

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM
JORNALISMO**

A ironia no radiojornalismo esportivo
(Uma análise dos comentários de *Juca Kfour* no *CBN Esporte*
***Clube*, na rede *CBN* de rádio)**

HÉVERTON FORTE CAVALCANTE

FORTALEZA
2007

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM
JORNALISMO**

A ironia no radiojornalismo esportivo
(Uma análise dos comentários de *Juca Kfour* no *CBN Esporte*
***Clube*, na rede *CBN* de rádio)**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Ms. Raimundo Nonato de Lima.

HÉVERTON FORTE CAVALCANTE

FORTALEZA
2007

HÉVERTON FORTE CAVALCANTE

A ironia no radiojornalismo esportivo
(Uma análise dos comentários de *Juca Kfour* no *CBN Esporte Clube*, na rede *CBN* de rádio)

Esta monografia foi submetida ao Departamento do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do título de Bacharel.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida desde que feita de acordo com as normas da ética científica.

Monografia apresentada à Banca Examinadora:

Prof. Ms. Raimundo Nonato de Lima - UFC
(Orientador)

Prof.^a. Dr.^a. Maria Aparecida de Sousa – UFC

Prof. Francisco Roberto Leite de Almeida – UFC

FORTALEZA
2007

*“Sei que ninguém vai me tirar
A alegria de viver,
Pode tudo acontecer,
Nada me fará,
Afastar da esperança,
Por tantas provas já passei,
Quantas lágrimas chorei,
Por um mundo que não sei,
Compreender
Com meus olhos de criança*

*Ref.: Mas hoje eu sei,
Que só através do amor o homem,
Pode se encontrar,
Com a perfeição dos sábios
Uma ambição maior
Mais do que pode supor o império da razão,
Toda vã filosofia*

*Por isso insisto em cultivar,
Os meus sonhos, minha fé,
Esteja onde eu estiver,
Creio em você
Eu estou em segurança”
(Roberto Carlos – Toda vã filosofia)*

AGRADECIMENTOS ESPECIAIS

A Deus e ao Espiritismo, por proporcionar novos paradigmas à minha vida

À minha mãe, pelo apoio oferecido ao longo de toda essa árdua trajetória de vida.

Aos demais membros de minha família, por serem simplesmente as pessoas que são.

AGRADECIMENTOS

Olha, falar aqui o nome de todas as pessoas que contribuíram de alguma forma com esse trabalho é uma tarefa tão complicada quanto foi esta monografia. É um desafio, com certeza, bem mais saudável...

Então, deixem-me tentar, tá legal? Posso “tentar” falando do grande mestre e, acima de tudo, amigo Gilmar de Carvalho, pela ajuda grandiosa que deu no momento da elaboração do projeto desta monografia e pelas inúmeras sugestões, além de um “apoio moral”. À professora Cida de Sousa, por ter fornecido a “pilha” que faltava para que “este brinquedo tomasse vida”, além de ser uma amiga, olha, inesquecível. Ele não poderia ficar ausente dessa homenagem, pela sua presteza e enorme paciência de ter aturado o autor destas palavras, além de ser também um grande amigo ao longo de toda a graduação: Nonato Lima. Além desses, aos demais professores também vão os meus agradecimentos: Ricardo Jorge, Ronaldo Salgado e outros tantos. Sentirei saudades e muitas! Meus amigos Souza e Florêncio, do laboratório de rádio, por terem aturado muitas “marmotas” nas disciplinas de radiojornalismo.

Aos amigos que fiz na faculdade e na Casa de Cultura Hispânica. O que dizer do meu parceiro Davi, dos Fábios (Marques e Monteiro), do Humberto, da Janice (uma pessoa sensacional), Jully, Andréa, Julianas (Sousa e Sybelle), Adriano, Daniela, Andreh Jonathas, Raquel Geller, João Vilnei (futuro presidente do Ceará Sporting), Campelo (o “imortalizado” no curso de comunicação), Monteiro, Rafael “Gia”, Filipe, Naara, “Igordim”, Márcio “Mazela”, “Didi”, Fred, enfim, toda a velha guarda da faculdade, todos (ou quase todos) formados e fazendo “sabe-se lá o que” da vida...

Agradeço também ao Alexandre, um parceiro mesmo (valeu, cara!) e a Franciane (da Casa de Cultura, sucesso pra ti) e os demais companheiros da cultura.

Meus primos e amigos, a todos agradeço de coração, até mesmo nos momentos em que “enchiam a paciência” (aliás, paciência de um pavio quilométrico! Eu acho). Valdemar “Coxinha”, Wagner “Caucaia”, Eliane, Rômulo (que vocês dois sejam muito felizes, de coração), Eduardo, ao Júnior Forte, por ser um grande “parceiro”, esse vai estar para sempre dentro do meu perímetro de amizades homogêneas!... A meus tios e avós, por simplesmente, “me aturarem”. Rsrtrs.... Aos parceiros Pão e Victor, que não podiam ficar de fora dessa homenagem, e aos demais que não recordo o nome no

momento em que escrevo essas linhas (e que vou me arrepender depois por não citá-los).

À Evanice, por ter cedido por alguns dias o computador do Salão Paroquial e ao Rodrigo, por ter salvado meu computador dos vírus, que quase colocaram tudo isso a perder, e ao parceiro Bruno, por ter dado uma última ajuda para este trabalho estar, de fato, concluído...

E aos ensinamentos espíritas, por lançar novos conceitos a cerca da vida. A Alan Kardec e ao Espiritismo, muito devo ao longo dessa jornada, mesmo quando disse coisas que os outros pensavam que não tinha muito sentido. Valeu pelo maior ensinamento de todos: “Fora da caridade não há salvação”.

Enfim, obrigado, obrigado, obrigado...

Que todos encontrem, de alguma forma, a felicidade e que façam, à maneira de vocês, o bem ao próximo!!!

RESUMO

O objetivo deste trabalho é mostrar as inúmeras construções discursivas presentes no radiojornalismo esportivo, notadamente a ironia. Nosso objeto de estudo é o programa CBN Esporte Clube, da rede CBN de rádio, veiculado, aqui no Ceará, pela rádio AM do Povo. Dentre as várias construções irônicas, destacamos a de dois autores, um do campo da filosofia, Henry Bergson (1900), na sua obra *O riso*, e seus estudos em torno da ironia e do humor, a outra autora ligada ao campo da pragmática, Catherine Kerbrat-Orecchioni (1978), que estuda a ironia na perspectiva dos aspectos formais presentes na construção dela como procedimento de linguagem. No campo da Análise do discurso, nos interessa estudar os comentários do âncora do programa radiofônico em questão, Juca Kfourri, na perspectiva da heterogeneidade discursiva de Authier-Revuz (1982) e na teoria polifônica de Oswald Ducrot (1984). Concluimos que Juca Kfourri tenta construir uma imagem de um jornalismo independente e de um jornalista comprometido com uma postura crítica em relação aos fatos e ao noticiário sobre os esportes, especialmente o futebol.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
Capítulo I: Radiojornalismo esportivo: futebol, opinião e ética.....	12
1.1. O amadorismo do futebol brasileiro	12
1.2. A profissionalização do futebol no Brasil	14
1.3. O surgimento da imprensa esportiva no país.....	17
1.4. O radiojornalismo esportivo no Brasil	20
1.5. O rádio “all news”	22
1.5.1. A rede CBN Brasil.....	24
1.6. O CBN Esporte Clube	25
1.6.1. Juca Kfourir: o âncora do CBN Esporte Clube.....	26
1.6.2. Uma nova visão do esporte?.....	27
1.7. Ética e opinião no radiojornalismo esportivo	28
Capítulo II: Linguagem radiofônica, Ironia e Análise do Discurso	34
2.1. Rádio: evolução da linguagem	34
2.1.1. CBN Esporte Clube: estrutura e linguagem	37
2.2. A ironia: perspectiva histórica.....	40
2.2.1. Visão filosófica e psicanalítica da ironia.....	41
2.2.2. Visão pragmática da ironia	46
2.3. A Análise do Discurso	52
2.3.1. Discurso em Foucault	52
2.3.2. Formações ideológica e discursiva	54
2.3.3. Benveniste e Authier-Revuz: enunciação e heterogeneidade discursiva.....	56
2.3.4. Polifonia: o entrelaçamento dos discursos	58
Capítulo III: Juca Kfourir e o CBN Esporte Clube.....	61
3.1. Metodologia de análise.....	61
3.2. Humor e ironia no CBN Esporte Clube.....	62
3.2.1. A heterogeneidade discursiva	64
3.3. Polifonia e ironia no CBN Esporte Clube	67
3.4. Juca: discurso e paixão clubística.....	72
3.5. As “vozes de Juca”	74
CONCLUSÃO.....	80
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
SITES CONSULTADOS	85

INTRODUÇÃO

O futebol, esporte que domina a preferência popular no Brasil, hoje é tratado como um grande negócio no mundo capitalista. Dentro desse contexto, os programas radiofônicos esportivos têm procurado modernizar-se nas últimas décadas, abordando, além da prática esportiva, o lado político e o econômico, e relacionar o mesmo com outras áreas das ciências, como a psicologia, medicina, etc...

Esse trabalho pretende analisar como se dá a ironia no radiojornalismo esportivo brasileiro, no programa CBN Esporte Clube, apresentado por Juca Kfourri na rede CBN de rádio. A ironia é uma forma de construção discursiva, no radiojornalismo esportivo brasileiro, bastante utilizada, sendo essa constantemente usada pelo âncora do programa. Então, utiliza-se muito as diversas construções discursivas, das quais algumas são empregadas por nós nesse trabalho de análise dos comentários de Juca Kfourri. Escolhemos os meses de agosto e setembro de 2006 por estarem, justamente, no meio do calendário futebolístico brasileiro e ser um período riquíssimo de informações esportivas, importando, para nós, especificamente, abordar o futebol.

No capítulo 1, vamos ver o surgimento do futebol no Brasil, passando pelo surgimento da imprensa esportiva, o rádio *all news*, a rede CBN Brasil, tudo para contextualizar o leitor do que é o programa, onde é exibido, etc.. Depois, entramos na opinião e na ética jornalística, tópico em que vamos perceber a ética “kfourriana”.

No capítulo 2, continuamos a falar sobre o rádio, agora com enfoque na linguagem radiofônica e vamos conhecer a estrutura do CBN Esporte Clube. A seguir, conheceremos os conceitos que serão empregados no terceiro capítulo, quando analisaremos os comentários de Juca Kfourri. A ironia será apresentada numa perspectiva histórica, onde conheceremos os três campos que a formam: a filosofia, a psicanálise e a pragmática e as bases da Análise do Discurso, com os principais teóricos a serem abordados.

No capítulo 3, analisaremos as construções discursivas de Juca Kfourri em seus comentários sobre o futebol brasileiro mais especificamente, dando ênfase à ironia de Bergson (1900) e Kerbrat-Orecchioni (1978). Cada um deles pertencentes as vertentes da ironia citadas acima (filosófica e pragmática, respectivamente), relacionando-as com

a Análise do Discurso, notadamente Ducrot (1984) e Authier-Revuz (1982), para verificarmos alguns aspectos como a preferência clubística do jornalista Juca Kfourri, o seu conceito de ética dentro do jornalismo esportivo e quais os sentidos propostos/produzidos pelo “estilo irônico”, “discurso irônico” de Juca Kfourri no CBN Esporte Clube.

Capítulo I: Radiojornalismo esportivo: futebol, opinião e ética

1.1. O amadorismo do futebol brasileiro

“Futebol não pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho”. Essa frase, de Graciliano Ramos, ilustra bem a chegada do esporte no final do século XIX e início do século XX. Percebemos com isso um forte preconceito em relação ao futebol, trazido ao Brasil por Charles Miller em 1894. Junto com a bagagem, ele trouxe duas bolas de couro, um par de chuteiras, camisa e calções, além das regras do esporte.

O primeiro jogo de caráter oficial ocorreu em 15 de abril de 1895, envolvendo as equipes do The São Paulo Railway Team e o The Team do Gás. (CAVALCANTE, 2002, p. 5)

A partir dessa partida, o futebol iria se consolidar de fato no país, inicialmente de forma amadorística, depois profissionalizado.

Nos primeiros anos do século XX, o futebol foi um esporte praticado, sobretudo, pela elite brasileira, pelos filhos dos industriais que o importaram da Inglaterra. O “jogo¹” trazia valores implícitos como

(...) a competição e o chamado *fair-play* ou ‘espírito esportivo’ – esses jovens trouxeram o futebol para suas fábricas e clubes, espaços onde o jogo ajudava a disciplinar os corpos e aplainava os corações, fazendo-os obedientes às suas regras. (DAMATTA, 1994, p. 11-12)

Charles Miller conseguiria, rapidamente, difundir o esporte de origem inglesa entre a elite paulista. Logo surgiram clubes como o São Paulo Athletic Club² e o Sport

¹ O primeiro jogo oficial disputado aqui no Brasil, segundo o professor de Sociologia da USP, Waldenir Caldas, foi em São Paulo, diante de um público “espetacular” de 60 (sessenta) pessoas! Um acontecimento singular!

Club Corinthians Paulista, em São Paulo, enquanto que no Rio de Janeiro o The Bangu Athletic Club era uma das principais equipes daquele estado.

A partir dos anos 20 do século passado, o futebol se populariza de fato em nosso país. Os primeiros impasses viriam à tona, tais como a profissionalização do futebol e a aceitação de pessoas das classes menos abastadas nos clubes, então de elite. Essas agremiações esportivas conseguiram adiar por algum tempo a profissionalização, através da criação da Confederação Brasileira de Desportos (CBD)³, em 1916.

Nos anos 20, o futebol está consolidado como o esporte nacional. Em 1919, o país já havia ganhado seu primeiro campeonato sul-americano. Como uma espécie de incentivo, teremos a construção de vários estádios.

Em 1927, o próprio presidente da República, Washington Luís, comparecera ao estádio de São Januário para a cerimônia de inauguração. O estádio das Laranjeiras, no Rio de Janeiro, fora construído para a organização do Campeonato Sul-Americano. O Brasil interessou-se novamente pela organização do torneio três anos depois. O futebol já era uma festa. (COELHO, 2003, p. 11)

Nessa época já tínhamos um fenômeno, hoje em dia bastante comum e que atrapalha bastante o desenvolvimento do futebol brasileiro: a “cartolagem”⁴. No tópico 1.3, iremos perceber que os jornalistas esportivos eram a favor da profissionalização, pois estes viam as precárias condições a que os jogadores estavam submetidos, com baixos (ou mesmo sem receber) salários por isso. Em resumo: vivíamos uma situação de falso amadorismo. Era preciso mudar essa situação. E, de fato, ela foi modificada na década de 1930, face ao êxodo dos nossos melhores jogadores para o futebol europeu⁵.

² É interessante observar que, no início, os nomes dos clubes e os termos utilizados no futebol como *offside*, por exemplo, eram empregados em inglês. Com o passar do tempo, essas expressões seriam aportuguesadas e o *impedimento* estaria em nosso vocabulário do dia-a-dia.

³ Atualmente Confederação Brasileira de Futebol (CBF).

⁴ O “cartola” é o dirigente de clube que, em vez de trabalhar pelos interesses de sua agremiação esportiva, trabalha pelos próprios interesses. O nosso objeto de estudo dessa monografia, Juca Kfourri e o programa CBN Esporte Clube, talvez seja o maior crítico dessas pessoas envolvidas no mundo do futebol.

⁵ Esse êxodo de jogadores nunca esteve tão presente no futebol brasileiro como está atualmente. Com a crise financeira dos maiores clubes do país, como São Paulo, Flamengo, Grêmio e outros, é muito mais vantajoso para os jogadores se transferirem para o futebol europeu, pois permanecendo aqui correm o sério risco de não receberem seus salários em dia.

1.2. A profissionalização do futebol no Brasil

Com a Revolução de 1930, Getúlio Vargas chegou ao poder no Brasil e pôs em prática vários projetos que transformaram a realidade econômica da nação. O “Programa de Reconstrução Nacional” foi uma coletânea de dezessete itens urgentes, de aplicação imediata. Getúlio, oportunista, destinou um desses itens para o futebol.

Isso foi muito bom para o atleta e o futebol brasileiro. (...) O item 15 do programa é importante nesse sentido. Seu texto fala em ‘instituir o Ministério do Trabalho, destinado a superintender a questão social, o amparo e a defesa do operariado urbano e rural. (CALDAS, 1994, p. 45)

Daí para a regulamentação do futebol, em 1933, foi um pulo. Estava oficialmente profissionalizado o futebol no Brasil, apesar do comportamento ainda amador de vários dirigentes de clubes. A cultura nacional ganhou um forte elemento de identificação.

A relação futebol/política sempre foi constante no país. Nos anos 80 do século XX, tivemos um exemplo disso: a “democracia corinthiana”⁶, que acabou indo mais além; o ex-jogador Sócrates e alguns diretores do Corinthians fizeram um documento que retratava fielmente as condições dos jogadores. Apesar de profissional no papel, o futebol continuava amador na prática.

Ao longo do tempo, e isso vale também no período anterior à profissionalização, o jornalismo esportivo foi fundamental para a consolidação desse processo, cujo papel e personagens centrais serão melhor enfocados no tópico 1.3.

Porém, mesmo depois de profissionalizado no papel, continuou, na prática, o amadorismo de nosso futebol, com os dirigentes comandando os clubes a seu modo, desviando verbas para outros fins. As décadas de 1950 e de 1960 foram fundamentais para a profissionalização, de fato, do nosso futebol. Até adiantando um pouco (veremos melhor no próximo tópico), as conquistas das Copas de 1958 e 1962, foram fatos que

⁶ Movimento organizado pelos jogadores do Corinthians e pelo vice-presidente de futebol na época, Adilson Monteiro Alves. Conseguiram levar o clube ao mais alto grau de liberdade e autonomia dos jogadores, os verdadeiros “profissionais da bola”. Pelo menos no departamento de futebol, eliminaram uma estrutura arcaica, autoritária e paternalista, que era um desrespeito aos jogadores. Isso ainda é comum em vários clubes brasileiros, principalmente nos de menor expressão.

despertaram, na imprensa esportiva, o sentimento de cobrança em relação aos dirigentes de clubes, para que estes passassem a valorizar o atleta como o profissional da bola. A Copa de 1970, ganha pelo Brasil, foi decisiva nessa tomada de posição por parte da imprensa.

No mundo contemporâneo, e o sistema capitalista seria uma espécie de síntese disso, tudo vira negócio, tudo vira mercadoria. A globalização, iniciada nos anos de 1960, chegou para ficar, é algo inevitável; a integração econômica entre os vários países gera bilhões em lucros; a cultura vira negócio, o esporte vira negócio. Então, o que vemos hoje é o futebol não mais como mero entretenimento, e sim como um lucrativo negócio, que transforma, os até então simples atletas em estrelas de televisão, de propagandas, que passaram a ganhar milhões, seja dos clubes, seja através da propaganda. Não podemos aqui generalizar; apenas uma pequena parcela dos atletas chega a ficar rica vivendo do futebol; a maioria recebe salários irrisórios. É um negócio excludente. Atualmente, o que percebemos são os jogadores brasileiros indo, cada vez mais cedo, jogarem no futebol europeu e asiático, que pagam bem mais do que o brasileiro. Antigamente, era bem diferente, os jogadores passavam, em muitos casos, toda a vida profissional em um único clube.

O neoliberalismo obrigou os clubes de futebol do mundo todo a se adequarem às leis de mercado. Foi necessário que eles assumissem uma postura diferente; e assim o fizeram. Os clubes passaram a ser geridos como se fossem uma empresa, fornecendo como mercadoria jogadores, formados nas “categorias de base”, que são vendidos, geralmente para o exterior, por quantias astronômicas.

O Brasil sempre foi um país dependente economicamente do exterior. Os nossos clubes, muitos deles mal-administrados, são obrigados a vender suas “pratas da casa”⁷ para saldar compromissos⁸. Numa tentativa de solucionar suas dívidas, muitos deles viraram “clubes-empresas”⁹, verdadeiras fábricas de jogadores.

Voltando um pouco no tempo, vemos que esse fenômeno (clube-empresa) não é novo. Ainda no período amador do futebol brasileiro, tivemos casos bastante curiosos,

⁷ Pratas da casa: jogadores jovens revelados pelo próprio clube para o futebol.

⁸ Uma tentativa do Congresso Nacional de valorizar o nosso futebol deu-se nos anos 90. Com as chamadas “Lei Pelé” e “Lei Zico”, tentou-se segurar, por mais tempo, os jovens jogadores no país. Mas os resultados não se mostraram como o desejado.

⁹ No Brasil, os melhores exemplos de clubes-empresa que podemos observar são: Vitória, da Bahia, e o CFZ, de Brasília, time fundado pelo ex-jogador Zico.

em que clubes nasceram a partir de indústrias. Inicialmente, esses clubes tinham a pretensão de servir como um divertimento para os patrões, mas, com a crescente popularização do futebol em nosso país, os clubes passaram a se dedicar, em tempo integral, aos campeonatos. Como incentivo à prática futebolística, eram pagos aos operários-jogadores “bichos”, uma quantia extra, oferecida aos atletas, em caso de vitória. O Bangu, time da Companhia Progresso Industrial, que chegou inclusive a ser vice-campeão brasileiro em 1984 (nessa época, patrocinado pelos “bicheiros”¹⁰), foi talvez o melhor exemplo dessa relação; outros clubes, com a profissionalização, sucumbiram.

A direção da fábrica colaborava com o grêmio dos trabalhadores, mas exigia um retorno dos investimentos feitos. Queria saber como o dinheiro era aplicado, quais atividades haviam sido desenvolvidas, quais os montantes gastos, o que podia ser feito através da elaboração de relatórios de atividades e balancetes mensais ou anuais. Esboçava-se, assim, uma primeira forma de controle sobre o clube. (ANTUNES, 1994, p.105)¹¹

Fazendo um rápido paralelo entre antigamente e hoje, vemos uma diferença básica: antigamente os clubes-empresas tinham por trás de suas estruturas a ajuda econômica de indústrias, muitas delas têxteis (ou seja, a equipe era **da indústria**), atualmente o que percebemos são os clubes organizados com patrocinadores milionários estampados nas camisas, (**as indústrias não exercem** o controle do clube). Vale a lógica da publicidade através das redes de televisão, que cobrem os mais diversos campeonatos.

