



TV sem Visão: o Direito à Informação Telejornalística por parte de Cegos¹

Marcello Pereira MACHADO²
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este trabalho analisa a recepção de telejornal por cegos, com ênfase em certas dificuldades percebidas nesse processo e no direito à informação telejornalística por parte desse público. Foi promovido um grupo focal com seis participantes, que assistiram ao Jornal Nacional, considerado o mais tradicional noticiário televisivo brasileiro, e, em seguida, responderam a questões propostas. A abordagem teórica envolveu temas como televisão, telejornalismo, imagem e direito à informação e à comunicação. Observou-se a influência da imagem na compreensão ou não do conteúdo noticiado, bem como se percebeu a força da palavra no telejornal. Verificou-se, ainda, a necessidade de adaptação da TV para a prestação de um atendimento mais justo e inclusivo aos que não veem, fortalecendo-se a cidadania e a democratização midiática.

PALAVRAS-CHAVE: deficiência; inclusão; mídia; recepção; telejornalismo.

1. Introdução

Ela é considerada ainda uma jovem. Diz-se que é capaz de atender a certas necessidades humanas. Já se acreditou que fosse perigosamente onipotente, sendo que muitos a consideravam uma máquina de feitiço, demonizada e sedutora. Outros a viam como revolucionária, libertadora da ignorância humana e redentora da cultura. Na era contemporânea, em que o direito à informação e à comunicação busca fazer-se cada vez mais presente em pautas de discussão acerca da cidadania e da democracia, é indiscutível que ela, a televisão, ainda suscite inúmeras polêmicas a respeito, por exemplo, de sua capacidade de influência e de seus mecanismos de produção e emissão de mensagens eletrônicas. Como especialmente a cultura televisiva é transmitida também por meio de imagens, podem-se comparar tais informações imagéticas a segredos ou códigos inacessíveis a pessoas com deficiência visual.

Conceituada como a incapacidade de ver diante da perda ou da ausência da percepção dos estímulos visuais, a cegueira atinge cerca de 37 milhões de pessoas no mundo – aproximadamente 4% da população mundial, atualmente formada por mais de 6 bilhões de seres humanos. Outro dado preocupante verificado pela Organização

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação-UFJF, email: marcelloacesso@yahoo.com.br.



Mundial da Saúde (OMS) é o de que entre 1 e 2 milhões de novos casos surgem anualmente no planeta. Uma inquietante projeção assinala que o número de cegos deve aumentar para em torno de 75 milhões até 2020. Contudo, estima-se que 75% de toda a cegueira são tratáveis, podendo-se prevê-la ou curá-la. Segundo o Censo de 2000, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), existem, no Brasil, cerca de 24,6 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência – cerca de 14,5% da população nacional. Os dados também revelam que há 4 milhões de deficientes visuais no país, sendo que, em média, 1,25 milhão desse total são totalmente cegos.

Nesse contexto, pontua-se que a idéia semântica de deficiência, doença e anormalidade aponta para a construção social sobre a noção de eficiência e normalidade em certa sociedade, num dado momento histórico. Numa conjuntura de absolutização da dita normalidade, em que a deficiência pode ser entendida como estereótipo do desvio, vários modos de marginalização e exclusão social configuram-se em formas de violência física e simbólica contra deficientes, por vezes considerados inferiores e limitados pessoal, profissional e/ou afetivamente. Por sua vez, meios de comunicação massivos nem sempre adotam políticas de inclusão voltadas para tal faixa de público.

Metaforicamente, o título deste trabalho caracteriza a TV como uma espécie de “aparelho com deficiência visual” – às vezes “miope”, incapaz de “enxergar” além de certas barreiras, outras vezes sem “visão” inclusiva, ao não efetivar mecanismos abrangentes que aperfeiçoem, de fato, a prestação de seu serviço a parcelas mais amplas da sociedade. Nessa perspectiva, o artigo relaciona-se ao campo de estudos sobre mídia, jornalismo, recepção e deficiência, estando permeado por temas como telejornalismo, imagem, palavra, direito à informação e à comunicação, cidadania e inclusão social.

2. Cegueira, televisão, telejornalismo e imagem: pressupostos relevantes

Numa sociedade que frequentemente (super)valoriza o visual, a cegueira é frequentemente mal compreendida, em meio a mitos e idéias pré-concebidas. Afinal, como salienta o professor José Espínola Veiga, cego desde a infância, o mundo foi feito essencialmente para se ver, e o ser humano compreende melhor o universo pela visão, considerada o sentido preponderante: “A vista alcança bem mais longe que o ouvido, além de a luz caminhar muito mais rápido que o som. Quando o cego ouve o trovão, o relâmpago já foi visto pelos outros” (VEIGA, 1983, p. 15).

