

# ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS DIARIOS EL PAÍS Y FOLHA DE S. PAULO EN LA FINAL DE LA COPA DE LAS CONFEDERACIONES

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE COVERAGE OF THE FINAL MATCH OF THE 2013 CONFEDERATIONS CUP IN THE NEWSPAPERS EL PAÍS (SPAIN) AND FOLHA DE SÃO PAULO (BRAZIL)

ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE OS JORNAIS EL PAÍS E FOLHA DE SÃO PAULO NA FINAL DA COPA DAS CONFEDERAÇÕES

Gustavo Roese Sanfelice\*, Joaquin Marin Montin\*\*, Lafaiete Luiz de Oliveira Junior\*\*\*, Alessandra Fernandes Feltes\*\*\*\*, Norberto Kuhn Junior\*\*\*\*\*

## Palabras clave

Medios.  
Fútbol.  
Copa de las  
Confederaciones.

**Resumen:** El objetivo de este trabajo fue identificar e interpretar la producción de sentido establecida por los diarios *Folha de São Paulo* (Brasil) y *El País* (España) sobre la cobertura de la final Copa de las Confederaciones en Brasil, en 2013. Fueron analizados los diarios Folha de S. Paulo y El País de 27 de junio a 2 de julio de 2013. A partir de las unidades de significados, llegamos a las siguientes categorías: Deporte resultado; Deporte economía; Deporte infraestructura; Cuestiones políticas y sociales y Publicidad. Concluimos que las manifestaciones populares se ofertaron como un acontecimiento mediático en la cobertura de los diarios analizados, posibilitando un protagonismo simultáneo con el deporte/resultado.

## Keywords

Media.  
Football.  
Confederations Cup.

**Abstract:** The aim of this study was to identify and interpret the frames used by the newspapers *Folha de São Paulo* (Brazil) and *El País* (Spain) in the coverage of the final match of the Brazil 2013 Confederations Cup. We analyzed reports published in these newspapers from June 27 to July 2, 2013. Through the analysis of these emergent themes, the following categories were identified: sport results, sport economy, sport infrastructure, political and social issues, and advertising. We conclude that the popular protests that occurred during the tournament received substantial media attention that rivaled the coverage devoted to the sport results.

## Palavras-chave

Mídia. Futebol.  
Copa das  
Confederações.

**Resumo:** O objetivo deste trabalho foi identificar e interpretar a produção de sentido estabelecida pelos jornais *Folha de S. Paulo* (Brasil) e *El País* (Espanha) sobre a cobertura da final Copa das Confederações no Brasil em 2013. Foram analisados os jornais Folha de S. Paulo e El País de 27 de junho a 2 de julho de 2013. A partir das unidades de significados, chegamos às seguintes categorias: Esporte resultado; Esporte economia; Esporte infraestrutura; Questões políticas e sociais e Publicidade. Concluimos que as manifestações populares se ofertaram como um acontecimento midiático na cobertura dos jornais analisados, possibilitando um protagonismo juntamente com o esporte/resultado.

\*Universidad Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil.  
E-mail: sanfeliceg@hotmail.com

\*\* Universidad de Sevilla, Sevilla, Espanha. E-mail: jmontin@us.es

\*\*\* Universidad Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil.  
E-mail: afaiete\_junior@hotmail.com

\*\*\*\* Universidad Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil.  
E-mail: alessandrafeltes@gmail.com

\*\*\*\*\* Universidad Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil.  
E-mail: nkjunior@feevale.br

Recibido em: 02-06-2014  
Aprovado em: 01-11-2014



## 1 INTRODUCCIÓN

Los megaeventos deportivos entraron en la agenda de los medios brasileños desde los Juegos Panamericanos de Rio 2007. Desde entonces, Brasil está en el circuito internacional de competiciones, en vista de la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA en 2014 y de los Juegos Olímpicos de Rio en 2016. Tal como ocurrió en España a fines del siglo pasado, los grandes eventos deportivos se constituyeron como una herramienta decisiva para la evolución y el desarrollo de los medios de comunicación. Desde el Mundial de Fútbol de 1982 hasta los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992, hubo una serie de competiciones de diferentes especialidades deportivas (Mundobasket 86, Mundial de Atletismo Sevilla 1999, etc.) de gran impacto sociomediático. Tales eventos deportivos permitieron a España no sólo tener proyección internacional en el mundo deportivo, sino que también influenciaron la transformación de sus estructuras económicas y sociales.

El campo deportivo, con la predilección de los medios, especialmente en época de grandes eventos deportivos como los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial de Fútbol, se ve más y más expuesto al gran público a través de las coberturas deportivas y, con eso, sus posibilidades de diseminación son reforzadas (SANFELICE, 2010). Como propuesta de estudio, tomamos como punto de partida la comprensión de que el campo mediático, al tematizar la Copa de las Confederaciones de la FIFA 2013, funda un acontecimiento cuyo marco anticipa el modelado del “producto-megaevento”, que es la Copa del Mundo de 2014, y ofrece un “termómetro” sobre el impacto social de ese “producto-evento” específico. Así, el objetivo de este texto es identificar e interpretar la producción de sentido establecida por los diarios *Folha de S. Paulo* (Brasil) y *El País* (España) sobre la precobertura y la cobertura de la final de la Copa de las Confederaciones en Brasil en 2013. Entendemos la Copa de las Confederaciones como extensión del megaevento Copa de 2014. De esa forma, proponemos estudiar un diario brasileño, *Folha de S. Paulo*, y el mayor diario español, *El País*, buscando identificar los aspectos relativos a la Copa de las Confederaciones en Brasil en 2013. Brasil, como sede de 2014, es puesto en evidencia en las coberturas por ser sede del megaevento Copa del Mundo. España, a su vez, ostenta el actual título mundial y su selección, conocida en el ámbito mediático como “La Roja”, va a defender su supremacía futbolística en Brasil en 2014. La gran repercusión constatada a partir de esa denominación se refleja en las últimas victorias internacionales de la selección española. De cualquier forma, el concepto “La Roja” se ha convertido en imagen de marca y principal eslogan publicitario del grupo televisivo Mediaset, que es propietario de los derechos de transmisión de los juegos oficiales de España en los últimos Mundiales y en los campeonatos europeos.

## 2 DEPORTE, MEGAEVENTOS DEPORTIVOS, COPA DEL MUNDO, MEDIOS

No son apenas vehículos, sino también productores de sentido y, consecuentemente, tienen papel importante en cualquier contexto sociocultural. La cuestión que siempre retorna en conversas informales, e incluso formales, en función de la sobredosis futbolística vía medios, es si el fútbol es muy popular porque es muy vehiculado, o si es muy vehiculado porque es muy popular. Pocas actividades tienen tanta atención como un gran evento futbolístico. En Brasil, desde los tiempos de la colonia existían colegios jesuitas, y fue probablemente a través de ellos que llegaron los primeros balones de fútbol y se realizaron los primeros juegos. Aún no había

clubes, campeonatos y entidades, pero el deporte practicado ya era el fútbol moderno según el modelo inglés. (MELO, 2000). La facilidad de su práctica propició su masificación, posibilitando a Brasil revelar varios atletas. A partir de entonces, Brasil ha exportado una gran cantidad de jugadores a los principales equipos del mundo.

