



## Risas plurilingües: portadas de periódicos y derrotas de la selección brasileña en los mundiales de la FIFA 2014, 2018 y 2022

Plurilingual Laughter: Newspaper Front Pages and the Defeats of the Brazilian National Team in the FIFA World Cups 2014, 2018, and 2022

José Carlos Marques  

Universidad Estadual Paulista (UNESP)- BRASIL

DOI: 10.26807/rp.v29i123.2226

Fecha de envío: 30/06/2025 | Fecha de aceptación: 06/08/2025 | Fecha de publicación: 30/08/2025

### Resumen

Este trabajo busca analizar las formaciones discursivas, tal como las definió Michel Foucault (*La arqueología del saber*, 1969), presentes en el periodismo impreso a propósito de las tres últimas Copas Mundiales de la FIFA. Abordaremos las eliminaciones de la Selección Brasileña en los Mundiales de Brasil 2014, Rusia 2018 y Qatar 2022. Centraremos nuestro corpus en portadas de periódicos brasileños y extranjeros, suponiendo que estas contienen representaciones culturales construidas por la relación entre discurso verbal (titular, título, leyenda) y discurso visual (fotografías, ilustraciones). El objetivo es comprender el funcionamiento discursivo de estas cubiertas y percibir relaciones de interculturalidad, historicidad y materialidad discursiva en relación con el público lector. Elegimos como tema tres partidos específicos, aquellos en los que la Selección Brasileña fue derrotada en octavos de final. Reunimos alrededor de 350 cubiertas de vehículos impresos de todo el mundo; para un análisis más profundo, seleccionamos un corpus compuesto por 16 portadas. Percibimos que los medios brasileños y extranjeros buscaron deconstruir las linealidades del trabajo periodístico mediante la presencia de un elemento perturbador –la risa–, que permite resaltar contrastes que hasta ahora no habían sido relatados en un registro más convencional.

**Palabras Clave:** formación discursiva; periodismo impreso; mundial de fútbol; humor.

### Abstract

This paper seeks to analyze the discursive formations, as defined by Michel Foucault (*The Archaeology of Knowledge*, 1969), present in print journalism regarding the last three FIFA World Cups. We will address the eliminations of the Brazilian National Team in the World Cups in Brazil 2014, Russia 2018, and Qatar 2022. We will focus our corpus on front pages of Brazilian and foreign newspapers, assuming that these contain cultural representations constructed by the relationship between verbal discourse (headline, title, caption) and visual discourse (photographs, illustrations). The objective is to understand the discursive functioning of these covers and perceive relationships of interculturality, historicity, and discursive materiality in relation to the reading public. We chose three specific matches as our topic, those in which the Brazilian National Team was defeated in the round of 16. We gathered around 350 printed vehicle covers from around the world; For a more in-depth analysis, we selected a corpus composed of 16 front pages. We perceived that Brazilian and international media sought to deconstruct the linearity of journalistic work through the presence of a disturbing element—laughter—which allows them to highlight contrasts that until now had not been reported in a more conventional way.

**Keywords:** discursive formation; print journalism; football world cup; humor.

## Introducción

En este artículo, utilizamos el concepto de formación discursiva, basado en la definición establecida por Michel Foucault en la obra *La arqueología del saber* (publicada en 1969), para analizar el discurso verbal y visual de los periódicos impresos con motivo de las tres últimas Copas Mundiales de la FIFA. En el caso particular de este texto, sin embargo, sólo nos ocuparemos de tres hechos interrelacionados: la eliminación de la selección brasileña de fútbol en el Mundial de 2014, realizado en Brasil; en el Mundial de 2018, celebrado en Rusia; y el Mundial de 2022, que se celebrará en Qatar.<sup>1</sup>

Partimos de la base de que las portadas de los periódicos contienen representaciones culturales que se construyen a través de la relación entre el discurso verbal (titular, título, pie de foto) y el discurso visual (fotografías, ilustraciones) desde la perspectiva de los lectores. De ahí el objetivo de comprender el funcionamiento discursivo de estas cubiertas y percibir las relaciones de interculturalidad, historicidad y materialidad discursiva en relación con el público lector.

