

# Usos e gratificações na recepção de telejornal por pessoas com deficiência visual<sup>1</sup>

Marcello Pereira Machado - UFJF  
marcelloacesso@yahoo.com.br

## Resumo

Este estudo baseia-se nos temas mídia e deficiência, ao aplicar a tradição dos usos e gratificações na análise prática feita, a partir de entrevistas individuais realizadas junto a seis pessoas com deficiência visual. Na pesquisa, buscou-se perceber a relação dos entrevistados com a televisão, em especial com o gênero telejornalístico. Dessa forma, a abordagem teórica envolveu assuntos como televisão, telejornalismo e recepção midiática. Verificou-se o “uso” interessado da mídia, em busca de certos objetivos e “gratificações”. Além disso, notou-se que a TV aberta brasileira ainda não satisfaz plenamente a parcela do público composta por cegos, havendo dificuldades na compreensão mais abrangente do conteúdo veiculado. Por fim, o recurso da audiodescrição desponta como alternativa para um atendimento mais inclusivo.

**Palavras-chave:** deficiência; mídia; telejornalismo.

## Abstract

This study is based on media and disabilities, to apply the tradition of the uses and gratifications in practical analysis made from individual interviews with six people with visual impairments. In research, we sought to understand the relationship of respondents to the television, especially with television news. Thus, the theoretical issues involved such as TV, TV journalism and media reception. There was the “use” of the media interested in pursuit of certain goals and “gratifications”. Moreover, it was noted that the Brazilian network TV does not fully meet the portion of the public made up of blind, having difficulties in understanding more comprehensive content posted. Finally, the use of audio description is emerging as an alternative to service more inclusive.

**Key words:** Disabilities; Media; TV Journalism.

<sup>1</sup> Artigo apresentado no GT 1 “Jornalismo” do IX Encontro Regional de Comunicação, Juiz de Fora-MG, 04 a 07 de maio de 2011.

## Introdução

Duas janelas frente a frente – nem sempre, abertas. Por uma delas, corre sangue e pulsa um coração. Por outra, correm impulsos elétricos, com sinais eletrônicos amplificados e transmitidos por pulsantes ondas eletromagnéticas. Duas janelas que podem ser mais abertas – à pesquisa, ao estudo, à análise, à melhor compreensão de fenômenos a elas relacionados. A primeira dessas janelas é a metáfora, aqui adotada, do ser humano, representando seu olhar como receptor de produtos vindos da outra janela. Esta segunda aponta para a televisão – o olhar “eletrônico” nem sempre capaz de atender satisfatoriamente os desejos e necessidades do público. Entre as duas, este trabalho busca dar voz a parte da audiência por vezes desprezada, tanto socialmente quanto em estudos acadêmicos: a composta por pessoas com deficiência visual.

Esse tipo de deficiência consiste na incapacidade de ver pela ausência da percepção dos estímulos visuais e atinge cerca de 37 milhões de pessoas no mundo – aproximadamente 4% da população mundial. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), entre 1 e 2 milhões de novos casos surgem anualmente no planeta. No Brasil, existem cerca de 24,6 milhões de pessoas com alguma deficiência, o que representa 14,5% da população nacional, conforme dados do Censo de 2000, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Estima-se que, nesse universo, haja 4 milhões de deficientes visuais no Brasil, sendo que, em média, 1,25 milhão desse total são totalmente cegos.

No mundo contemporâneo marcado pela imagem, observa-se que a comunicação visual é, por vezes, tida como essencial para o processo civilizatório e a inserção cultural do indivíduo. Na sociedade, a falta de visão – sentido pelo qual, geralmente, se obtém a maior parte das informações e considerado o primeiro que o ser humano utiliza para interagir com o mundo – possui várias implicações, como em termos de assimilação das regras e normas do ambiente social e a aprendizagem de habilidades interpessoais capazes de proporcionar uma socialização produtiva e a real inclusão.

Este artigo está, pois, relacionado ao campo de estudos em Comunicação envolvendo mídia e deficiência, considerando a tradição teórica de usos e gratificações como respaldo para se compreender melhor a recepção telejornalística. Na busca por “abrir um pouco mais as janelas”, serão abordados temas correlatos, como televisão e telejornal, aplicando-se princípios teóricos numa avaliação prática, por meio de entrevistas realizadas junto a seis pessoas com deficiência visual – pesquisa essa que objetivou entender a relação dos entrevistados com a TV, especialmente com o gênero telejornal, além de captar impressões dos mesmos quanto à disposição (ou não) do meio televisivo em incluir e atender à parcela da população composta por deficientes visuais.