Se o ato de ver torna-se naturalmente um “alimento para os olhos” (TOLEDO, 2000, p. 42) e traz satisfação ao espectador, quem é privado desse sentido é, por vezes,



considerado um ser incapaz, dependente, maltratado, coitado e negligenciado. Na verdade, só ao fim do século XX, mais especificamente a partir da década de 1980, observou-se um movimento que tendia a valorizar pessoas com deficiência e a integrá-las no meio social. Não obstante, preconceitos com relação aos deficientes visuais vêm gerando, ao longo da história, a injusta limitação de oportunidades. Tais barreiras são, geralmente, erguidas pela própria sociedade, com base na chamada cultura da normalidade. Assim, o estigma, a discriminação e a comiseração com relação ao cego consistem, em muitas ocasiões, numa desculpa para que a sociedade possa livrar-se da diferença, por vezes incômoda, e das demandas requeridas pela diversidade.

Os professores Maura Freitas, Zilda Del Prette e Almir Del Prette destacam (2007, p. 17) que a comunicação não-verbal está sempre presente nas relações humanas através de expressões faciais e gestuais do sujeito. É nesse contexto que a TV é, muitas vezes, marcada pela instantaneidade envolvente, o ritmo vibrante, o espetáculo sensacional, a linguagem simples, a sensação imediata, a superficialidade e a ficcionalização do real. O telejornal busca, então, sensibilizar telespectadores, podendo provocar-lhes reações, reflexões e emoções.

Avaliando se existe vida fora da televisão, o jornalista e sociólogo Ciro 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:

[...] O telejornalismo foi, em seu início, uma variante do jornalismo impresso. Era uma espécie de leitura televisionada de notícias da imprensa. [...] Com a criação da linguagem própria da TV, advinda do desenvolvimento técnico (reportagens, videoteipes, criação de vinhetas, do cenário específico), particularmente a partir dos anos 60, o telejornal ganha uma roupagem própria, transformando a simples leitura de notícias num show televisivo. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 79-80).

Para ele (1988, p. 7), ainda que a TV exiba telejornais, ela integra o universo da fantasia – mental, interno, subjetivo e repleto de sonhos, expectativas, desejos –, e não o das obrigações – sociais, espirituais, cívicas. Segundo a jornalista 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 [...]” (CURADO, 2002, p. 15-16). Já na concepção da jornalista 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.

O editor-chefe do Jornal Nacional (JN, da Rede Globo), William Bonner, salienta (2009, p. 243) que a função do JN é oferecer informação objetiva, a fim de que o cidadão construa, de posse dela, a sua própria opinião acerca da realidade. “O que nós oferecemos ao público é informação. Essa é a nossa vocação. Na Globo, nós acreditamos firmemente que informação é o instrumento mais valioso e eficiente para o exercício pleno da cidadania” (2009, p. 243).

Mas, até mesmo para videntes, a imagem não se abre a qualquer um, sem o menor conhecimento sobre ela. Esse é o pressuposto de Judith Lazar (1987, p. 127), para quem a totalidade da mensagem televisual só é recebida se o indivíduo tiver certo conhecimento acerca da imagem e se ele fizer um esforço de percepção e interpretação para o qual a cultura tradicional não prepara satisfatoriamente: “Uma mensagem visual para ser corretamente recebida, exige uma aprendizagem social e cultural, além das aquisições intelectuais” (ibidem, p. 132). A autora desmantela, assim, o preconceito de que a imagem é um produto vil e vulgar, apreensível num simples olhar.

Conceituada como reprodução de um ser, objeto ou coisa, a imagem tem sua característica apontada pela própria etimologia, uma vez que o verbo latino “imitor” significa “reproduzir por imitação”. Segundo a professora Iluska Coutinho (In: DUARTE, BARROS, 2006, p. 330), o sentido é o de toda e qualquer visualização gerada pelo ser humano, em forma de objeto, obra de arte, registro foto-mecânico, construção pictórica ou até de pensamento (imagens mentais). As mensagens visuais, assim, podem ser tidas como produtos comunicacionais, documentais e/ou narrativos.

Para Jacques Aumont (1995, p. 17), as imagens são artefatos cada vez mais abundantes e importantes na sociedade, constituindo-se em objetos visuais regidos por leis perceptivas. “A imagem é universal, mas sempre particularizada” (ibidem, p. 131). O professor pontua (ibidem, p. 73), ainda, que a imagem é um objeto cultural e histórico por excelência e conclui (ibidem, p. 313) que a civilização contemporânea, por vezes classificada como sendo a da imagem, ainda continua a ser uma “civilização da linguagem”, apesar de admitir a importância social das imagens, sua multiplicação, intensa circulação, influência e pregnância ideológica.