Los megaeventos deportivos son grandes eventos que involucran a su alrededor a un conjunto de personas y factores, afectando países, gobiernos y economías, estimulando a la población en general (TAFFAREL; SANTOS JUNIOR; SILVA, 2013). Los megaeventos son caros y, por eso, es imprescindible planear los recursos necesarios. La mayoría de las veces son deficitarios y terminan costeados por las instituciones públicas (AÑÓ, 2000). Ese fenómeno se caracteriza como uno de los acontecimientos más significativos, relevantes y complejos de la sociedad contemporánea. El deporte representa uno de los medios de mayor movilización colectiva creado por los seres humanos, siendo considerado un área fundamental para la sociedad contemporánea (DUNNING, 2003). Su destaque es producto, en gran medida, de la cobertura mediática “por su capacidad de construir sentidos y significados en el interior de cada cultura” (MEZZAROBBA; PIRES, 2011, p. 338). Por ese motivo, el estudio del deporte como fenómeno mediático no puede limitarse a un mero análisis de sus discursos, ya que los contenidos también expresan elementos sociales verdaderamente excepcionales de cada país.

La Copa Mundial de Fútbol de la FIFA 2014 en Brasil entró en el orden del día de los medios y de la sociedad brasileña, siendo organizada como megaevento. Ese gran acontecimiento incrementa considerablemente el tratamiento mediático de ese país suramericano, como demuestra la creación de nuevos corresponsales de la prensa mundial, hasta entonces no presentes.

Sin embargo, hoy un juego de la Copa del Mundo es considerado como una mercadería, pues se relaciona a un público apreciador de fútbol y que, directa o indirectamente, paga por él, sustentando ese espectáculo mundial (DAMO, 2011). El núcleo de la estructura del deporte mediático se basa en la producción de espectáculos para el consumo de símbolos y rituales. (MORAGAS, 2010). De esa forma, la realización de la Copa en Brasil permitirá al país alcanzar amplia visibilidad mundial, ya que eventos de ese porte generan una mayor promoción de su imagen en el exterior (DALONSO; LOURENÇO, 2011). Ese evento representa una gran oportunidad para que Brasil refuerce su imagen, propiciando su crecimiento económico como país emergente. El PIB (Producto Interior Bruto) de Brasil es el más alto de América Latina, y sus sectores agrícola, industrial, de minerales y de servicios son abundantes y están desarrollados. A esto tenemos que sumar el incremento del turismo durante el periodo de preparación y competición y, sobre todo, en el periodo posterior al acontecimiento Copa del Mundo (COLLADO, 2012).

### 3 MEDIOS, IDENTIDAD Y DEPORTE

Fausto Neto (2002) dice que la sociedad brasileña, en su multiplicidad cultural y étnica, tiene modos de operar sus agendas peculiares sobre el deporte. Esos movimientos capitalizan los campos sociales en la medida en que esos modos de sentir sirven como referencia para que diferentes campos resimbolicen esos registros en el ámbito de sus agendas. El mismo autor destaca que el deporte, además de ser una actividad cultural y lúdica, también es permeado por otras temáticas no necesariamente deportivas, pero que inciden sobre la manera en que

el deporte funciona. De ese modo, el deporte se ha convertido en materia política y comercial, mientras que su capacidad educativa es reducida a un simple elemento de manipulación y alienación (ALCOBA, 2009). Fausto Neto (2002, p. 13) concluye: “el deporte tiene en lo lúdico y en lo simbólico, apenas una de sus dimensiones, pues al lado de esas concurren funciones y dimensiones otras que pertenecen a la naturaleza de otros intereses.” Vicent y Hill (2013) destacan que un gran evento deportivo crea vínculos ideales, que nos permiten examinar diversas identidades culturales.

Al promocionar la Copa Mundial de Fútbol, el gobierno brasileño aproxima miradas globales que buscan asistir a las competencias y ver lo que el país tiene a exponer. Es decir, con esa exhibición la imagen que Brasil consolidará será la que quedará frente al mundo (OLIVER, 2012). Todas esas acciones responden a un mismo objetivo: una cultura que se sabe y se siente observada por una audiencia internacional de grandes dimensiones, a través de los medios de comunicación que van a cubrir la espectacularidad de un acontecimiento singular (MORAGAS, 1992).

Brasil, al conquistar el primer campeonato mundial de selecciones, en 1958, y, enseguida, al conquistar el bicampeonato, en 1962, hizo de ese deporte la materialización de la representatividad nacional. En el sentido de interpretar y resignificar el deporte, creemos que, por el hecho de que no todas las personas se identifican con un determinado tipo de deporte o evento deportivo, los medios buscan establecer relaciones regionales o nacionales a través de su discurso. El deporte se ha vuelto importante en las sociedades modernas para la identificación de individuos con las comunidades a que pertenecen, es decir, para la formación y manifestación de sentimientos colectivos y para el equilibrio grupal (DUNNING, 2003). De ese modo, la identidad nacional se ve reforzada a través de la construcción selectiva de versiones idealizadas de la realidad del país, apoyándose exclusivamente en los éxitos del pasado como parte de la consciencia nacional (VICENT; HILL, 2013). Los medios se comunican con el receptor/consumidor a través de procesos identitarios (formas de encuadre) establecidos por la sociedad/cultura en la cual se encuentran insertados, dentro de los más diversos campos. Y, aunque el deporte, en su esencia, es un ejercicio banal, trivial y efímero, también expone, de manera pública, algunos de los relatos y de las historias que sustentan comunidades e identidades que dan sentido a una sociedad, tanto local como global (BOYLE, 2006). El encuadre del lenguaje regional y de aspectos culturales locales en la cobertura son “rellenos” necesarios para dar sentido al resultado del campo deportivo en la aldea. De esa forma, los encuadres operan fundamentalmente con lo que se imagina ser el contexto del lector, que se trata de elemento esencial para el establecimiento de la comunicación.

Cabe relacionar con este estudio lo que dice de Bourdieu (2004) en su texto “La identidad y la representación: elementos para una reflexión crítica sobre la idea de región”. Para el autor, el discurso regionalista es un discurso performativo, que tiene en vista imponer como legítima una nueva definición de las fronteras y dar a conocer y hacer reconocer la región así delimitada. Como las categorías de parentesco, instituyen una realidad usando el poder de revelación y de construcción ejercido por la objetivación del discurso. Bourdieu enfatiza aún que la objetivación del discurso no depende sólo de aquel que lo tiene, sino también del grado en que el discurso se anuncia a su grupo de identidad, es decir, en el reconocimiento y en la creencia que le conceden los miembros de ese grupo. En ese particular, los medios buscan, a través de su discurso, evocar cuestiones identitarias, culturales de representación en su cober-

tura. Es un proceso que implica para los medios la elección y la determinación de los referentes socioculturales y geopolíticos básicos para interpretar la realidad sociopolítica (MORAGAS, 1992).

Los diarios investigados, *Folha de S. Paulo* y *El País*, son periódicos tradicionales de sus respectivos países, presentando características propias. El diario *Folha de S. Paulo* fue fundado por Olival Costa, Pedro Cunha y otros periodistas el 19 de febrero de 1921, con el nombre de *Folha da Noite*. Era un diario vespertino que esperaba atraer lectores de las clases medias urbanas y de la clase obrera. En julio de 1925, fue lanzado un matutino con el nombre *Folha da Manhã* (Manual de la redacción, 2011). El diario se declara abiertamente como “un producto” sujeto a las leyes del mercado, que valoriza la modernización y el profesionalismo. El diario *Folha* declara hacer un periodismo moderno, crítico, analítico, especializado, de servicio, plural y apartidario. Los criterios para la elección de las noticias serían el carácter inédito, la improbabilidad, el interés, la capacidad de convocatoria y la empatía (MANUAL..., 2011).