Procuramos mostrar nesse primeiro momento o desenvolvimento do futebol em nosso país. Desde a sua fase amadora até chegarmos ao futebol negócio-espetáculo, que impera hoje em dia. Suprimimos, de propósito, um elemento que contribuiu para essa guinada, dando ao futebol o status atual de que goza. Um veículo de comunicação que, até hoje, é o mais popular desse país: o rádio. Além dele, as origens do jornalismo esportivo e a questão da ética serão enfocados nos tópicos 1.3 e 1.7.

¹⁰ Pessoas que vivem de jogos de azar.

¹¹ Pode-se fazer um paralelo entre esse período e atualmente. O governo federal pretende aprovar, em breve, a “Timemania”, uma loteria esportiva que se utilizará dos escudos dos times para se fazer as apostas. Pretende-se, com isso, sanear as dívidas dos clubes. As semelhanças ficam por conta do controle que o governo exercerá sobre os clubes, exigindo balancetes dos mesmos. Uma tentativa de soerguer o futebol brasileiro.

1.3. O surgimento da imprensa esportiva no país

Podemos dizer que o jornalismo esportivo teve início, pra valer, com o jornalista Mário Filho. Ele “formatou” o jornalismo esportivo, tal como o conhecemos atualmente, que cobre o dia-a-dia dos esportes e seus bastidores. Futebol e imprensa esportiva no Brasil sempre andaram de mãos dadas; quando da luta pela profissionalização do esporte, esta teve um papel fundamental, incentivando os clubes, o espetáculo futebol.... Enfim, uma participação ativa no desenvolvimento do esporte no país.

Mário Filho entrou no ramo do jornalismo esportivo para fugir das pressões políticas no *A manhã*, de propriedade do pai, jornal eminentemente político, revolucionando a linguagem utilizada no futebol, aportuguesando os termos em inglês. Depois de trabalhar nos jornais *A Manhã* e *A Crítica*, em 1931 foi convidado por Roberto Marinho para dirigir a página de esportes de *O Globo*. Passando a divulgar o dia-a-dia dos clubes e dos campeonatos, Mário Filho e seu irmão, Nelson Rodrigues, criaram toda uma linguagem própria para o futebol, com a idéia dos clássicos entre os clubes da mesma cidade ou região, e um estímulo ao profissionalismo, já citado anteriormente. O rádio esportivo, cujo surgimento data do final dos anos 1920, também contribuiria decisivamente, conforme será abordado no próximo tópico, para a popularização do futebol, enquanto espetáculo que atrai multidões aos estádios todos os anos.

O jornalismo brasileiro descobria o futebol como fonte de notícias, como produto “noticiável”, no ano de 1905. Antes, o turfe, a natação e outros esportes ocupavam apenas espaços reduzidos nos jornais brasileiros, como o *Jornal do Brasil*.

Desde o ano de sua fundação, em 1891, o *Jornal do Brasil*, um dos veículos mais antigos em atividade no Brasil, por exemplo, já trazia uma coluna sobre turfe – uma das paixões nacionais à época, ao lado do remo. Nos anos seguintes, o jornal ainda criou colunas sobre iatismo e natação (1896), ciclismo (1897) e xadrez (1897). O futebol, porém, era renegado como um esporte sem importância. (OLIVEIRA *apud* BELTRÃO¹², 2004, p. 7)

¹² BELTRÃO, Luiz. *A Imprensa Informativa*. São Paulo: Editora Folco Masucci, 1969.

Essa situação começou a mudar quando as partidas entre o Football Athletic Club e o Rio Cricket passaram a chamar a atenção no Rio de Janeiro¹³, atraindo vários torcedores aos campos. Curiosos sobre o fenômeno que estava acontecendo no Rio de Janeiro, os jornais cariocas, em especial o *Jornal do Brasil* – o primeiro a publicar uma nota sobre futebol - começam a destacar repórteres para as partidas. No início do século XX, o Rio de Janeiro pulsava e impulsionava o esporte no resto do Brasil. A partir daí, os jornais de outros estados passaram a seguir o exemplo carioca. O jornalismo esportivo começava a ganhar uma feição¹⁴. A partir de 1912, as notícias sobre futebol e outros esportes ocupavam uma página inteira no *Jornal do Brasil*, um fato inédito até então. O esporte apaixonava a população brasileira.

A relação imprensa esportiva-futebol manifestou-se, pela primeira vez, claramente, no final de 1915. Os jornais cariocas iniciaram uma campanha em torno da oficialização da Seleção Brasileira, em 1914, representada por selecionados cariocas em amistosos contra equipes estrangeiras, e na criação da Confederação Brasileira de Desportos, em 1916.

A década de 20 serviria para consolidar o futebol nas páginas dos jornais. Mais uma inovação no jornalismo esportivo, mais uma vez tendo à frente o *Jornal do Brasil*; o periódico estampou na capa uma foto de um jogo entre Vasco e Fluminense, idéia que passou a ser utilizada pelas outras redações, nunca mais sendo abandonada¹⁵. Nasceu também nessa época o “pôster”, imensa fotografia que ocupa uma página inteira de jornal ou revista com o time perfilado, tanto os jogadores titulares quanto os reservas. Nota-se aqui uma relação de dependência mútua: tanto os clubes de futebol precisavam da imprensa para levar o torcedor aos estádios, quanto a imprensa necessitava dos clubes para poder vender mais exemplares.

Contudo, ainda assim os jornais de outros estados dedicavam espaços mínimos para o que já parecia uma paixão popular. O *Correio Paulistano*, de São

¹³ Digamos que esses jogos foram o embrião do que, anos mais tarde, originaria a expressão “clássico” entre clubes tradicionais de uma mesma cidade ou região, termo que se popularizou com o jornalista Nelson Rodrigues.

¹⁴ OLIVEIRA, Rafael Luís Azevedo. “A imprensa que torce – quando a função da crônica esportiva torna-se apenas promover os times de futebol: uma análise da cobertura do *Diário do Nordeste* na campanha do Fortaleza na 1ª Divisão”. Monografia (graduação em Comunicação Social – habilitação em jornalismo). Departamento de Comunicação e Biblioteconomia. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004.

¹⁵ Antigamente as fotografias mostravam os jogadores de terno e gravata, tal como no documento de identidade.

Paulo, por exemplo, liberava apenas uma coluna para as matérias que incluíam futebol, e duas para o turfe. Os jornais dedicavam aos esportes o espaço que lhes era admissível¹⁶.

Nos anos 30 do século XX, essa situação mudaria por completo. Com o interesse crescente da população pelo futebol, os jornais começam a reservar espaços para o noticiário dos campeonatos, havendo ou não a realização deles, no intuito de manter permanentemente o interesse do leitor pelo esporte. A estratégia estava atrelada ao próprio significado de jornalismo especializado¹⁷.

O jornalismo esportivo no Brasil, não só o impresso, mas também o rádio esportivo, como veremos no tópico 1.4, esteve sempre vinculado à idéia de espetáculo, de promoção do desporto. Nos anos 1920 e 1930, surgiram e desapareceram diversos periódicos que se dedicaram exclusivamente ao futebol, pois o público-alvo a que se destinavam, as classes populares, não possuía dinheiro e nem nível intelectual para ler as publicações. Os que sobreviveram foram o *Jornal dos Sports*, fundado em 1933 no Rio de Janeiro, e a *Gazeta Esportiva*, de São Paulo e do mesmo período.

Com o advento da televisão, a partir dos anos 1950, e o início das transmissões esportivas, a partir da década de 1960, as imprecisões nos relatos desaparecem, já que as imagens desfaziam os enganos que esses relatos traziam. Embora dando uma forte carga de emoção, o jornalismo pecava pelos erros, seja na descrição dos lances de gol, seja quem fazia o mesmo, o que desapareceu com o advento da imagem, que possibilitou a descrição nua e crua da realidade, imperando até hoje nas inúmeras transmissões esportivas na televisão. Os jornais e emissoras de rádio, face às imagens, limitam-se a descrever os lances, sem dar ao torcedor uma “fantasia” ao futebol, o que dava às partidas uma conotação bastante superior à que realmente representavam. A emoção também faz parte do jornalismo, como bem mostraram as crônicas de Nelson Rodrigues no passado. E alguém precisa fazê-las retornar ao cotidiano das páginas esportivas¹⁸.

¹⁶ OLIVEIRA, Rafael Luís Azevedo. “A imprensa que torce – quando a função da crônica esportiva torna-se apenas promover os times de futebol: uma análise da cobertura do *Diário do Nordeste* na campanha do Fortaleza na 1ª Divisão”. Monografia (graduação em Comunicação Social – habilitação em jornalismo). Departamento de Comunicação e Biblioteconomia. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004.

¹⁷ Idem.

¹⁸ COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo – SP, Editora Contexto, 2003.

A noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo. O ponto-chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que noção da realidade. (...) Esse tipo de cobertura sempre misturou emoção e realidade em proporções muitas vezes equivalentes. (COELHO, 2003, p. 22)

1.4. O radiojornalismo esportivo no Brasil

Como escreveu o locutor esportivo Osmar Santos à Edileuza Soares no livro “A Bola no Ar: o rádio esportivo em São Paulo”: “O rádio se parece com o teatro. Naquele momento a emoção criada pelo ator é recebida e absorvida pela platéia e dali para frente torna-se uma lembrança que emociona de novo, mas nunca mais da mesma maneira.”

A frase acima resume bem o atual momento que vive o rádio esportivo brasileiro. Mas, como alcançou esse estágio atual? É o que vamos discutir agora.

Como já foi dito anteriormente, o esporte começou a ganhar espaço, no rádio, a partir do final dos anos 1920. Porém, a transmissão de uma partida inteira de futebol foi feita no ano de 1931, por Nicolau Tuma, da Rádio Sociedade Educadora Paulista, durante o VIII Campeonato Brasileiro de Futebol, na partida entre as seleções de São Paulo e do Paraná, no campo da Chácara da Floresta. Coube à Tuma elaborar um estilo próprio de narração esportiva. No início, os locutores enfrentaram muitas dificuldades por causa da falta de recursos tecnológicos e os “relatos” raramente saíam perfeitos. As transmissões por telefone eram desastrosas.

O rádio esportivo é também, em grande parte, responsável pela incorporação, no Brasil, das inovações tecnológicas que surgiram na radiodifusão mundial. Seu desenvolvimento passa ainda pela apropriação de técnicas de planejamento e de organização, resultando na implantação e funcionamento de departamentos especializados¹⁹. Essa persistência contribuiu muito para a melhoria dos equipamentos, e o gênero foi decisivo para a implantação do radiojornalismo moderno no país.

¹⁹ SOARES, Edileuza. A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo. São Paulo – SP. Summus Editorial, 1994.

Com os progressos obtidos ao longo do tempo, começam a se formar as primeiras redes (ou as primeiras cadeias) de emissoras, que transmitiam o mesmo evento²⁰. Por outro lado, criou-se, nos primeiros tempos, um mal-estar com os clubes de futebol, pois os torcedores preferiam ficar em casa a irem aos estádios.

A primeira emissora brasileira a se especializar em transmissões esportivas foi a Panamericana²¹, o que provocou um salto qualitativo no radiojornalismo esportivo e obrigou as concorrentes a mudarem seus métodos²², entenda-se, de trabalho. Surgia assim, o primeiro departamento esportivo do rádio brasileiro.

O rádio esportivo possibilitou a formação de “redes de emissoras” ainda nos anos 30. Era uma tentativa de levar, para várias partes do país, as emoções da Copa do Mundo de 1938. A “Cadeia Verde-Amarela”, tinha apenas duas emissoras: a Kosmos e a Cruzeiro do Sul, que detinham tradição em jogos de futebol, graças à exclusividade negociada com os clubes paulistanos e cariocas. Era o berço, no Brasil, podemos dizer assim, das redes de emissoras atuais.

Uma rede de rádios que marcou época no Brasil foi a Cadeia Verde Amarela (CVA – não a citada no parágrafo anterior e sim outra cadeia), tendo à frente a Rádio Bandeirantes, de São Paulo, que funcionou durante as Copas de 1958 a 1966, de maneira informal, sem contrato entre as emissoras integrantes.

O radiojornalismo esportivo possibilitou antecipar soluções para os problemas existentes nas transmissões, sendo incorporadas posteriormente pelo radiojornalismo como um todo, que serviram principalmente nas reportagens externas. Não podemos deixar de lado a constante utilização de metáforas, das quais, muitas são incorporadas pelos torcedores no cotidiano²³.

Os radialistas (e jornalistas) esportivos também foram responsáveis, dentro de um processo de idealização/exaltação do futebol, pela criação de símbolos que supervalorizaram os clubes ou mesmo os objetos do esporte. Essas denominações podem ser diretas ou indiretas. As diretas derivam de símbolos/cores/local da sede de

²⁰ Como veremos no tópico 1.5, esse modelo de rede foi a base para o sistema integrado de redes de emissoras de rádio, algumas no formato all news, como a CBN.

²¹ Hoje, Jovem Pan AM.

²² SOARES, Edileuza. A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo. São Paulo – SP. Summus Editorial, 1994.

²³ Veremos isso melhor quando falarmos da linguagem dos programas esportivos no rádio, no capítulo 2.

cada clube; as indiretas são conseqüências de representações gráficas criadas por desenhistas humorísticos da época, ou pelo estereótipo do torcedor²⁴.

Ao longo da semana, as emissoras mantêm programas esportivos que variam de 30 minutos a duas horas e meia de duração, sendo o mais comum, em várias partes do país, programas com uma hora de duração²⁵. A maior parte do tempo é preenchida com informações sobre os clubes de futebol da região, e uma pequena parte é dedicada a outros esportes. O chamado “furo jornalístico” quase não existe, pois as informações são obtidas das mesmas fontes, sem uma busca sistemática de informações fora do noticiário oficial dos clubes. O “CBN Esporte Clube”, através de seu âncora, Juca Kfourri, de vez em quando, lança algumas informações que não costumam aparecer nos demais noticiários esportivos, fazendo um estilo raro no radiojornalismo de forma geral, principalmente o esportivo: o gênero investigativo.

O aprimoramento tecnológico possibilitou a utilização dos satélites, importante recurso no processo de formação das redes de emissoras e, por via de conseqüência, do rádio all news. É o que veremos nesse próximo tópico.

1.5. O rádio “all news”

O rádio all news, tal como o conhecemos hoje, em que as emissoras dedicam 24 horas de sua programação ao jornalismo, tem origem nos Estados Unidos. Faz parte de uma estratégia de segmentação do público, buscando prender seus ouvintes segundo faixa etária, poder aquisitivo, nível de instrução e outros critérios. A televisão e o rádio FM foram fatores que influenciaram decisivamente para a adoção desse modelo por parte de várias emissoras AM no país.

A informação é prioridade; os fatos que marcam o mundo, além dos nacionais e locais, podem ser acompanhados, ao vivo, diretamente de onde acontecem,

²⁴ SOARES, Edileuza. A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo. São Paulo – SP. Summus Editorial, 1994. Juca Kfourri também se utiliza desse processo ao falar dos clubes de futebol, é algo meio que inevitável, uma tentativa de maior aproximação com o torcedor.

²⁵ É o caso do “CBN Esporte Clube”, nosso objeto de estudo, cujo horário em que é veiculado é das 20 às 21 horas, de segunda à sexta-feira.

independente da distância. Em nome da redução de custos, acaba-se perdendo a identidade regional; a notícia é um produto à venda, dentro da lógica do capitalismo.

A especialização das emissoras é uma tendência natural. Cada uma trabalha pela conquista de um determinado público, planejando o investimento e visando o retorno que lhe trará aquela determinada faixa de audiência. (LIMA, 1995, p. 52)

Os resultados têm sido positivos até aqui, não se pode negar o fato.

Nos anos 50 do século XX, o rádio começa a investir no trinômio jornalismo-esporte-prestação de serviços. Algumas emissoras exemplificam bem esse momento: a *Jornal do Brasil*, do Rio de Janeiro; a *Jovem Pan* e a *Bandeirantes*, de São Paulo (já citadas anteriormente); a *Guaíba* e a *Gaúcha*, de Porto Alegre²⁶. A partir de 1960, essa fórmula consolida-se no rádio brasileiro.

A “JB” (*Jornal do Brasil*), inaugurada em 1935, lança os serviços de utilidade pública, em 1959. No entanto, não possuía um departamento especializado de radiojornalismo. O formato *all news* nessa emissora estréia na década de 80; a informação com credibilidade era, de acordo com Sônia Virgínia Moreira, em depoimento a Carlos Eduardo de Moraes Dias, na coletânea “Rádio no Brasil: tendências e perspectivas”, a marca da emissora, que esperava, com o tempo, ter seu trabalho reconhecido pelo público.

Após as eleições de 1982, a JB enveredou por caminhos que enfraqueceram o sistema *all news* de transmissão de notícias. A partir de 1983 e durante 1984, a rádio tentou popularizar sua audiência dando ênfase especial à cobertura na área de esportes, principalmente o futebol²⁷. Além disso, houve queda nos investimentos no departamento de jornalismo, incluindo o quadro profissional. Essa situação era reflexo da conjuntura econômica da época. Com a crise foi vendida a um deputado federal da bancada evangélica, em dezembro de 1994.

Em Porto Alegre, a *Rádio Guaíba*, inaugurada em 1957, entrava no ar tendo a frente o *Correspondente Renner*, o mais antigo informativo ainda no ar no país; o

²⁶ FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio – o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre – RS, Editora Sagra Luzzatto, 2001.

²⁷ BIANCO, Nélia R. Del e MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Coleção GTS – INTERCOM N°8. Rio de Janeiro – RJ, Editoras UERJ e UnB, 1999.

noticiário internacional se revela forte na emissora gaúcha. A sua rival, a Gaúcha, a partir de 1994, passou a manter uma programação com 24 horas de jornalismo.

Agora, vamos conhecer o modelo de rádio all news que vai nos interessar diretamente nessa monografia: a rede CBN Brasil.

1.5.1. A rede CBN Brasil

Tendo influência direta do estilo norte-americano de fazer rádio e outros adotados anteriormente no país, o modelo “all news” foi o escolhido pela Central Brasileira de Notícias (CBN), criada em 1º de outubro de 1991, uma cadeia de emissoras voltadas ao jornalismo 24 horas por dia, transformando-se em uma espécie de agência de notícias sonora. As rádios Excelsior, em São Paulo, e Eldorado, no Rio, foram as primeiras integrantes da rede.

A adoção da sigla – CBN – como novo nome, mais que apenas dar uma nova cara à empresa, carrega uma parte substancial do projeto: tornar-se uma central de difusão de notícias, em âmbito nacional. Tem por base ligar os eixos político e econômico, fazendo a triangulação Brasília-São Paulo-Rio. (BIANCO e MOREIRA, 1999, p. 65)

Sua linha editorial é eminentemente jornalística; não se omite as fontes da informação, mesmo sendo de veículos concorrentes, tanto do jornalismo impresso, quanto do rádio, TV, revistas e Internet²⁸.

Desde o final dos anos 1990, a CBN está presente nas principais capitais do país, seja com emissoras próprias ou afiliadas, num total, até 2006, observando-se o site da emissora, de 23 afiliadas espalhadas. Em 1997, ocorreu uma grande reformulação na sua grade de programação, reforçando o conceito de rede nacional da emissora, ampliando o número de afiliadas e posicionando o meio rádio no mercado publicitário. A nova programação vem permitindo aos ouvintes o acesso imediato às notícias de outras cidades onde a rede está presente, tornando-se um instrumento de integração nacional²⁹.

²⁸ Essa característica é muito presente no CBN Esporte Clube. Nele, o âncora, Juca Kfourri, não se priva de dizer a fonte da informação em seus comentários, até como fazendo parte do que se entende como ética, na linha editorial da emissora e do que ele julga como tal.

²⁹ Ver mais em www.cbn.com.br/historia.

A CBN caracteriza-se por ser uma emissora plural, que dá espaço para as diversas vozes da sociedade, na busca pela isenção e credibilidade, contando, para isso, com mais de 200 profissionais espalhados pelo país, todos devidamente equipados com celulares, carros de reportagem e outros equipamentos.

Aqui no Ceará, podemos escutar a CBN através da rádio AM do Povo (1010 KHz), uma emissora da Empresa Jornalística O Povo.

A emissora variou bastante sua programação, passando desde o estilo popularesco, até chegar ao estilo atual, baseado na informação e prestação de serviços. Uma saída para os tempos de crise econômica na mesma, não só nela, mas para outras emissoras espalhadas pelo país.

A AM do Povo entrou na “onda das redes”. Inicialmente, filiou-se à Rede Bandeirantes de Rádio; era uma tática para superar a crise econômica e obter informação, de nível nacional, a baixo custo.

Depois de passar por inúmeras parcerias com várias redes de emissoras, a AM do Povo aderiu, em 2005, a Rede CBN Brasil, em seus moldes atuais³⁰. Assim, passou a retransmitir o programa CBN Esporte Clube, nosso objeto de estudo nesse trabalho científico.

1.6. O CBN Esporte Clube

O foco central desta monografia é o programa esportivo CBN Esporte Clube, veiculado, de segunda a sexta-feira, no horário de 20 às 21 horas, na rede CBN de rádio. Sua estrutura, sua organização enquanto programa será focado no próximo capítulo, quando abordaremos a linguagem radiofônica e, por conseguinte, a linguagem esportiva. Assim, poderemos fazer um rápido paralelo entre o que os manuais de radiojornalismo explicam sobre radiojornalismo esportivo e a linguagem empregada pelo CBN Esporte Clube.