Conforme destaca a pesquisadora Tania Souza, citada por Coutinho (In: DUARTE; BARROS, 2006, p. 334-335), “uma ‘imagem não vale mil palavras, ou outro



número qualquer’. A palavra não pode ser a moeda de troca das imagens. É a visibilidade que permite a existência, a forma material da imagem e não a sua relação com o verbal.” Sem dúvidas, apesar da intensa multiplicação de imagens que inspira o conceito de “civilização da imagem”, deve-se relativizar que a TV precisa, sim, delas, mas pode necessitar ainda mais da palavra, como salienta Curado (2002, p. 173). Esta se preocupa com o fato de que o telejornalismo venha operando num limite que ameaça a missão de informar ante o fortalecimento do clichê “império da imagem”.

É ela [a imagem], num entendimento corriqueiro, que valoriza a notícia. Conferir tal responsabilidade à imagem denota a pouca compreensão do papel do pictórico no jornalismo. [...] A imagem na TV não importa, do ponto de vista jornalístico, se não tiver o apoio do texto. É a palavra que traduz e dá dimensão ao vídeo. [...] A imagem é a aparência do fato, mas não é o fato. O jornalismo precisa ter as referências do contexto, as conexões que demonstram como o fato aconteceu para o entendimento do que o vídeo capta, e não o inverso. Isso não significa que as palavras devam ser abundantes; devem ser precisas. (CURADO, 2002, p. 173).

Paternostro, ao abordar o texto casado com a imagem no telejornalismo, também relativiza e quebra o mito (1991, p. 49) de imagem como rainha soberana que se impõe a seus súditos pela simples presença. “Não se faz TV sem imagem, mas a palavra tem o seu lugar” (ibidem, p. 49). Diante disso, os jornalistas de televisão ficam, de fato, com o desafio de combinar informações visuais e auditivas ao compor seu recorte da realidade.

3. Direito à informação e à comunicação: cidadania e democratização midiática

Na contemporaneidade, o problema fundamental em relação aos direitos humanos não é tanto o de justificá-los, mas, sim, de protegê-los, conforme preconiza o filósofo político Norberto Bobbio (1992, p. 24). Para ele, trata-se de uma questão não filosófica, mas política, numa época em que o conceito de tolerância é generalizado para “o problema da convivência das minorias étnicas, linguísticas, raciais, para os que são chamados de ‘diferentes’, como, por exemplo, os homossexuais, os loucos ou os deficientes” (ibidem, p. 203). Bobbio defende (ibidem, p. 45) que a efetivação de uma maior proteção dos direitos humanos está associada ao desenvolvimento da civilização.

Por sua vez, a cientista social Maria de Lourdes Manzine-Covre é enfática ao declarar (2001, p. 10) que “só existe cidadania se houver a prática da reivindicação, da apropriação de espaços, da pugna para fazer valer os direitos do cidadão.” Ela entende (ibidem, p. 11) a cidadania como o próprio direito à vida no sentido pleno, que precisa ser coletivamente construído. Nesse sentido, acredita (ibidem, p. 66) serem necessárias uma revolução interna e uma educação para a cidadania. “É preciso criar espaços para



reivindicar os direitos, mas é preciso também estender o conhecimento *a todos*, para que saibam a possibilidade de reivindicar” (idem, grifo meu). Indubitavelmente, o público formado por telespectadores cegos também deve estar aí incluído, sendo alcançado por informações relevantes para sua vida social, por exemplo.

Porém, nem sempre, é o que ocorre – meios de comunicação massivos, especialmente na TV aberta, desconhecem, esquecem ou ignoram a existência de pessoas com deficiência visual do outro lado da tela, também interessadas em obter informações e entretenimento com o máximo nível possível de clareza, compreensão e precisão. Segundo o comunicador Juan Bordenave (1992, p. 18), o conceito de marginalidade significa justamente “ficar de fora de alguma coisa, às margens de um processo sem nele intervir.” Erro pior ainda é, para ele, culpar os marginalizados por sua condição de excluídos, por estarem “naquela situação de déficit” (ibidem, p. 19).

Realmente, sem comunicação não pode existir a participação, de modo que “a intervenção das pessoas na tomada de decisões requer pelo menos dois processos comunicativos: o de informação e o de diálogo” (ibidem, p. 68). Ele pondera (ibidem, p. 70) que “a participação de todos os setores da população na democracia do futuro depende da adequada utilização da comunicação tanto no nível dos pequenos grupos como no nível das massas espalhadas em todo o território do país.” É verdade que a vivência social participativa e inclusiva está ligada à comunicação e à democracia – todavia, não apenas à do futuro, como pontua o autor, mas, desde já, à democracia atual.