Además, también quisimos verificar si – y de qué manera – los periódicos impresos nacionales y extranjeros reaccionaron con el uso del humor ante la eliminación de la selección brasileña en estas tres competiciones. Para alcanzar nuestro objetivo, elegimos como tema de investigación tres partidos específicos de las tres Copas Mundiales de la FIFA mencionadas anteriormente, es decir, aquellos en los que la Selección Brasileña fue derrotada en las fases eliminatorias. Ellos son:

- Alemania 7 x 1 Brasil (celebrado el 08/07/2014, en la Copa do Brasil).
- Brasil 1 x 2 Bélgica (celebrado el 06/07/2018 en la Copa de Rusia).
- Brasil 1 x 1 Croacia, con victoria croata en la tanda de penaltis (celebrada el 09/12/2022 en la Copa de Qatar).

Con motivo de estos tres juegos, logramos reunir alrededor de 350 portadas de medios impresos difundidos por todo el mundo, especialmente de Brasil y de los continentes europeo y americano. Para un análisis más profundo, optamos por destacar los casos en que el periodismo impreso utilizó la risa como formación discursiva al retratar las derrotas en el fútbol brasileño. Llegamos así a un corpus compuesto por 16 portadas de periódicos, distribuidas de esta manera<sup>2</sup>:

- Copa de 2014: *A Bola* (Portugal); *Agora* (Brasil); *Daily News* (Estados Unidos); *Jornal de Notícias* (Portugal); *Meia Hora* (Brasil); *The New York Times* (Estados Unidos).
- Copa de 2018: *A Bola* (Portugal); *Extra* (Brasil); *La Gazzetta dello Sport* (Itália); *Mundo Deportivo* (Espanha).
- Copa de 2022: *Correio Braziliense* (Brasil); *Crónica* (Argentina); *El Mundo* (Espanha); *Estado de Minas* (Brasil); *Marca* (Espanha); *The New York Times* (Estados Unidos).

Nuestro interés por el periodismo impreso nace del desafío de tratarlo no en el sentido de ofrecerle una forma de redención ante caídas históricas en la circulación, fenómeno que se ha intensificado en esta década, como lo atestiguan distintos artículos en portales de noticias. Como ejemplo, tenemos el texto publicado en el sitio web [www.poder360.com.br](http://www.poder360.com.br) (“Diarios en el 1º semestre: ejemplares impresos caen 7,7% y ejemplares digitales tienen modesto aumento”) y en [www.portaldosjornalistas.com.br](http://www.portaldosjornalistas.com.br) (“Circulación de periódicos impresos sigue cayendo”). En algunos casos, el diagnóstico de caída de circulación viene acompañado de pronósticos más sombríos, como en un artículo de opinión publicado el 05/04/2022 en *Revista Press*: “Lamentablemente, la crisis del periodismo impreso es un proceso sin retorno. Los periódicos y revistas forman parte de una tradición que se arrastra

<sup>1</sup> Parte de estos análisis se presentó en septiembre de 2024 en el GP de Comunicación y Deportes, con motivo del 47º Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación.

<sup>2</sup> Los archivos fueron recopilados de portales que organizan públicamente este tipo de material. ([www.kiosko.net](http://www.kiosko.net), <https://24.sapo.pt/jornais> e <https://www.vercapas.com.br/#jornais>).

hacia la muerte”, en “Fin de la línea para los impresos”.<sup>3</sup>

Sin embargo, es precisamente ante las perspectivas que se abren para el medio impreso que esta investigación se asume como un ejercicio de observación analítica sobre una práctica de prensa que desde el siglo XVI ha hecho prevalecer la palabra escrita sobre el papel como una de las principales fuentes de información y reconstrucción de la realidad. No es de extrañar que todavía haya voces que quieran rescatar la importancia y relevancia del periodismo impreso; Como ejemplo tenemos el uso didáctico-pedagógico de los periódicos en el aula. Un artículo reciente publicado en 2020 por las educadoras Inês Buglini Casarin y Heloisa Oliveira Azevedo (“El periódico impreso: la posibilidad de alfabetización desde una perspectiva discursiva en la educación infantil”) destaca que el uso del periódico impreso en el aula permitió a los niños ingresar al mundo alfabetizado; Además, la práctica de crear un periódico en la educación infantil potenció la producción textual, el diálogo y el intercambio de experiencias de los niños (CASARIN y AZEVEDO: 2020).