## Televisão e telejornal

No mínimo controversa, a televisão ainda gera polêmicas sobre sua natureza e capacidade de influência social, sendo muitas vezes marcada por instantaneidade envolvente, ritmo vibrante, espetáculo sensacional, linguagem simples, sensação imediata, superficialidade e ficcionalização do real. Para Ciro Marcondes Filho (1988, p. 7), esse veículo de comunicação massiva integra o universo da fantasia – mental, interno, subjetivo e repleto de sonhos, expectativas, desejos –, e não o das obrigações – sociais, espirituais, cívicas. Entretanto, ele ressalva que o televisor é produto da ação humana: “[...] Se a TV ocupa, hoje, nos lares, o espaço do ‘bezerro de ouro’ é porque alguma coisa de errado ocorre com as pessoas (que assistem e fazem TV) e não com o aparelho” (idem, p. 8). Apesar de um tanto óbvia, a declaração do autor é útil para desmistificar a noção de televisão como um meio extraterreno, alheio – ou sempre acima – da realidade social em que está inserida.

Judith Lazar pondera (1987, p. 21) que as culturas anteriores ao surgimento da TV e do cinema eram dominadas pelo verbal; além disso, o processo contínuo da socialização, que se inicia no nascimento do indivíduo e perdura por toda a vida, tinha seu primeiro papel no seio familiar. Com os novos *mass media* – principalmente, a televisão –, têm-se o predomínio do visual e a interferência eletrônica no percurso socializador, uma vez que a criança recebe informações e respostas antes mesmo de formular dúvidas e amadurecer. Para a autora (ibidem, p. 153), a TV tornou-se o mediador por excelência, capaz de ligar o telespectador ao mundo e de explicar este ao público, com a ressalva de que as mensagens televisivas só podem ser recebidas na medida em que encontram e reforçam certas predisposições. Nesse contexto, Luciane Toledo concorda (2000, p. 107) que a humanidade está vivendo a hegemonia da tela do vídeo, da videosfera e da virtualidade, a exemplo da TV, de circuitos de televigilância, da tele-conferência, de ultra-sons e endoscopias, da comunicação via computador.

O telejornal, na condição de produto televisivo, busca sensibilizar telespectadores, podendo provocar-lhes reações, reflexões e emoções. Avaliando se existe vida fora da televisão, Marcondes Filho pontua (2002, p. 79) que o gênero telejornalístico é o mais importante em termos de noticiário de TV e a melhor síntese do formato televisivo, apresentando, também, um caráter existencial e espetacular, reforçado no decorrer de sua história.

De acordo com Olga Curado (2002, p. 15), o telejornal integra a programação televisiva brasileira atendendo a uma determinação legal e oferecendo ao público informações a respeito de fatos semanais, diários ou mesmo instantâneos. “A notícia é uma informação que tem relevância para o público. A importância de um acontecimento é avaliada pelo jornalista [...] a notícia é a informação a serviço do público” (idem, p. 15-16). Dessa forma, a jornalista enfatiza que o noticiário tem a missão de esclarecer fatos, tendo a verdade como limite.

Em meio a esse conjunto de informações, percebe-se a “anarquia do telejornal” (MARCONDES FILHO, 1988, p. 54), à medida que a imprensa parece misturar fatos, desorganizar a estrutura racional da realidade e lançar ao público um amontoado de acontecimentos desconexos, sem lógica interna. Tal formato anárquico, que ocorre especialmente na primeira página de um jornal impresso, é verificado, no caso do telejornal, nas chamadas de suas manchetes durante o noticiário. Para o sociólogo e jornalista (idem), a miscelânea de temas diversos, apresentados em sequência, não permite que o telespectador tenha tempo de pensar e refletir calmamente sobre cada um dos assuntos postos na tela – e, diga-se de passagem, nas discussões em sociedade, como preconiza a teoria do *Agenda Setting*, segundo a qual os media decidem o que é mais relevante e organizam a agenda de debates e pensamentos do público, como que pré-determinando o gosto deste.