El Grupo Folha actualmente es uno de los principales conglomerados de medios del país. Controla el periódico de mayor circulación e influencia (*Folha de S. Paulo*), la mayor empresa brasileña de contenido y servicios de internet (UOL), el sitio web de periódico con más audiencia (Folha.com) y la mayor imprenta comercial de Brasil (Plural), además de otros negocios. El grupo, que emplea a nueve mil personas y genera cerca de siete mil empleos indirectos, cuenta también con el Datafolha, uno de los institutos de investigación de opinión más respetados del país, con una editora de libros (Publifolha), una librería virtual (Livraria de la Folha), una agencia de noticias (Folhapress), uno de los mayores y más modernos parques gráficos de América Latina (CTG-F), con la Transfolha, dedicada a la distribución de productos del Grupo Folha, una imprenta dedicada a periódicos y folletos para empresas, editoras y agencias de publicidad (Folha Gráfica) y, además, cuenta con la SPDL, empresa de distribución y logística establecida en asociación con el diario *O Estado de S. Paulo*.

El diario *El País* forma parte del grupo PRISA, considerado actualmente como el mayor grupo de comunicación de España. Desde el punto de vista editorial, “se define como un medio independiente, nacional, de información general, con una clara vocación global y especialmente latinoamericana” (EL PAÍS, 2014, p. 27). Precisamente, ese interés internacional se traduce en una edición global que es impresa y distribuida en América Latina. El periódico cuenta, desde noviembre de 2013, con una edición digital exclusivamente en portugués, para Brasil, con una redacción propia en São Paulo.

Desde el punto de vista ideológico, el diario *El País* es considerado desde sus inicios (1976) como una referencia para las tendencias socialdemócratas próximas a la centro izquierda española. Sin embargo, en los últimos años su línea editorial tomó posiciones más próximas al liberalismo, lo que es demostrado por sus posturas críticas a la nueva izquierda latinoamericana vinculada a los movimientos populistas, mostrándose especialmente crítico en determinados asuntos relativos a cuestiones políticas y sociales (EL PAÍS, 2014).

En cuanto a la información deportiva, *El País* se caracteriza tradicionalmente por ofrecer un tratamiento menos sensacionalista en comparación con la prensa especializada española (*Marca*, *Sport*, etc.). Sin embargo, en los últimos años la cobertura periodística sobre la selección nacional de fútbol presenta un tratamiento más triunfalista, favorecido no sólo por las últimas conquistas deportivas (Eurocopa 2008, 2012 y Copa Mundial 2010) como también por



los propios intereses comerciales y publicitarios que el grupo PRISA adquirió. En este sentido, el diario comenzó a incluir anuncios de los medios radiofónicos de la cadena SER, que pertenece al mismo grupo que *El País*, con un marcado tono de apoyo a la selección española de fútbol.

## 4 MÉTODO

### 4.1 El corpus

La presente investigación se caracteriza como descriptiva/cuantitativa/cualitativa, y tiene como *corpus* los diarios *Folha de São Paulo* y *El País* referentes a las ediciones de 27 de junio al 2 de julio de 2013, representando el día en que fue definida la final de la Copa de las Confederaciones entre Brasil y España y, dos días después, el día de la final. El método escogido para la realización de esta investigación es el análisis de contenido de Bardin (2011). Ese proceso consiste en cuantificar determinados elementos que aparecen en el texto, con el fin de reconocer su predominancia en relación a otros. Los datos traen una serie de interpretaciones y conclusiones relacionadas con las variables estudiadas. En términos de Krippendorff (1997, p. 28), el análisis de contenido permite la realización de “inferencias replicables y válidas que pueden aplicarse a su contenido.”

### 4.2 Las categorías de análisis

A partir de las unidades de significados (los textos, las imágenes, la publicidad, los editoriales, los paneles, las materias, los títulos, la línea de apoyo y otros canales), fueron establecidas las siguientes categorías (las categorías fueron creadas a partir del material empírico analizado, y no son apriorísticas):

1. **Deporte resultado:** representa aspectos relativos a la disputa del deporte en sí, considerando aspectos técnicos, tácticos y físicos.
2. **Deporte economía:** representa el deporte como negocio, discutiendo inversiones, patrocinadores, licitaciones y gastos relativos al fútbol/Copa del Mundo y Copa de las Confederaciones.
3. **Deporte infraestructura:** presenta aspectos relativos a la creación, a la restauración y al aumento de aeropuertos, estadios, vías, hoteles, demanda de fondos, financiación, proyectos de reforma o de construcción, etc. para la Copa de las Confederaciones y la Copa Mundial de Fútbol.
4. **Cuestiones políticas y sociales:** presenta aspectos relativos a la política y a las manifestaciones sociales ocurridas en Brasil vinculadas a la Copa de las Confederaciones y a la Copa Mundial de Fútbol.
5. **Publicidad:** retrata la publicidad vehiculada en los diarios con motivo de la Copa de las Confederaciones o de la Copa Mundial de Fútbol y se divide en financiadores del evento deportivo y los apoyadores de la *Folha de São Paulo*.

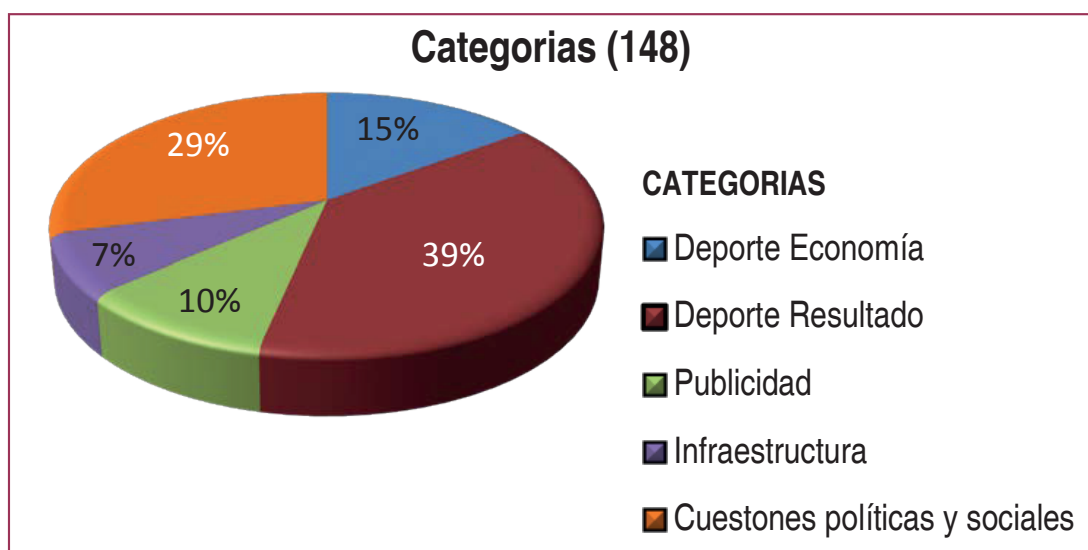
Las técnicas cualitativas permitieron realizar un análisis textual y visual, sin olvidar el fondo contextual y sus dimensiones, que informan sobre las estructuras del discurso en dife-

rentes niveles de descripción. Las dimensiones contextuales se relacionan con esas descripciones estructurales con propiedades diferentes del contexto, como los procesos cognitivos y las representaciones, o los factores socioculturales (DIJK, 1990). Los datos fueron presentados a través de la estadística descriptiva, representados por porcentuales y analizados cualitativamente según la descripción que sigue.