Álvaro Caldas, en un trabajo organizado en 2014 (Fue en el periódico - Periodismo impreso en la era de internet), ya llamaba la atención sobre el papel jugado por la prensa escrita, que seguía siendo base y fundamento del quehacer periodístico. Así, el diario impreso representaría un espacio de “reflexión más amplia sobre el hecho, incorporando investigación, interpretación, opinión, masa crítica y mayor trabajo investigativo del periodista” (CALDAS, 2014, p. 31). De la misma manera, los medios impresos no deben preocuparse por repetir información y noticias que ya han sido leídas y vistas en los medios digitales. Correspondería a los diarios impresos buscar un tratamiento más amplio de las noticias, priorizando la interpretación – y no sólo la información – y permitiendo al público lector una mayor y mejor contextualización de los hechos.

Por último, también nos interesa entender la portada de los diarios impresos como escenario privilegiado para presentar las fuerzas discursivas que impulsan el trabajo de cada empresa periodística y su relación con los hechos que rodean un Mundial de fútbol. Es en la portada del periódico donde, más que en el espacio del periodismo digital, se reflejan las formaciones discursivas de adhesión, conflicto, acuerdo, rechazo, silenciamiento, etc. de cada destinatario en su relación con los diferentes interlocutores. Es también en la portada del periódico donde se resumen las formas de reconstrucción del mundo perpetuadas por el discurso verbal y visual de cada medio de comunicación.

### **Formación discursiva: un concepto, dos autores**

Como se mencionó anteriormente, el concepto de “formación discursiva” (Foucault, 2004) constituye la base teórica y metodológica de nuestro análisis. Para Foucault, los enunciados, aunque distintos en la forma y dispersos en el tiempo, son capaces de formar “un conjunto cuando se refieren a un mismo objeto”. (Foucault, 2004, pág. 36). Es este conjunto de enunciados, definidos por ciertas características comunes (ya sean lingüísticas o temáticas), lo que llamamos formación discursiva. Tenemos aquí, por tanto, una manera de tratar el objeto de análisis a través de una concepción epistemológica y al mismo tiempo metodológica (Grangeiro, 2005; Gregolin, 2005).

Para entenderlo mejor, partimos de la idea de que los discursos, incluido el mediático, hacen uso de ciertas organizaciones conceptuales, ciertas agrupaciones de contenidos (temas) y formas de enunciación, como explica Foucault.:

Sempre que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão e se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições, funcionamentos, transformações) entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, teremos uma formação discursiva. (FOUCAULT, 1986, p. 43)<sup>4</sup>

<sup>3</sup> <http://revistapress.com.br/revista-press/fim-de-linha-para-os-impresos/>. Consultado el 10 de octubre de 2022.

<sup>4</sup> “Siempre que sea posible describir, entre un cierto número de enunciados, un sistema similar de dispersión y sea posible definir una regularidad (un orden, correlaciones, posiciones, funciones, transformaciones) entre los objetos, los tipos de enunciación, los conceptos, las elecciones temáticas, tendremos una formación discursiva.”