Entretanto, tal noção de anarquia parece ser relativizada pelo editor-chefe do Jornal Nacional (JN, da TV Globo), William Bonner (2009, p. 103-104). Segundo este, cada edição do JN busca apresentar notícias em seu contexto, organizadas numa sequência lógica – e não aleatória, como num “caleidoscópio multicolorido” –, para que facilite a compreensão por parte do maior número possível de espectadores. O editor-chefe estima (idem, p. 104) que os temas factuais normalmente ocupam de 75% a 80% do tempo total do JN, havendo outras reportagens “bem-vindas” se auxiliarem o público a entender com mais amplitude o contexto de uma notícia factual. Com isso, questiona-se a generalização de Marcondes Filho ao apontar a ausência de reflexão da audiência durante o telejornal: “As reportagens não factuais apóiam as factuais para dar ao público a oportunidade de *refletir mais detidamente* sobre problemas importantes como o transporte público, ou o direito de greve e os deveres dos grevistas [...]” (ibidem, p. 104-105, grifo meu).

Na concepção de Vera Íris Paternostro (1991, p. 35), o que se considera a desvantagem da televisão – a superficialidade –, aliado a uma qualidade – a presença da imagem –, pode ocasionar um novo momento no processo global da informação, na medida em que a TV pode “abrir o apetite” dos telespectadores e incentivar a investigação e a busca mais diversificada por outros dados do fato. Na opinião de Luís Carlos Bittencourt (1993), cada assunto merece um tratamento particular, sendo que não existe “a” reportagem nem uma fórmula matemática para ser utilizada em todas as matérias. Para o autor, as matérias telejornalísticas possuem estrutura similar à narrativa ficcional.

A propósito, entre as características do telejornalismo examinadas por Marcondes Filho, é interessante ressaltar a reinterpretção do real segundo um modo próprio de ver e uma perspectiva tecnológica televisiva, sendo que o cinegrafista precisa gravar de forma a atrair, cativar e emocionar, a exemplo dos telefilmes: “O real tem que se moldar aos modelos da ficção para ser ‘telejornalizável’” (MARCONDES FILHO, 2002, p. 85). O autor defende (ibidem, p. 86) a tese de que, na TV, as lágrimas

importam mais que a verdade, pois o telespectador procura, na televisão, sentir as mesmas emoções que gostaria de poder viver no real: “Se eu senti, é porque a coisa me tocou como uma vivência real”.

É exatamente esse produto televisual que atualmente exerce o papel principal na informação de grande parte da população brasileira, especialmente a de baixa renda, cujo acesso a outros meios – como o jornalismo impresso ou o eletrônico, via Internet – mostra-se limitado. Diariamente, milhões de telespectadores assistem a um show de notícias, emitidas com som e imagem, mas nem sempre recebidas assim – como no caso de receptores com deficiência visual, que, *a priori*, apreendem basicamente as informações audíveis.

## Usos e gratificações

Invertendo o questionamento preponderante para o chamado estudo dos efeitos – o que os meios fazem com o indivíduo? –, a tradição dos usos e gratificações pretende avaliar o que o receptor faz com os meios. Segundo Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2005, p. 31), um dos trabalhos pioneiros nessa abordagem encontra-se na década de 1940, quando Herta Herzog – seguidora do programa do pesquisador austríaco, naturalizado norte-americano, Paul Lazarsfeld na pesquisa sobre gratificações oferecidas pelo rádio ao público – constatou que as ouvintes usavam o veículo não apenas para ocupar o tempo, mas, mais do que isso, o utilizavam como fonte de aconselhamento e apoio, como modelagem do papel de mãe e dona-de-casa e como liberação de emoções, entre outros papéis. Assim, tal teoria desponta como um paradigma funcionalista nas ciências sociais, à medida que retrata os meios de comunicação a serviço de demandas sociais, buscando compreender que grau de atenção e importância a audiência dá às informações, textos, imagens e mensagens recebidas diariamente por meio da mídia.

Uma das sistematizações dos estudos de usos e gratificações apresenta quatro fases de desenvolvimento, como citam as autoras (*idem*): análises descritivas num primeiro momento; em seguida, tentativas de construir tipologias de variáveis centrais; análise explicativa; e, por fim, sistematização de teorias. Outra classificação divide a vertente em duas etapas: uma clássica – desenvolvida nos anos 40 pelo *Bureau of Applied Social Research*, fundado e dirigido por Lazarsfeld em Nova York, com ênfase nas atividades interpretativas da audiência, as quais processam diversas necessidades, orientações e características sociais e individuais –, com certa influência do funcionalismo e dos estudos de efeitos fortes, segundo algumas concepções; e outra fase, a moderna – situada entre as décadas de 1960 e 1970, consolidando a centralidade da audiência ao responder sobre suas escolhas, decisões e interpretações, não importando análises acerca dos efeitos midiáticos.