### 4.3 Presentación de los datos y discusión

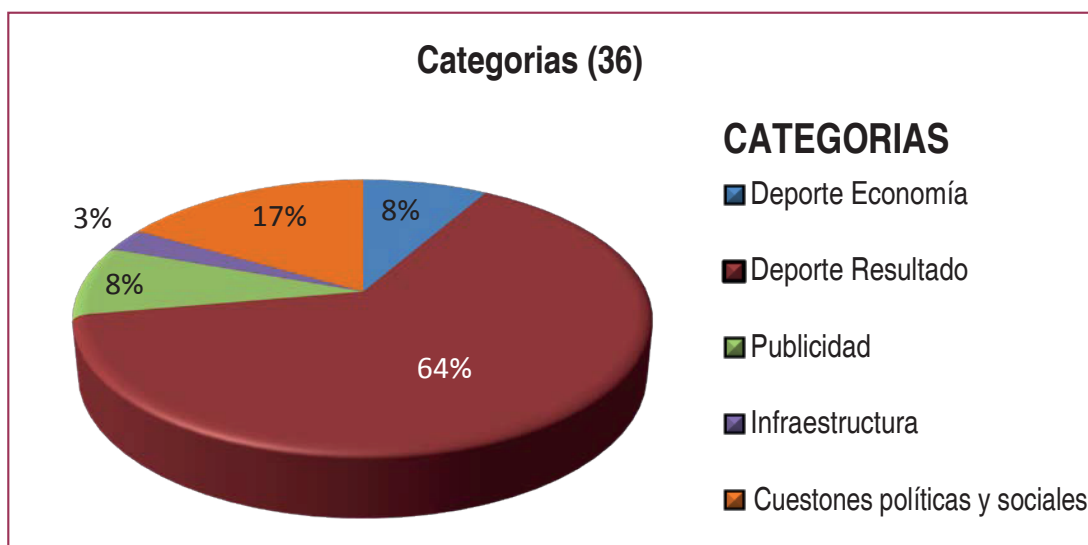
A continuación, presentamos los gráficos referentes a las categorías establecidas por cada diario analizado, *Folha de S. Paulo* y *El País*. Cada unidad de significado fue denominada como inferencia tras su clasificación en las categorías analíticas.

Figura 1 - Folha de São Paulo



Fuente: Elaborado por los autores

Figura 2 - El País



Fuente: Elaborado por los autores

El primero de los gráficos representa el total de unidades de significados extraídas del diario *Folha de S. Paulo* (148), por categoría. Siguiendo la lógica de la construcción de la no-

ticia, donde el hecho preponderante en el periodo de análisis del recorte es la final de la Copa de las Confederaciones, la categoría **Deporte Resultado** se configura con un 39% del total, seguida de **Cuestiones políticas y sociales**, con un 29%, 15% en **Deporte Economía**, 10% en **Publicidad** y, por fin, un 7% en **Infraestructura**. De la misma forma, el segundo gráfico representa las inferencias extraídas del diario *El País* (36). En este caso, llama la atención que **Deporte Resultado** represente un 63% del total, seguido por **Cuestiones políticas y sociales**, con un 17%, y por un 8% para **Publicidad** y **Deporte Economía**. La categoría **Infraestructura** figura con sólo un 3% del total.

En el cuadro abajo, presentamos las inferencias por categoría y día en los respectivos diarios.

Figura 3 – Inferencias por categoría/diario/día

	27/06	28/06	29/06	30/06	01/07	02/07	Total	
<b>Deporte Resultado</b>	Folha de São Paulo	12	10	7	13	13	2	57
	El País	5	4	3	5	5	1	23
<b>Deporte Economía</b>	Folha de São Paulo	4	1	5	3	3	6	22
	El País	1	1	0	1	0	0	3
<b>Infraestructura</b>	Folha de São Paulo	0	2	1	2	5	1	11
	El País	0	0	1	0	0	0	1
<b>Cuestiones políticas y sociales</b>	Folha de São Paulo	6	3	13	4	7	10	33
	El País	3	0	1	1	1	0	6
<b>Publicidad</b>	Folha de São Paulo	3	3	3	6	0	0	12
	El País	1	1	0	1	0	0	3
<b>Total</b>	<b>(X) (X)</b>	<b>(25) (10)</b>	<b>(19) (6)</b>	<b>(29) (5)</b>	<b>(28) (8)</b>	<b>(28) (6)</b>	<b>(19) (1)</b>	<b>(184)</b>

Fuente: Elaborado por los autores

Observamos, conforme a la tabla anterior, una intensidad mayor del **Deporte Resultado** en ambos diarios, principalmente el día de la final de la Copa de las Confederaciones (30/06) y el día siguiente a la final (1<sup>o</sup>/07). Las manifestaciones populares en la época de la Copa de las Confederaciones también tuvieron espacio en las coberturas, con inferencias todos los días analizados. En contrapartida, el diario *El País* no presenta ninguna inferencia de la categoría **Cuestiones políticas y sociales** los días 28 de junio y 2 de julio de 2014. A continuación, presentamos aspectos relativos a la construcción de la noticia en los respectivos diarios.

#### 4.4 La procesualidad de la construcción de la noticia

##### *27 de junio*

El día 27 de junio, en el diario *Folha de S. Paulo* obtuvimos 25 inferencias retratando la Copa de las Confederaciones, oscilando entre portadas, imágenes, notas, editoriales y noticias. Recibe mayor destaque en el Cuaderno de Deportes, con 14 de ellas. La portada da inicio a la valorización de la selección brasileña, expresándose con el título “Adiós, Uruguay”, tras la victoria por 2 x 1 contra el equipo uruguayo.

Ese día, la categoría **Deporte Resultado** se destacó, discutiendo asuntos de identificación de la población con los jugadores, incentivando a buscar dentro de sí el orgullo nacionalis-



ta y al cese de las manifestaciones<sup>1</sup> contra la Copa y sus gastos, que estaban ocurriendo paralelamente a los juegos, pues la selección buscaba su cuarto título en la competición y, con su victoria, generó esperanzas entre la población, debido a los milagros realizados por el equipo.

Para Muller *et al* (2013), el abordaje relativo a la Copa de las Confederaciones y a la propia Copa del Mundo 2014 pasó, por lo tanto, a partir de las manifestaciones de junio, a ser pautado de manera diferente, visto que la opinión pública se mostró bastante molesta por las exigencias de la FIFA, especialmente en lo que se refiere a los estadios de fútbol. Ese comportamiento nos es revelado por la segunda posición ocupada por la categoría “cuestiones políticas y sociales” en el análisis del recorte aquí propuesto. Esa molestia se mostró muy consistente en las protestas y en las manifestaciones, que se intensificaron durante la Copa de las Confederaciones y que ocuparon, inclusive, el entorno de diversos estadios de fútbol, antes y después de la realización de los partidos del evento.