De este modo, la formación discursiva presupone una singularidad, posibilitando la transición de la dispersión a la regularidad. La mecánica que establece el funcionamiento de una formación discursiva, para Foucault, presupone un sistema de relaciones múltiples entre objetos, tipos enunciativos y estrategias. Una formación discursiva, por tanto, “determina una regularidad de procesos temporales”, ya que articula una serie de acontecimientos discursivos con otras series de acontecimientos, transformaciones y procesos. Para él, una formación discursiva

(...) não desempenha, pois, o papel de uma figura que pára no tempo e o congela por décadas ou séculos: ela determina uma regularidade própria de processos temporais; coloca o princípio de articulação entre uma série de acontecimentos discursivos e outras séries de acontecimentos, transformações, mutações e processos. Não se trata de uma forma intemporal, mas de um esquema de correspondência entre diversas séries temporais.” Foucault (2009, p. 83).<sup>5</sup>

Foucault también entiende que una formación discursiva comprende:

(...) um feixe complexo de relações que funcionam como regra: ele prescreve o que deve ser correlacionado em uma prática discursiva, para que esta se refira a tal ou qual objeto, para que empregue tal ou qual enunciação, para que utilize tal conceito, para que organize tal ou qual estratégia. Definir em sua individualidade singular um sistema de formação é, assim, caracterizar um discurso ou um grupo de enunciados pela regularidade de uma prática (cf. FOUCAULT, 2009, p. 86).<sup>6</sup>

Por tanto, las normas que determinan una formación discursiva se constituyen a través de un sistema de relaciones entre conceptos, estrategias y objetos. Compuesto por estos elementos, va entonces más allá de la dispersión y se dirige hacia una cierta regularidad.

Vale la pena mencionar, sin embargo, que Michel Pêcheux, el autor fundador de lo que se ha dado en llamar el análisis del discurso francés, también estableció una definición distinta para el concepto de “formación discursiva”. Para una comprensión más amplia de la hipotética disputa entre Foucault y Pêcheux en torno a esta cuestión, destacamos al menos cuatro artículos que nos resultan bastante esclarecedores: “Formación discursiva y discurso en Foucault y Pêcheux: notas de lectura para la discusión”, de Roberto Leiser Baronas (2011); “Formación discursiva, redes de memoria y trayectorias sociales de sentido: medios y producción de identidades”, de Maria do Rosário Gregolin (2005); “Una noción con dos fundadores: la formación discursiva”, de Thiago Barbosa Soares (2018); y “El concepto de formación discursiva en el análisis del discurso: la contribución de Foucault a la constitución de un campo interdisciplinario de conocimiento”, de Pedro Farias Francelino (2005). Si en la obra de Foucault el concepto de formación discursiva aparece inicialmente en el libro *La arqueología del saber*, publicado en 1969 –como ya se ha dicho–, en Michel Pêcheux el concepto es revisado y presente en el artículo “La semántica y el corte saussureano: lenguaje, lengua y discurso”, escrito en 1971 en coautoría con Claudine Haroche y Paul Henry.

Para Pêcheux, sería necesario abandonar epistemológicamente las propuestas lingüísticas de Ferdinand de Saussure y centrarse en el problema del discurso desde la perspectiva del materialismo histórico (aquí, la influencia de los escritos de uno de sus mentores, el filósofo Louis Althusser, según el cual las cosas y los objetos podrían colocarse en perspectiva con la ideología). Pêcheux reafirmó así lo que ya venía desarrollando –y que formalizaría en

5 “(...) no juega, pues, el papel de una figura que se detiene en el tiempo y lo congela durante decenios o siglos: determina una regularidad propia en los procesos temporales; sitúa el principio de articulación entre una serie de acontecimientos discursivos y otras series de acontecimientos, transformaciones, mutaciones y procesos. ‘No se trata de una forma atemporal, sino de un esquema de correspondencia entre diferentes series temporales.’”

6 “(...) un conjunto complejo de relaciones que funcionan como una regla: prescribe lo que debe correlacionarse en una práctica discursiva, de modo que remite a tal o cual objeto, de modo que emplea tal o cual enunciación, de modo que utiliza tal o cual concepto, de modo que organiza tal o cual estrategia. Definir un sistema de formación en su individualidad singular es, por tanto, caracterizar un discurso o un conjunto de enunciados por la regularidad de una práctica.”

escritos posteriores– en torno al Análisis del Discurso, según el cual discurso y contexto serían inseparables.