De modo geral, o entendimento dessa teoria perpassa pelo raciocínio de que as necessidades têm origens sociais e psicológicas, gerando expectativas para com os meios de comunicação e certas gratificações ou, ainda, outras consequências não pretendidas.

[...] os meios e conteúdos são geralmente *escolhidos em função de objetivos e satisfações específicos*; os membros da audiência são *conscientes* de necessidades relacionadas aos meios de comunicação que surgem em circunstâncias sociais (compartilhadas) e pessoais (individuais) específicas, manifestando-se em termos de motivações; a *utilidade pessoal* é mais significativa nas escolhas da audiência do que fatores estéticos ou culturais [...] (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 32, grifos meus)

Diante disso, fatores mais relevantes na composição de audiências podem, *a priori*, ser medidos. Realmente, como público ativo, os receptores podem fazer escolhas motivadas, por exemplo, pela experiência anterior com a mídia. Assim, o uso dos meios configura-se como mais uma das tantas necessidades satisfeitas diariamente pelo espectador – em meio a compromissos com emprego, educação, saúde, família, religião, lazer e bem-estar, entre outros.

Jacks e Escosteguy acrescentam (*idem*) que o modelo básico de usos e gratificações chegou a ser reelaborado por outros pesquisadores, como Denis McQuail. Entre os novos elementos adicionados, estão: a percepção das necessidades enquanto problemas a serem solucionados, de modo que os meios seriam usados devido à consciência da possibilidade de uma resolução; o confronto entre gratificações esperadas e obtidas, levando em conta crenças e valores referentes a tais necessidades; e a distinção entre experiências de informação e de cultura<sup>2</sup> buscadas nos meios.

Os papéis da mídia, inclusive, têm sido agrupados, de acordo com as autoras (*ibidem*, p.33), em três funções centrais: busca de informação; diversão; e manutenção da identidade pessoal. Em muitos casos, o receptor procura obter, pelos meios, o que não consegue alcançar por outras vias. De fato, se não fossem as notícias internacionais de um telejornal, por exemplo, parte significativa do público provavelmente não teria tais informações, uma vez que a televisão, nesse caso, é a única (ou a principal) fonte informativa a respeito desses assuntos.

Apesar de originada na década de 1940, a tradição de usos e gratificações foi metodologicamente incrementada nos anos 70 e 80 do século XX, abrangendo modos diferentes de pesquisa, observação e análise. Assim, como estudos de caráter sociológico e natureza humanística, a vertente tende a optar pelas técnicas mais abertas – e não tão estruturadas ou padronizadas, como costuma adotar a pesquisa dos efeitos –, relatando o fenômeno de forma mais holística e “inserindo o uso dos meios e seus efeitos em um amplo quadro interdisciplinar, combinando várias técnicas e estratégias em um único estudo ou acompanhando por um longo período o fenômeno estudado” (*ibidem*, p. 44).

<sup>2</sup> O conceito de cultura engloba, nessa perspectiva, textos, produtos, práticas, gostos e preferências que norteiam as escolhas pessoais diante da oferta dos meios.

É justamente por buscar compreender o processo de recepção a partir do uso que o receptor faz dos meios e das gratificações que ele espera obter que este trabalho decidiu por utilizar o enfoque dessa vertente teórica. Logo, a tradição de usos e gratificações é pertinente para ajudar a entender como o público (inclusive o formado por deficientes visuais) é capaz de manifestar suas escolhas na recepção midiática.