³⁰ Anteriormente, a AM do Povo havia feito uma outra parceira com a Rede CBN.

1.6.1. Juca Kfourri: o âncora do CBN Esporte Clube

Desde a infância, José Carlos Amaral Kfourri, nascido em 1950, era um apaixonado por futebol e pelo Corinthians, em especial, como costuma contar, vez por outra, no programa. Já na adolescência, teve forte atuação política, como militante da Aliança Libertadora Nacional (ALN) contra a ditadura militar, que imperava na década de 1960 no Brasil. Com o codinome “Bira” (homenagem ao ídolo do basquete Ubiratã), foi na ALN que a veia “fiscalizadora” dele se revelou, o que carregaria para o resto da vida. Sua atuação na clandestinidade rendeu, inclusive, uma rápida “visita” à detenção, ao lado da mulher Suzana e de dois amigos.

Juca Kfourri entrou no jornalismo por acaso. Na verdade, o que ele estudou foi Ciências Sociais e queria ser professor. É formado pela USP. Em 1970, apareceu uma oportunidade no Departamento de Documentação e Pesquisa Jornalística (DEDOC) da Editora Abril, para fazer o atendimento à revista Placar, que seria lançada em março daquele ano. Ele estava entrando num ramo que o transformaria num dos grandes jornalistas brasileiros.

Em 1974, já na função de gerente do DEDOC, assumiu a chefia de reportagem de Placar, de onde saiu em 1978 para dirigir a Divisão de Esportes da Rede Tupi de Televisão. Voltou em seguida para a Editora Abril e, em 1979, foi promovido a diretor de Redação de Placar, cargo que manteve até junho de 1995. Nesse período, lançou e dirigiu, como *publisher* do grupo Placar, as revistas **Grid**, de automobilismo esportivo, e Esportes e Náutica. Entre 1990 e 1994, acumulou a direção de Redação da revista Playboy³⁰.

Estreou na televisão no ano de 1982, apresentando o programa **Nossa Copa**, produzido pela Produtora Manduri, na Rede Record. De 1984 a 1987 foi comentarista esportivo do SBT e, entre 1988 a 1994, da Rede Globo, onde mantinha uma coluna diária no Jornal da Globo. Até há pouco tempo, tinha um programa de entrevistas no canal fechado CNT sobre todos os temas, o **Programa Juca Kfourri ao vivo**, e apresentava o programa Cartão Verde, na TV Cultura (aqui no Ceará, retransmitida

³⁰ Ver mais informações em “Jornalismo é...”, livro produzido pela Xenon, Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e Associação Brasileira de Imprensa (ABI).

pela TV Ceará, canal 5); inicialmente entre 1995 e 2000, depois saiu para apresentar o Bola na Rede, da RedeTV, entre 2000 e 2002. Retornou ao Cartão Verde, em 2003, ficando até 2005. Atualmente, participa do programa Linha de Passes, da ESPN Brasil.

Como colunista esportivo no jornalismo impresso, trabalhou em O Globo, entre 1989 e 1990. Além disso, tem uma coluna, atualmente, no jornal Folha de São Paulo. No rádio, está na CBN desde o ano 2000, quando foi contratado para fazer comentários diários, o que acabou sendo o berço para o CBN Esporte Clube.

Recebeu vários prêmios ao longo de sua carreira jornalística, como o Prêmio Esso de Jornalismo Esportivo, em 1990, e sete Prêmios Abril de Reportagem, nas áreas de esporte, política, entrevista e economia. Cobriu as Copas do Mundo de 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002 e 2006, além dos Jogos Olímpicos de Barcelona, em 1992, Atlanta, 1996, Sidney, 2000, e Atenas, 2004.

Sua carreira jornalística sempre foi caracterizada por inúmeras polêmicas. Uma das mais conhecidas foi a matéria que publicou, em 1982, sobre a máfia da loteria esportiva, com a manipulação de resultados. Outra polêmica foi uma entrevista com Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, às vésperas da Copa do Mundo de 1994, realizada nos Estados Unidos, em que o “rei do futebol” denunciou todo um esquema de corrupção existente na Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Como consequência, Pelé foi retirado do sorteio dos grupos daquela competição esportiva.

Juca Kfourí é um jornalista que não tem uma preferência específica no jornalismo. Além do esporte, gosta de falar sobre política e sobre cultura. Ele é um jornalista que se caracteriza por sua conduta no jornalismo investigativo, procurando sempre não se prender ao jogo de interesses dos grupos de comunicação nos quais já trabalhou. Adora investigar as falcatruas dos dirigentes esportivos e políticos – que muitas vezes exercem os dois papéis ao mesmo tempo. A emoção no momento da entrevista, para ele, é o ápice do bom jornalismo.

1.6.2. Uma nova visão do esporte?

O CBN Esporte Clube tem se caracterizado até aqui como um programa combativo, que não tem “medo de cara feia”. A equipe de esportes da CBN procura sempre trabalhar com isenção, comentando os fatos que envolvem não só o futebol, mas também os outros esportes.

O programa conta com a participação de Renato Maurício Prado, colunista esportivo do jornal *O Globo*, que comenta os fatos esportivos do dia (como diz uma das vinhetas, ao longo da programação da CBN, “tocam a bola de primeira, numa tabelinha que resulta em gol de placa”) no quadro “Deixa que eu chuto, o comentário de Renato Maurício Prado”. Além disso, co-apresenta o programa Victor Birner, comentarista esportivo da emissora, e André Sanches, repórter e produtor do programa.

No processo de análise na qual nos propomos queremos verificar questões como a preferência clubística do jornalista, os compromissos éticos assumidos por Juca Kfoury, através de um “discurso irônico” ao enunciar, em seus comentários, os fatos relacionados com o futebol, além de algumas outras construções discursivas.

1.7. Ética e opinião no radiojornalismo esportivo

Chegamos, finalmente, em questões que sempre causam polêmicas no meio jornalístico, não só no jornalismo esportivo, como no jornalismo de forma geral: ética e opinião. Será que o jornalista tem que se manter sempre omissos em relação ao que pensa sobre determinado assunto ou, pior ainda, opinar de acordo com o que querem que seja dito, no caso do esporte, os dirigentes de clubes?

No início do jornalismo no Brasil, os jovens, menos experientes, que queriam ingressar no meio impresso, geralmente eram deslocados para as editorias de polícia e esportes. Como o salário que recebiam era irrisório, eles o complementavam com uma “ajudinha” que os dirigentes e donos de times ofereciam, o que implicava em um controle do que era divulgado. Ainda hoje, ocorre com muita frequência no rádio esportivo, em vários lugares do país, esse tipo de relação, onde é comum o famoso “boi”, nome dado a essa forma de remuneração. Em consequência disso, a imprensa esportiva é uma das que mais enfrenta preconceitos, seja no jornal impresso, seja no rádio, que é o objeto deste trabalho.

O surgimento dos “setoristas”³¹, nos anos 1930 e 1940, contribuiu enormemente para a desvalorização do jornalista esportivo. No intuito de se conseguir a informação de forma mais rápida e fácil, torcedores dos clubes mais prestigiados das

³¹ Entende-se por setorista aquele repórter que só cobre um determinado clube, durante toda a sua vida.

idades foram contratados como repórteres esportivos. Isso se aplica bem nos centros econômicos de pouca expressão no país, onde as emissoras de rádio enfrentam grandes dificuldades financeiras e radialistas e alguns jornalistas são utilizados nesse trabalho diário. Já no caso do CBN Esporte Clube, cuja matriz da emissora é em São Paulo, um dos grandes centros econômicos do Brasil, o jornalista esportivo, na verdadeira acepção do termo, é empregado nesse intuito, o de conseguir a informação e passar a opinião sem perder a credibilidade, tão difícil de se obter e tão fácil de se perder ao primeiro deslize do profissional.

Além dos “bois” pagos aos profissionais de imprensa, há os “programas esportivos” patrocinados pelos clubes de futebol. Nesses programas, a idéia da suposta imparcialidade jornalística é ignorada de forma absoluta. Não se pode falar mal da diretoria do clube patrocinador, afinal, ele é quem manda no horário do programa... Ironizar alguém? Impossível! Criticar atletas? Nem pensar! Então, temos, em vários casos, verdadeiras assessorias de imprensa no meio radiofônico.

Os repórteres esportivos, em muitos estados brasileiros, são vistos como grandes aliados dos torcedores na luta pelas vitórias das equipes. Claro, entenda-se nos centros menos desenvolvidos economicamente. Em São Paulo, por exemplo, de acordo com Paulo Vinícius Coelho, muitos jornalistas procuram esconder sua preferência clubística, porque isso poderia prejudicar a isenção. Claro que há exceções; Milton Neves e Juca Kfoury se dizem, respectivamente, santista e corinthiano, e nem por isso omitem fatos ou “aliviam” em seus comentários. No caso da cobertura diária, há um verdadeiro rodízio dos repórteres pelos clubes, justamente para evitar esse grande envolvimento do jornalista com o clube.

As noções técnicas da profissão (entenda-se, jornalista) dão aval a quem quiser trabalhar em qualquer área. (...) Checar a informação é fundamental para quem não aprendeu a amar o esporte. (...) É a experiência que permite avaliar quando a notícia é plantada por fonte. Quando a informação pode ser benéfica a alguém nela envolvido. (COELHO, 2003, p. 45)

Percebemos então a capacidade de discernimento que o jornalista esportivo precisa ter em relação à informação e qual o tratamento que ela merece. Jornalismo é notícia. Ela é a razão de ser do jornalista. E do jornalismo. Construída com inteligência, com conhecimento do assunto, com encadeamento de idéias, coisas que exigem bons

profissionais³². Ocorre, porém, que alguns profissionais se julgam mais importantes que a notícia e, aos poucos, vão perdendo a confiança e o respeito dos leitores/ouvintes/telespectadores. Um erro que pode ser fatal.

Francisco José Karam, no livro “Jornalismo, Ética e Liberdade”, alerta sobre a necessidade de se colocar, na mesma informação, as diversas concepções, versões e diferentes personagens do fato jornalístico. Porém, no caso do jornalismo esportivo, é difícil que isso seja colocado em prática, pois raramente, para não dizer nunca, encontra-se o contraponto para o que é veiculado. Todo e qualquer jornalista tem um ponto de vista sobre determinado tema e o esporte também não se faz de rogado; todos têm o seu time de coração, embora a maioria não o declare explicitamente por receio de perder credibilidade junto ao público ou, em época de grande violência que vive nosso país, por medo de sofrer agressões por parte de “cretinos” que se dizem torcedores, na saída dos estádios, quando esses fazem um comentário mais duro no jornal, rádio ou televisão.

Juca Kfourri, dentro do contexto do jornalismo esportivo nacional, é declaradamente corinthiano e nem por isso, de acordo com ele mesmo, compromete a isenção.

Vergonha para jornalista de qualquer área é não declarar sua preferência. (...) jornalista esportivo não deve nunca se envergonhar de torcer por essa ou por aquela equipe. Vergonha, para jornalista, é equivocar-se na informação, coisa comum quando se trata de apuração. Mas mentir sobre uma coisa que diz respeito à sua própria vida é esquecer-se do maior compromisso do jornalista: o compromisso com a verdade. (COELHO, 2003, p. 58-59)

Percebemos acima uma grande preocupação com relação à isenção no contato com as fontes de informação, que estas não devem guiar o jornalista. O mesmo precisa saber qual enfoque dar àquela informação obtida.

É comum, dentro do CBN Esporte Clube, Juca Kfourri tecer duras críticas ao seu time de coração, o Corinthians, à desordem administrativa que lá impera, pelo menos no atual momento em que é escrita esta monografia. Tomando como base o artigo escrito pelo próprio, “O Esporte, além da bola”, percebemos o que é ética para o jornalista: revelar os desmandos administrativos dos dirigentes, que vendem ídolos,

³² COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo – SP, Editora Contexto, 2003.

desrespeitam os torcedores e enganam os consumidores ao realizarem campeonatos de má qualidade³³.

É difícil hoje em dia distinguir quem é jornalista esportivo de quem é vendedor de placas, empresário de atletas, promotor de eventos, garoto propaganda, assessor de imprensa ou detentor de direitos de transmissão. Vive-se em permanente promiscuidade com a cartolagem, o que só colabora para que o cidadão fique desinformado e seja vítima de propaganda enganosa. (KFOURI *apud* NOGUEIRA, 1997, p. 55)

Então, podemos entender que ética para ele é a luta diária pela informação, o “algo a mais” que não é captado pela maioria dos jornalistas esportivos. Juca entende que o desmascaramento das fraudes no meio esportivo é o melhor caminho para se conseguir a tão sonhada credibilidade que os jornalistas sérios sonham obter.

Em suma: independência, curiosidade, isenção, coragem, são alguns dos ingredientes que fazem um bom jornalista, um profissional que, no limite, não tem um amigo e tem milhões de patrões – os leitores, telespectadores e ouvintes. Essas são, segundo o próprio Juca Kfourri, as qualidades necessárias para ser ético na profissão.

A informação jornalística, no rádio, notadamente, traz, implícita, uma forte carga opinativa, o que anula, de certa forma, a idéia da imparcialidade no trato com a informação, pois todo jornalista tem uma opinião acerca do fato que noticia.

No caso do CBN Esporte Clube, informação e opinião misturam-se de tal maneira que, muitas vezes, é difícil saber onde começa um e termina o outro, devido à relação de interdependência estabelecida.

Nosso conceito de opinião tem como enfoque principal o comentário, não que as outras formas de opinião não sejam levadas em conta mas, no meio radiofônico, é o que melhor se encaixa como estilo.

Particularmente, o comentário tem como destaque o autor, aquele que emite a opinião (é o que acaba caracterizando o CBN Esporte Clube, o comentário de Juca Kfourri). Adequou-se especialmente ao rádio e à televisão. Informando rapidamente o fato, o comentarista aprofunda a discussão, trazendo seu ponto de vista acerca do que noticia. Geralmente, só quem faz esse tipo gênero jornalístico é alguém com anos de

³³ É comum, quando Juca fala do consumidor de espetáculo esportivo, ele se referir sempre ao “Estatuto do Torcedor”, código de normas que beneficiam o torcedor e que tratam o esporte como uma mercadoria, passível de reclamações aos órgãos competentes.

experiência. Sugerindo desdobramentos dos fatos, procura manter um certo distanciamento das informações, não obrigatoriamente tornando-se neutro.

O comentarista cria vínculos com os receptores, tornando-se um ponto de referência permanente. Suas avaliações da conjuntura são buscadas porque o cidadão quer saber como comportar-se diante dos acontecimentos, reforçando seus pontos de vista ou procurando conhecer novos prismas para entender a cena cotidiana³⁴. O comentário, na ótica de Eugênio Castelli (*apud* MELO), utiliza o método do editorial (opinião do veículo de comunicação, não-assinado), mas introduzindo a ironia e o humor³⁵, sendo construído em cima dos fatos que ocorrem no momento, junto com a notícia. Nem sempre a opinião está explícita, às vezes, o seu pensamento exige um senso de observação por parte do receptor (o que ocorre com frequência na ironia). É passível de mudanças, dependendo do desenrolar dos acontecimentos, e raramente apresenta uma conclusão definitiva.

Não é à toa que o comentarista é alguém especializado em um determinado setor (no nosso caso, esportes). Sempre com uma informação a mais a apresentar, evita cair no vazio e enganar o receptor. O campo mais propício para essa prática é o dos esportes, pela enorme liberdade de que desfrutam para emitir seus conceitos, destacando-se no rádio e ganhando identidade própria através de uma linguagem descontraída, natural e espontânea³⁶. O comentário tem como base o jornal diário, a Internet, mas não é só. Entrevistas com fontes jornalísticas e a cobertura esportiva feita pela própria emissora são fontes de referência para selecionar os fatos passíveis de análise.

O comentário deve ser baseado em uma postura ética, pois sem esta na análise dos fatos, cai-se no risco de se falar o que é de agrado dos dirigentes e de outras partes interessadas, em desrespeito ao torcedor, como explica Paulo Vinícius Coelho, no livro “Jornalismo Esportivo”. Além disso, não agindo dessa maneira, pode faltar informação e até ficar superficial ou vazia a análise. Corre-se riscos por causa disso, como desafetos com os dirigentes, atletas e, até mesmo, com os próprios colegas de profissão. Juca faz uma espécie de “brincadeira” no artigo “O esporte, além da bola” sobre isso. Para ele, o jornalista deve fazer um “exercício saudável” ao interrogar-se sobre fatos

³⁴ MELO, José Marques de. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis - RJ, Editora Vozes, 1985.

³⁵ Serão melhor abordadas no capítulo seguinte.

³⁶ Idem.

novos descobertos ao longo do dia que o ouvinte ou leitor ainda não sabe e que está curioso para saber, tendo condições de prová-los, sem enfrentar possíveis processos por calúnia ou difamação. Acima de tudo, a informação e a isenção sempre.

Capítulo II: Linguagem radiofônica, Ironia e Análise do Discurso

2.1. Rádio: evolução da linguagem

Voltamos a falar do veículo de comunicação rádio. No primeiro capítulo enfocamos a história, desde o surgimento do radiojornalismo esportivo até às redes de emissoras (e rádio all news). Agora, o nosso enfoque será a linguagem radiofônica.

No início das transmissões radiofônicas, nos anos 1920, não havia uma linguagem apropriada para o rádio. O “gillete-press” predominava, com as notícias dos jornais sendo lidas na íntegra. O esporte ajudou de forma decisiva na construção de uma linguagem radiofônica, ao criar expressões que, posteriormente, passaram a ser utilizadas pelas classes populares.

O que entendemos hoje por linguagem radiofônica é a busca constante pela facilidade de captação do que é emitido, pelo comunicador, por parte do ouvinte, pois este tem apenas uma chance para apreender a mensagem. Pode-se contar apenas com o som, ao contrário da televisão, por exemplo, em que som e imagem se fundem e permitem uma compreensão mais ampla do que se quer dizer. O rádio tem, por outro lado, a função de provocar, no ouvinte, a criação de imagens mentais construídas a partir da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio. Então, exigir uma percepção acentuada demais, do ouvinte, não é o objetivo do trabalho radiofônico³⁷. Então, uma forma de fixar a atenção do ouvinte é a de repetir certas palavras, sem exageros, mas que consiga prender a atenção.

Antônio Houaiss, em depoimento gravado à Maria Elisa, no Manual da Jovem Pan, alerta para esse fato, da importância da linguagem adequada.

O ouvinte aos poucos vai compreendendo o que significa aquela expressão e vai incorporá-la, quando não ao seu vocabulário ativo, ao seu vocabulário

³⁷ BIANCO, Nélia R. Del e MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). Rádio no Brasil: tendências e perspectivas. Coleção GT'S-Intercom N°8, Rio de Janeiro-RJ e Brasília-DF, Ed. UERJ e UnB, 1999.

passivo. Isto é cumprir uma missão de alta relevância didática (...) informativa (...). (PORCHAT, 1993, p. 109)

No tocante ao radiojornalismo esportivo, como surgiu a forte ligação entre rádio, torcedor e futebol? Acredita-se que graças à construção, lenta, de um discurso radiofônico próprio, adaptado pelos radialistas e jornalistas esportivos. Através do tempo, contando com a paixão do torcedor por seu time, que prestigia o evento futebol, que reclama da equipe quando esta não está bem nos campeonatos, que exigem contratações, etc.... O estereótipo do torcedor foi incorporado pelos comunicadores nos programas. Nas transmissões, isso se dá de forma mais acentuada. Na verdade, o que ocorre é o “fazer média”³⁸, uma prática reinante no meio esportivo. Isso é prejudicial para a isenção jornalística. Como ser isento se todo jornalista, em seu íntimo, tem um clube de coração, que nos momentos de euforia defende-o até níveis extremos, capaz, às vezes, de perder a razão?

O terceiro lugar obtido pela Seleção Brasileira na Copa de 1938, as excursões dos clubes brasileiros no exterior, além de outros, contribuíram para a profissionalização do radiojornalismo esportivo. Nos anos 1930 e 1940, eram espaços pequenos, geralmente de quinze minutos. A Copa de 1950, aqui realizada, e a repercussão que teve foram os motivos que levaram as emissoras a aumentar o tempo dos programas, para o modelo, hoje padrão, de uma hora. Isso, em várias partes do país.

A linguagem radiofônica foi moldada a partir daí, tanto dependeu dos torcedores quanto da Copa do Mundo aqui realizada. Entendemos hoje a linguagem radiofônica num nível muito semelhante a uma conversa informal, entre amigos, que discutem os assuntos em pauta, muitas vezes, com veemência.

Carlos Felipe Moisés, em depoimento à Maria Elisa Porchat, no Manual de radiojornalismo Jovem Pan, condena, no entanto, algumas falhas na linguagem radiofônica:

Uma crítica que eu faria à linguagem de rádio diz respeito ao uso de uma linguagem retórica, que abusa de figuras e de imagens (...) o uso da linguagem representa o nível social, quando não o socioeconômico do indivíduo. (PORCHAT, 1993, p. 101)

³⁸ Fazer média: a opinião do comunicador é limitada, de forma que procure agradar o público que se quer atingir. A opinião do torcedor está numa escala acima do grau de importância que realmente vale, e a opinião pessoal do jornalista, muitas vezes, fica subordinada à do torcedor.

A nitidez, a simplicidade, a coerência nos argumentos, a síntese nos comentários e informações e as variações, seja de apresentador, seja de tom de voz, são aspectos necessários para se conquistar os ouvintes e não arriscar a perdê-los por conta de uma linguagem inapropriada para o veículo rádio.

As figuras de linguagem são bastante utilizadas no rádio. O locutor, sabendo empregá-las bem, pode acabar conquistando mais audiência. As mais comuns no rádio são:

- Comparações
- Jogos de palavras
- Antíteses ou palavras opostas
- Exclamações
- Interrogações
- Gradação de idéias, da menor para a maior
- Ironia
- Personificação (PORCHAT, 1993, p.146)

Um fato curioso e que não podemos deixar de abordar é a relação rádio esportivo-economia. Era comum, nesse momento da criação dos primeiros programas esportivos, a busca por um número elevado de anunciantes, com grande poderio econômico, que davam status aos comunicadores. Hoje, infelizmente, percebemos uma procura por todo tipo de anunciante, principalmente nos centros econômicos menos desenvolvidos.