Cada formación ideológica constituye así un conjunto complejo que incluye actitudes y representaciones que no son ni “individuales” ni “universales”, sino que remiten más o menos directamente a “posiciones de clase” en conflicto entre sí. (PÊCHEUX, 2011 [1971], pág. 73). Para Pêcheux, la formación discursiva es “aquello que, en una situación dada, determinada por el estado de la lucha de clases, determina lo que puede y debe decirse (articulado bajo la forma de una arenga, un sermón, un panfleto, una exposición, un programa, etc.)” (PÊCHEUX, 1995, p. 160). Vemos así que la concepción “foucaultiana” de la formación discursiva está subordinada a la noción de conocimiento, y no a la noción de ideología, como ocurrirá con Pêcheux, influido por el sesgo marxista de Louis Althusser, que prioriza la lucha de clases en la constitución de las relaciones sociales.

Por otra parte, Pêcheux valorará la relación entre la formación discursiva y su interdiscurso, un exterior heterogéneo con el que mantiene una relación directa. Para él, una formación discursiva está constituida por lo que es externo a ella, concepto central para la constitución epistemológica del Análisis del Discurso, que busca buscar relaciones de conflicto, adhesión o silenciamiento entre el propio discurso y sus interlocutores (Brandão, 1991; Orlandi, 1999). Todo discurso haría referencia a otros discursos, en forma de afirmación, contrato, negación, contradicción, etc. El significado de formación discursiva estaría relacionado con un exterior ideológico, vinculado a una formación ideológica. Así, tan importante como analizar el discurso sería analizar las condiciones de producción en las que éste se generó y posteriormente se consumió:

O discurso não é um aerólito miraculoso, independente das redes de memória e dos trajetos sociais nos quais ele irrompe só por sua existência; todo discurso marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos: todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um efeito dessas filiações e um trabalho (mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes) de deslocamento no seu espaço (PÊCHEUX, 1997, p. 56).<sup>7</sup>

Como hemos visto, si las bases teóricas sobre las que Pêcheux fundamenta la definición del concepto de formación discursiva apuntan a un legado del pensamiento marxista en Europa occidental, Foucault basa su definición en una tradición historicista, basada en la separación entre clases y la lucha de clases (algo inicialmente rechazado por Pêcheux en su lectura de Foucault). En todo caso, correspondería al analista del discurso investigar todas las condiciones (que son, a la vez, de orden lingüístico y extralingüístico) en las que un determinado enunciado terminó siendo concebido y difundido.

## Principales resultados

Algo típicamente brasileño es hacer bromas de vez en cuando sobre las propias desgracias. Sin embargo, si recordamos las grandes “tragedias” de la selección brasileña de fútbol en los Mundiales (el “Maracanazo” en el Mundial de Brasil 1950, con la derrota 1 x 2 ante Uruguay en el Estadio Maracanã de Río de Janeiro; y la “Tragedia de Sarriá” en el Mundial de España 1982, con la derrota 2 x 3 ante Italia en el Estadio Sarriá de Barcelona), era poco probable que en esas ocasiones el humor invadiera la portada de un periódico para ironizar o instaurar la risa en el tratamiento del fútbol brasileño. Pero la formación discursiva que apunta al humor fue puesta en movimiento y con gran amplitud con ocasión del 7 x 1 Alemania Brasil en el Mundial de 2014, en la semifinal de ese torneo (en la prensa brasileña, verificamos la presencia de la ironía en 12 portadas de periódicos; destacamos aquí dos de

<sup>7</sup> “El discurso no es un meteorito milagroso, independiente de las redes de memoria y de las trayectorias sociales en las que irrumpe por su simple existencia; Cada discurso marca la posibilidad de una desestructuración-reestructuración de estas redes y trayectorias: cada discurso es el índice potencial de una agitación en las afiliaciones sociohistóricas de identificación, en la medida en que constituye al mismo tiempo un efecto de estas afiliaciones y una obra (más o menos consciente, deliberada, construida o no, pero en todo caso atravesada por determinaciones inconscientes) de desplazamiento en su espacio.”

ellas, a efectos demostrativos: las de los periódicos *Meia Hora* – **Figura 1** – y *Agora* – **Figura 2**).