## Entrevistas individuais: o telejornal por deficientes visuais

Em 2009, quando o Jornal Nacional – considerado o mais tradicional noticiário televisivo brasileiro – completava 40 anos, foram feitas entrevistas individuais semi-abertas. Essa técnica “conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle” (DUARTE; BARROS, 2006, p. 66). As entrevistas foram aplicadas entre os dias 23 e 30 de outubro daquele ano<sup>3</sup>, junto a seis deficientes visuais: Maria Luzia Ferreira Carias (12 anos, estudante da Educação Especial, cega de nascença); Carlos Cristiano da Silva Paradello (16 anos, estudante do Ensino Fundamental e cego desde os 8, quando bateu a cabeça na parede, tendo hemorragia e deslocamento de retina); Carlos Alberto Pereira (34 anos, com Ensino Fundamental, desempregado, também cego de nascença); José Luiz de Souza e Silva (41 anos, deficiente visual desde que nasceu, graduado em História, desempregado); Rosani Romualda Giovannoni Martins (43 anos, funcionária pública, jornalista e historiadora, com cegueira total adquirida por glaucoma aos 16 anos de idade); e Dilma Rosa de Jesus (47 anos, historiadora, desempregada, cega desde os 14 anos, devido à doença hereditária retinose pigmentar). Eles são atendidos pela Associação dos Cegos em Juiz de Fora, sendo todos internos, à exceção de Rosani, que não mora nem dorme na entidade sem fins lucrativos fundada em 1939.

Acerca de motivo de assistir ou não a telejornais, Carlos respondeu, na entrevista individual, que costuma acompanhá-los para ficar informado. Já a estudante Luzia também respondeu positivamente com a seguinte justificativa: “Tem bastante coisa importante. A gente sabe se vai chover ou dar sol, como está o tempo.” Ela afirmou que adora assistir ao telejornal local MGTV 2 (TV Panorama, afiliada da Globo) e ao Globo Notícias (TV Globo). Pela fala da jovem, confirma-se o postulado da teoria de usos e gratificações de que “os meios e conteúdos são geralmente escolhidos em função de objetivos e satisfações específicos” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 32). No caso de Luzia, ela revela sua preferência pelo conteúdo específico da previsão meteorológica, explicando que gosta de conferir se a previsão realmente se cumprirá. Por outro lado, Luzia diz que assiste ao JN, mas não presta muita atenção, especialmente em matérias sobre violência:

<sup>3</sup> Esse trabalho prático, realizado no segundo semestre de 2009, deu origem, na ocasião, ao trabalho de conclusão de curso do autor (MAC, 2009), orientado pelo professor Ms. Álvaro Americano.

[Notícias no JN] falam quem morreu, tomou tiro. Não sou muito chegada em assunto de tiro. Meu primo foi morto de tiro na roça, há mais ou menos um ano. Gosto de notícias de previsão do tempo, mais pra saber se vai chover mesmo [para confirmar se a previsão estava certa ou não]. Na quarta-feira, falou que ia chover, mas não choveu.

O fato de Luzia ter buscado em seu passado uma justificativa para não gostar de notícias sobre violência – o assassinato de um primo – reforça outro princípio de usos e gratificações: o de que as necessidades ou, no caso da adolescente, a falta delas têm origens sociais e psicológicas. A estudante mostra-se, assim, um pouco traumatizada pelo fato ocorrido com seu familiar, o que acaba repercutindo em suas escolhas e decisões diante da TV.

A noção de que “a utilidade pessoal é mais significativa nas escolhas da audiência do que fatores estéticos ou culturais” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 32), também defendida pela corrente de usos e gratificações, é perceptível no depoimento de Carlos, ao dizer por que gosta de assistir ao JN: “Fala mais do Rio e de São Paulo. Vou viajar no fim do ano para o Rio. Aí me interessa mais.” Carlos demonstra usar o meio televisivo interessado no que ele pode lhe oferecer, ou, em outras palavras, a gratificação do pesquisado pelo uso do telejornal é a informação sobre a cidade para onde viajará ao fim do ano – uma utilidade fundamentalmente pessoal, individual, específica.

Quem também se mostrou bem seletiva foi Dilma. Ela realçou que gosta de acompanhar telejornais “para saber as notícias, o que está melhorando, o que está piorando.” Porém, Dilma faz uma ressalva ao se referir ao JN:

[...] às vezes só assisto a algumas partes, mais o começo. Escuto os flashes. Aí vejo se tem coisa boa. Gosto de acompanhar notícias que vão me ajudar. Não gosto de escutar notícias ruins (violência, chuva, acidente). É tanta coisa ruim acontecendo. Não gosto de ouvir falar todo dia em violência, tiros. Até escuto pra saber como vai o mundo, os outros países. [...] Não consigo guardar muito na memória. Há pessoas que conseguem. Eu é porque fico desligada. Se estiver interessada mesmo em prestar atenção, consigo guardar.