El discurso de los medios es fruto de la mediación social realizada por los propios medios. La representación social del campo deportivo en época de Copa del Mundo se realiza a través de los medios, que, por su cobertura, representan y se hacen representar. En ese sentido, el diario *Folha de S. Paulo* busca la representación de la victoria, alineado con elementos de la cultura local que despiertan el imaginario social alrededor del resultado del campo deportivo (SANFELICE, 2007). Ese imaginario se configura como una representación simbólica, como forma de dar significado a ese quehacer del campo deportivo. Tratándose de la relación entre campos, Rodrigues (1997) destaca que el discurso mediático también juega un importante papel de refuerzo de la legitimidad de las otras instituciones, ayudando a mantenerlas presentes en el imaginario social. Así, *Folha de S. Paulo* desplaza el foco hacia composiciones visuales y discursivas que destacan los vínculos entre deporte (fútbol) e identidad nacional; ese vínculo es positivado por el sentimiento festivo de la victoria de la selección brasileña. De ese modo, se minimiza [realiza el “borramiento”] la discusión sobre gastos públicos en la Copa, pautada por las manifestaciones sociales, a pesar de que el tema de las manifestaciones es pauta de todas las ediciones en el periodo analizado.

En ese caso, si consideramos apenas las cinco portadas –a través de sus imágenes y sus titulares–, identificamos que cuatro de ellas ofrecen a nuestra percepción una sensación<sup>2</sup> dual: por un lado, la del festejo, que tiene como núcleo de ese sentimiento al fútbol (la celebración con el abrazo de la victoria), y, por otro lado, dividiendo nuestra atención, tenemos la sensación de la rebelión; aquí, ganan fuerza las imágenes de las manifestaciones, de los actos de reacción social a los problemas brasileños. Esas imágenes revelan el sentimiento de lucha cotidiana, del pueblo que lucha, de la reacción masiva a los problemas políticos y sociales que nos avergüenzan. En ambos casos, sea a través de las imágenes de la celebración de la victoria, sea a través de las imágenes de la rebelión en las calles, las imágenes operan, paradójicamente, el fortalecimiento de rasgos identitarios y, en el dominio de los sentimientos que hacen vibrar, refuerzan el sentimiento de un *nuevo tiempo*, de un despertar del *ser* brasileño.

El mismo día, en el diario *El País* tuvimos nueve inferencias sobre la final de la Copa de las Confederaciones, siendo perceptible un discurso formal y técnico, que nos moviliza

1 Sobre las manifestaciones de junio de 2013: en relación a las manifestaciones, en el contexto general, el 11 de junio, días antes del inicio de la competición, un movimiento organizado vía redes sociales, intitulado Movimiento Pase Libre (MPL), siguiendo lo que ya había ocurrido en Porto Alegre y en Rio de Janeiro, con aproximadamente 11 mil personas, se desplazó a la Avenida Paulista para protestar contra el reajuste de la tarifa del transporte público decretado por el prefecto Fernando Haddad y por el gobernador Geraldo Alckmin días antes. Hubo depredación de patrimonios públicos y privados.

2 Nos referimos aquí al uso de recursos visuales y discursivos que producen en los lectores una explosión de cualidades que afectan y movilizan sensaciones correspondientes a lo que Peirce denomina “La primeridad”, es decir, aquello que aparece en todo lo que esté relacionado con cualidad, sentimiento, originalidad. (SANTAELLA, 2002, p. 7).

más en torno a evaluaciones racionales de los procesos económicos y sociales implicados en la realización de un megaevento que para los sentimientos (como los de identidad nacional) vinculados al evento (aunque a veces el fanatismo se propague; como ejemplo de ese fanatismo, tenemos la noticia, en la segunda página del diario, sobre incendios y saqueos en Belo Horizonte durante el juego entre Brasil y Uruguay). En esa dirección es que gana fuerza, en el discurso de *El País*, la crítica a Brasil sobre los gastos de la Copa del Mundo, acentuando la cuestión a través del título “¿Cuántas Escuelas valen un Maracaná?”, con una fotografía de dos niños para justificar los protestos que ocurrían concomitantemente a la competición. Aquí, el diario *El País* presenta un discurso crítico en relación al gasto público, a diferencia de *Folha de São Paulo*. El diario trae, además, en espacio en portada, la clasificación brasileña para la final, destacando que Brasil cumplió su papel (“Brasil ya está en su gran final”) y que el Maracaná y un clásico contra Italia en la semifinal son más que suficientes para motivar a los jugadores. De la misma forma, es realizado el valor de la defensa de la selección española a través de la amplia entrevista de Sergio Ramos, en contraste con el comentario sobre la vulnerabilidad de la defensa del equipo italiano. También es interesante notar la presencia, ese día, de un mensaje publicitario de apoyo correspondiente a la emisora de radio “Cadena SER<sup>3</sup>”: “la última barrera antes de la final”.

### 28 de junio

El día 28 de junio en el diario *Folha de São Paulo* obtuvimos 19 inferencias sobre la final de la Copa de las Confederaciones, la mayoría de las cuales en el Cuaderno de Deportes. La portada del diario trae la clasificación de la selección española para la final, después de derrotar a la selección italiana en la disputa por penaltis; la imagen del jugador Sergio Ramos nuevamente recibe destaque, así como durante toda la Copa de las Confederaciones, dada la importancia del defensa/lateral derecho para La Roja.

Así, percibimos un gran número de inferencias (10) sobre el desempeño de la selección brasileña, entrelazando los objetivos ya alcanzados de Felipão y realizando una proyección sobre una posible final. También destacamos que de las 19 inferencias, apenas una hablaba de las manifestaciones en los alrededores del estadio. La portada trae la imagen de un ciudadano con una camiseta amarilla frente al batallón de la policía. El texto no hace ninguna asociación con la cuestión deportiva, pero realiza la alineación de sentidos entre la Copa de las Confederaciones y las manifestaciones sociales a través de la referencia icónica de la camiseta amarilla –color de la *canarinha*, ícono de la selección brasileña– de un manifestante, que es un señor maduro, y no un joven rebelde; además, la leyenda destaca que el enfrentamiento se dio junto al estadio Castelão, vinculando, por lo tanto, ambos eventos: “Hombre a hombre: manifestante enfrenta tropa de la policía en los alrededores del estadio Castelão, en Fortaleza, donde confronto acabó con siete heridos y 72 detenidos. En Rio protesta tuvo marcha pacífica con el coro ‘la lucha apenas ha empezado’”.

En el diario *El País*, el día 28 de junio sólo seis inferencias discutían sobre el evento y hacían alusión a la clasificación de España para la final de la Copa de las Confederaciones, destacando, como en el diario *Folha de S. Paulo*, la imagen del defensa/lateral derecho Sergio Ramos en la portada. El tono de las noticias sigue técnico y objetivo; sin embargo, a diferencia de las ediciones anteriores, el hecho de que la selección española se haya clasificado para la final contra Brasil le da al evento nuevo cariz, elevándolo a una condición de episodio heroico:

<sup>3</sup> La Cadena SER pertenece al grupo de comunicación PRISA, mismo del diario *El País*.

la imagen que representa ese reposicionamiento es la de la celebración de la selección española, en la que varios jugadores aparecen abrazados; se trata de una imagen afinada con la ideología de la unidad española representada por La Roja. La leyenda de la imagen –“La épica de España alcanza Maracaná. La Roja jugará la final contra Brasil tras derrotar a Italia en los penaltis”– refuerza la importancia de confrontar una selección con tamaño mundial en uno de los principales palcos del fútbol mundial, el Maracaná. Así, se pone en evidencia el discurso de la victoria con titulares como: “España no tiene punto final”, reforzado anteriormente, en las páginas de publicidad, con el texto del anuncio de Movistar (compañía telefónica): “Ánimo, España, que esta final sea histórica”.