Afinal, “os meios de comunicação de massa substituíram as praças públicas na definição do espaço coletivo da política no mundo contemporâneo”, como realça o jornalista e cientista político Bernardo Kucinski. (1998, p. 16). Ele acentua (idem) que a percepção popular quanto à política e à sociedade provém, principalmente, da mídia eletrônica (rádio e TV), e, em menor escala, da leitura de jornais e revistas, diante do alto grau de analfabetismo e do baixo poder aquisitivo da maioria populacional.

O Brasil saltou quase diretamente da condição de sociedade escravista de cultura oral para uma sociedade pós-moderna também oral, de rádio e TV. É por intermédio da TV que as classes B, C, D e E percebem os assuntos atuais, adquirem novos hábitos e desenvolvem uma linguagem comum. Quase todas as residências possuem um aparelho de TV e mais de um aparelho de rádio. (KUCINSKI, 1998, p. 18).

Kucinski comenta (ibidem, p. 28), ainda, que cabe à TV brasileira, especialmente ao sistema Globo, o papel de popularização da agenda nacional de discussões. “Num país de cultura ainda predominantemente oral, é a TV que massifica a



agenda, por meio dos recursos da sincronia, da unificação da linguagem e da emoção. Para isso, servem todos os programas e formatos, desde o Jornal Nacional até as novelas” (idem). Segundo ele (ibidem, p. 28-29), o sistema Globo, na qualidade de um dos maiores conglomerados de mídia do planeta, é a única rede com domínio hegemônico da audiência numa sociedade de grande porte e oficialmente democrática.

Enquanto isso, vários países, inclusive o Brasil, veem crescer a mobilização para que se inclua na pauta das nações o reconhecimento da comunicação como um direito humano, exatamente “por se tratar de um processo social fundamental, uma necessidade humana básica, o fundamento de todas as relações e organizações sociais”, conforme asseveram os professores José Marques de Melo e Luciano Sathler (2005, p. 7). Eles lembram (ibidem, p. 8) que “Informação é diferente de Comunicação”, sendo que a primeira é classificada pelos pesquisadores como uma fonte de poder. Com base nesse pressuposto, percebe-se que “o domínio dos seus meios de produção, controle e disseminação pode aprofundar a desigualdade da distribuição dos poderes numa sociedade já marcada por disparidades iníquas” (idem).

Vários indicadores apontam para a crescente concentração de poder, em seus diversos aspectos e manifestações, tais como o poder militar, ideológico, econômico, científico, tecnológico ou informacional. Posicionar-se pelos Direitos Humanos é se colocar contra aqueles que desrespeitam ou ameaçam esses mesmos direitos. Incluir os Direitos à Comunicação nessa luta é reconhecer a centralidade do ser humano como agente do seu próprio destino [...]. (MELO, SATHLER, 2005, p. 8).

De fato, o direito à comunicação aponta para além do que só defende o acesso à informação, ao envolver a possibilidade de o cidadão participar mais ativamente na troca de mensagens e também emitir conteúdo. Certamente, ambos os direitos – à informação e à comunicação – são importantes como legitimadores e, mais do que isso, efetivadores de um regime que se diz democrático. Entretanto, no caso de telespectadores cegos, nem mesmo o direito à informação é plena e adequadamente garantido, ao se notar que, em telejornais, há informações relevantes sendo transmitidas somente pela imagem, o que desfavorece e exclui essa parcela do público quanto ao entendimento mais profundo do material informativo veiculado.

Se assim é, mais ainda é protelado o direito à comunicação por parte de cegos. Como cita o professor Marc Raboy (In MELO, SATHLER, 2008, p. 188), a agenda internacional da Comissão Mundial sobre Cultura e Desenvolvimento contém propostas voltadas justamente para ampliar o acesso, a diversidade e a competição no sistema global de mídia, a partir da premissa de que as ondas do ar e o espaço integram os bens



globais comuns – um conjunto coletivo pertencente a toda a humanidade, cujo acesso pode, então, ser regulamentado conforme o interesse público.