Figura 1



Figura 2



El *Meia Hora* juega inicialmente con el eslogan “No habrá Mundial”, creado espontáneamente en 2013 en oposición a los altos costos que Brasil gastó para organizar el Mundial en el país, y metalingüísticamente afirma que “No habrá tapadera”. El periódico, conocido por sus portadas sensacionalistas e irónicas, aunque a veces con excesivas menciones sexistas y prejuiciosas, sigue afirmando que “no se pueden hacer bromas”, algo que contradice rápidamente el texto junto al asterisco: “Mientras lees esto... otro gol para Alemania”.

El *Agora* alude a otra serie temporal, pues hace mención implícita al Maracanazo de 1950. En ese Mundial, la derrota ante Uruguay terminó por “hispanizar” la forma de referirse superlativamente al estadio Maracanã (“Maracanazo”), con el objetivo de exagerar la “tragedia”. En 2014, tenemos una propuesta de aproximación simbólica entre estas dos derrotas de la Selección Brasileña, ocurridas en partidos decisivos disputados en territorio nacional, en dos Mundiales diferentes. El superlativo de salsicha > salsichaço (un tipo de embutido popular en Brasil) compone una serie discursiva que alude a un ingrediente típico de la cocina alemana, pero que también puede entenderse desde un componente sexista (referencia fálica) al combinarse con la imagen de una mujer con las manos en la cabeza y una expresión de angustia, dolor y sufrimiento.

El uso del humor también fue recurrente en la prensa portuguesa, como lo atestigua el periódico *A Bola* (**Figura 3**) con la provocación “Adiós es brasileño”, utilizando una máxima popular en Brasil de que “Dios es brasileño” junto a la imagen de David Luiz (que había jugado dos años antes en el Benfica, en Lisboa); y *Jornal de Notícias* (**Figura 4**), que juega con el título “Complexo do Alemão”, burlándose de la derrota ante la selección alemana y apuntando al Complexo do Alemão, un barrio que alberga uno de los mayores grupos de comunidades de Río de Janeiro y que había sido noticia internacional después de una redada policial en noviembre de 2010. Lo llamativo aquí es que la prensa portuguesa no solía recurrir al humor para retratar fracasos deportivos, como en este caso de la selección brasileña.

Figura 3



Figura 4



La excepcionalidad del resultado también hizo que el récord más grave diera paso a la risa en medios como el *The New York Times* (Figura 5), que escribió siete veces la palabra Gol en su titular, seguida de la frase "Un día oscuro para Brasil". Finalmente, el *Daily News* (Figura 6) hace un juego de palabras al presentar el título "Braz-hell", fusionando los términos Brasil e infierno. La fina línea, "Los anfitriones de la Copa del Mundo aplastados", también ensalza la derrota del equipo local.

Figura 5



Figura 6



En el Mundial de 2018, la selección brasileña incluso jugó en igualdad de condiciones en su partido de eliminatoria contra Bélgica (la selección europea ganó 2-1). Sin embargo, una imagen quedó muy presente en la prensa y en la opinión pública: la idea recurrente de que el jugador brasileño Neymar se tiraba excesivamente al suelo ante cualquier contacto de sus oponentes, hasta el punto de que se le atribuyó el epíteto "Cai-Cai". En

Brasil, el periódico *Extra* (Figura 7) presenta exactamente este término con el titular “Cai-cai é o Brasil”, encima de la imagen de Neymar acostado en el césped. El diario deportivo portugués *A Bola* (Figura 8) vuelve a mostrar a Neymar tendido en el suelo, aparentemente retorciéndose de dolor, con el titular “Caíu de vez”.