### 29 de junio

El día 29 de junio, en *Folha de S. Paulo* encontramos 28 inferencias sobre la final de la Copa de las Confederaciones, en su mayoría vinculadas a las **Cuestiones políticas y sociales** y, aunque ya era realidad la final entre Brasil y España, referida por los autores como “La Final del Siglo”, las noticias tendían más hacia el lado político. El resto de las inferencias levantan discusiones sobre el legado, sobre la no explotación de éste en el país, retratando, de forma interesante, ese asunto, pues citan que, de la misma forma que Neymar dribla a los adversarios en campo, el gobierno federal tiene la misma habilidad sobre las reivindicaciones relacionadas a la infraestructura, etc. Otro asunto que merece destaque es la cuestión económica, que surge a través de una columna en la que destaca la preocupación con revendedores de entradas y la guerra televisiva entre las cadenas Bandeirantes y Globo.

Según Ribeiro y Santos Junior (2013), surge en Brasil el sentido de los megaeventos, con papel crucial en el nuevo estándar de gobierno en las ciudades, fundado en la gobernanza emprendedora y en la profundización de la mercantilización de las ciudades. Según los autores, esto ocurre debido al ciclo de estabilidad y prosperidad económica que presenta el país, combinado con la existencia de activos urbanos pasibles de ser expoliados e integrados a los circuitos de valorización financiera internacionalizados, contrariando, de esa forma, la lógica de regular las fuerzas del mercado para hacerlas compatibles con la defensa y estímulo del derecho a la ciudad. Dentro de lo expuesto, los autores señalan el hecho de que Brasil está viviendo un momento en que el Estado interviene con fuerza en la economía, bajo la hegemonía de los capitales financieros internacional y nacional y su lógica, en un modelo que podría ser definido como keynesianismo neoliberal.

El mismo día, en el diario *El País* hubo cinco inferencias sobre la final, abarcando varios temas. Así, la noticia más importante, que abre el cuaderno de deportes, “España se queja a la FIFA”, describe varios inconvenientes que la selección española encontró en su estadía en Brasil. Sin embargo, lo que ganó mayor destaque se refería a la posible “orgía” que los jugadores de España tuvieron con profesionales responsables por la estimulación erótica y sexual. De esa manera, percibimos que la cobertura del diario se transforma en un relato personal que defiende a sus jugadores y ataca a la prensa brasileña por divulgar supuestas noticias sensacionalistas. Así, insulta nuestra organización, acusándola de liviandad e irresponsabilidad, afirmando que esa es un arma brasileña para desestabilizar a los españoles: “Invento de una prensa sensacionalista, los jugadores españoles son inocentes”. Otra cuestión destacada remite al discurso de victoria del diario español, elogiando el abordaje táctico de Del Bosque: “Hoy, La Roja ha despojado a Brasil del trono mundial del juego bonito”.

30 de junio

El día 30 de junio, en el diario *Folha de S. Paulo*, obtuvimos 28 inferencias sobre la gran final entre Brasil y España, la mayoría de ellas en el Cuaderno de Deportes, retratando sobre la Categoría **Deporte Resultado**. Se utiliza como referencia principal al jugador Neymar, que aparece en la portada del diario y, al lado, una nota destacando: “Copa en Brasil es apoyada por 65% de los brasileños, dice Datafolha.” Así, por mucho que nuestra selección no fuese la favorita a ganar y se esforzase para superar a España, el diario trae relatos de Felipão, quien deja claro que el juego “bonito” pasaría y el que permanecería sería el resultado. Esa frase del técnico se podría relacionar con la Copa 2014, previendo que su agenda pasase por la victoria, absolviendo cualquier otro asunto. El diario *Folha de S. Paulo* busca traer, con menciones a Neymar, la aceptación de la Copa en Brasil.

Antes del juego final, *Folha de S. Paulo* calificó a Brasil como “azarão”, indicando que sólo ganaría por obra del azar, como podemos observar en la portada del Cuaderno de Deportes del día 30/06/13, día de la final.

Figura 4 – Portada del Cuaderno de Deportes del diario *Folha de S. Paulo* el día 30 de junio de 2013

**folha na COPA**

**brasil ZARÃO**

**Sem ser favorita, seleção faz final hoje no Maracanã contra a Espanha**

**decolar.com**  
O MELHOR PREÇO PARA SUA VIAGEM

COMPRA FÁCIL E VOE PELO BRASIL	COMPRA FÁCIL E VOE PELO MUNDO
RIO DE JANEIRO: R\$ 78	BUENOS AIRES: R\$ 189
BELO HORIZONTE: R\$ 85	SANTIAGO: R\$ 269
CURITIBA: R\$ 97	MIAMI: R\$ 703
SALVADOR: R\$ 100	LOS ANGELES: R\$ 729
MACEIÓ: R\$ 133	CANCUN: R\$ 820

**HOTÉIS PELO BRASIL**

HOTEL RECIFE: 108	HOTEL PORTO SEGURO: 59
-------------------	------------------------

**DATAFOLHA**  
Pesquisa mostra que apoio à Copa diminui

Fuente: Folha de S. Paulo, São Paulo, v. 93, n. 30769, p. D1, 30 jun. 2013.



En la misma fecha, en el diario *El País*, constatamos siete inferencias trayendo una agenda de la final. Fuera del ámbito deportivo, se deben destacar las dos referencias a cuestiones políticas y sociales en relación a la pérdida de popularidad de la presidente Dilma Rousseff con la onda de protestas que ocurrieron en diferentes puntos de Brasil. El diario rescata los cinco encuentros anteriores entre las dos selecciones, como también una entrevista con el técnico Vicente Del Bosque sobre Iker Casillas y una noticia sobre el talento de Neymar, dedicando una página completa a su técnica y su carisma: "El regate del filete de mariposa". Sin embargo, el mayor destaque es de la única inferencia publicitaria del diario que resalta la final que todos esperaban, la mística de enfrentar a la selección brasileña en el Maracaná. *El País* intitula "La España brasileña...", como mostrado en la primera página de la sección de deportes del día 30/06/2013, día de la final.

Figura 5 – Cuaderno de Deportes del diario *El País* el día 30 de junio de 2013



Fuente: *El País*, v. 38, n. 13150, p. 58, 30 jun. 2013. Cuaderno de Deportes del diario.

1º de julio

El día 1º de julio, el diario *Folha de S. Paulo* presentó 27 inferencias sobre la final de la Copa de las Confederaciones, con el título de la selección *canarinha*, exhibiendo una su-

premacía total de las cuestiones de **Deporte Resultado**, referente a la mitad de las noticias. Sin embargo, 13 materias versaban sobre el título de la selección, incluso las de publicidad, tal como la del Supermercado Extra, que expone “¡Es Campeón! La Selección de la Familia del Brasileño”.

Después del resultado de la final, el diario, en la portada del Cuaderno de Deportes, ya realizado el “alineamiento” basado en el resultado del campo deportivo, colocó una foto de Neymar con la siguiente frase: “**Imagina en la Copa...**”, representando simbólicamente el resultado que pocos esperaban (ni siquiera ese diario, que se refería a la selección como “*azarão*” de la Copa de las Confederaciones).