O depoimento de Dilma aponta para a concepção de audiência “mais ou menos ativa e motivada a usar/consumir os meios de acordo com sua experiência e não como simples vítimas deles” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 47), também sustentada pela vertente de usos e gratificações. A entrevistada não se coloca como vítima dos meios de comunicação; antes, entende o uso deles como um caminho para obter sua gratificação – “gosto de acompanhar notícias que vão me ajudar.” Dilma ainda se mostra crítica com relação ao desempenho dos meios de comunicação, ao declarar: “a mídia manipula muito as notícias: tem coisas que aumentam; outras, que podiam falar mais, diminuem. Às vezes, bate mais na notícia ruim e fala muito pouco em notícia boa, que vai te ajudar.”



Quanto à posição teórica dos usos e gratificações de que a utilização dos meios seria resultado de forças sociais, da biografia pessoal do receptor e de circunstâncias imediatas, o estudante Carlos Cristiano demonstrou justamente isso ao revelar que assiste ao JN para obter informações importantes à sua formação: “O JN passa mais informações. Estou no sétimo ano [do Ensino Fundamental] e me informo muito. Discuto sobre governo, Brasil, internacional.” Inclusive, Cristiano afirma que alguns assuntos lhe chamam mais a atenção, como é o caso de reportagens sobre aviões e de fora do Brasil. A justificativa (gratificação) para esse uso vem na explicação do próprio rapaz: “Tenho que ter noção [sobre isso], porque quero estudar Direito e morar fora do Brasil. Tenho que ter noção sobre dólar, vida econômica nos Estados Unidos.” Fica evidente, portanto, que o uso que ele faz da TV – no caso, do JN – é interessado.

Comparando a TV a outro veículo (o rádio), dois cegos entrevistados apresentaram pontos de vista díspares. José Luiz disse gostar de assistir a telejornais porque acredita que a televisão explica mais um pouco que o rádio, embora também tenha apreço por este último. Já Rosani assevera que não gosta de TV, costuma assistir no máximo três vezes por mês e prefere o rádio.

Quem me “alfabetizou” (deu cultura, conhecimento, politização, informação) primeiro foi o rádio. (A Internet faz o mesmo papel do rádio: te leva até onde o rádio não te leva. Com a Internet, a comunicação ficou sem fronteiras.) Os jornais de TV são menos informativos. Eles se apóiam demais na imagem. Exemplo: numa notícia com o morador de um prédio incendiado, com a TV posso perder informações; o rádio explica tudo. Não gosto de TV. É um meio que acha que a imagem resolve tudo.

Assim, as falas de todos os seis cegos pesquisados apontam para a coerência e a validade, neste trabalho, de pressupostos da corrente de usos e gratificações. Verificou-se que os deficientes visuais podem suprir alguma necessidade – de informação<sup>4</sup>, entretenimento<sup>5</sup> ou ajustamento social<sup>6</sup>, por exemplo – a partir da recepção de telejornal. Por isso, os meios podem, de fato, ser considerados como parte do amplo processo de satisfação de necessidades humanas, nas circunstâncias deste estudo.

Com relação à compreensão do telejornal, Cristiano considera as notícias fáceis de entender e bem esclarecidas pelo noticiário. Carlos também acredita que as notícias são, geralmente, compreensíveis, mas ressalva que os cegos possuem dificuldades para acompanhar o noticiário televisivo: “Se passa algo que não entende, [um vidente<sup>7</sup>] pode ver na tela sem perguntar os outros. Tem coisas que são entendidas melhor com imagens, por exemplo: temporal derruba casa – com imagens, daria pra entender melhor.” Ele não acredita que os telejornais costumam

4 Como ficou claro nas falas de Carlos Alberto, Carlos Cristiano e José Luiz.

5 Observado no gosto de Luzia (que beira ao lúdico) pela previsão do tempo, pelo prazer de conferir se esta foi correta ou se falhou.

6 O depoimento de Dilma, sobre a preferência por informações úteis, aponta para esse ajustamento social, à medida que, segundo ela, tais notícias podem ajudá-la em seu dia-a-dia.

7 O termo “vidente”, neste artigo, refere-se a pessoas que têm o uso da vista, ou seja, aos não cegos.

lembrar que há cegos entre o público de casa. “[Os telejornais em geral] pensam: ‘Como cego vai ver TV?’” Logo, para Carlos, o fato de não ter a visão parece acarretar, em videntes, uma noção preconceituosa que anula a capacidade e o potencial de cegos nas atividades cotidianas – entre elas, assistir a um telejornal.