Figura 7



Figura 8



El *Mundo Deportivo* (Figura 9) juega con el término “Neymal” en su titular y muestra al deportista tendido boca arriba sobre el césped (como en el periódico *Extra*). Finalmente, el diario deportivo italiano *La Gazzetta Dello Sport* (Figura 10) presenta la imagen de Neymar cubriéndose el rostro con el uniforme de la selección nacional; Justo detrás, los competidores belgas se abrazan y celebran la victoria. El título dice “Seleçiao”: el vehículo forma una nueva palabra a partir de la aglutinación de “seleção” y “ciao” (“adiós” en italiano), despidiéndose de la selección brasileña con un recurso cómico.

Figura 9



Figura 10



En el Mundial de Qatar, Brasil también fue eliminado en cuartos de final por un equipo europeo, Croacia, esta vez en los penaltis, tras empatar 1-1. El diario argentino *Crónica* (Figura 11) recuerda la provocación que realizaron los hinchas argentinos en el Mundial de Brasil 2014 a través de la canción “Brasil, decime qué se siente” (parodia de “Bad Moon Rising”, del grupo californiano Creedence Clearwater Revival). En la parte superior, tenemos “El Hexacampeonato sigue espera”, que complementa el recurso irónico. El *Estado de Minas* (Figura 12), a su vez, sorprende al publicar un titular escrito en croata, mencionando la despedida del sexto campeonato (Brasil ya ganó el Mundial de la FIFA en cinco ocasiones). La imagen también muestra la desolación de siete jugadores brasileños, cuatro de los cuales están postrados o sentados en el campo.

Figura 11



Figura 12



Otros periódicos también utilizaron recursos irónicos para atacar la predilección de la selección brasileña por crear coreografías especiales para celebrar los goles (la prensa nacional incluso destacó el hecho de que algunos jugadores permanecieron en el campo después del entrenamiento para ensayar “bailes” de celebración). El *Correio Braziliense* (Figura 13), por ejemplo, a pesar de optar por destacar las noticias políticas de Brasil, presenta el titular “Dança dos famosos” (Baile de los famosos) en la mitad inferior de la portada, haciendo una alusión irónica a un espectáculo de baile competitivo que suele tener lugar en los programas dominicales de la televisión brasileña. Otro vehículo que se burla de los bailes de los jugadores brasileños, sorprendentemente, es una vez más el diario estadounidense *The New York Times* (Figura 14), ilustrando su portada con una imagen que muestra a seis atletas brasileños acostados en el campo de juego, más el título “Fin de su baile”.

Figura 13



Figura 14



Concluimos nuestra muestra de portadas de periódicos con dos ejemplos procedentes de medios deportivos españoles.: el **Marca** (Figura 15) y **Mundo Deportivo** (Figura 16):

Figura 15



Figura 16



El **Marca**, de Madrid, destaca en su portada al jugador croata Modric (atleta del Real Madrid) y titula "Mira quién baila", burlándose una vez más de las coreografías que ensayaban los brasileños. Mientras tanto, **Mundo Deportivo**, de Barcelona, ilustra su portada con un título

igualmente irónico (“Baila Messi”). Las imágenes contrastan una celebración del jugador argentino Messi (recién llegado y estrella del Barcelona) con el gesto de Neymar de colocar sus manos sobre sus rodillas y una expresión melancólica.

Es interesante notar que el uso del humor y de la ironía como formación discursiva para representar a la selección brasileña, como vimos a lo largo de las 16 portadas de periódicos aquí analizadas, permea tanto los periódicos deportivos (en los que las provocaciones lúdicas son comunes y rutinarias) como los periódicos generalistas de importancia global como *The New York Times*. Es también una opción discursiva que se puede ver tanto en periódicos brasileños como extranjeros. Por un lado, esto no hace más que confirmar la representatividad y relevancia del fútbol nacional a escala mundial. Por otro lado, también denuncia algunas conductas de equipos brasileños que no han logrado recibir legitimidad de la prensa, como vimos en los casos de las constantes caídas y simulaciones del jugador Neymar o las coreografías ensayadas para celebrar goles y victorias.