A democratização midiática também é defendida, como um urgente desafio, pelo professor Murilo César Ramos (In MELO, SATHLER, 2008, p. 245). “(...) cremos em uma sociedade da informação e da comunicação como a nova forma de organização hegemônica do capitalismo, em oposição a uma sociedade industrial em declínio” (ibidem, p. 247). Em sua análise, é, pois, imperativo retomar o debate acerca do direito à comunicação como um novo direito humano fundamental, visto como um direito social de “quarta geração”³ – “aquele, quem sabe, mais adequado para amparar, nas sociedades da informação e da comunicação, nossas inesgotáveis expectativas de avanço crescente da democracia da igualdade em todo o mundo” (ibidem, p. 247).

Nessa perspectiva, ratifica-se a importância do jornalismo como intrinsecamente ligado à sociedade de massa para atender à chamada necessidade social da informação, como esclarece o professor Victor Gentili (1995, p. 25). Segundo o autor (idem), o jornalismo busca não só informar a comunidade, mas, também, retraduzir a realidade, apresentar o mundo ao ser humano e situá-lo o quanto for possível ante as circunstâncias que o rodeiam para lhe oferecer alternativas. Afinal, o objetivo prioritário de uma sociedade deve ser “a construção de indivíduos cada vez mais capazes de *autoprodução* de sentido” (ibidem, p. 133, grifo meu). Ora, se, por vezes, é negada aos cegos a possibilidade de *autoprodução* de sentido ante a recepção telejornalística, confirma-se que tal meta social não foi alcançada, bem como que o direito à informação não tem sido atendido nessa situação específica. Logo, esse direito realmente não é um direito-fim, capaz de se realizar em si mesmo, mas, ao contrário, um direito-meio – “um pressuposto, neste caso, para que o direito político se realize em melhores condições” (ibidem, p. 145), “um direito sem o qual os outros direitos ficam prejudicados” (ibidem, p. 159), “uma condição indispensável para o acesso pleno aos demais direitos” (idem).

O professor acrescenta (idem) que tal direito à informação deve ser para todos, a fim de fornecer subsídios em quantidade e qualidade para o melhor julgamento possível de cada um, permitindo que o receptor forme as próprias preferências particulares e faça suas escolhas e julgamentos “de modo *autônomo*” (ibidem, p. 160, grifo meu) –

³ Ramos elucida (In MELO, SATHLER, 2008, p. 245-246) que os direitos civis, associados à personalidade do indivíduo (liberdade pessoal, de pensamento, religião, reunião e liberdade econômica), são chamados de direitos de “primeira geração”. Já os direitos políticos, abrangendo a liberdade de associação nos partidos e direitos eleitorais, são definidos como sendo de “segunda ordem”, enquanto os direitos sociais (ao trabalho, à assistência, ao estudo, à tutela da saúde, liberdade da miséria e do medo) são conceituados como de “terceira ordem”, imbricados com a emergência e o ápice do Estado-Providência, entre o fim do século XIX e a década de 1960.



autonomia esta que nem sempre é ofertada ao público de telespectadores com deficiência visual, como apontado por alguns deles no grupo focal realizado, ao assumirem que, às vezes, precisam pedir ajuda a alguém que esteja perto para compreenderem melhor certa notícia. Portanto, esse “direito à autonomia” (idem) nem sempre é respeitado pela emissora televisiva, apesar de o cidadão ter “o direito de ser provido das informações necessárias para o seu dia-a-dia” (ibidem, p. 162).

Entretanto, se, no caso dos cegos, o acesso a todas as informações não é possível devido à limitação causada pela deficiência visual – que não pode ser negada ou mascarada, mas, ao contrário, reconhecida e considerada –, como, ao menos, ampliar esse acesso ao máximo? Será que, de fato, a ausência de imagens compromete o direito à informação telejornalística por parte desse público, na prática? Questões como essas e possíveis caminhos far-se-ão presentes ao longo da abordagem que se segue.

4. Grupo focal com cegos

O produto telejornalístico aplicado nesta análise é o Jornal Nacional, lançado em 1º de setembro de 1969, como o primeiro telejornal brasileiro de exibição simultânea, em rede e ao vivo. Em meio a méritos e denúncias, a TV Globo figura, atualmente, como a maior rede de televisão do Brasil, estando entre as quatro maiores redes televisivas do mundo. Dentro da programação da emissora, o JN celebrou, em 2009, seus 40 anos como o telejornal de maior audiência do país. A edição do JN analisada é a de 28 de outubro daquele ano⁴, com apresentação dos apresentadores oficiais, William Bonner e Fátima Bernardes.