A entrevistada Dilma aponta opinião semelhante. “Acho que os jornalistas pensam: ‘ele é cego, não está vendo. Ele é cego, o que vai ficar vendo ali?’ Ainda existe essa mentalidade.” Ela aponta que a falta de imagem para os deficientes visuais atrapalha a recepção, citando o exemplo de guerras. “A gente ouve falar, mas não está vendo aquela imagem.” Outra dificuldade do cego é entender as notícias num ambiente sem silêncio. “Às vezes, você quer escutar e tem gente falando. Atrapalha. Muitas pessoas falam ao mesmo tempo.” Compreende-se a ponderação da historiadora, já que, aos cegos, a audição desempenha função importante para sua inserção no mundo e para o caminho inverso – a conexão do mundo (informações, costumes, práticas, atividades diárias etc.) ao deficiente visual.

José Luiz esclarece que ele geralmente compreende bem as notícias do telejornal porque este explica e dá detalhes. Porém, aponta um problema no telejornal para a recepção de cegos: “[O telejornal] passa muita imagem. Às vezes, não fala, só mostra. Em filmes e novelas, isso também é comum.” O historiador também pensa que os noticiários da TV esquecem a existência de deficientes visuais na audiência e apresenta uma alternativa que deveria ser adotada pelos telejornais, a fim de facilitar o entendimento da notícia por parte dos cegos: “[O telejornal] deveria interpretar imagens, descrevendo, fazendo a descrição do fato.”

Quem emitiu apreciação parecida foi Rosani, ao declarar que os telejornais complementam muito as notícias com a imagem. “A notícia bem dada é aquela que o cego ouve de costas e você [vidente] também [sem precisar olhar para ela]. A TV não [se] lembra dos cegos como dos surdos”, observou. A jornalista explicou, aliás, as principais dificuldades do cego para acompanhar um telejornal ou outro programa televisivo, tecendo críticas às emissoras televisivas de canais abertos:

Primeiro [ponto da dificuldade de um cego para assistir a telejornais]: é o complemento da notícia com imagem sem o esclarecimento. Segundo: é a rapidez – a TV fala com imagem junto e acha que está ficando fácil. A TV me faz sentir presa, aprisionada (diferente do rádio ou de um livro, que posso levar pra onde quiser...). A TV passa uma sensação de aprisionamento. É raro ter algo bom. A TV aberta brasileira vive uma crise muito grande: não existe canal tão original (exceto Futura ou Cultura, mas a população não gosta [destes] por falta de incentivo. O Brasil acha que se tiver qualidade o público não vai gostar. O público gosta de porcaria porque foi acostumado com isso. O povo não tem cultura porque não lhe dão. Não que deva ser usada uma linguagem rebuscada, porque os jornalistas são facilitadores da informação). A sensação, quando muda de canal... parece que vê a mesma coisa. As emissoras se copiam muito para sobreviver.

Especificamente sobre o telejornalismo brasileiro na TV aberta, Rosani acredita que o mesmo não tem muita preocupação em ser bem informativo, de modo que os cegos podem sentir-se lesados enquanto consumidores discriminados e excluídos.

Se sabem [que há cegos em casa], passa batido, pensando: “não tem jeito mesmo”. E tem jeito, sim! No Brasil, adora-se a frase “não tem jeito”. Nós [cegos] não somos tão “minorias”: somos 48% da população de deficientes brasileiros. Não há nada de minoria em nós. Deviam pensar em nós. Somos também consumidores, pagamos impostos também. Como consumidora, eu sou lesada. [...] Nós [cegos] também somos categoria, com nossas reivindicações.

Diante disso, a jornalista defende que o caminho da inclusão de cegos pela televisão é o recurso da audiodescrição<sup>8</sup>. Segundo ela, programas gravados poderiam adotar esse método, que descreve as imagens veiculadas e visa, basicamente, a facilitar a compreensão por parte dos cegos. “Para o ‘ao vivo’ é complicado. Por ser jornalista, sei do trabalho que daria. Mas o JN começa a ser montado às 10h. Eles podem muito bem ter uma equipe para trabalhar com audiodescrição.”