Nos primeiros programas esportivos do rádio brasileiro, nas décadas de 1930 e 1940, a informação predominava e os comentários não eram tão valorizados, ao contrário de hoje, onde o comentarista dá prestígio às emissoras de rádio. Atualmente, notícia e opinião se misturam de tal maneira que, muitas vezes, não sabemos onde termina uma e começa a outra. As várias vinhetas, muitas personalizadas, são marcas que buscam criar uma identidade com o ouvinte. Não se pode deixar de citar que a maioria dos programas privilegia o futebol em detrimento dos outros esportes, que ocupam espaços mínimos.

O radiojornalismo esportivo se utiliza de expressões próprias de cada modalidade esportiva, exigindo, para isso, conhecimentos específicos. Esses conhecimentos específicos são melhor tratados pelos comentaristas, que apresentam

suas estratégias de leitura do esporte, a partir do ponto de vista de uma autoridade, da análise, da interpretação dos fatos, pois é um “leitor privilegiado da atualidade”³⁹. Pelo seu modo de dizer, o comentarista constrói sentidos e estabelece vínculos com seus ouvintes. O esporte procura se mostrar mais do que o fato esportivo em si (dentro de campo, das quadras, etc); há o “antes” e o “depois” do acontecimento esportivo; ele tem procurado se relacionar mais, nos últimos anos, com aspectos culturais, econômicos, políticos e outras áreas, como a psicologia, medicina, marketing e, mesmo, religião. O programa CBN Esporte Clube, nosso objeto de estudo, procura relacionar o esporte com essas áreas. Como se dá a construção da linguagem, a organização do programa, a divisão entre futebol e os outros esportes? É o que vamos tratar a seguir.

2.1.1. CBN Esporte Clube: estrutura e linguagem

O CBN Esporte Clube, como a maioria dos programas esportivos, tem a duração de uma hora, de segunda a sexta-feira, das 20 às 21 horas. Opinião e informação se misturam nesse espaço; paixão clubística e ética profissional estão também entrelaçadas no programa.

De acordo com observações feitas, podemos dividir o programa nos seguintes quadros:

- a) “Troféu Osmar Santos”: quadro em que se homenageia alguma personalidade ou confederação esportiva por algum feito ao longo do dia ou no dia anterior. O nome do locutor paulista não é à toa; Juca, quando adolescente, era fã de Osmar, como ele mesmo declara nos programas, por isso, o nome do quadro.
- b) “Já para o chuveiro”: nesse quadro, Juca tece duras críticas à personalidades ou confederações esportivas quando estas tomam atitudes, consideradas, pelo ponto de vista ético do apresentador, erradas. Às vezes, até mesmo membros do programa “vão para o

³⁹ **BORELLI**, Viviane. “O esporte como construção específica no campo jornalístico”. Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05.setembro.2002.

chuveiro” por emitir algum comentário que se mostra, depois, falho (nesse caso, em tom de brincadeira).

- c) “Deixa que eu chuto, o comentário de Renato Maurício Prado”: bate-papo com o colunista do jornal “O Globo” sobre o futebol carioca e brasileiro em geral. Nesse quadro, são comuns os comentários sobre os outros esportes, como vôlei, basquete e tênis, além de outros.
- d) “De olho nos tipos⁴⁰”: aqui, Juca comenta os destaques esportivos do dia de outros veículos esportivos. É um comentário em cima dos fatos noticiados pelos jornais, revistas e sites, ou seja, dos veículos impressos, de leitura.
- e) “Futebol é cultura”: aspectos culturais do esporte são enfocados aqui. Embora tendo futebol no nome, não se prende só ao mesmo. Outros esportes também são apreciados; a memória do esporte é evidenciada; curiosidades esportivas também são abordadas.
- f) “Negócio Esporte Clube”: o lado econômico do esporte é abordado. O marketing esportivo dos atletas e clubes se faz presente; transações entre clubes, atitudes de atletas relacionadas à economia, etc...
- g) “Lançamento em profundidade”: aqui, os fatos esportivos ganham uma análise mais apurada, ou fatos não abordados na chamada “grande imprensa” são destaque. Também se fornece as informações dos clubes para a rodada dos campeonatos de futebol aos finais de semana.

Além desses quadros, os comentários “soltos” também estão na estrutura do programa, configurando a característica de informação-opinião do programa. Um diferencial do programa: ele não se prende apenas ao futebol; vôlei, basquete, tênis, atletismo, automobilismo e outros esportes se fazem presentes, nos comentários ou

⁴⁰ Uma curiosidade: Umberto Eco, quando fala de esporte, explica que há, no discurso da imprensa esportiva, três tipos de discurso: o “elevado ao quadrado”, o “elevado ao cubo” e o “elevado à enésima potência”. Particularmente sobre o quadro “de olho nos tipos”, pode-se qualificá-lo neste último tipo de discurso, que é entendido como o discurso sobre a imprensa esportiva, sobre o que é falado por ela mesma, pela concorrência, ou também os bastidores do esporte. Isso é muito comum no jornalismo esportivo. O “esporte elevado ao quadrado” é o discurso sobre o jogo, o esporte como espetáculo, entretenimento, surgindo a figura do espectador ou ouvinte. O “esporte elevado ao cubo” é o discurso sobre o esporte assistido. Mais informações sobre isso em “**A falação esportiva (o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol)**”. MARQUES, José Carlos. Texto apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Esportiva, XXV Congresso Anual de Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05.setembro.2002.

informações, numa busca pelo equilíbrio do tempo dedicado ao futebol e aos outros esportes.

Mesmo propondo “uma nova visão do esporte”, o CBN Esporte Clube recorre com frequência ao futebol. Os nomes dos quadros fazem referência ao mesmo, ao utilizar-se de expressões como “deixa que eu chuto”, “lançamento em profundidade”, “Osmar Santos”, “já para o chuveiro”. O futebol é o grande “carro-chefe” do programa.

É interessante observarmos um trio que, nas últimas décadas, anda muito junto: futebol-política-economia. O CBN Esporte Clube talvez seja o único programa esportivo do rádio brasileiro onde o tripé esteja de uma forma tão presente, na forma dos comentários de seu âncora, Juca Kfourri, nos “Negócios Esporte Clube” e nas críticas constantes aos “cartolas” do futebol brasileiro, constituindo o lado político do esporte.

Juca tem toda uma preocupação com relação à questão dos anunciantes. Essa é uma preocupação, pelo que se percebe, ética. É como se a presença de anunciantes dentro da estrutura do programa prejudicasse a isenção jornalística, a liberdade ao emitir seus comentários. Então, não temos anúncios reais no programa. Como assim reais? Sim, reais porque há os “anúncios inventados” por ele, numa ironia aos outros programas esportivos que abusam da quantidade de anunciantes e delimitam a dimensão dos comentários dos apresentadores. Aqui, ele faz uso de um recurso que será abordado a seguir nesse trabalho: a ironia.

Vejamos um exemplo de um “anúncio inventado”:

Vamos tomar o nosso chá-de-cadeira? O chá dos que esperam pela queda de Ricardo Teixeira. (CBN ESPORTE CLUBE – 22/09/06)

Aí se entende o “chá” como crítica à CBF, ao seu dirigente maior, Ricardo Teixeira. Anúncios assim (ou “merchan’s”, como Juca gosta de dizer) são comuns nos momentos em que ele chama o intervalo comercial, onde até mesmo os colegas de profissão, através desses “merchan’s”, são criticados por terem se transformado em “garotos-propaganda”. A ironia também se faz presente no exemplo. Numa busca por uma identificação com o ouvinte, Juca utiliza uma linguagem descontraída, bem próxima de uma conversa, bem característica do rádio; daí percebermos, nos comentários, os vícios de linguagem (*né?* e *realmente*, que são os favoritos de Juca). Ainda é comum notarmos uma busca constante pela melhor palavra a ser empregada. A

ambigüidade, que no rádio é condenada, se faz presente em vários momentos no CBN Esporte Clube. Seria uma forma de atrair o ouvinte para “decifrar” essa ambigüidade?

A repetição da informação, a redundância, no rádio é fundamental. No CBN Esporte Clube, esse recurso é levado às últimas conseqüências, cansando, às vezes, o ouvinte.

Apresentamos algumas características, identificadas através de observação empírica, do programa esportivo em questão. Agora, vamos discutir o conceito de ironia e, em seguida, as bases teóricas da Análise do Discurso, que são fundamentais para a análise a se desenvolver no próximo capítulo.

2.2. A ironia: perspectiva histórica

Tendo em vista a especificidade do objetivo do nosso estudo, discutiremos, agora, aspectos da linguagem e do discurso, dando ênfase na construção do conceito de ironia. Tentaremos mostrar, no próximo capítulo, como se dá a relação entre a ironia, o humor (em escala reduzida) e a Análise do Discurso (inclusive está também a ética, nos momentos em que Juca emite suas opiniões sobre o futebol brasileiro, cobrando uma postura profissional de nossos dirigentes).

A ironia⁴¹ pode ser entendida como resultado de um conjunto de procedimentos discursivos que podem aparecer em não importa que tipo de texto. A ironia, seu efeito humorado, tanto pode revelar-se via um chiste, uma anedota, uma página literária, um desenho caricatural, uma conversa descontraída ou uma discussão acirrada⁴², espaços “institucionalizados” para o aparecimento de discursos de humor, quanto em outros, como a primeira página de um jornal sério e que não tem por objetivo divertir seus leitores⁴³. Assim, tanto humor quanto ironia dizem respeito a uma série de artifícios expressivos produzidos em diferentes níveis lingüísticos, sendo selecionados e organizados por um produtor que se apresentará como sujeito,

⁴¹ A expressão ironia, inicialmente traduzida do grego, significava interrogação.

⁴² Atentem bem para este detalhe, pois o nosso objeto de estudo, Juca Kfourri, ao emitir seus comentários, costuma se utilizar desse recurso e, ao mesmo tempo, fazer espetáculo com o que ele fala ou que alguma outra pessoa falou.

⁴³ BRAIT, Beth. Ironia em perspectiva polifônica. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

enunciador ou locutor, dependendo das diversas formações discursivas e dos diferentes sistemas de referência vivenciados e, de alguma forma, sinalizados por esse produtor⁴⁴.

Além do mais, a ironia pode ser surpreendida como processo intertextual, interdiscursivo, portanto, um processo de meta-referencialização, de estruturação do fragmentário e que provoca efeitos de sentido como a alteração do discurso oficial ou o desmascaramento da tal “objetividade” em discursos tidos como neutros, pois, como sabemos, a idéia de “imparcialidade jornalística” não existe, todos têm uma posição a cerca de algum fato.

A ironia será considerada como estratégia de linguagem que, participando da constituição do discurso como fato histórico e social, mobiliza diferentes vozes, instaura a polifonia, ainda que essa polifonia não signifique, necessariamente, a democratização dos valores veiculados ou criados. (BRAIT, 1996, p. 15)

O conceito de ironia como atitude deve ser abordado levando-se em conta os seguintes aspectos:

a) seu caráter inaugural em relação ao estudo desse fenômeno e sua persistência em diferentes domínios; b) a possibilidade do aproveitamento dessa concepção em determinados discursos de configuração irônica, com base no instrumental oferecido pela retórica e reinterpretado pela pragmática; c) a articulação das concepções atitude-construção verbal, a partir de uma perspectiva enunciativa⁴⁵. (BRAIT, 1996, p. 26)

2.2.1. Visão filosófica e psicanalítica da ironia

Os primeiros estudos sobre o fenômeno da ironia datam da Antigüidade, com Aristóteles, que já identifica os primeiros elementos que nutrem as questões polêmicas ligadas à ironia, de certa forma, através do artifício da retórica. O fato de como trata a ambigüidade, a configuração do riso, do humor, do cômico e da ironia já começam a ser desvendadas.

⁴⁴ Veremos esses recursos, essas formações discursivas mais adiante, ao falarmos da Análise do Discurso. Também se pode analisar pela ótica do receptor ou destinatário, mas esse não é o nosso caso, que se restringe ao enunciador.

⁴⁵ Particularmente esse aspecto será levado mais em conta no momento da análise dos discursos no programa “CBN Esporte Clube”.

Aristóteles entende a ironia como “espécie determinada de disposição e atitude intelectuais próprias de um tipo de homem⁴⁶”. Não se leva em conta, aqui, traços de personalidade específicos do produtor do discurso ou aspectos morais do procedimento irônico. Quem, ao longo da história, se identificou primeiro com essa afirmação foi Sócrates, quando ele transformava uma frase afirmativa em interrogativa, com a intenção de demonstrar, ao interlocutor, um desconhecimento ou ausência de convicção em relação a um determinado assunto.

A ironia como princípio até hoje se entende num sentido mais “domesticado”, na categoria do senso comum, possibilitando a compreensão das expressões “personalidade irônica”, “um indivíduo irônico”, além de “ironia do destino”, “ironia dos acontecimentos”.

A idéia de diálogo pressupõe uma relação discursiva entre interlocutores, sendo que estes estão submetidos às especificidades do discurso irônico⁴⁷.

Alguns aspectos merecem ser destacados: *a idéia de contradição, de duplicidade como traço essencial a um modo de discurso dialeticamente articulado; o distanciamento entre o que é dito e o que o enunciador pretende que seja entendido; a expectativa da existência de um leitor capaz de captar a ambigüidade propositalmente contraditória desse discurso*⁴⁸.

A ironia é entendida também como a presença/ausência do “sentido literal” e “sentido figurado”, uma ampliação dos significados associados, quer implícitos, quer explícitos. Numa visão mais romântica da mesma, um aspecto merece ser destacado: o de abolir a coerência, abalando as regras da lógica, contestando o domínio do racional.

A real definição de ironia começa a ser desvendada por Kierkegaard, com o seu trabalho *O conceito de ironia* (1841). Dentro de uma perspectiva discursiva, não se deve confundir enunciador/locutor e/ou narrador, entidades discursivas, com o indivíduo. Parece curioso observar que, tanto de uma perspectiva lingüística (**a Análise do Discurso, como veremos um pouco mais a frente, deriva também da Lingüística**), que concebe a ironia como uma construção de linguagem, quanto

⁴⁶ BRAIT, Beth. Ironia em perspectiva polifônica. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

⁴⁷ Há uma forte relação entre ironia e polifonia, nos estudos de Ducrot. Veremos isso mais detidamente no terceiro capítulo desse trabalho acadêmico.

⁴⁸ BRAIT, Beth. Ironia em perspectiva polifônica. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

filosófica, que a vê como uma atitude, como marca de personalidade ou como postura estético-filosófica.

Henri Bergson (1859-1941) trabalha com o humor e a ironia (em menor escala) no livro *O riso*, que foi (e ainda é) alvo de grandes polêmicas. Ele trabalha com os conceitos de interferência de séries e de transposição que, juntos, vão desaguar na ironia verbal.

(...) há em primeiro lugar dois termos de comparação extremos: o muito grande e o muito pequeno, o melhor e o pior, entre os quais a transposição se pode efetuar num sentido ou noutro. (...) A mais geral dessas oposições seria talvez a do real com o ideal: do que é com o que deveria ser. Ainda aqui a transposição poderá ser feita em duas direções diversas. Ora se enunciará o que deveria ser fingindo-se acreditar ser precisamente o que é. Nisso consiste a ironia. Ora, pelo contrário, se descreverá cada vez mais meticulosamente o que é, fingindo-se crer que assim é que as coisas deveriam ser. É o caso do humor. O humor assim definido é o inverso da ironia. Ambos são formas de sátira, mas a ironia é de natureza retórica, ao passo que o humor tem algo de mais científico. Acentua-se a ironia deixando-se arrastar cada vez mais alto pela idéia do bem que deveria ser. Por isso a ironia pode aquecer-se interiormente até se tornar, de algum modo, eloqüência sob pressão⁴⁹. (BERGSON *apud* BRAIT, 1996, p. 35)

Bergson trouxe, assim, o fenômeno irônico para o campo da linguagem. O conceito de interferência de séries (“dois sistemas de idéias presentes numa mesma frase”) poderia, numa certa medida, ser interpretado sob as categorias que a análise do discurso denomina “formações ideológicas” e “formações discursivas”⁵⁰ e que são apreendidas (descritas e analisadas) por meio de formas lingüísticas necessariamente presentes em um discurso⁵¹. Outra polêmica que existe é entre “sentido figurado” e “sentido próprio”, tão presentes na ambigüidade. Bergson entendia que, se o interlocutor conhece a “expressão natural”, não precisa encontrá-la expressa na frase, pois ela já faz parte do seu universo lingüístico/conceitual, fazendo-se a transposição de conhecimentos para os interlocutores.

Um outro autor que merece ser mencionado é Jankélévitch (1964), que pretende discutir a “consciência irônica”, para poder tecer considerações sobre a “ironia

⁴⁹ Isso se aplica a Juca Kfoury quando, de vez em quando, ele pretende “sacanear” com as paixões clubísticas dos outros membros do programa, que tentam escondê-la do ouvinte.

⁵⁰ Como veremos mais adiante, os conceitos de formação ideológica e formação discursiva aparecem como principais conceitos da análise do discurso de linha francesa, que será a mais (ou, talvez, a única) utilizada em nosso trabalho de análise, no próximo capítulo. As idéias de polissemia e interdiscursividade estão incluídas aí.

⁵¹ BRAIT, Beth. *Ironia em perspectiva polifônica*. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

das coisas” em seus diferentes aspectos. A ironia é vista como a arte de persuadir, servindo tanto ao trágico como ao cômico, como elemento da conversação, extrapolando a reflexão puramente filosófica e fornecendo indicadores para a dimensão discursiva do conceito de ironia, mesmo em discursos não verbais.

No campo da psicanálise, Freud (1969) também se deteve ao estudo da ironia (em pequena escala), relacionada ao cômico e ao chiste. Ele leva não só em conta o locutor e o processo instaurador da ironia, mas também o ouvinte, visualizando aspectos produzidos pelo inconsciente. O ironista diz o contrário do que ele quer dizer ou sugerir, mas insere na mensagem um sinal que previne o interlocutor de suas intenções. O receptor da mensagem deve estar pronto para decodificar o contrário do que é dito, extraíndo seu “gozo” do fato de a ironia inspirar-lhe um esforço de contradição, de cuja inutilidade logo percebe.

A única técnica que caracteriza a ironia é a representação pelo contrário. Pode ser que a representação pelo oposto agradeça o favor de que desfruta sem qualquer necessidade de remissão ao inconsciente. (...) Sua essência consiste em dizer o contrário do que se pretende comunicar a outra pessoa, mas poupando a esta uma réplica contraditória fazendo-lhe entender – pelo tom de voz, por algum gesto simultâneo, ou (onde a escrita está envolvida) por algumas pequenas indicações estilísticas – que se quer dizer o contrário do que se diz. (FREUD *apud* BRAIT, 1996, p. 44)

Ele acrescenta que é necessário o receptor ter um embasamento cultural para compreender o contrário do que está sendo dito, o que inclina a este contradizer o locutor. Caso o receptor não esteja preparado, a ironia corre o sério risco de ser mal-entendida ou produzir, pelo contrário, um efeito cômico nele.

Podemos tirar algumas conclusões dessa explicação anterior: 1) *o inconsciente funciona como uma retórica na medida em que trata para o sujeito de articular sua verdade e sua linguagem a seu desejo*; 2) *a ironia é a figura de retórica que supõe uma certa posição do sujeito diante da verdade, forma invertida*; 3) *a ironia revela o funcionamento do inconsciente como retórica, na medida em que a verdade, do ponto de vista do inconsciente, só pode se dizer pelo inverso (...) a ironia exprime uma lógica de inversão característica do inconsciente*⁵². Além disso, a questão da antífrase, elemento constante nas definições herdeiras da retórica clássica e que, se tomada de forma isolada, poderá ser considerada insuficiente para uma configuração da natureza

⁵² BRAIT, Beth. Ironia em perspectiva polifônica. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

complexa da ironia, e, ainda, a questão dos sinais que estão presentes na mensagem irônica e que alertam o receptor. A verdade irônica faz eclodir seu efeito na mente do destinatário, de maneira a estabelecer uma seqüência de três elementos: o eu consciente, o outro e o eu inconsciente.

Não podemos discriminar as seqüências formais produtoras de ironia, que implica a partir de determinadas posturas teóricas que têm a enunciação como perspectiva, descrever essas formas ao interrogá-las não só sobre o seu conteúdo, mas também da representação que dão do enunciador, da língua e da linguagem. Freud, mesmo não estudando a lingüística, contribui bastante com elementos que devem ser levadas em conta no ato de enunciação, no discurso do locutor.

Há, no entanto, algumas diferenças que merecem ser destacadas; o discurso oral e o escrito, o literário e o não-literário, o verbal e o visual, que exigem uma definição de sinal lingüístico ou enunciativo, característica que deságua no reconhecimento da ironia. Conseqüentemente, algumas questões espinhosas, tais como texto-contexto-enunciação-recepção-interação e dimensão de efeito de sentido entranhadas na configuração do discurso irônico também se relacionam.

Em resumo: a filosofia e a psicanálise tocaram em aspectos fundamentais do discurso, como a dimensão enunciativa, envolvendo os conceitos de sujeito e de inconsciente; a filosofia e a psicanálise possibilitaram a descoberta de conceitos necessários à concepção das dimensões ideológica e subjetiva que são constitutivas do discurso. Ao citarmos isso, alertamos que a Análise do Discurso (ver tópico 2.3) se utiliza de ambas para construir sua fundamentação teórica e trabalhar a heterogeneidade constitutiva de seu objeto.