Tal edição está exatamente dentro da média de tempo de duração e de quantidade de temas apontados por Bonner (2009, p. 22): cerca de 33 minutos (sem os intervalos comerciais) e 25 assuntos abordados. O JN exibido dividiu-se em quatro blocos: o primeiro (com as manchetes) totalizou em torno de 10 minutos e 35 segundos; o segundo foi menor, com 5 minutos e 15 segundos de duração; o terceiro somou 4 minutos e 40 segundos; e o último foi o maior bloco de todos, com 12 minutos e 15 segundos. Quanto ao formato das matérias, o telejornal apresentou 11 matérias de rua em videoteipe (VT), seis notas cobertas (dadas em estúdio, com respaldo de imagens), seis notas secas (também em estúdio, mas sem imagens) e seis notas-pé (dadas em estúdio após algumas matérias), além da previsão do tempo. Nesse dia, não houve link

⁴ Esse trabalho prático (grupo focal) realizado no segundo semestre de 2009 deu origem, na ocasião, ao trabalho de conclusão de curso do autor (MACHADO, 2009), orientado pelo professor Ms. Álvaro Americano.



ao vivo com nenhum repórter, nem charge ou comentaristas. Nos termos de Bonner, trata-se de uma “edição típica” (normal) do JN. As matérias envolveram assuntos diversos, como política, esporte, economia, polícia e internacional, predominando as de caráter factual – duas matérias foram “frias” (reportagem especial sobre crack e matéria de esporte, sobre a vida de terceiro goleiro, encerrando a edição).

Após acompanharem a edição ao vivo do JN, foram iniciadas as discussões do grupo focal com os seis cegos participantes do estudo: Maria Luzia Ferreira Carias (12 anos, estudante da Educação Especial e cega de nascença); Carlos Cristiano da Silva Paradello (16 anos, estudante do Ensino Fundamental, 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 e cego de nascença); José Luiz de Souza e Silva (41 anos, cego 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.

Rosani apontou como problemas, no JN, a falta de descrição de imagens relevantes e a introdução de fontes sem sua prévia apresentação oral. Em todo o jornal, houve 28 sonoras (entrevistas), sendo que quase a metade delas (13 pessoas) não teve nenhum tipo de identificação verbal; 15 foram de alguma forma apresentadas, mas em muitos casos apenas a profissão é mencionada no texto em *off* do repórter, de modo que o cego não fica sabendo o nome de quem está falando, e, em outros, o crédito adiciona alguma informação, como a entrevistada enunciada como eleitora e cujo crédito apontava que ela era, também, promotora de vendas.

Carlos observou que as matérias de rua são mais difíceis de serem entendidas pelo cego do que as notícias de estúdio, anunciadas pelos próprios âncoras e capazes de proporcionar maior identificação com os cegos, na opinião dele. “Quando é áudio e vídeo, você não entende. Eu gosto mais do jornal em estúdio”, revelou. Outros participantes concordaram, como José Luiz, o qual salientou que as matérias de estúdio são apoiadas basicamente no áudio e, portanto, no sentido da audição. Rosani explicou: “a gente tem a sensação de que está ouvindo rádio.” A jornalista insinuou, ainda, que notícias de rua, mais baseadas nas imagens, geram certa frustração no espectador cego:



“Você ouve aqueles barulhos, dá uma vontade de saber o que está sendo passado”, lamentou. Sobre isso, Dilma complementou: “Dá ansiedade. A gente fica querendo saber o que está passando, ver claramente”.

Quanto à questão sobre se o fato de não poderem ver as imagens atrapalha a entender as notícias, Cristiano foi o único do grupo que respondeu não haver dificuldades na compreensão: “[...] eu já estou acostumado. O meu primo descreve tudo pra mim. Não atrapalha”. Contudo, o próprio fato de ele normalmente contar com o primo para lhe descrever as notícias relativiza sua resposta. Já a estudante Luzia disse que entende algumas matérias. Dilma explicou que, “na parte da leitura” – texto do repórter –, não é difícil entender os fatos, mas que, quando determinado assunto precisa exibir alguma imagem, isso atrapalha os cegos a compreenderem a notícia.

Os demais participantes foram mais categóricos ao responderem que sim, a ausência de imagens prejudica o entendimento das notícias telejornalísticas. Carlos explicou: “Eu quero ver o que está passando ali. Por exemplo, se tiver um destaque: ‘um caminhão tombou carregado de alguma coisa’, aí falou sobre aquilo ali, mas eu queria ver a dimensão.” Rosani concordou e completou:

Pra mim, [a ausência de imagens] atrapalha, sim [na compreensão das notícias do telejornal]. Tira a dimensão, porque, às vezes, se fala, por exemplo, de um engarrafamento, mas quando mostra o engarrafamento, a pessoa [vidente] entende. Se fosse no rádio, ele ia falar: “foi um engarrafamento de tantos quilômetros”; aí, a gente [cegos] visualizaria. E algumas [notícias] a gente não entende mesmo não, porque eles complementam demais com imagem.