Figura 6 – Portada del Cuaderno de Deportes del diario *Folha de S. Paulo* el día 1º de julio de 2013



Fuente: Folha de S. Paulo, São Paulo, v. 93, n. 30770, p. D1, 1º jul. 2013. Cuaderno de Deportes.

El tema de las noticias era el mismo, se hablaba de orgullo, se jugaba con la expresión “imagina en la Copa”. De ese modo, el “despertar del gigante”, ícono de las manifestaciones de junio, era asimilado a la lógica del evento deportivo: se recordaba que “El País puede funcionar”, “El Campeón Volvió”; en realidad, el exagerado orgullo brasileño tomó el diario y “bañó” todas las páginas, todo volvía a quedar increíblemente perfecto, con excepción de tres noticias, que discurrían sobre las cuestiones de infraestructura, un levantamiento de lo que fue el evento de prueba, pero un número inferior cerca de las otras 24 materias que enaltecían a la selección brasileña, de David Luiz, Fred, Júlio César, Neymar y el padre de la nación, Felipão.



Para fortalecer la confianza en el alcance de los contenidos noticiados, el diario busca ofrecernos índices que demuestran que su fe en el “país que puede funcionar” tiene bases concretas. Como ejemplo, tenemos la leyenda de la imagen principal de la portada del día 1º de julio: “*La selección volvió: cuestionado desde la Copa de 2010, Brasil retoma el buen fútbol, da olé, bate por 3 a 0 a España y se lleva la Copa de las Confederaciones*”. Centrada en la formulación “*da olé, bate por 3 a 0 a España*”, tenemos la construcción de la verdad del hecho: “*dar olé*”, el número de la victoria (3x0) y el hecho de ser sobre España, objetivamente, el actual campeón mundial, fundan evidencias que sustentan nuestra condición de victoriosos; son índices cuantitativos/experienciales del excelente fútbol, que funcionan como base interpretativa para la idea “que puede funcionar”.

Ese día, en el diario *El País*, tuvimos seis inferencias sobre la final de la Copa de las Confederaciones, de la que Brasil salió victorioso y España, impotente. El contenido de la noticia gira en torno a Neymar, que destruye a la selección española. Sin embargo, así como el día anterior, el diario español enfatiza la importancia de jugar en el Maracanã y contra la selección brasileña y coloca ese hecho por sobre la gloria de conquistar el título, la Copa de las Confederaciones. La primera página de la sección de deportes comienza con el título “*El sueño del Maracanã fue una pesadilla*”, reconociendo la inferioridad técnica y táctica en el juego. En las dos páginas siguientes, el periódico critica a la defensa en la derrota, a través de datos estadísticos y gráficos. Tras la final, el diario *El País* dedica buena parte de su primera página al torneo. En una imagen aparece Neymar celebrando uno de los goles frente a un deprimido Casillas y el título es “*La Roja se estrella ante Brasil*”. En seguida, presenta al jugador brasileño de calidad, capitalizando a Neymar como producto simbólico antes de su llegada inminente a la Liga Española como jugador del Fútbol Club Barcelona.

Figura 7 – Cuaderno de Deportes del diario *El País* el día 1 de julio de 2013



Fuente: *El País*, v. 38, n. 13151, p. 1, 1 jul. 2013. Cuaderno de Deportes

Es significativo que frente a la derrota española se rescate el papel de Neymar, futuro atleta del FC Barcelona. Dentro de la sección de deportes, se destaca que el jugador ha pasado su primer gran prueba –“Neymar pasa su reválida”– acompañado por una foto de Neymar abrazando a su nuevo compañero de equipo, Xavi. Además, haber sido elegido el mejor jugador del torneo da aval a la compra por el Barça, como demuestra su papel decisivo, conforme mostrado en la Copa de las Confederaciones.

### 2 de julio

El día 2 de julio, en el diario *Folha de São Paulo* aparecen 19 inferencias tratando sobre la Copa de las Confederaciones, pero la victoria de la selección brasileña se vincula mucho más a la categoría Cuestiones Políticas y Sociales, discutiendo el posible reencuentro de la selección con la hinchada, y constata que la conquista ha sido menos celebrada. La pauta del diario, a diferencia del día anterior, muestra una hinchada más crítica y, por más que el fútbol represente una parte de nuestra cultura, nuestra nación está menos saciada sólo con él; es un Brasil que quiere respeto. Así, nuestro país pasa por serios movimientos sociopolíticos vinculados al fútbol.

Por fin, se observa que, ese día, el diario *El País* tuvo solamente una inferencia sobre la Copa de las Confederaciones, trayendo una reflexión sobre cómo fue la final y también criticando a la selección española. Bajo el título “La autocrítica serena de La Roja” se examinan los errores tácticos, principalmente de la zona defensiva, asociándolos a problemas de fatiga. Enseguida, el diario valoriza el título brasileño, pero ya proyecta un alerta sobre la forma de jugar de la selección brasileña, señalando el número excesivo de faltas y las faltas repetitivas en los jugadores clave de la selección, tales como Andrés Iniesta. Realiza un análisis estadístico de cada una de las 27 faltas cometidas durante el partido por el equipo brasileño sobre cada uno de los jugadores españoles.

## 5 CONSIDERACIONES FINALES

En relación a la cobertura de los diarios *Folha de S. Paulo* y *El País*, podemos inferir que los periódicos analizados realizaron coberturas dispares, principalmente por el aspecto cuantitativo, donde *Folha* presentó 148 inferencias de análisis contra apenas 36 de *El País*.

Por más que entendamos que, debido al periodo del recorte (27 de junio a 2 de julio), la categoría **Deporte Resultado** prevalecería en función del acontecimiento de la final de la Copa de las Confederaciones, es necesario tener en cuenta que, durante el periodo de la Copa de las Confederaciones, diversas veces los reportajes de cuño deportivo fueron contaminados por cuestiones sociales y políticas, vinculando, así, el asunto fútbol a las manifestaciones populares que estallaron en el país en el mismo periodo. Aunque a primera vista –en función del número de reportajes dedicados al deporte resultado– nos sea posible afirmar que el diario *Folha de S. Paulo* prefirió apuntar el foco principal del diario hacia la competición en sí y que colocar en pauta un tema implicaría el necesario silencio sobre el otro, el análisis nos lleva a reconocer que hubo continuo esfuerzo en noticiar ambos fenómenos, creando condiciones de alineamiento entre uno y otro, a través de su asociación con el tema de la identidad nacional, del ser brasileño.

En esa dirección, la búsqueda por interpretar las manifestaciones populares fue asimilada por el diario con base en la misma lógica con la que representó el fútbol, es decir, como componente de identidad nacional –que se expresó por la fórmula del volver a vencer, del despertar. Así, en la óptica de los medios estudiados, los manifestantes, aunque una parte de ellos sean contra la Copa del Mundo, tienen sus objetivos no diferenciados de los objetivos de aquellos que defienden la Copa: la selección y los manifestantes luchan por un Brasil vencedor.