Aqui, foi omitida, propositalmente, a dimensão romântica (que também está no campo filosófico) da ironia. Como é uma perspectiva que não vai ser utilizada nesse trabalho, achamos melhor não darmos enfoque a ela. Também fizemos o mesmo com alguns teóricos e seus estudos. Mas, ainda há uma vertente que não falamos e que falaremos agora: a pragmática.

2.2.2. Visão pragmática da ironia

Até agora classificadas no campo da pragmática (pode ser que ocorra alterações em um futuro próximo), inúmeros trabalhos nem sempre, teórica e conceitualmente, estão harmonizados. Não apenas conceitos teóricos mais gerais, como é o caso da enunciação, co-enunciação, texto, discurso, intertexto, discurso reportado, polifonia, argumentação, pressupostos e subentendidos, interação, etc. encontram respaldo em estudos realizados nessa linha e ampliados ou modificados pelas pesquisas assumidas por diferentes tendências de análise do discurso, mas também trabalhos diretamente ligados à questão da ironia. (...) É interessante ressaltar que a temática da mensagem irônica ganha, nas diferentes linhas de pesquisa da pragmática, um espaço bastante grande, concorrendo, por assim dizer, com a perspectiva filosófica⁵³.

Os vários autores tocam, em geral, na abordagem psicolinguística dos aspectos da compreensão da ironia, apoiadas em pesquisas experimentais; as dificuldades em definir ironia, desde os gregos, e a proposta de inovar nesses estudos, denominados por alguns como “pragmática da ironia”.

Catherine Kerbrat-Orecchioni (1978, 1980) observa a tentativa de análise de vários aspectos formais presentes na construção da ironia como procedimento de linguagem, cujos componentes principais são: o ilocutório, o lingüístico e o actancial. A atividade ilocutória é a que se destaca no caso da ironia, que se caracteriza por uma atividade dupla, pois descreve uma ação presente do locutor e, por meio da enunciação, tem por função realizar essa ação.

A autora se detém também a diferenciar mentira de ironia. No caso da mentira, o enunciador desqualifica o enunciatário, enganando-o; já na ironia, o enunciador qualifica o enunciatário como capaz de perceber o índice⁵⁴ e participar da construção da significação irônica. Em síntese: a diferença entre o ironista e o mentiroso reside no fato de que o primeiro sinaliza de alguma maneira, na mensagem, algo para que o enunciatário reconheça e participe ativamente de sua “não-sinceridade”, da inversão semântica, enquanto o mentiroso procura apagar de sua fala todo traço de

⁵³ BRAIT, Beth. *Ironia em perspectiva polifônica*. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

⁵⁴ Esse “índice” tem por função sinalizar a ironia e diferenciá-la da mentira.

inversão, desqualificando o enunciatário na medida em que tenta fazê-lo aceitar como verdade o que não é.

A componente actancial aparece na medida em que a autora considera a agressão como propriedade da ironia; sempre há, nesse caso, um agressor e um agredido, e que estão articulados com um terceiro. Cria-se um “triângulo irônico”, composto pelo locutor, pelo ouvinte e por uma vítima desse discurso irônico⁵⁵. É uma maneira bem polêmica de abordar a ironia, não há dúvida, mas também pertinente.

Sperber e Wilson (1978, 1981) são dois pesquisadores que se detêm à possibilidade de termos a ironia como um processo citacional, sendo conhecida como “menção-eco”. Eles não apelam para a noção de sentido figurado (como já foi falado anteriormente) para tentarem explicar a ironia e sim integrá-la a aspectos semânticos, pragmáticos e retóricos de interpretação de enunciados. O estudo deles continua a ser feito via enunciado, porém a concepção de ironia (e sua compreensão) acontece a partir de diferentes formas de citação envolvidas no processo configurador do enunciado irônico. Isso ajuda na descoberta da vítima da ironia, quando o enunciador não quer citá-lo nominalmente. A citação ou “menção-eco” auxilia a reorganização da problemática das vozes como núcleo da proposta discursiva que pretende integrar ironia, intertextualidade e interdiscursividade.

Por sua vez, Olbrechts-Tyteca (1974) estuda o conceito de ironia sem apelar para a idéia do contrário, e sim para a hipérbole⁵⁶, “uma técnica para assegurar o sucesso da ironia”. Complementando-se com a técnica das “perguntas reiteradas” (de certa forma, já vista em Sócrates) que podem desempenhar o papel de hipérbole irônica, sendo que as perguntas pseudo-ingênuas podem funcionar como argumentação indireta. O(a) autor(a) recupera a questão do “exagero”, do “conselho irônico”, “da resposta irônica”, a fim de evidenciar o ridículo de um comportamento, por exemplo, sem fazer referência direta ao problema⁵⁷. Alcança-se uma idéia mais ampla de discurso

⁵⁵ Essa característica se aplica a Juca Kfourri, quando ele faz críticas à CBF (particularmente seu presidente, Ricardo Teixeira) e a jornalistas que fazem propagandas nos programas esportivos, os “merchan’s”, expressando sua condenação à “ordem social vigente”, além de podermos entender um pouco sua visão de ética jornalística.

⁵⁶ Segundo Silveira Bueno, hipérbole é a figura de linguagem que engrandece ou diminui exageradamente a verdade das coisas.

⁵⁷ No campo da Análise do Discurso, quem mais se aproxima disso, como veremos mais adiante, é Ducrot, com sua teoria polifônica da enunciação.

juntamente com a idéia de ironia como citatividade, dimensionando o procedimento irônico como estruturador de textos e articulador de discursos.

2.2.2.1. Ironia numa perspectiva de análise e/ou atitude de linguagem

Ainda há um aspecto que não foi considerado: a rivalidade ironia como atitude e ironia como procedimento verbal. Alguns autores chamam de “ironia situacional”, “ironia do mundo”, “ironia não-verbal” ou “ironia referencial”, uma forma de ironia que não se enquadra diretamente na linguagem, mas que se encaixa em uma concepção, de “ironia das coisas”, “das situações”, “dos seres”, “do destino”.

A ironia referencial tem dois lados atuantes em relação de dualidade, sendo o primeiro (A1) o suporte da ironia (a situação ou atitude comportamental) e o segundo (A2) o observador que percebe como ironia essa atitude ou comportamento. Já a ironia verbal possui um trio que atua em conjunto: o locutor (A1), que dirige um certo discurso irônico para um receptor (A2), para caçoar de um terceiro (A3), alvo da ironia. Tendo Kerbrat-Orecchioni (1978) como principal estudiosa disso, ela acrescenta que os três elementos podem coincidir totalmente ou em algumas partes, dependendo, é claro, do tipo de discurso em que aparecem. A autora se restringe à ironia verbal, considerando que os enunciados, por um processo de coesão, podem formar uma unidade textual.

Generalizando a teoria de Kerbrat-Orecchioni, podemos dizer que o enunciado será observado através de marcas, produtos de processos que envolvem relações dialógicas existentes entre a produção e a recepção da ironia, considerando-se, no mínimo, dois agentes responsáveis pela significação: enunciador e enunciatário. Se o enunciatário não se der conta das articulações entre os segmentos aí envolvidos, a significação irônica não terá lugar⁵⁸.

Lausberg (1969), ao definir ironia, dimensiona-a sob dois ângulos, fortemente relacionados: “ironia retórica” (de palavra) e “ironia tática” (de pensamento). Para ele, a “ironia retórica” é a utilização, pelo locutor, de um vocabulário, de um discurso

⁵⁸ BRAIT, Beth. Ironia em perspectiva polifônica. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

característico da parte contrária⁵⁹, com a certeza de que o receptor reconheça a não-credibilidade desse vocabulário, desse discurso proposital, enfática e estrategicamente instaurado, resultando no sentido oposto ao seu próprio sentido. A “ironia tática”, por sua vez, é uma continuação da “ironia retórica”, pois não tem uma existência independente e consiste do pensamento que se quer fazer entender (substituído) por um outro que lhe é contrário (substituto). Mesmo provocando algumas dúvidas quanto à sua consistência, essa subdivisão pode resistir a uma análise mais detalhada e resultar proveitosa, numa possibilidade de estabelecer as relações existentes entre esses dois conceitos e os de ironia como atitude e linguagem, passando pela ironia referencial e ironia da palavra, já citadas em outro momento.

Num discurso referencial, onde as mensagens ambíguas não são esperadas, o enunciador pode dirigir-se ao destinatário instaurando a dissimulação e, algumas vezes, assumindo um papel de elemento provocativo, convidando a não levar ao pé da letra o discurso e sim separar os fragmentos como seqüências isotópicas.

Aqui, mesmo admitindo-se a ironia do destino, ou ironia de algumas situações, e especialmente os indivíduos irônicos⁶⁰, a opção principal desta monografia é pela ironia como linguagem/discurso.

2.2.2.2. Sentido literal e figurado: uma tensão constante

A tensão existente entre dois pólos (sentido real e sentido figurado) está diretamente ligada à idéia de ironia como o discurso que pretende significar o contrário do que é dito literal ou explicitamente e que, nessa perspectiva, também está ligada à definição de ironia como antífrase⁶¹, que é a forma mais conhecida, pelo que podemos perceber no convívio social, de ironia.

Michel Meyer (1991) trabalha, para definir a literalidade, com a argumentação, que começa quando as perguntas aparecem. Se elas não tiverem uma resposta direta ou se o enunciador der uma resposta sem dizer a que pergunta ele

⁵⁹ Aqui se entende como o alvo da ironia.

⁶⁰ Pode-se crer, sem sombra de dúvidas, que o âncora do CBN Esporte Clube, Juca Kfourri, é um indivíduo irônico, pois ele “põe em xeque” a atual estrutura do esporte brasileiro (no caso dessa monografia, o futebol em particular), em seus comentários. A hipótese é de que se trata de uma tentativa de construir novos paradigmas em nosso desporto.

⁶¹ Segundo Silveira Bueno, é o emprego de uma palavra em sentido oposto ao verdadeiro.

responde, a argumentação está caracterizada; o que falta, numa perspectiva explícita, é o que não se enuncia diretamente e que confere ao discurso uma dimensão argumentativa. O locutor sugere sempre algo para além do que ele diz exatamente no que diz e pelo fato de dizer. Meyer explica que há o sentido figurado quando a resposta suscita questões que não são as que os termos contidos nela colocam como resolvidos por sua presença; aparece como uma solução à problemática levantada pelo literal. A figuratividade (sentido figurado) surge da maneira pela qual ela se inscreve na literalidade de seus propósitos, querendo referir-se às categorias subjetivas do dizer, ou melhor, ao que sai do enunciado e diz respeito à enunciação. Ela só aparece quando a afirmação suscita respostas que o enunciado não pode dar.

Alain Berrendonner (1982) procura ampliar a discussão iniciada por Sperber e Wilson (já enfocada anteriormente) acerca do papel retórico-argumentativo desenvolvido pelos discursos irônicos. Ele compreende a definição freudiana de ironia (construção caracterizada por querer dizer algo com palavras que expressam exatamente o oposto) fundada na presença de uma contradição lógica que fornece elementos para sua análise, tocando no problema circunscrito pelos termos literal-figurado-antífrase.

Ao se definir ironia como contradição, temos dois inconvenientes: essa caracterização instaura a indiferenciação entre os vários níveis de significação aí implicados (o contextual, o explícito e o implícito, que ficam confundidos); e a definição clássica do termo não é suficiente como tal. Uma questão que se coloca para o autor é a do enunciado poder ter vários contrários, fragilizando a definição clássica de ironia (definição freudiana). Porém, podemos entender como contrário “o valor argumentativo inverso”; com base nesse ponto, vale o reconhecimento dos mecanismos sistemáticos que possibilitam a uma enunciação receber ambigualmente dois valores argumentativos contrários.

Em síntese, podemos compreender a proposta de Berrendonner, que tem como base a obra de Sperber/Wilson, ao nível duplo da enunciação, como o seguinte: “uma enunciação (E1) a propósito de uma outra enunciação (E0), anterior ou explícita que se tenta desconsiderar⁶²”. Baseando-se nessa perspectiva é que a enunciação irônica classifica-se em discurso reportado: ela (E1) enuncia um conteúdo que remete a uma

⁶² Idem.

outra enunciação (E0), instaurada como primeira e passível de problematização. A inversão semântica da ironia pressupõe uma relação mútua entre a produção e o sentido.

2.2.2.3. Ironia e opacificação do discurso

Podemos apreender que a ironia, ao nível do discurso, deve ser vista e analisada pela perspectiva da enunciação e, mais diretamente, da retórica instaurada pela enunciação. Implica que o discurso irônico joga essencialmente com a ambigüidade, convidando o receptor a fazer uma dupla descodificação, uma lingüística e outra discursiva.

Como veremos mais detalhadamente, ao estudarmos Bakhtin (e, por via de consequência, Ducrot), é possível pensar todo discurso como o processo de edificação do sentido, da significação como forma de interação; já a ironia coloca em cena, dramatizando, tematizando esse aspecto e relacionando-o depois com a polifonia. Podemos inferir do discurso irônico que

(...) são formas de contestação de autoridade, de subversão de valores estabelecidos que, pela interdiscursividade, instauram e qualificam o sujeito da enunciação, ao mesmo tempo em que desqualificam determinados elementos. (...) o processo de participação na constituição do interdiscurso irônico pode reverter não apenas figuras de autoridade, mas relativizar valores estabelecidos, produzindo um efeito humorado graças à apreensão simultânea dos dois planos de enunciação, promotores de investimentos contraditórios. (BRAIT, 1996, p. 107 e 108)

O enunciado irônico coloca-se como texto, uma unidade de significação, numa dimensão contextualizada. Outra idéia que também terá muito a ver com esse trabalho acadêmico será o da heterogeneidade discursiva, de Authier-Revuz (1982) (será abordada no tópico 2.3.4), que ajuda bastante a configurar as especificidades da ironia, o que trará enorme colaboração nesse trabalho acadêmico. Quando analisarmos (no capítulo 3 deste trabalho) o discurso de Juca kfourri, enfocaremos isso de maneira mais precisa.

2.3. A Análise do Discurso

A Análise do Discurso (AD), tal como a conhecemos hoje, é herdeira da Lingüística. É o nome comum sob o qual se abrigam, de forma explícita ou implícita, diversos e não homologáveis caminhos do estudo da significação⁶³. Seu estudo foi uma necessidade de ampliação dos sentidos dos textos, ao discurso que os norteiam, tendo como antecessor as frases. A AD busca uma reflexão sobre o que está “por trás” dos textos.

A década de 1950 foi um marco decisivo para o desenvolvimento da Análise do Discurso, propriamente dita. Nos Estados Unidos e na Europa (entenda-se França, em especial), os diversos estudos possibilitaram dois caminhos diferentes de interpretação do discurso. Nosso caminho terá como roteiro essa última escola, a européia. Apresentaremos a seguir os autores e teorias que julgamos mais necessários em nosso trabalho de análise no próximo capítulo, quando analisaremos o discurso de Juca Kfourri empregado em seus comentários.

2.3.1. Discurso em Foucault

Michel Foucault (1969) era filósofo. Sua idéia de discurso é entendida como uma dispersão, onde os elementos não se ligam por princípios de unidade, cabendo à AD explicar essa dispersão e buscar estabelecer regras que possam reger a formação dos discursos. Tais regras se chamam **regras de formação**, que determinam os elementos que compõem o discurso,

a saber: os *objetos* que aparecem, coexistem e se transformam num “espaço comum” discursivo; os diferentes *tipos de enunciação* que podem permear o discurso; os *conceitos* em suas formas de aparecimento e transformação em um campo discursivo, relacionadas em um sistema comum; os *temas e teorias*, isto é, o sistema de relações entre diversas estratégias capazes de dar conta de uma formação discursiva, permitindo ou excluindo certos temas ou teorias. (BRANDÃO, 1995, p. 28)

⁶³ BRAIT, Beth. Ironia em perspectiva polifônica. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1996.

As regras acima determinam “formações discursivas”, que se apresentam como um sistema de relações entre objetos, tipos enunciativos, conceitos e estratégias. Foucault concebe a formação discursiva como a descrição dos enunciados que a compõem. Essa relação enunciado e enunciação foi defendida posteriormente por outros autores como, por exemplo, Ducrot⁶⁴.

Foucault amplia, com essa definição, os horizontes da compreensão a respeito de se passar uma mensagem, por exemplo, noticiosa nos meios de comunicação de massa, pois a concepção dele entende que a análise de uma formação discursiva tem como pressuposto a concepção dos vários enunciados que a compõem. Para isso, a tese foucaultiana apresenta algumas características básicas: a referencial, aquilo que o enunciado diz, “é a condição de possibilidade do aparecimento, diferenciação e desaparecimento dos objetos e relações que são designados pela frase”⁶⁵.

O discurso não é atravessado pela unidade do sujeito e sim pela sua dispersão; dispersão decorrente das várias posições possíveis de serem assumidas por ele no discurso (...) dispersão que reflete a descontinuidade dos planos de onde fala o sujeito que pode, no interior do discurso, assumir diferentes estatutos. (BRANDÃO, 1995, p. 30)

Percebemos então que o sujeito, nessa ótica, interfere no enunciado com sua opinião pessoal, ao modificar-lhe os sentidos e acrescentar novos significados ou conservando o sentido original, a depender do jogo de interesses. Particularizando para o campo do jornalismo, tudo que é dito ou escrito é influenciado pela posição do jornalista, enquanto sujeito do seu enunciado, e pela relação com as fontes da notícia (ou com a própria notícia). Mais uma vez se confirma a falácia que é a idéia da neutralidade jornalística.

Continuando com as características da tese foucaultiana, a próxima característica diz respeito ao enunciado referente à condição material. É aí que entra a noção de enunciado e enunciação, uma depende da outra na medida em que o indivíduo emite um conjunto de signos. Enunciado e enunciação não são a mesma coisa, diferem entre si pelo fato daquele poder ser repetido, enquanto esta se marca pela

⁶⁴ Ducrot será abordado no tópico 2.3.4.

⁶⁵ BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à Análise do Discurso. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1995.

regularidade⁶⁶. Jamais o enunciado será o mesmo, pois depende, sobretudo, de sua localização num espaço institucional, dentro de um romance ou um diálogo. De acordo com o espaço, possui funções enunciativas diferentes.

Em suma: o discurso, para Foucault, é o espaço em que saber e poder se articulam, pois a pessoa que fala, fala de um lugar determinado, com direito reconhecido de forma institucional; passando-se por verdadeiro, o discurso é gerador de poder, controlado, selecionado e organizado de acordo com procedimentos que buscam eliminar toda ameaça a esse poder. Um jogo estratégico e causador de polêmicas, articulado com o saber.

2.3.2. Formações ideológica e discursiva

O conceito de formação ideológica, embora formulado por Foucault, foi melhor trabalhado por Michel Pêcheux (1975), que acrescentou ainda o de formação discursiva. Ambos os conceitos são básicos para a AD.

A contribuição de Pêcheux está no fato de ver nos protagonistas do discurso não a presença física de “organismos humanos individuais”, mas a representação de “lugares determinados na estrutura de uma formação social, lugares cujo feixe de traços objetivos característicos pode ser descrito pela sociologia”⁶⁷. Se há lugares definidos, há necessariamente “formações imaginárias” que definem o lugar em que destinador e destinatário atribuem a si próprio e ao outro, de forma que o emissor, num diálogo, pode antecipar as representações do receptor, fundando táticas de discurso.

Ainda com influências de Foucault, Pêcheux chega a uma concepção ideológica, para em seguida representar o “exterior da língua”.

O funcionamento da instância ideológica deve ser concebido como “determinado em última instância” pela instância econômica, na medida em que ele aparece como uma das condições (não econômicas) da reprodução da base econômica, mais especificamente das relações de produção inerentes a esta base econômica. (PÊCHEUX, 1975, *apud* BRANDÃO, 1995, p. 37)

⁶⁶ Idem.

⁶⁷ Idem.

A instância ideológica se apóia na “interpelação ou assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico”. Tal interpelação faz com que os indivíduos (mesmo inconscientemente) sejam induzidos a ocupar determinado lugar num grupo ou classe numa formação social. A formação ideológica necessita de uma ou várias formações discursivas interligadas. Estão bastante interligados discurso e formação ideológica.

Já a formação discursiva envolve dois tipos de funcionamento:

Paráfrase: espaço em que enunciados são retomados e reformulados num esforço constante de fechamento de suas fronteiras em busca da preservação de sua identidade.

Pré-construído: remete a uma construção anterior e exterior, independente, por oposição ao que é “construído” pelo enunciado. “É o elemento que irrompe na esfera discursiva como se já estivesse já-aí. (BRANDÃO, 1995, p.39)

A formação discursiva permite que sujeitos falantes concordem ou não sobre o sentido que se deve dar às palavras, se fazendo entender. Uma formação discursiva é uma linguagem para cada ser falante, mas tendo várias linguagens numa única. Na prática, ela é heterogênea a si própria, instável, onde não há limites traçados, interior e exteriormente, inscrevendo-se em várias outras formações numa luta ideológica constante.

Mesmo que determine o que deve ser dito e o que pode ser dito, buscando uma homogeneidade, a formação discursiva traz contradições ideológicas que se recuperam no interior de uma unidade dos conjuntos do discurso. Há dois modos de existência do discurso em uma formação discursiva:

- Nível do enunciado: engloba “um feixe completo de relações” funcionando como regra, determinando o “que pode e deve ser dito” por um sujeito falante situado num dado lugar.
- Nível de formulação: refere-se ao “estado terminal do discurso” onde os enunciados manifestam certa coerência, tratando-se do intradiscurso em que seqüências discursivas existem no interior do “feixe complexo de relações” de um sistema de formação.

2.3.3. Benveniste e Authier-Revuz: enunciação e heterogeneidade discursiva

Émile Benveniste (1974) concebe a enunciação como a apropriação da língua para dizer algo. Quando se apodera da língua, esse alguém assume o papel de locutor⁶⁸, personagem central da enunciação. Ele define *subjetividade* ao prender o personagem central como sujeito.