A ponderação de Rosani sobre o início de produção do JN é procedente. O próprio Bonner explica (2009, p.65-66) que o Jornal Nacional, num dia típico, começa a ser produzido com antecedência, apesar de ressaltar que não há uma hora certa para isso. Independentemente do momento exato em que o telejornal começa a ser produzido, o fato é que, desde cedo, o JN é pensado, desenvolvido – como apontou Rosani, ao argumentar a viabilidade da audiodescrição na TV

## Considerações finais

Pelas entrevistas realizadas, identificou-se que, por trás do uso da mídia feito por telespectadores com deficiência visual, podem estar objetivos específicos e gratificações esperadas. Por meio do trabalho, também se percebeu que ainda existe uma demanda a ser atendida pela TV aberta no Brasil. Afinal, os telejornais em geral podem ser mais bem compreendidos pelos cegos – integrantes de parte expressiva da população.

Porém, não seria adequado que todas as imagens fossem descritas no JN, por exemplo, até porque a própria característica da TV e, em especial, do formato telejornalístico, preconiza o ritmo dinâmico e a harmonia entre áudio e vídeo. Por outro lado, há imagens que mereciam ser mais bem explicitadas, contemplando não somente o público formado por cegos, mas, também, o que é composto por videntes que, por vezes, não percebem toda a carga de informações importantes que determinadas imagens são capazes de veicular.

<sup>8</sup> Narrativa oral, sucinta e objetiva com as informações relevantes de cenas, cenários e imagens, que poderia ser transmitida, no caso de atrações televisivas, pelo programa secundário de áudio (SAP).

Diante disso, o ideal, conforme acentuado por cegos como Luiz Carlos e Rosani, seria, de fato, disponibilizar a opção da audiodescrição. Esse recurso, utilizado desde 1995 em outros países (como Alemanha e Reino Unido), pode ser ouvido apenas por aqueles que necessitarem dele, não causando transtorno aos demais espectadores. Com a audiodescrição, não apenas deficientes visuais seriam beneficiados, mas, também, analfabetos, pessoas com dislexia ou com dificuldades cognitivas que as impedem de ler o texto escrito no vídeo. Para a implementação do recurso, estima-se que o custo seria baixo, envolvendo basicamente a formação de locutores. Certamente, a ampliação dos recursos de acessibilidade para pessoas com limitações sensoriais é importante para sua real inclusão social e cultural, tendo em vista os próprios cegos entrevistados expuseram suas dificuldades em acompanhar telejornais.

Por fim, é conveniente pontuar que a idéia semântica de deficiência, doença e anormalidade aponta para a construção social sobre a noção de eficiência e normalidade em certa sociedade e num dado momento histórico. Logo, a problemática de deficiência pode refletir a maturidade humana e cultural de uma determinada sociedade, sendo que a distinção entre deficientes (“anormais”) e não-deficientes (“normais”) constitui-se, por vezes, numa relatividade tênue e confusa que busca afastar ou excluir os indesejáveis, considerados ofensores, desviantes ou perturbadores da ordem social dominante. Nesse contexto de absolutização da normalidade, no qual a deficiência pode ser entendida como estereótipo do desvio, variadas formas de exclusão social configuram-se em meios de violência física e simbólica contra deficientes, por vezes considerados inferiores, menos capazes e limitados pessoal, profissional e/ou afetivamente. Por isso, indivíduos desviantes, facilmente identificados, são, em muitas situações, colocados à margem da sociedade, inclusive por meios de comunicação de massa, os quais nem sempre adotam políticas de inclusão e cidadania voltadas a tal faixa de público.

Que se abram as janelas.

## Referências

BITTENCOURT, Luís Carlos. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1993.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. Rio de Janeiro: Globo, 2009.

CURADO, Olga. **A notícia na TV**: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo. São Paulo: Alegro, 2002.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

LAZAR, Judith. **Escola, comunicação, televisão**. Portugal: Rés, 1987.

MACHADO, Marcello Pereira. **Duas Janelas Abertas: Uma Análise sobre a Recepção de Telejornal por Cegos**. 2009. 190 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos**. 2. ed. São Paulo: Hacker, 2002.

MARQUES, Luciana Pacheco; MARQUES, Carlos Alberto (Orgs.) **(Re)significando o outro**. Juiz de Fora: UFJF, 2008.

PASCARETTA JÚNIOR, Vicente. **A cegueira na humanidade: do mecanismo da visão à catarata**. Recife: Linceu, 2008.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

TOLEDO, Luciane Andréia. **A imagem no telejornalismo: uma tele-visão de mundo**. 2001. 156 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2001.