547 / Barranquilla Tel: (8) 358 8237 - 358 9744

## **ANEXOS C**