Nesse processo de enunciação, instauram-se, automaticamente, dois protagonistas, o *eu* e o *tu*. Porém, essa distinção acima é muito subjetiva. Além deles, o *ele* também se faz presente, só que de maneira impessoal. Já que o *eu* e o *tu* são pessoais, subjetiva e não-subjetiva, respectivamente, o *ele* é não-pessoal, mantendo-se fora da relação direta de subjetividade. Porém, o *ele* e as outras duas pessoas subjetivas no discurso correlacionam-se, no que se chama *correlação subjetividade*, ao passo que esse *eu* e o *tu* exercem, entre si, o que Benveniste chama uma *correlação pessoalidade*. A interação ocorre quando *eu* e *tu* opõem-se ao *ele*, embora este se relacione com os dois anteriores.

Enquanto que Benveniste se concentra na centralização do sujeito, Authier-Revuz (1982) vai atestar a presença do outro nesse mesmo discurso.

Apoiando-se na Psicanálise, ele busca entender o sujeito como um efeito de linguagem, na diversidade de fala “heterogênea” que é consequência de um sujeito dividido entre o consciente e o inconsciente⁶⁹.

(...) Authier-Revuz, no seu trabalho lingüístico, tem analisado as marcas explícitas daquilo que chama de heterogeneidade mostrada (ou seja, as formas do discurso relatado, o uso das aspas, os enunciados metaenunciativos...) como formas de ruptura, de fraturas que intervêm no fio do discurso, colocando em confronto a identidade/alteridade do sujeito. (BRANDÃO, 1998, p. 43)

⁶⁸ A idéia de locutor e enunciador nos remete a Oswald Ducrot, com sua “Teoria polifônica da enunciação”, que será abordada mais adiante, além de ser fundamental em nosso trabalho de análise no próximo capítulo.

⁶⁹ BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Subjetividade, argumentação e polifonia. São Paulo – SP, Editora da UNESP, 1998.

Para o autor, essas marcas articulam-se com uma heterogeneidade constitutiva da linguagem, que não é marcada na superfície, mas possível de ser definida pela interdiscursividade, relação que todo discurso mantém com outros discursos.

Authier-Revuz diz que existe uma negociação entre a heterogeneidade mostrada *na* linguagem e a heterogeneidade constitutiva *da* linguagem onde o sujeito, movido pela ilusão de ser a fonte do discurso, localiza o outro e delimita o seu lugar para marcar o próprio território.

Em suma, a heterogeneidade discursiva se dá através de três formas:

- a) no discurso relatado, direto ou indireto;
- b) nas formas marcadas de conotação autonímica;
- c) nas formas mais complexas, nas quais a presença do outro não é explícita.

No primeiro caso, o locutor se comporta de diferentes maneiras, variando com a forma do discurso, direto ou indireto; no indireto, o locutor assume o papel de tradutor, ao usar suas próprias palavras para “remeter a uma outra fonte do sujeito”⁷⁰; no discurso direto, o locutor é uma espécie de porta-voz, pois chega, inclusive, a citar as palavras que o outro disse.

Com relação às marcas mais complexas em que a presença do outro não é explicitada por marcas unívocas na frase, percebe-se que há diferentes maneiras de se constata-las.

É o caso do discurso indireto livre, da **ironia**⁷¹, da antífrase, da alusão, da imitação, da reminiscência em que se joga com o outro discurso (às vezes, tornando-se mais vivo) não mais no nível da transparência, do explicitamente mostrado ou dito, mas no espaço do implícito, do semidesvelado, do sugerido. Aqui não há uma fronteira lingüística nítida entre a fala do locutor e a do outro; as vozes se imiscuem nos limites de uma única construção lingüística. (BRANDÃO, 1995, p. 50)

⁷⁰ BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à Análise do Discurso. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1995. Tanto a forma direta como a indireta são utilizadas por Juca Kfoury para ilustrar seus comentários, ao citar, além das palavras do personagem em questão, a fonte da informação de onde foram tiradas as palavras (os veículos de comunicação concorrentes, seja outras emissoras de rádio, como de televisão, jornais impressos ou, ainda, da Internet).

⁷¹ Grifo nosso. Através de exemplos, tentaremos comprovar a ironia e a polifonia no próximo capítulo.

2.3.4. Polifonia: o entrelaçamento dos discursos

Bakhtin (1975) apresenta uma idéia nova: o dialogismo, a capacidade do discurso de um sujeito dialogar com o discurso do outro. A língua é plurivalente, sendo o dialogismo condição constitutiva do sentido.

Assim, ele elabora a sua teoria polifônica. O autor dos discursos se utiliza de “máscaras”, que representam muitas vozes a falarem ao mesmo tempo, sem que nenhuma se sobreponha às outras.

A dialogização do discurso, para Bakhtin, tem dupla orientação:

- a) uma voltada para os “outros discursos”, como processos constitutivos do discurso;
- b) outra, voltada para o destinatário, o outro.

Essa primeira orientação nos explica que, dentro do discurso, há “acentos” contraditórios, que constroem o sentido do enunciado, tocando em “fios dialógicos vivos”, os vários outros discursos que se inserem no discurso, desaguando esses “fios” na polifonia, que cruza várias vozes, ora complementares, ora concorrentes, ora interdependentes.

Já com referência ao destinatário, entende-se que a enunciação depende do locutor (eu) e do chamado “alocutário” (o outro). Ao enunciar, esse locutor estabelece um diálogo com o discurso de quem o ouve (receptor), na proporção em que este é entendido como elemento ativo, emprestando-lhe a imagem de um contradiscurso.

Oswald Ducrot (1984), ao formular sua teoria polifônica da enunciação, tem como fundamento o trabalho de Bakhtin. Para ele,

O discurso tem uma estrutura e a conservação dos pressupostos é uma das leis definidoras dessa estrutura, já que se reconhece ao locutor o direito de modelar o universo do discurso. (DUCROT *apud* KOCH, 1993, p. 60)

Assim, ele refere-se ao **ato ilocucionário de argumentação**, que consiste em **pretender impor** ao destinatário um certo tipo de conclusões como a única direção na qual o discurso pode ter seqüência – o valor argumentativo de um enunciado seria, pois, uma espécie de obrigação relativa à maneira pela qual o discurso deve

ser continuado⁷². Ducrot supõe, ainda, a integração da argumentação (o ato de argumentar) à afirmação (o ato de afirmar), atribuindo à última a obrigação de concluir algo sobre o enunciado formulado, por parte do destinatário. Em síntese: a polifonia está ligada diretamente à definição de *enunciação*.

Enunciação, segundo Ducrot, é “o evento constituído pela produção de um enunciado, isto é, pela realização de uma frase”⁷³. Quem produz esse enunciado é o sujeito que não possui um papel determinante, caracterizando-se pelos enunciados por ele produzidos.

Ele, para chegar ao conceito de polifonia, diferencia o locutor de enunciador, já que os dois têm em comum o fato de serem o princípio da execução da mensagem discursiva. O locutor seria o responsável pelos atos locucionários, as mensagens explicitamente entendidas como sendo aquelas ouvidas ou lidas pelo alocutário. O enunciador seria o dos atos ilocucionários (já explicados acima), que não são percebidos pelo destinatário, por estarem, por diversas vezes, “nas entrelinhas”; aqui não depende apenas do que o locutor fala, mas também do que ele pensa, ou mesmo não pensa, e sim do que vem na mente dos outros⁷⁴.

É interessante que, em um mesmo discurso, podem existir vários enunciadores, mesmo havendo apenas um locutor. Esse locutor pode produzir um determinado enunciado, contendo outras vozes internas nesse enunciado ou inúmeros enunciadores. Quando isso ocorre temos caracterizada a polifonia.

Uma única leitura de um enunciado pode fazer explodir a enunciação em uma multiplicidade ilocucionária, em que se pode exprimir uma pluralidade de vozes diferentes da do locutor; isto é, pode haver uma polifonia. (KOCH, 1993, p. 70)

Ducrot (1984) elimina, com relação à teoria polifônica de Bakhtin (1975), a importância histórica do discurso, limitando-se ao momento em que a enunciação é feita, o que, paradoxalmente, também constitui um acontecimento histórico. Os

⁷² KOCH, Ingedore G. Villaça. *Argumentação e Linguagem*. São Paulo – SP, Editora Cortez, 1993.

⁷³ Idem.

⁷⁴ Atentem para isso; essa última parte citada nos remete à noção de ironia, um ramo derivado da polifonia, na qual o enunciador quer que entendamos o que está por trás das palavras ditas por ele, não explicitamente (às vezes também) mas o que vem implícito (que o ouvinte, no caso do rádio, e aqui, em especial, do rádio esportivo, tem como um “exercício mental”, o de decodificar a enunciação, seja através da visão de mundo do ouvinte, seja pelo artifício do humor, etc...)

conceitos de locutor e enunciador, elaborados por Ducrot, constituem, entretanto, instrumentos de análise de inegável valor operacional⁷⁵.

É com essa última teoria, a de Ducrot, e com a heterogeneidade discursiva, de Authier-Revuz, que pretendemos nos guiar, no próximo capítulo, quando analisaremos o discurso de Juca Kfoury, nos seus comentários sobre futebol. Além disso, a ironia, em suas múltiplas facetas, também nos ajudará para que tenhamos uma ampla visão do discurso esportivo (ou outros tipos de discurso) empregado por ele no CBN Esporte Clube. Algum outro aspecto poderá também nos auxiliar nesse trabalho de análise.

⁷⁵ BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à Análise do Discurso. Campinas – SP, Editora da Unicamp, 1995.

Capítulo III: Juca Kfourri e o CBN Esporte Clube

3.1. Metodologia de análise

Agora, vamos aplicar os conceitos escolhidos por nós na análise dos comentários de Juca Kfourri. No trabalho de definição do corpus, escolhemos, entre comentários e manchetes, um total de nove exemplos, onde recortamos os trechos em que se comenta o futebol, o tema mais recorrente.

Os programas aqui escolhidos foram gravados entre os meses de agosto e setembro de 2006, num total de onze programas. Esse período foi escolhido por se encontrar no meio do campeonato brasileiro, na qual equipes tradicionais passavam por momentos difíceis, pela proximidade da zona de rebaixamento, e também não podemos negar o fato de que foi uma coincidência: o clube pelo qual o âncora torce (Corinthians) estava passando por uma crise terrível, como veremos em alguns exemplos escolhidos.

Devido a problemas de diversas ordens, como por exemplo, a transmissão de jogos dos clubes cearenses no Campeonato Brasileiro das séries “A” e “B”, a Copa Sulamericana⁷⁶, jogos dos clubes cariocas no Campeonato Brasileiro⁷⁷ e a falha de gravação em alguns dos programas, o corpus não seguiu o plano inicial de analisar os programas realizados em duas semanas ininterruptas. Mas essa falha não prejudicará substancialmente nossa abordagem.

A ironia é um recurso pouco explorado e pouco recomendado no rádio (PORCHAT, 1993). No entanto, Juca parece ser um caso à parte. Seus comentários são repletos de construções irônicas, das mais variadas maneiras, seus efeitos humorados, desde uma conversa descontraída até uma discussão mais acirrada, que são comandadas

⁷⁶ Segundo torneio interclubes mais importante do continente americano. Perde, em importância, para a “Taça Libertadores da América”.

⁷⁷ Falamos da rede CBN Brasil, no tópico 1.5.1, que ela tinha duas matrizes, a paulista e a carioca. No estado do Ceará (a rádio AM do Povo) faz parte da rede. Na transmissão das partidas de futebol, a rede CBN se divide em duas partes, a paulista, formada por uma parte das emissoras afiliadas, e a carioca, formada pela outra parte, incluindo aí a AM do Povo. Então, em dias de jogos dos clubes do Rio de Janeiro, o CBN Esporte Clube não é direcionado ao nosso estado.

pelo próprio Juca (no caso do CBN Esporte Clube). Produzindo efeitos de sentido, alterando-se o “discurso oficial” e desmascarando a “objetividade” nos discursos tidos como neutros.

Autores como Bergson (que relacionou humor e ironia), na obra *O riso* (1900), e Kerbrat-Orecchioni (1978, 1980), que também é apoio teórico deste trabalho, ao nos mostrar os vários aspectos presentes na construção da ironia como procedimento de linguagem, serão fundamentais nesse trabalho de análise. Procuraremos demonstrar a(s) relação(ões) existente(s) entre os autores que trabalharam, propriamente, dentro do campo da ironia e os que trabalharam na Análise do Discurso, mais especificamente na heterogeneidade discursiva de Authier-Revuz (1982) e na polifonia de Ducrot (1984).

3.2. Humor e ironia no CBN Esporte Clube

É relativamente comum, nos programas radiofônicos escolhidos para este trabalho, Juca Kfourri empregar o recurso da ironia aliado ao humor, principalmente nas conversas com os outros membros do programa acerca do futebol e de personagens do mundo do esporte. Para reforçar seus argumentos, ele costuma citar a fonte da informação.

A ironia é uma variante da polifonia. Esta é a marca mais presente no discurso do CBN Esporte Clube, tanto na forma irônica quanto em outras formas.

Essa utilização do humor e da ironia pode ser considerada um exemplo do conceito elaborado por Henry Bergson (1900), um conceito de natureza filosófica. A *interferência de séries*, citado por ele, aliado à transposição, vai desaguar na definição de ironia verbal.

Vejamos um exemplo, em que podemos perceber, claramente, a aplicação da ironia verbal e do humor, na mesma situação:

Juca: Romário não sabe se pára ou se vai jogar com os cangurus! (CBN ESPORTE CLUBE – 18/09/2006)

Então, temos na mesma frase a ironia verbal e o humor. A ironia verbal se faz presente na antítese que Juca faz ao mostrar a dúvida de Romário diante desse dilema,

se pára de jogar futebol ou se vai continuar ainda a praticar o esporte por mais algum tempo, mesmo sabendo que o seu carisma estará abalado.

Contextualizando a situação: Romário, no caso acima relatado, havia acabado de terminar seu compromisso contratual com um clube de futebol dos EUA. Aos 40 anos de idade, no momento em que esta monografia é escrita, ele recebe uma proposta de um clube da Austrália para jogar no campeonato local.

Com a situação exposta, vem o lado humorístico da frase: “... com os cangurus!”. Os cangurus são os animais que melhor representam a Austrália diante do mundo dito “globalizado”. Então, além do país Austrália, que está implícito e que exige, por parte do ouvinte do CBN Esporte Clube, um bom embasamento cultural (afinal, lembremos: a ironia só tem sentido completo se a idéia do locutor for bem compreendida pelo destinatário) para se dar conta do país. Ocorre uma metáforização do animal canguru, que passa a representar o país Austrália e, automaticamente, uma polifonia (afinal, a ironia deriva da polifonia).

Percebemos aí a transposição, que é a capacidade de modificar a intenção original da expressão proferida para outra esfera de significação, ao se fazer a mudança de sentido Austrália-canguru e vice-versa. Bergson explica que a transposição vai diminuindo aos poucos os extremos da comparação (aqui podemos entender como o pensamento) até obtermos “termos de contraste cada vez menos bruscos e efeitos de transposição cômica cada vez mais sutis”. Ora, se atentarmos para o enunciado novamente, vamos perceber uma das proposições de Juca (lembre-se que estamos no campo filosófico, uma discussão mais teórica da ironia): fazer com que o ouvinte, depois de alguns instantes se dê conta do país Austrália, o que ocasionará o humor, em sua forma mais sutil, como analogia capaz de provocar o riso.

Vemos que, além do plano filosófico, é na própria linguagem que a ironia se materializa. No exemplo acima, a antítese “parar de jogar ou continuar a jogar futebol” é que nos dá essa dimensão, engajando-se no plano da linguagem, propondo comicidade ao ouvinte do programa.

Esse tipo de ironia, relacionada ao humor, encaixa-se muito bem em enunciados curtos, como, no CBN Esporte Clube, nas manchetes de abertura do programa radiofônico. É da estrutura do mesmo, na abertura, Juca destacar os principais fatos esportivos do dia, sendo que, muitos deles, em tom irônico e de brincadeira. Temos retratado nesses momentos a ironia e o humor bergsoniano.

Vamos observar outra manchete do CBN Esporte Clube:

Juca: Pelé e Edmundo, *imagine só*⁷⁸, estão torcendo pro Corinthians não cair pra segunda divisão! (CBN ESPORTE CLUBE – 29/08/2006)

Analisando a manchete, percebemos a ironia bergsoniana em sua *interferência de séries*. Juca realiza essa interferência para que o torcedor corinthiano, que o escuta no momento do enunciado, acabe se inclinando a imaginar uma situação capaz de provocar o riso. Por quê? O contexto do enunciado nos ajuda a entender isso: Pelé foi o grande ídolo do time do Santos e grande “carrasco” do Corinthians, enquanto que Edmundo, com uma história admirável dentro do time do Palmeiras, também fez muitos gols no Corinthians. A expressão grifada “imagine só” é o sinal que nos adverte uma “sugestão irônica”. Bergson (1900), explica que, em termos de comparações extremas, há uma oposição, dentro do efeito de transposição cômica, mais geral: a do real com o ideal (do que é com o que deveria ser). Então, o que deveria ser? Os dois personagens citados na manchete, dentro de toda uma tradição futebolística, de rivalidade entre os clubes do mesmo estado, deveriam torcer para que o Corinthians caísse para a segunda divisão. E o que ocorre de fato na situação? Ambos “estão torcendo pro Corinthians não cair pra segunda divisão!”. Está caracterizada a ironia no plano filosófico. O reforço, por parte de Juca Kfoury, com a expressão “imagine só”, apenas quer nos remeter para o plano da ironia.

3.2.1. A heterogeneidade discursiva

É interessante percebermos que, sob o ponto de vista da Análise do Discurso, a heterogeneidade discursiva, em suas “formas mais complexas em que a presença do outro não é explicitada por marcas unívocas na frase”, é um aspecto relevante no objeto de nossa análise.

Authier-Revuz (1982), ao dar pistas de como podemos perceber a presença do outro no discurso, nos permitiu relacionar, além da ironia e do humor, o discurso indireto, a capacidade de se jogar com o discurso do outro (no exemplo acima,

⁷⁸ Grifo nosso.

Romário) e outras formas de discurso. Aqui, especificamente, Juca “imaginou” o tal dilema do jogador e “traduziu” o pensamento do atleta, formulando a frase mancheteada.

O que se pode inferir de tudo isso? Juca ridicularizou Romário, utilizando-se do discurso indireto, formulando um discurso onde Romário não fala claramente a dúvida dele (se pára ou se continua a jogar futebol) citando palavras que **teriam sido** ditas pelo atleta. Aqui já não é mais possível se distinguir, com tanta facilidade, onde começa o discurso de um e termina o do outro, como Authier-Revuz (*idem*) explica ser difícil distinguir, em determinados momentos, quem fala o que no discurso. Trata-se de uma posição teórica que a autora desenvolve inspirada na obra de M. Bakhtin (Voloshinov - 1929), em *Marxismo e Filosofia da linguagem*.

Algo semelhante ocorre também com a situação em que Pelé e Edmundo “torcem” para que o Corinthians não caia para a segunda divisão. Assumindo a forma indireta do discurso, Juca Kfourri é o “intérprete” das declarações dos dois e os transmite em seu discurso.

Vejamos outro exemplo onde podemos notar com mais clareza a noção de heterogeneidade discursiva.

Juca: (...) Quem vai pro chuveiro, também, com dor no coração, é o Rogério Ceni. (...) Ontem ele recebeu a medalha, medalha de vice-campeão da Recopa, eu sei, tem muita gente dizendo: “Mas que *coisa ridícula*”⁷⁹, como vice-campeão da Recopa, que é um torneio de um jogo só, né? Quer dizer que o São Paulo foi rebaixado também da Recopa, porque perdeu e ficou em último lugar. Mas é claro que, pra chegar à Recopa, você tem que ganhar, ou uma Copa Sulamericana ou uma Libertadores da América, então não é qualquer um que chega, né? Tirou a medalha, não chega a ser nenhuma novidade, outros já fizeram, eu me lembro, por exemplo, que o Luís Felipe Scolari fez exatamente a mesma coisa quando recebeu a medalha de prata da Copa da Europa de seleções, disputada em Lisboa, né? Fez questão de tirar a medalha tão logo a recebeu. Ele tirou, tirou e depois jogou pra torcida. Claro que alguém poderá dizer que ele jogou pra torcida como uma homenagem pra torcida, mas se a medalha fosse de ouro, ele não faria essa mesma homenagem. No fundo, ele fez foi um gesto de quem não tá valorizando a medalha, né? O que não é exatamente uma coisa que fica bem e não é uma coisa que componha com a imagem do Rogério Ceni, né? Porque se há uma coisa que o esportista precisa saber é a saber ganhar e a saber perder, ainda mais num jogo em que você não tem nenhuma razão, né? Extra-campo para estar enraivecido, e então fez mal o Rogério Ceni. E, por isso, vai pro chuveiro! (CBN ESPORTE CLUBE – 15/09/2006)

⁷⁹ Grifo nosso.

Contextualizando o enunciado: é uma crítica ao goleiro Rogério Ceni que, após ter perdido a decisão do torneio Recopa, joga, chateado, a medalha que recebeu da comissão organizadora da competição para a torcida.