En las imágenes de la victoria de la selección en la Copa de las Confederaciones y en las imágenes de los conflictos callejeros en torno a las manifestaciones, tenemos el marco de indicativos de un proyecto conservador que se traviste de nuevos tiempos. Es la conquista de la victoria por el fútbol brasileño frente al actual campeón del mundo, la selección española, son las manifestaciones de las clases medias por un Brasil moderno, son las condenas de políticos corruptos, en fin, son los gobiernos que pasan a repensar sus acciones, en alguna medida, indicando que están cediendo a las demandas de las calles, son hechos cuya fuerza histórica (objetiva) está asegurada por las cualidades conservadoras que operan en el fortalecimiento de rasgos identitarios y refuerzan el sentimiento de preservación, orden, solidaridad y orgullo en torno a ese sentimiento de un Brasil maduro, capaz de recibir y organizar un megaevento como la Copa. Vemos, entonces, que el **Deporte Resultado** –en el ámbito del discurso del diario *Folha de S. Paulo*– transfiere su fuerza simbólica para comprender a la sociedad como un todo.

En cuanto a *El País*, con los datos obtenidos a partir de este estudio podemos verificar una cobertura menos informativa. Sin embargo, es particularmente significativo que la cobertura sobre la Copa de las Confederaciones permita que el diario español retrate aspectos nuevos de Brasil, relacionados a cuestiones políticas y sociales que no serían tan visibles de no ser por la realización de la Copa de las Confederaciones.

Aunque la categoría Cuestiones Políticas y Sociales represente la segunda categoría más evidenciada en el estudio, atrás sólo de **Deporte Resultado**, en algunos casos figura en la primera página de la sección internacional del diario con noticias y reportajes relacionados con protestas callejeras en ciudades en que se realiza el torneo de fútbol.

En relación a la categoría más tratada en el diario *El País*, **Deporte Resultado**, a lo largo de los días analizados se evidencia un discurso especialmente victorioso de la selección española, diversificado en reportajes y entrevistas entre sus principales líderes, como Sergio Ramos, Iker Casillas, el entrenador Vicente Del Bosque. En esa misma dirección, se vehicula también la publicidad, con los mensajes de apoyo de los patrocinadores de la selección española (Movistar) o de los medios de comunicación implicados en la cobertura del torneo (Cadena SER radio).

Las imágenes y los otros elementos gráficos son muy ilustrativos, tanto los relativos a la cobertura de la Copa de las Confederaciones como los que se refieren a las manifestaciones sociales ocurridas en Brasil. Además, el diario vehiculó innumerables datos estadísticos que acompañaron gran parte de los asuntos deportivos abordados, especialmente lo relacionado con cuestiones tácticas del juego.

Finalmente, observamos que el diario español, a pesar de la derrota de España en el torneo, realizó un análisis ponderado de los elementos que deberían ser mejorados para la Copa del Mundo de 2014. En contraste, se destaca el tratamiento informativo dado a la figura de Neymar como nacimiento y presentación de una nueva figura e ícono publicitario en la Liga

Española. En suma, en la categoría Deporte Resultado prevalece el discurso de *El País*, con un abordaje claramente de apoyo e identificado con “La Roja”, confiando en que los errores serán corregidos a fin de defender su título en la Copa del Mundo de 2014.

## REFERENCIAS

ALCOBA, Antonio. *¿Quo vadis deporte? Del fracaso olímpico al triunfo de política y capitalismo deportivo*. Esteban Sanz, Madrid, 2009.

AÑÓ, Vicente. La organización de grandes eventos deportivos. *Arbor Revista CSIC*, Madrid, p. 265-287, 2000.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 7. ed. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

BOYLE, Raymond. *Sports Journalism*. London: Sage, 2006.

COLLADO, Juan José. *Impacto socioeconómico de los grandes eventos: el caso de Brasil*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2012.

DALONSO, Yoná da Silva; LOURENÇO, Júlia Maria Brandão Barbosa. *O Brasil e a Copa Mundo Fifa 2014: um olhar além dos holofotes Brazil and the Fifa World Cup 2014: a look beyond the spotlight*. book of proceedings. [s.l.]: Algarve 2011. v. 1 – International Conference On Tourism & Management Studies, p. 518-528.

DAMO, Arlei Sander. Produção e consumo de megaeventos esportivos – apontamentos em perspectiva antropológica. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 8, n. 21, p. 67-92, mar. 2011.

DIJK, Teuan Adrianus Van. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós, 1990.

DUNNING, Eric. *El fenómeno deportivo: estudios sociológicos en torno al deporte, la violencia y la civilización*. Barcelona: Paidotribo, 2003.

EL PAÍS. *Libro de estilo*. Madrid: Santillana Ediciones, 2014.

FAUSTO NETO, Antônio. O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. *Revista de Comunicação Verso & Reverso*, São Leopoldo, v. 16, n. 34, jan./jun. 2002.

HALL, Stuart *et. al.* A produção social das notícias: O ‘Mugging’ nos Media”. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1999.

KRIPPENDORFF, Klaus. *Metodología del análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós, 1997.

MANUAL da Redação da Folha de São Paulo. São Paulo: Publifolha, 2011.

MELO, Victor Andrade de. Futebol: que história é essa?! In: CARRANO, Paulo Cesar R. *Futebol: paixão e política*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

MEZZAROBBA, Cristiano; PIRES, Giovanni de Lorenzi. Os jogos pan-americanos rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo: um estudo de recepção com escolares. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Florianópolis, v. 33, n. 2, p. 337-355, abr./jun. 2011.

MORAGAS, Miguel de. *Comunicación y deporte en la era digital*. [artículo en línea]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics – UAB, 2010.

MORAGAS, Miguel de. Los juegos de la comunicación. *Revista Telos*, n. 30, jun./ago. 1992.

MÜLLER, Ivan Daniel *et al.* Manifestos sociais e copa das confederações na cobertura da Folha de São Paulo. **Revista Motrivivência**, v. 25, n. 41, dez. 2013.

OLIVER, Iata. Megaeventos esportivos e relações internacionais como estratégia de atração turística. **Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, abr. 2012.

VICENT, John; HILL, John S. Media coverage of international sport. *In*: PEDERSEN, Paul M. **Routledge handbook of sport communication**. Abingdon: Routledge, 2013.

RIBEIRO, L. C. Q.; SANTOS JUNIOR, O. A. Governança empreendedorista e megaeventos esportivos: reflexões em torno da experiência brasileira. **Revista O social em questão**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 29, 2013.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

SANFELICE, Gustavo Roesse. Campo midiático e campo esportivo: suas relações e construções simbólicas. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 31, n. 2, p. 137-153, 2010.

SANFELICE, Gustavo Roesse. **Os enquadramentos dos Jornais Zero Hora e Folha de São Paulo na cobertura de Daiane dos Santos nos Jogos Olímpicos de Atenas/2004: a midiatização do resultado esportivo**. 2007. 200 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

TAFFAREL, Celi Neuza Zulke; SANTOS JUNIOR, Cláudio de Lira; SILVA, Wellington Araújo. Megaeventos esportivos: determinações da economia política, implicações didático-pedagógicas e rumos da formação humana nas aulas de Educação Física. **Em Aberto**, Brasília, v. 26, n. 89, p. 57-66, jan./jun. 2013.

**Dirección para correspondencia:**

Gustavo Roese Sanfelice  
Rua Carlos Gomes, 231, apto 1002.  
Vila Rosa, Novo Hamburgo/RS. CEP: 93315-040.

**Financiación:** Fundação de Amparo a Pesquisa do Rio Grande do Sul (FAPERGS)