## Conclusión

Como se puede observar en los ejemplos seleccionados, cada portada noticiosa implica una producción específica de sentido, que acaba creando representaciones diferentes de la realidad. Así, la profesión periodística busca conectar los diversos objetos de la realidad, realizando una reconstrucción discursiva, que no significa necesariamente desfigurar el objeto. La reconstrucción periodística implica siempre un recorte de la realidad y una interpretación subjetiva – de ahí el hecho de que las portadas de los periódicos hayan constituido formulaciones diferentes para una formación discursiva específica (el uso de la risa y de la ironía) a partir de un acontecimiento específico (los partidos de la selección brasileña aquí destacados).

En todos estos casos, los medios extranjeros buscaron deconstruir las linealidades que establece el trabajo periodístico a través de la presencia de un elemento perturbador –la risa–, que permite resaltar contrastes que hasta ahora no han sido relatados en un registro más convencional. La formación discursiva que optó por un registro humorístico y/o irónico estuvo presente en el periodismo brasileño e internacional, permitiendo verificar cómo la representación de la selección brasileña se hace a través de perspectivas nativas y extranjeras que se apoyaron en la risa para construir su discursividad.

Nuestro ejercicio de análisis buscó, por tanto, mostrar cuáles agrupaciones de contenidos (temas) y formas de enunciación, tal como preconiza Foucault, predominaron en las portadas de los periódicos un día después de los partidos en los que Brasil fue derrotado en los tres últimos Mundiales. También nos damos cuenta de que no existe un discurso neutral: todo discurso produce significados que expresan las posiciones sociales, culturales e ideológicas de los sujetos del lenguaje; Así pues, es necesario tener conocimientos lingüísticos y extralingüísticos para comprender mejor el discurso, ya que sin historia no hay sentido, es decir, es la inscripción de la historia en la lengua lo que hace que ésta signifique algo.

## Apoyos

Este artículo es parte de un proyecto de investigación más amplio financiado por la FAPESP (Fundación de Apoyo a la Investigación Científica del Estado de São Paulo).

## Referencias

- BALDWIN, John et al. (2013) *Intercultural communication for everyday life*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- BARONAS, Roberto Leiser. (2011) *Formação discursiva e discurso em Foucault e em Pêcheux: notas de leitura para discussão*. Anais do V Seminário de Estudos em Análise do Discurso (SEAD), UFRGS, Porto Alegre.

- CALDAS, Alvaro. (2014) Deu no jornal. O jornalismo impresso na era da internet. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola.
- CASARIN, Inês Buglini; AZEVEDO, Heloisa Oliveira. (2020) O jornal impresso: possibilidade de letramento numa perspectiva discursiva na educação infantil. Em Educação, vol. 45, pp. 1-25.
- FOUCAULT, Michel. (2004) Arqueologia do saber. 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- FRANCELINO, Pedro Farias. (2005 ) "O conceito de formação discursiva na análise de discurso: contribuição foucaultiana para a constituição de um campo interdisciplinar do saber". Em Língua, Lingüística e Literatura, UFPB, Vol. 3, número 1.
- GRANGEIRO, Cláudia Rejanne Pinheiro. (2005) A propósito do conceito de formação discursiva em Michel Foucault e Michel Pêcheux. Anais do II Seminário de Análise do Discurso (SEAD), UFRGS, Porto Alegre.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. (2005) Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentido: mídia e produção de identidades. Anais do II Seminário de Análise do Discurso (SEAD), UFRGS, Porto Alegre.
- PÊCHEUX, Michel. A Análise de Discurso: três épocas (1983). In: GADET, F.; HACK, T. (org). (1997) Por uma análise automática do discurso. Uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Ed. Unicamp.
- SOARES, Thiago Barbosa. (2018) Uma noção com dois fundadores: formação discursiva. Em Revista Capim Dourado: Diálogos em Extensão, Palmas, v. 1, n. 2, p. 45-64, mai.-ago.