Juca, inicialmente, assume uma posição questionadora sobre a Recopa, a importância dela, assumindo a forma direta do discurso e incorporando a posição do torcedor (que **teria feito** tal afirmação) [“Mas que coisa ridícula, como vice-campeão da Recopa, que é um torneio de um jogo só, né? Quer dizer que o São Paulo foi rebaixado também da Recopa, porque perdeu e ficou em último lugar.”] desvalorizando, através das palavras do suposto torcedor, o torneio e, logo depois, vai defender o mesmo, anteriormente criticado pelo torcedor [“Mas é claro que, pra chegar à Recopa, você tem que ganhar, ou uma Copa Sulamericana ou uma Libertadores da América, então não é qualquer um que chega, né?”] com o seu “próprio” discurso. Continuando com o trecho, Juca cita outros exemplos em que houve semelhança com a atitude de Rogério [“(…) não chega a ser nenhuma novidade, outros já fizeram, eu me lembro, por exemplo, que o Luís Felipe Scolari, fez exatamente a mesma coisa quando recebeu a medalha de prata da Copa da Europa de seleções, disputada em Lisboa, né? Fez questão de tirar a medalha tão logo a recebeu. Ele tirou, tirou e depois jogou pra torcida.”]. A forma indireta do discurso aparece em seguida [“Claro que alguém poderá dizer que ele jogou pra torcida como uma homenagem pra torcida, mas se a medalha fosse de ouro, ele não faria essa mesma homenagem.”], ao incorporar, na situação hipotética de algum torcedor ter dito as palavras que Juca utilizou no comentário. Este último assume o papel de “porta-voz” do torcedor, ao expressar o ponto de vista daquele. Juca, então, capta os pensamentos dos torcedores e os traz para o interior de seu discurso.

Ao referir-se propriamente a Rogério, assume um papel de “juiz” da atitude do goleiro, ao condenar o ato de jogar a medalha pra torcida por ter perdido uma decisão e “dar-lhe uma lição de moral” de que o sportista precisa saber ganhar e perder, mandando-o, em seguida, “para o chuveiro”. Ele se utiliza de discursos ditos por outros profissionais de imprensa, em outras épocas, e os traz para a atualidade do acontecimento sportivo.

3.3. Polifonia e ironia no CBN Esporte Clube

Veremos agora um exemplo de comentário, que é o desdobramento da manchete sobre Romário, onde aparecem as construções acima citadas:

Juca: (...) pra terminar por hoje, Renato, o nosso, você vai sofrer com esse cidadão durante muito tempo, pelo jeito, o nosso Romário terminou a sua *aventura*⁸⁰ nos Estados Unidos, o time dele não chegou às finais lá na Liga Secundária, ao ser derrotado por dois a zero pela equipe de Vancouver. Ele acabou fazendo dezenove gols em vinte e cinco jogos, chegou a novecentos e oitenta e quatro, não pode voltar pra jogar no Brasil, a não ser pra uma, eventualmente, despedida no Vasco, mas cogita da hipótese de jogar num time lá da Austrália, o Adelaide United. Você acha que o “Baixinho” vai acabar entre os cangurus?

Renato: É, eu acho que, depois de fazer gols nos “*piratas do caribe*⁸¹”, nos “*anões dos jardins*⁸²” e nos “rinocerontes enfurecidos”, não tem nada mais lógico do que enfrentar os “*cangurus pernetas*⁸³”, né? (...) que ele acabe fazendo aí os seus gols. Eu acho o seguinte: o Romário podia marcar uma grande pelada no aterro, entendeu? Em que ele ia jogar, assim, seis, sete jogos, tipo aqueles campeonatos, torneio início.

Juca: Tá.

Renato: Com a diferença de que ele jogaria sempre, entendeu? Até fazer o décimo oitavo gol. Quando ele fizesse o décimo oitavo gol, todo mundo parava, festa, foguete, tá? E acabava logo essa *agonia*⁸⁴, né? Que isso aí já virou uma *grande palhaçada*⁸⁵...

Juca: Uma outra coisa que me ocorre, você se lembra de um filme, eu ia dizer que é da nossa adolescência, não é não. Já é um filme do começo da nossa maturidade, (...)

Renato: Ah, (...) lembro, com o Jonny Fonda...

Juca: Isso. Era um *baile interminável*⁸⁶, o último casal que resistisse...

Renato: hehehehe...

Juca: ... na época da recessão americana. Eu acho que o Romário devia organizar isso: um jogo de futebol que só termina quando ele fizer o décimo... o gol que completa o milésimo.

Renato: É isso, é uma boa idéia, é uma boa idéia. Porque, realmente, enquanto isso não acabar, Juca, ninguém vai se livrar dele e tal, não tem solução. (CBN ESPORTE CLUBE – 18/09/2006)

⁸⁰ Grifo nosso.

⁸¹ Idem.

⁸² Idem.

⁸³ Idem.

⁸⁴ Idem.

⁸⁵ Grifo nosso.

⁸⁶ Idem.

Juca, antes de entrar de fato no assunto “Romário”, previne Renato Maurício Prado, colocando-se na posição dele enquanto interlocutor, sabendo o efeito que suas palavras irão causar neste. Ele utiliza a antecipação, mecanismo regulador da argumentação, de maneira tal que o sujeito do enunciado dirá algo de um modo ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte. Este espectro varia amplamente desde a previsão de um interlocutor que é seu cúmplice (Renato é cúmplice de Juca) até aquele que, no outro extremo, ele prevê como adversário absoluto⁸⁷. Particularizando para o nosso caso; não há o “adversário absoluto” e sim o “cúmplice”, aquele que concorda com o enunciado do outro, do ser irônico.

Várias “marcas lingüísticas” se encontram presentes no fragmento acima exposto. Para Juca Kfourri, a “aventura” de Romário nos Estados Unidos assume uma feição pejorativa, visto que é um país, no contexto futebolístico mundial, sem muita importância, e que o jogador assinou um contrato unicamente pela vantagem financeira, sem se importar com a visibilidade que possa ter enquanto jogador, assim como Renato Maurício Prado vai se referir aos “anões dos jardins”, em relação ao Oriente Médio, região em que havia jogado anteriormente, e os “cangurus pernetas”, o próximo destino do jogador, a Austrália. Todas essas construções têm uma forte carga negativa face à carreira do jogador e sua história no futebol mundial, um fato, como a imprensa esportiva diz, “inegável”. Essas marcas lingüísticas nos remetem à idéia de polifonia. Além delas, há mais outras que também nos levam a essa direção. As “andanças” de Romário, assinando contratos de curta duração com clubes de futebol de países sem muita expressão no cenário esportivo mundial passa a ser vista como “agonia”, “grande palhaçada”, principalmente para Renato, um dos locutores desse enunciado. Complementando o comentário de Renato, Juca faz uma referência a um filme, onde ocorre o “baile interminável”, numa comparação com as “andanças” do “Baixinho”. Com todas essas “marcas lingüísticas”, percebemos como são inúmeras as construções polifônicas dentro do programa, aparecendo de forma constante ao longo de várias edições do mesmo.

O recurso da ironia está presente nesse diálogo de Juca Kfourri com Renato Maurício Prado. Kerbrat-Orecchioni (1978), tendo como pressuposto os trabalhos de Austin (1970) e Searle (1976), cita um componente fundamental da ironia como

⁸⁷ ORLANDI, Eni. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Editora Pontes, 2000.

procedimento de linguagem: o actancial. Ele aparece sempre quando se agride alguém. O locutor e o ouvinte se unem contra um alguém ou alguma coisa ou fato, vítima do discurso irônico. Essa abordagem da ironia é bem polêmica, mas é absolutamente pertinente aqui.

No diálogo, temos isso bem claro: Juca e Renato se alternam nas posições de locutor e ouvinte, com a diferença de que quem comanda o diálogo é o primeiro, por ser o âncora do programa radiofônico, além de termos o alvo da ironia, Romário. O levantamento da “sugestão irônica”, por parte de Renato Maurício Prado, de o jogador promover uma “grande pelada no Aterro” para encerrar a carreira (sugestão essa que não foi sequer pedida pelo atleta), nos remete à idéia de ataque proposta por Kerbrat-Orecchioni (1978). Citamos acima que há vários ouvintes, Renato, o próprio Juca Kfourri e o “ouvinte radiofônico” (aquele que não participa explicitamente do diálogo). Porém, só quem participa diretamente do diálogo é quem conversa com Juca Kfourri.

Juca, antes da “sugestão irônica” de Renato, aparentemente “valoriza” o jogador, mas segundo um aspecto da ironia definido por Kerbrat-Orecchioni (*idem*), “a ironia descreve em termos valorizantes uma realidade que ela trata de desvalorizar”. Romário é valorizado quando Juca lembra o número de gols marcados, mas passa a ser desvalorizado quando ele (Juca) levanta a hipótese do atleta jogar na Austrália, inclusive se utilizando do discurso indireto, que Romário “teria dito” o que ia fazer (jogar na Austrália) para tentar alcançar o milésimo gol. A desvalorização vem quando os protagonistas do diálogo (Juca e Renato) querem fazer referência à pouca expressão futebolística daquele país perante o mundo.

Vejamos novamente, no diálogo, essa contradição “valorização-desvalorização” do jogador Romário:

Juca: (...) Ele acabou fazendo dezenove gols em vinte e cinco jogos, chegou a novecentos e oitenta e quatro, não pode voltar pra jogar no Brasil, a não ser pra uma, eventualmente, despedida no Vasco, mas cogita da hipótese de jogar num time lá da Austrália, o Adelaide United. Você acha que o “Baixinho” vai acabar entre os cangurus?

Renato: É, eu acho que, depois de fazer gols nos “piratas do caribe”, nos “anões dos jardins” e nos “rinocerontes enfurecidos”, não tem nada mais lógico do que enfrentar os “cangurus pernetas”, né? (CBN ESPORTE CLUBE – 18/09/2006)

Acima, a valorização de Romário por parte de Juca Kfourri, o locutor irônico. Já a desvalorização do jogador Romário está no próximo trecho, enunciado por Renato

Maurício Prado, comunicador da ironia, que participa ativamente desse diálogo e cuja conclusão é de que toda essa situação não passa de uma “grande palhaçada”:

Renato: (...) que ele acabe fazendo aí os seus gols. Eu acho que, depois de fazer gols nos “piratas do caribe”, nos “anões dos jardins” e nos “rinocerontes enfurecidos”, não tem nada mais lógico do que enfrentar os “cangurus pernetas”, né? (...) que ele acabe fazendo aí os seus gols. Eu acho o seguinte: o Romário podia marcar uma grande pelada no aterro, entendeu? Em que ele ia jogar, assim, seis, sete jogos, tipo aqueles campeonatos, torneio início.

Juca: Tá.

Renato: Com a diferença de que ele *jogaria sempre*⁸⁸, entendeu? Até fazer o décimo oitavo gol. Quando ele fizesse o décimo oitavo gol, todo mundo parava, festa, foguete, tá? E acabava logo essa agonia, né? Que isso aí já virou uma grande palhaçada... (CBN ESPORTE CLUBE – 18/09/2006)

A ironia é uma variante da polifonia, como já foi dito antes. Então, Juca, ao ser irônico, ele é, ao mesmo tempo, polifônico. No trecho em que eles (Juca e Renato) comentam sobre Romário, vamos perceber uma referência a um filme, em que se realizou a ironia e a polifonia.

Juca: Uma outra coisa que me ocorre, você se lembra de um filme, eu ia dizer que é da nossa adolescência, não é não. Já é um filme do começo da nossa maturidade, (...)

Renato: Ah, (...) lembro, com o Jonny Fonda...

Juca: Isso. Era um baile interminável, o último casal que resistisse...

Renato: hehehehe...

Juca: ... na época da recessão americana. Eu acho que o Romário devia organizar isso: um jogo de futebol que só termina quando ele fizer o décimo... o gol que completa o milésimo.

Renato: É isso, é uma boa idéia, é uma boa idéia. Porque, realmente, enquanto isso não acabar, Juca, ninguém vai se livrar dele e tal, não tem solução. (CBN ESPORTE CLUBE – 18/09/2006)

Inicialmente, a polifonia aparece no momento da comparação da vida futebolística atual de Romário com o filme. Ducrot (1984), ao formular sua teoria polifônica da enunciação, explica que o ato ilocucionário de argumentação pretende “impor” um certo tipo de conclusão ao destinatário (no caso, Renato passa a concordar com a idéia de Juca, do jogo até que se faça o milésimo gol). Mas, se recordarmos o início do tópico 3.3, veremos que quem lançou a idéia do tal jogo, na verdade, foi Renato Maurício Prado.

⁸⁸ Grifo nosso.

Renato: (...) Eu acho o seguinte: o Romário podia marcar uma grande pelada no aterro, entendeu? Em que ele ia jogar, assim, seis, sete jogos, tipo aqueles campeonatos, torneio início.

Juca: Tá.

Renato: Com a diferença de que ele jogaria sempre, entendeu? Até fazer o décimo oitavo gol. Quando ele fizesse o décimo oitavo gol, todo mundo parava, festa, foguete, tá? E acabava logo essa agonia, né? (CBN ESPORTE CLUBE – 18/09/2006)

Ducrot (*idem*), em sua teoria, diz ainda que a argumentação (o ato de argumentar) está diretamente relacionada à afirmação (o ato de afirmar). A última (afirmação) leva o destinatário a concluir algo sobre o enunciado formulado. O enunciado de Juca sobre a referência ao filme foi formulado tendo como princípio a “sugestão irônica”, levantada por Renato, da “pelada no Aterro”. O engraçado é que, numa sutileza imperceptível pelo ouvinte do diálogo, Juca “ironiza” o próprio Renato, ao lançar mão, mais uma vez, da ironia e do humor bergsonianos. Vamos perceber um “sinal”, que irá nos identificar perfeitamente a ironia que se quer fazer sobre Romário:

Juca: Uma outra coisa que me ocorre, você se lembra de um filme, eu ia dizer que é da nossa adolescência, não é não. Já é um filme do começo da nossa maturidade, (...)

Renato: Ah, (...) lembro, com o Jonny Fonda...

Juca: Isso. Era um baile interminável, o último casal que resistisse...

Renato: *hehehehe*...⁸⁹

Juca: ... na época da recessão americana. Eu acho que o Romário devia organizar isso: um jogo de futebol que só termina quando ele fizer o décimo... o gol que completa o milésimo. (CBN ESPORTE CLUBE – 18/09/2006)

Atente para a risadinha de Renato Maurício Prado. Ela é o sinal a que nos referimos. O humor, voltando novamente para o campo filosófico da ironia, está presente na citação do filme (a dança interminável) e a relação com o “jogo eterno” de Romário, em que ele jogaria até fazer o gol de número mil. Eles levantam a hipótese de verem o jogador dentro de campo até a exaustão. Eis a ironia: não é possível um jogo oficial de futebol sem suas regras preestabelecidas (a não ser que os outros participantes do jogo permitissem que o “Baixinho” fizesse os gols necessários). A interferência de séries, que Bergson cita em sua teoria, está presente quando Juca faz a mudança de sentido (do futebol para o filme), querendo dizer que

⁸⁹ Grifo nosso.

esse jogo daria “um filme com semelhante roteiro”, ou seja, uma metáfora, feita através da citação do filme.

3.4. Juca: discurso e paixão clubística

A paixão clubística do apresentador, Juca Kfourri, aparece com bastante frequência no CBN Esporte Clube. No tópico 1.7, falamos que a suposta “imparcialidade jornalística” não existe. O âncora do programa radiofônico acredita ser possível que os profissionais da imprensa esportiva sejam também torcedores. Em vários momentos, por mais que tentem os membros do programa disfarçar, percebemos a “tendência” futebolística dos apresentadores, excetuando-se o próprio Juca Kfourri, o único a assumir sua preferência. Vejamos algumas situações em que as noções de ética jornalística, abordada no tópico 1.7 são ironizadas.

Juca: Boa noite, André Sanches.

André: Boa noite, Juca. Tudo bem?

Juca: Tudo bem. Você sabe que não temos Victor Ernesto Birner hoje, né?

André: Não, não temos. Victor Ernesto Birner está de folga.

Juca: Mais do que de folga, ele se recusa a trabalhar em dias de aniversário do Corinthians.

André: É mesmo?

Juca: Ele guarda o aniversário do Corinthians, ele diz que trabalhar em dia que o Corinthians comemora o seu aniversário é um pecado.

André: É mesmo?

Juca: Exatamente. É uma heresia.

André: Nossa! Eu não esperava isso do Victor.

Juca: Mas é. Desde que eu soube que o Victor tinha um gavião tatuado no ombro, eu passei a entender o porquê dele se recusar a trabalhar em dias de aniversário do Corinthians.

André: Ele não é são-paulino?

Juca: Victor Birner?

André: Ou não?

Juca: Victor Birner faz este gênero...

André: Não acredito.

Juca: ... faz este gênero são-paulino exatamente pra despistar, tá certo? A sua paixão pelo Corinthians. Eu digo pra ele sempre: “Ô Victor, eu sempre disse, nunca neguei que era corinthiano, e isso nunca me atrapalhou. Por que você faz questão de esconder, e se passa até por ser de outro time? Você não acha que acaba tendo o mesmo efeito?”. Ele disse: “Não, porque eu sei o quanto eu preciso segurar minha paixão”.

André: Tem noção do impacto dessa declaração, Juca? Pro ouvinte do CBN Esporte Clube? Pra quem acompanha a carreira de Victor Ernesto Birner?

Juca: Olha, André Sanches, eu tenho noção, tenho noção. Eu lido com a notícia lá se vão trinta e seis anos, mas as coisas, quando você as descobre,

you tem que contar pro seu ouvinte, claro. Não há jeito, né? Já que ele não assume, talvez, a gente contando, não é? A gente possa...

André: Amenizar a dor?

Juca: A gente possa tornar mais fácil pra ele chegar aqui segunda-feira e reconhecer, de fato, “eu sou corinthiano”.

André: É verdade, Juca. Você tá praticando o jornalismo.

Juca: É, jornalismo puro, jornalismo da melhor qualidade...

André: Claro.

Juca: Jornalismo com a credibilidade que Victor Ernesto Birner merece. (CBN ESPORTE CLUBE – 01/09/2006)

Juca condena o medo dos demais jornalistas de revelar a sua preferência clubística. Um de seus companheiros de programa, Victor Birner, no exemplo acima, são-paulino, segundo André Sanches, encontra-se de folga. Coincidentemente é o dia do aniversário do Corinthians.

Pegando um fragmento, percebemos o seguinte.

André: Não, não temos. Victor Ernesto Birner está de folga.

Juca: Mais do que de folga, ele se recusa a trabalhar em dias de aniversário do Corinthians.

André: É mesmo?

Juca: Ele guarda o aniversário do Corinthians, ele diz que trabalhar em dia que o Corinthians comemora o seu aniversário é um pecado.

André: É mesmo?

Juca: Exatamente. É uma heresia.

André: Nossa! Eu não esperava isso do Victor.

Juca: Mas é. Desde que eu soube que o Victor tinha um gavião tatuado no ombro, eu passei a entender o porquê dele se recusar a trabalhar em dias de aniversário do Corinthians.

André: Ele não é são-paulino?

Juca: Victor Birner?

André: Ou não?

Juca: Victor Birner faz este gênero...

André: Não acredito. (CBN ESPORTE CLUBE – 01/09/2006)

Ocorre, acima, uma união entre o locutor (Juca) e o “ouvinte” (André), que, na verdade, também é locutor, em torno da ética de se revelar a preferência clubística do alvo da ironia (Victor Birner). A única diferença é que Juca ancora o programa radiofônico e decide os rumos da conversação. Quando André Sanches interroga (“Ele não é são-paulino?”), descobrimos qual seria a preferência clubística do alvo da ironia (discussão essa que aparece em vários outros programas, que não foram gravados para esta monografia).

Kerbrat-Orecchioni (1978) explica ainda que há uma diferença entre mentira e ironia. O mentiroso sinaliza de alguma maneira, na mensagem, algo para que o ouvinte participe de sua “não-sinceridade”, de uma “inversão semântica”. No exemplo acima, o mentiroso é Juca Kfourri, que afirma que o alvo da ironia (Victor Birner) é corinthiano.

Para que a mentira tome uma dimensão completa, é necessário que o ouvinte tome conhecimento do sinal emitido pelo locutor (acima, o sinal é “Victor Birner faz este gênero...”). Desse sinal em diante, a “não-sinceridade” de Juca é percebida. A ironia é o oposto, procura apagar todo traço de inversão semântica.

(...) André: Tem noção do impacto dessa declaração, Juca? Pro ouvinte do CBN Esporte Clube? Pra quem acompanha a carreira de Victor Ernesto Birner?

Juca: Olha, André Sanches, eu tenho noção, tenho noção. Eu lido com a notícia lá se vão trinta e seis anos, mas as coisas, quando você as descobre, você tem que contar pro seu ouvinte, claro. Não há jeito, né? Já que ele não assume, talvez, a gente contando, não é? A gente possa...

André: Amenizar a dor?

Juca: A gente possa tornar mais fácil pra ele chegar aqui segunda-feira e reconhecer, de fato, “Eu sou corinthiano”.

André: É verdade, Juca. Você tá praticando o jornalismo.

Juca: É, jornalismo puro, jornalismo da melhor qualidade...

André: Claro.

Juca: Jornalismo com a credibilidade que Victor Ernesto Birner merece. (CBN ESPORTE CLUBE – 01/09/2006)

É muito comum Juca alternar entre as várias construções irônicas. Ao levantar a hipótese do “corinthiano” Victor Birner, utilizando-se da noção de humor, o âncora faz com que o “ouvinte radiofônico” (aquele que se encontra em casa ou em outro lugar) acredite que o alvo da ironia é “corinthiano” e que ele pratica o “jornalismo”, ao revelar essa “preferência clubística” do alvo da ironia, Victor Birner. Então, quando Juca Kfourri diz “Jornalismo da melhor qualidade”, está no plano da ironia.

3.5. As “vozes de Juca”

Mais uma vez, vamos reportar ao fragmento do tópico anterior.

(...) Juca: Victor Birner faz este gênero...

André: Não acredito.