No momento seguinte do grupo focal, foram destacados alguns momentos do telejornal, como o da previsão do tempo, no qual a jornalista Rosana Jatobá apresentava dois mapas com cores diferentes: azul e laranja, representando, respectivamente, áreas úmidas e secas. Quando questionados se eles sabiam o que significavam as duas cores, Carlos apontou, meio duvidoso: “Área azul quer dizer que vai dar sol, não é?” Rosani corrigiu o colega e fez uma crítica ao modo de apresentação da previsão meteorológica:

Nós passamos pela escola e temos acesso a mapa do Brasil. Então, se eles [jornalistas] falarem “da região que vai do Rio Grande do Sul até tal lugar”, a gente vai entender [...]. Agora, o tal de “área clara e área escura”, que eles fiquem com eles, com quem enxerga, que nós vamos continuar do mesmo jeito [sem compreender].

Outra crítica dela referiu-se ao boletim econômico do JN, pouco explicativo na opinião de Rosani. Realmente, o noticiário econômico nem sempre é acessível à grande massa, até pela rapidez frenética do telejornalismo em geral, a qual impede maiores detalhes, explicações e esclarecimentos. Bonner comenta (2009, p. 22), inclusive, que



uma das exceções à regra de que tudo o que se informa na TV precisa ser dito em alto e bom som são, justamente, alguns números “que podem surgir na tela de TV sem que necessariamente sejam enunciados (o apresentador anuncia que o dólar subiu – e *você vê*, na telinha que se abre ao lado dele, o índice de variação percentual e a cotação da moeda)” (2009, p. 22, grifo meu). Essa declaração expressa, claramente, que não, o telejornal em geral não se lembra de que também há telespectadores cegos na audiência – ou, se lembra, não busca atender e incluir esse público.

Além disso, a notícia que denunciou o nome de uma empresa, que trocava irregularmente as etiquetas de alimentos, não o fez verbalmente – a marca foi mostrada só com o recurso da imagem, pela cena em que um caminhão com o nome “Frigosantos” estava estacionado. Como disse Rosani, há imagens que mereciam ser descritas, e essa reportagem é um exemplo – quem é cego ficou privado da informação. Não se trata de ser redundante, mas de ser mais claro, não apenas para cegos, mas, no caso, também para analfabetos, por exemplo, pois era um assunto de interesse público.

Prosseguindo nas discussões, apresentou-se aos cegos a seguinte questão: “O JN de hoje pode ser entendido por qualquer cego? Por quê?” Carlos respondeu que, se o receptor prestar a atenção, é possível entender o jornal – ele explicou que a atenção varia conforme o interesse que tem pela informação. Luzia concordou que o cego pode entender o telejornal se ele se interessar, mas ressaltou que o volume intenso de notícias pode gerar certa confusão e esquecimento. Dilma mostrou-se descrente na possibilidade de entender todo o conteúdo do JN. José Luiz também pontuou que obter 100% de compreensão não é possível. Rosani estimou que eles perdem cerca de 30%, ou seja, que compreendem em torno de 70% do telejornal, ou menos, quando o público não domina o assunto. Para ela, o principal obstáculo para o entendimento é a imagem, seguido pelo nível intelectual do texto por vezes superior ao da audiência.

Outra questão que desponta nesse sentido é: a ausência da imagem atrai ou dispersa mais? José Luiz opinou que quem é cego dispersa-se mais. Rosani concordou, dizendo que a imagem “prende mais” a atenção. Por fim, Carlos acrescentou que a falta da visão pode reforçar o sono e a distração na hora de acompanhar notícias pela TV.

7. Considerações finais

Para que as informações do JN fossem mais acessíveis aos cegos, Carlos defendeu que seria necessário mudar algo nas imagens: “Adaptar alguma coisa pro cego poder entender melhor. Não é só o vidente que está assistindo ao jornal, o cego também



está ouvindo. [...] Podia programar uma coisa melhor pra gente.” Rosani prontamente concordou com o colega. “Eu acho que tem imagens que mereciam ser descritas. Elas podem ser muito fundamentais pra que a gente dimensione melhor as notícias.” A jornalista também lembrou que, naquela edição, o JN chegou a falar que a notícia estava disponível no site, sem enunciar tal endereço eletrônico. Dilma confirmou que não gosta das notícias, “porque você vê mais complicações do que soluções.”