Juca: ... Faz este gênero são-paulino exatamente pra despistar, tá certo? A sua paixão pelo Corinthians. Eu digo pra ele sempre: “Ô Victor, eu sempre disse, nunca neguei que era corinthiano, e isso nunca me atrapalhou. Por que você faz questão de esconder, e se passa até por ser de outro time? Você não acha que acaba tendo o mesmo efeito?”. Ele disse: “Não, porque eu sei o quanto eu preciso segurar minha paixão”. (CBN ESPORTE CLUBE – 01/09/2006)

Juca agora brinca com as construções discursivas, mais especificamente com a heterogeneidade discursiva. Podemos notar três sujeitos nesse enunciado: o próprio

Juca (S1), que fala para André Sanches [... faz este gênero são-paulino exatamente pra despistar, tá certo? A sua paixão pelo Corinthians. Eu digo pra ele sempre: “Ô Victor, eu sempre disse, nunca neguei que era corinthiano, e isso nunca me atrapalhou. Por que você faz questão de esconder, e se passa até por ser de outro time? Você não acha que acaba tendo o mesmo efeito?”. Ele disse: “Não, porque eu sei o quanto eu preciso segurar minha paixão”].], um segundo sujeito (S2), um enunciado também de Juca, mas com a diferença de já ter sido dito antes, em outro momento anterior ao diálogo acima [“Ô Victor, eu sempre disse, nunca neguei que era corinthiano, e isso nunca me atrapalhou. Por que você faz questão de esconder, e se passa até por ser de outro time. Você não acha que acaba tendo o mesmo efeito?”] e um terceiro sujeito (S3), Victor Birner, que **teria dito** o que Juca fala no enunciado [“Não, porque eu sei o quanto eu preciso segurar minha paixão”].].

O entrecruzamento de discursos é bastante comum percebermos nos comentários de Juca Kfourri. Acima, ele utilizou o discurso direto, mas a forma indireta aparece tão comumente quanto a direta no CBN Esporte Clube. Também é polifonia, mas veja que quem fala mesmo é o Juca, que traz para sua voz as outras vozes do discurso.

Vejamos um outro exemplo em que Juca Kfourri aplica um de seus “princípios éticos”: o de citar a fonte da informação jornalística (abaixo, o Diário Lance e o Diário argentino Clarín).

Juca: (...) Aqui em São Paulo, uma notícia do Diário Lance, exclusiva, “Diretor argentino do Corinthians ataca Leão”. O diretor de futebol amador do Corinthians, Humberto Grondona, soltou o verbo contra Emerson Leão, em entrevista publicada ontem pelo jornal argentino Clarín. “Tirar a faixa do Tevez porque ele não sabe o idioma é uma estupidez, ele foi o campeão no ano passado sendo o capitão”, disse o filho, Júlio Grondona, que é presidente, como você sabe, da Associação de Futebol da Argentina. Isso dá a medida de como está o Corinthians; (...). O presidente, o filho do presidente da Associação de Futebol da Argentina, o senhor Humberto Grondona, diretor de futebol amador do Corinthians, posto lá por Kia Joorabichian, me faz esta declaração contra o atual técnico do time do Corinthians. Você imagina a situação que se vive no Corinthians, o encontro de Grondona com Emerson Leão, não é? Que deveria ter uma afinidade, até porque, nas categorias de base, haja que algum jogador possa interessar ao time de cima. Por falar nisso, Emerson Leão não quer o Bruno, o goleiro do Galo, que nem chegou ao Corinthians, e custou dois milhões, né? Custou dois milhões de reais... (...) E é possível *que nem chegue a treinar*⁹⁰ no Corinthians, porque o Leão não o quer, foi o outro trazido pela ‘MSI’. (CBN ESPORTE CLUBE – 25/08/2006)

⁹⁰ Grifo nosso.

Mais uma vez, Juca incorpora ao seu enunciado vários discursos e vários sujeitos. Tentemos identificá-los: primeiramente, a notícia do Diário Lance (S1) [“Diretor argentino do Corinthians ataca Leão”. O diretor de futebol amador do Corinthians, Humberto Grondona, soltou o verbo contra Emerson Leão, em entrevista publicada ontem pelo jornal argentino Clarín.”], o (S2) é o Diário Clarín, que veiculou a notícia citada pelo Diário Lance, (S3) são as palavras de Júlio Grondona, filho de Humberto Grondona [“Tirar a faixa do Tevez porque ele não sabe o idioma é uma estupidez, ele foi o campeão no ano passado sendo o capitão”], (S4) Juca Kfourri, autor do enunciado inteiro, incluindo os enunciados dos outros sujeitos até aqui identificados. Mas ainda há mais sujeitos. Mais adiante, Juca vai assumir o papel de “juiz”, da pessoa que pode decidir o futuro do goleiro Bruno, recém-contratado pelo Corinthians e que o técnico Emerson Leão não quer no elenco [“E é possível *que nem chegue a treinar* no Corinthians, porque o Leão não o quer...”]. A expressão grifada nos dá a dimensão do “julgamento” do goleiro, que não teve sequer uma chance pra mostrar o seu talento (ele iria ser transferido, pouco depois, para a equipe do Flamengo, o que confirmou o comentário de Juca, a “antecipação” do acontecimento feita pelo âncora).

Pelo que percebemos até agora, Juca tem uma tendência muito forte, em seus comentários, de julgar as atitudes das pessoas, “condená-las” pelas atitudes consideradas erradas por ele ou “defendê-las” quando as julga corretas. A situação a seguir, vai nos fornecer mais uma pista de como isso se dá.

Juca: Pro chuveiro vai o senhor Palaia, diretor de futebol do Palmeiras, que, ontem, mandou o Tite calar a boca e não reclamar da arbitragem, até no momento em que o Tite não reclamava da arbitragem, e tinha razão porque, de fato, o Palmeiras foi vítima de um pênalti que não aconteceu, um lance típico de bola-na-mão, e não mão-na-bola. Palaia conseguiu o que queria: agora há pouco ligou aqui para o nosso estúdio da CBN o repórter Anderson Chene, do Sistema Globo de Rádio, de dentro do avião em que está a Sociedade Esportiva Palmeiras, voltando do Recife...

André: Voltando, acabou de chegar em São Paulo. O elenco acabou de desembarcar, por isso não conversa com a gente no ar.

Juca: Exatamente. É proibido falar de dentro do avião...

André: Ligou escondido.

Juca: Ligou escondido, pra dizer que Tite não é mais o técnico da Sociedade Esportiva Palmeiras e não dirige o Palmeiras domingo, em Presidente Prudente, contra o São Paulo. O que, aliás, é uma outra bobagem da direção do Palmeiras, de levar esse jogo a Presidente Prudente, o Palmeiras precisando usar o fator casa, o mando-de-campo, o mais que pode nessa situação em que está o Palmeiras. (CBN ESPORTE CLUBE – 22/09/2006)

O comentário de Juca Kfourri já se inicia condenando a ação do diretor de futebol do Palmeiras, o Palaia, de ter mandado o Tite, então treinador da equipe, calar a boca. Em seguida, defende o técnico, pois este teria razão em reclamar [“(...) de fato, o Palmeiras foi vítima de um pênalti que não aconteceu, um lance típico de bola-na-mão, e não mão-na-bola”]. Continuando o fragmento, Juca assume o papel de “detetive” e desvenda a “intenção” de Palaia: que Tite pedisse demissão e saísse do clube, o que se confirma com o telefonema do repórter, cujas palavras foram “roubadas” pelo âncora e pelo interlocutor, André Sanches, que, juntamente com o próprio Juca, passam a ser os “porta-vozes” do repórter. Veja como isso se dá:

Juca: (...) agora há pouco ligou aqui para o nosso estúdio da CBN o repórter Anderson Chene, do Sistema Globo de Rádio, de dentro do avião em que está a Sociedade Esportiva Palmeiras, voltando do Recife...

André: Voltando, acabou de chegar em São Paulo. O elenco acabou de desembarcar, por isso não conversa com a gente no ar.

Juca: Exatamente. É proibido falar de dentro do avião...

André: Ligou escondido.

Juca: Ligou escondido, pra dizer que Tite não é mais o técnico da Sociedade Esportiva Palmeiras e não dirige o Palmeiras domingo, em Presidente Prudente, contra o São Paulo (...) (CBN ESPORTE CLUBE – 22/09/2006)

André justifica porque é o “porta-voz” do repórter [“O elenco acabou de desembarcar, por isso não conversa com a gente no ar.”]. Juca concorda com a justificativa do repórter [“Exatamente. É proibido falar de dentro do avião...”] e acrescenta que “Tite não é mais o técnico da Sociedade Esportiva Palmeiras”.

Finalmente, Juca Kfourri assume uma postura contrária à direção do clube paulista, ao defender o fato de que, ao jogar em seu próprio estádio, a vitória no jogo de domingo “estaria assegurada” e “amenizaria a crise” do Palmeiras.

Juca: (...) O que, aliás, é uma outra bobagem da direção do Palmeiras, de levar esse jogo a Presidente Prudente, o Palmeiras precisando usar o fator casa, o mando-de-campo, o mais que pode nessa situação em que está o Palmeiras. (CBN ESPORTE CLUBE – 22/09/2006)

Essa multiplicidade de posturas assumidas por ele nos mostra que a Análise do Discurso é bastante comum no radiojornalismo esportivo, e que ela possibilita um grande dinamismo, inclusive no revezamento da função de locutor entre o âncora e os demais participantes do programa.

Outra situação nos ajudará a compreender a polifonia que tanto está presente dentro do CBN Esporte Clube.

Juca: Falando em ficar próximo do rebaixamento, o grande Kléber Leite disse hoje que o Flamengo é o único time que tem um campeonato muito *especial*⁹¹, só dele, que o Flamengo não pode disputar a Sul-americana, porque já tá classificado pra Libertadores, e já tá na Libertadores, que o campeonato do Flamengo é fugir do rebaixamento... (CBN ESPORTE CLUBE – 01/09/2006)

Nesse comentário, Juca Kfourri se utiliza do discurso do dirigente Kléber Leite, imprimindo uma carga depreciativa no mesmo enunciado. O Flamengo é considerado pela imprensa esportiva do país, pelos inúmeros títulos que conquistou ao longo de sua história, um “clube grande” e que não pode apenas lutar para escapar do “rebaixamento” no campeonato brasileiro [“O Flamengo é o único time que tem um campeonato muito especial, só dele, que o Flamengo não pode disputar a Sul-americana, porque já tá classificado pra Libertadores, e já tá na Libertadores, que o campeonato do Flamengo é fugir do rebaixamento...”]. Juca busca, através da palavra “especial”, que tem uma conotação contrária, de algo importante, uma “situação agradável”, trazer um pouco de “glamour” ao “pseudo-campeonato” que o clube disputa, quando o que quer dizer realmente é que é muito pouco fugir apenas do “rebaixamento”. Podemos dizer que é uma tentativa de trazer o torcedor do Flamengo, os que o escutam naquele momento, para o seu lado, e causar nesse torcedor indignação pelo fato.

Vejamos outra situação:

Juca: (...) Aí, vai-se investigar e o que se descobre: Carlitos Tevez diz que não quer mais jogar no Corinthians, com Emerson Leão. É... poderia se imaginar, sim, a MSI quer é vendê-lo, né? E é óbvio que a MSI quer vendê-lo, mas a MSI não precisaria vendê-lo agora, segundo informa o pessoal da MSI, não precisaria vendê-lo agora, até porque o vínculo do Tevez com o Corinthians termina em dezembro e, depois de dezembro, poderia negociá-lo sem precisar da assinatura do Alberto Dualib, que já anunciou que não o libera. Forte Alberto Dualib, fortíssimo! Tá muito forte! Muito forte. (CBN ESPORTE CLUBE – 21/08/2006)

Contextualizando o comentário acima: a crise do Corinthians, mais especificamente de Tevez com Emerson Leão, repercute também na parceira, a MSI, que investiu muito dinheiro no time paulista, que “pretendia” vender, na data em que o programa foi veiculado e cuja venda foi confirmada depois, o jogador para o exterior.

⁹¹ Grifo nosso.

Não podemos deixar de mostrar, mais uma vez, a presença da heterogeneidade discursiva de Authier-Revuz (1982). No fragmento acima, aparece claramente na forma indireta [“Carlitos Tevez diz que não quer mais jogar no Corinthians, com Emerson Leão.”]. Percebe-se que Juca traz para seu discurso o discurso do jogador argentino (S1), passando a ser o “porta-voz” do atleta. A seguir, ele traz as palavras de um “suposto torcedor” (S2) [É... poderia se imaginar, sim, a MSI quer é vendê-lo, né?] e, concluindo sua “incorporação” dos discursos alheios, o do pessoal da MSI (S3) [E é óbvio que a MSI quer vendê-lo, mas a MSI não precisaria vendê-lo agora, segundo informa o pessoal da MSI]. Em síntese: notamos, pelo menos, quatro sujeitos no fragmento; além dos três já citados, o próprio Juca (S4), locutor do enunciado inteiro. Essa multiplicidade de sujeitos proporciona uma riqueza maior ao comentário.

Mais um personagem do mundo do futebol também é posto em xeque por Juca Kfourri. Veja a próxima situação.

Juca: (...) Mas incomoda ver Reinaldo, aquele Reinaldo, aquele que comemorava gols com o punho esquerdo fechado e erguido, Reinaldo contestador, Reinaldo politizado, Reinaldo propor um título de cidadão a Ricardo Teixeira. Tudo porque Reinaldo quer ser presidente do Galo, que é um sonho legítimo, uma aspiração legítima mas, se esse é o seu primeiro ato como tal, realmente não é dele que o Galo precisa, certamente não é, porque isso não é fazer política, isso é ser politiqueiro e isso a gente não esperava de Reinaldo. (CBN ESPORTE CLUBE – 13/09/2006)

Juca faz referência, logo no início, ao fato do jogador Reinaldo ter sido um atleta contestador, politizado. O comentário esportivo acima, com forte conotação política, expressa a decepção do locutor. Ao se propor o título de cidadão de Belo Horizonte para Ricardo Teixeira, Juca expressa sua decepção com Reinaldo, que é lembrado pelo âncora como alguém “politizado”, “contestador”. Ele passa a ridicularizar a aspiração do ex-jogador, de “ser o presidente do Galo” (Atlético Mineiro), através do “primeiro ato como tal”, concluindo que “não é dele que o clube precisa”.

CONCLUSÃO

O jornalismo é a atividade de coletar notícias para repassá-las aos leitores, ouvintes e telespectadores. Quem a executa é o jornalista ou radialista. No esporte, antigamente, quem trabalhava nisso era conhecido como “cronista esportivo”. Hoje, diz-se o jornalista esportivo. Em muitas partes do país, ainda predomina profissionais sem uma preparação específica para exercer tal tarefa, o que é lamentável.

O esporte, hoje em dia, tem ido além do fato esportivo. Os bastidores são constantemente explorados pelos profissionais do ramo. No rádio, um exemplo dessa constatação é o CBN esporte Clube que, através de duros comentários, acaba por se tornar combativo.

No CBN Esporte Clube, o profissional é chamado de jornalista. Juca Kfourri é um jornalista na acepção da palavra e critica os profissionais que não dignificam a profissão.

A ironia de Juca começa exatamente aí, nessa crítica aos próprios colegas de profissão e aos dirigentes esportivos de nosso país, pelas inúmeras falcatruas que fazem no comando das entidades esportivas.

Utilizando-se de construções discursivas e irônicas, ele faz as suas críticas, seja em seus comentários, seja nas manchetes e informações, que já trazem, implícitas, forte carga opinativa, bem própria do radiojornalismo esportivo. Para conseguir fazer isso tão bem, é necessário estar bem informado e, nesse quesito, Juca é respeitado.

Uma das vantagens do veículo rádio sobre os demais é a fluidez da linguagem empregada, mais prazerosa para o ouvinte. Ao empregar essa “fluidez” na linguagem, ao agir com ironia, ambigüidade e, até mesmo, dissimulação, pode-se dizer que Juca Kfourri faz um jornalismo considerado correto, com ética e profissionalismo. E também mais atraente para o ouvinte, que sabe que a notícia assumirá uma posição mais “viva” e, até mesmo, “personalizada”, com a marca do âncora do CBN Esporte Clube.

Essa é uma forma que consideramos rara de se fazer jornalismo, com ética e respeito ao torcedor que acompanha o dia-a-dia de seu clube no rádio, grande paixão do brasileiro. Além do rádio, o futebol é considerado a outra “paixão” do brasileiro. Procurando passar uma imagem de imparcialidade, de um jornalismo imparcial, Juca

Kfourri busca, ao mesmo tempo, a audiência radiofônica, que é a razão de estar trabalhando nos veículos em que atua.

Uma contradição à ética “kfouriana”: todo jornalista, por mais “independente” que aparente ser, sempre defenderá algum tipo de interesse. É inevitável fugir disso, mas vale a pena lutar e passar esse ideal, de independência, imparcialidade, mesmo que seja utópico, que jamais poderá se realizar de fato. Essa postura combativa de Juca Kfourri aparece com bastante frequência no CBN Esporte Clube, onde ele “vende” uma imagem de ser um jornalista independente, quando sabemos que, na verdade, tal “independência” é uma farsa, uma busca por audiência. Vários interesses estão por trás dessa independência, seja da própria CBN, de anunciantes da emissora, particulares...

Esta é uma contribuição que deixamos aos próximos pesquisadores, para que eles consigam fornecer respostas mais concretas sobre a relação radiojornalismo esportivo e Análise do Discurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Fátima Martin Rodrigues Ferreira. **“O futebol nas fábricas”**. In: Revista USP, “Dossiê Futebol”. São Paulo nº22, junho-julho de 1994.

BIANCO, Nélia R. Del e MOREIRA, Sônia Virgínia (Org.). **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Coleção GTS – INTERCOM Nº8. Rio de Janeiro, UERJ e UnB, 1999.

BORELLI, Viviane. **“O esporte como construção específica no campo jornalístico”**. Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05.setembro.2002.

BRAIT, Beth. **Ironia em perspectiva polifônica**. Campinas, Unicamp, 1996.

BRANDÃO, Helena Maria Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. Campinas, Unicamp, 1995.

BRANDÃO, Helena Maria Nagamine. **Subjetividade, argumentação e polifonia**. São Paulo, UNESP, 1998.

BUENO, Silveira. **Minidicionário da língua portuguesa**. São Paulo, FTD, 2001.

CALDAS, Waldenir. **“Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro”**. In: Revista USP, “Dossiê Futebol”. São Paulo nº22, junho-julho de 1994.

CAVALCANTE, Héverton Forte. **Juazeiro: experiência mal-sucedida**. Trabalho apresentado na disciplina “Ética e legislação no jornalismo”. Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Ceará, 2002.

CAVALCANTE, Héverton Forte. **Análise das práticas discursivas de Juca Kfourri no CBN Esporte Clube de 26/01/06**. Trabalho apresentado na disciplina “Análise do discurso e do texto jornalístico”. Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Ceará, 2006.

CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo, Summus, 1992.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo, Contexto, 2003.

CRIPA, Marcos (Orient. e Org.). **Entrevista e ética: uma introdução (a entrevista no jornalismo)**. São Paulo, EDUC, 1998.

DAMATTA, Roberto. **Antropologia do óbvio (Notas em torno do significado social do futebol brasileiro)**. In: Revista USP, “Dossiê Futebol”. São Paulo nº22, junho-julho de 1994.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio – o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre, Sagra Luzzatto, 2001.

KARAM, Francisco José. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo, Summus, 1997.

KFOURI, Juca. **“O esporte, além da bola”**. In: *Jornalismo é...* NOGUEIRA, Nemércio (Coord.). Xenon, ABA e ABI, 1997.

KOCH, Ingedore Grünfeld Villaça. **Argumentação e linguagem**. São Paulo, Cortez, 1993.

LIMA, Déborah Christina M. F. **“Há algo de novo no ar: o rádio *all news* chega ao Ceará”**. Monografia (graduação em Comunicação Social – habilitação em jornalismo). Departamento de Comunicação e Biblioteconomia. Universidade Federal do Ceará, 1995.

MARQUES, José Carlos. **“A falação esportiva (o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol)”**. Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05.setembro.2002.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis, Vozes, 1985.

NAPOLI, João Paulo de Oliveira Couto. **“A linguagem superlativa do radiojornalismo esportivo (História, linguagem e discurso das resenhas esportivas do Ceará: uma análise do *Superlativo – Programa do Alan*)”**. Monografia (graduação em Comunicação Social – habilitação em jornalismo).

Departamento de Comunicação e Biblioteconomia. Universidade Federal do Ceará, 2004.

OLIVEIRA, Rafael Luís Azevedo. **“A imprensa que torce – quando a função da crônica esportiva torna-se apenas promover os times de futebol: uma análise da cobertura do *Diário do Nordeste* na campanha do Fortaleza na 1ª Divisão”**. Monografia (graduação em Comunicação Social – habilitação em jornalismo). Departamento de Comunicação e Biblioteconomia. Universidade Federal do Ceará, 2004.

ORLANDI, Eni. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, Pontes, 2000.

PAIVA, Vanessa. **“A mensagem radiofônica: o acontecimento (re)significado”**. In: O jornal – da forma ao sentido. PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). Brasília, UnB, 2002.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. São Paulo, Ática, 1993.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo, Summus, 1994.

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 21/08/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 25/08/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 28/08/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 29/08/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 01/09/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 04/09/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 06/09/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 13/09/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 15/09/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 18/09/2006.**

CBN ESPORTE CLUBE. **Edição do dia 22/09/2006.**

SITES CONSULTADOS

_____. **CBN Esporte Clube.** Disponível em:
http://radiobaseurgente.blogspot.com/2003_08_03_radiobaseurgente_archive.html
. Acesso em: out.2006.

_____. **Quem é Juca Kfour.** Disponível em:
<http://blogdojuca.blog.uol.com.br/>. Acesso em: set.2006.

_____. **Juca Kfour ganha biografia sobre carreira e militância.**
Disponível em: <http://www.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u60806.shtml>.
Acesso em: set.2006.

_____. **Biografia de Juca Kfour é lançada em noite de autógrafos.** Disponível em:
http://www.facasper.com.br/jo/noticias.php?tb_jo=&id_noticias=733. Acesso em:
set.2006.

_____. **Chega às lojas a biografia do jornalista Juca Kfour.**
Disponível em: <http://www.closeup.com.br/Noticias/Noticia.aspx?idNoticia=493>.
Acesso em: out.2006.

_____. **História da Rádio CBN.** Disponível em:
www.cbn.com.br/historia. Acesso em: set. 2005.