Verificou-se que a imagem transmite, por vezes, informações adicionais, mas, no geral, a recepção do telejornal pareceu estar mais ancorada na força da palavra, ou seja, o texto pode informar mais que a imagem no noticiário de TV, enquanto a imagem pode atrair mais, por si mesma, e ser interpretada conforme o “caminho” pelo qual o texto do repórter conduzirá a audiência. Logo, a imagem não deve ser supervalorizada, mas também não é dispensável – sua ausência faz falta no pleno entendimento do fato televisionado, podendo conter informações extras, inacessíveis a cegos.

Destaca-se que a audiência formada por pessoas com deficiência visual não possui, por parte da televisão aberta atual, uma programação inclusiva, nem uma que ao menos tenta ser. A mídia televisiva, em especial o formato de telejornal, acaba contribuindo, de certa forma, para a chamada produção social da marginalidade, à medida que não busca promover ações de inclusão da parte do público composta por cegos. Estes podem até se sentir lesados, como expressaram Rosani e Carlos, enquanto consumidores de um serviço público como a TV aberta.

É possível que os telejornais em geral sejam mais bem compreendidos pelos cegos. Não se defende aqui 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 relação harmônica entre áudio e vídeo. O que se sustenta é que há imagens que mereciam ser mais bem explicitadas, não apenas para contemplar 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 potencialmente capazes de veicular. Também não se sugere que o JN e os demais telejornais devessem pronunciar o nome de todas as fontes e seus cargos, já que os créditos têm essa função auxiliar, até devido ao tempo limitado do telejornal.

Logo, o ideal, conforme acentuado por cegos como Luiz Carlos e Rosani, seria, de fato, disponibilizar a opção da audiodescrição, pela 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).



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 cegos 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.

A própria Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) chegou a elaborar um projeto de norma de acessibilidade na televisão que prevê a utilização do SAP para assegurar o recurso aos cegos, além de o Decreto Federal 5296/2004 definir, em seu artigo 52, que “caberá ao Poder Público incentivar a oferta de aparelhos de televisão equipados com recursos tecnológicos que permitam sua utilização de modo a garantir o direito de acesso à informação às pessoas portadoras de deficiência auditiva ou visual”. Entre tais recursos de inclusão, estão: circuito de decodificação de legenda oculta; recurso para SAP; entradas para fones de ouvido com ou sem fio. Entretanto, uma portaria do Ministério das Comunicações, que dava prazo para as TVs abertas das cidades com mais de 1 milhão de habitantes inserirem duas horas de programas audiodescritos por dia na programação, foi derrubada em 15 de outubro de 2008, sendo que a discussão entre engenheiros de emissores televisivas e técnicos do Ministério perpassava a viabilidade técnica da implementação da audiodescrição na TV aberta e a disponibilidade de profissionais capacitados no mercado.

Indubitavelmente, a ampliação dos recursos de acessibilidade para pessoas com limitações sensoriais é importante para sua real inclusão social e cultural. Tanto é que os próprios cegos expuseram suas dificuldades em acompanhar o telejornal. Mas, para que haja mudanças concretas de atitude por parte dos meios de comunicação, é necessária, antes, a adequação de mentalidade e consciência também por parte de seus profissionais com relação à necessidade de incluir. Sem isso, nem as amplas potencialidades da TV digital no país serão capazes de proporcionar melhores condições de adaptação dos deficientes no meio social e de lhes garantir o direito à informação e, muito menos, à comunicação. Por uma sociedade mais justa. Por uma TV com mais “visão”.

REFERÊNCIAS

- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1995.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. Rio de Janeiro: Globo, 2009.



- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é participação**. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- 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.
- FREITAS, Maura Glória de; PRETTE, Zilda Aparecida Pereira Del; PRETTE, Almir Del. Melhorando habilidades sociais de crianças com deficiência visual: um programa de intervenção para mães. **Revista Benjamin Constant**, Rio de Janeiro: DDI, n.37, p. 17-27, ago./set. 2007.
- GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: cidadania e informação**. 1995. 216 f. Dissertação de mestrado – Escola de Comunicações e Artes, Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 1995.
- KUCINSKI, Bernardo. Mídia da exclusão. In: KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.
- LAZAR, Judith. **Escola, comunicação, televisão**. Portugal: Rés, 1987.
- MACHADO, Marcello Pereira. **Dois 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.
- MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. **O que é cidadania**. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos**. 2. ed. São Paulo: Hacker, 2002.
- _____. **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.
- MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano. Apresentação. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano (Orgs.). **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: UEMESP, 2005.
- 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.
- RABOY, Marc. Mídia e democratização na sociedade da informação. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano (Orgs.). **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: UEMESP, 2005.
- RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano (Orgs.). **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: UEMESP, 2005.
- 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.
- VEIGA, José Espínola. **O que é ser cego**. Rio de Janeiro: J Olympio, 1983.