

Um Estudo de Caso Sobre a TV INES: Primeira WebTV Acessível do Brasil ¹

Jonara Medeiros SIQUEIRA²
Joana Belarmino de SOUZA³
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

O presente artigo analisa a produção jornalística da TV INES, primeira webTV acessível do Brasil voltada para o público surdo. Para tanto, investiga as rotinas produtivas do Café com Pimenta, um *talk show*⁴ que, por meio de um formato inovador e uma narrativa transmidiática, integra surdos e ouvintes por explorar diversos suportes e dispositivos audiovisuais. Para realização do estudo, o texto busca referencial teórico nas produções de Fechine (2013), Vizeu (2007), Martín-Barbero (1997) e Wolton (2006). Com base na análise, percebe-se que a produção fomenta conteúdos acessíveis em meio à homogeneização dos produtos comunicacionais elaborados em larga escala pelos grupos de mídia brasileiros. Desse modo, o Café com Pimenta desponta como um programa inovador que abre espaços interativos e participativos para pessoas com deficiência.

Palavras-chave: Direito à Comunicação; Comunicação Acessível; Transmidialidade; Webjornalismo; Pessoas com Deficiência;

O presente estudo é fruto de pesquisas desenvolvidas no Grupo de Pesquisas em Jornalismo, Mídia, Acessibilidade e Cidadania - GJAC, pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, dedicado em compreender os processos que vinculam a produção jornalística na perspectiva de que a mesma assegure acessibilidade e cidadania às pessoas com deficiência, mais particularmente às pessoas surdas.

A referente pesquisa pretende contribuir com os estudos científicos no âmbito do jornalismo e da acessibilidade por meio da análise de uma experiência inédita no Brasil e com poucas similares no mundo: uma webTV⁵ acessível, a TV INES⁶. A sua programação prioriza a Língua Brasileira de Sinais (Libras⁷), reconhecida, no Brasil, em 2002, e que

¹ Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

² Mestranda em Jornalismo Profissional pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: jonaramedeiros@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB, email: joanabelarmino00@gmail.com.

⁵ WEB TV, ou TV pela Internet, é a transmissão de sinais televisivos pela internet podendo ser sob a forma de Vídeo sob demanda ou Streaming em tempo real.

⁶ Disponível em: <http://tvines.com.br/>.

⁷ A língua brasileira de sinais (Libras) é a língua de sinais (língua gestual) usada pela maioria dos surdos dos centros urbanos brasileiros e reconhecida pela Lei. É derivada tanto de uma língua de sinais autóctone, que é natural da região ou do território em que habita, quanto da língua gestual francesa; por isso, é semelhante a outras línguas de sinais da Europa e da América. A Libras não é a simples gestualização da língua portuguesa, e sim uma língua à parte, como o comprova o fato de que em Portugal usa-se uma língua de sinais diferente, a língua gestual portuguesa (LGP).

possui léxico e gramática próprios (distintos da Língua Portuguesa). Desse modo, a programação da TV INES apresenta todo o conteúdo bilíngue, com legendas e locução em português, para que a grade possa integrar surdos e ouvintes⁸.

A TV INES nasceu em 2013, numa parceria entre o Instituto Nacional de Educação de Surdos⁹ (INES) e a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP), no Rio de Janeiro, com a proposta de disponibilizar conteúdo audiovisual exclusivo e acessível ao público surdo: inclui filmes, notícias, desenhos animados, além de programas de esporte, cultura e tecnologia. Há também produções de organizações parceiras, que são adaptadas para Libras. Além de educar, a TV INES permite que a comunidade surda possa, de fato, ficar inteirada sobre os acontecimentos da atualidade, ao oferecer acesso à cultura e às notícias. Essa ação comunicacional possibilitou, em 2014, pela primeira vez, a cobertura televisiva de uma Copa do Mundo de futebol para o público surdo.

Na busca por explorar a produção jornalística voltada para esse público, a pesquisa em curso escolheu analisar a produção do Programa Café com Pimenta, um *talk show* apresentado pelo professor, pesquisador e ator surdo, Nelson Pimenta. Pensar o *talk show* como gênero televisivo à luz dos Estudos Culturais significa estudá-lo como estratégia de comunicabilidade que serve tanto como modelo de escritura, quanto de horizonte de leitura que se atualizam nos programas específicos (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 302). Sendo assim, no processo comunicacional, o gênero é uma “estratégia de interação” (GOMES, 2007) que integra produção e audiência no mesmo processo.

No âmbito das mídias, que é o que aqui nos interessa, compreender a rotina de produção construída nesse campo jornalístico é o objetivo principal. Sendo assim, podemos reconhecer essa produção da TV INES como referência para uma comunicação acessível. Suas produções também estão inseridas na complexa dinâmica de elaboração de conteúdos com acessibilidade. Esse modo de fazer apresenta características próprias, especificidades que tanto utilizam técnicas produtivas convencionais, como também podem colaborar com novas estratégias adotadas nos processos comunicativos comerciais.

⁸ Na cultura surda, faz parte do senso comum chamar-se ouvinte àquele que ouve, em contraste com o surdo, que não ouve (total ou parcialmente). Nessa cultura, o termo ouvinte pode também referir-se à cultura das pessoas que ouvem, normalmente diferenciando-as da cultura dos surdos.

⁹ É o centro nacional de referência na área da surdez, no Brasil órgão do Ministério da Educação. Localizado na cidade do Rio de Janeiro, no bairro das Laranjeiras, foi a primeira instituição nesta área no Brasil, fundado pelo imperador Pedro II em 1856.

Nesse sentido, faz-se necessária a contextualização do lugar onde receptores/internautas da TV INES e do Café com Pimenta estão, apontando dados que revelam o contexto onde essas pessoas que buscam por informação estão imersas. É sabido que 15% (dados da Organização Mundial de Saúde/OMS) da população mundial convive com alguma forma de deficiência. Na América Latina são 79 milhões e, no Brasil, segundo o censo do IBGE/2010, quase 46 milhões.

A região Nordeste tem a maior taxa de prevalência de pessoas com pelo menos uma das deficiências: 26,3%. Essa tendência foi mantida desde o Censo de 2000, quando a taxa foi de 16,8%, a maior entre as regiões brasileiras. Contudo, a maior incidência da deficiência, entre os estados brasileiros, ocorreu no Rio Grande do Norte e na Paraíba, com taxas de 27,76% e 27,58%, respectivamente. Esses dados estão bem acima da média nacional, que é de 23,9%.

Considerando a população residente no país, 23,9% possuíam pelo menos uma das deficiências investigadas: visual, auditiva, motora e mental ou intelectual. A prevalência da deficiência variou de acordo com a natureza. A visual apresentou a maior ocorrência, afetando 18,6% da população brasileira. Em segundo lugar está a deficiência motora, presente entre 7% da população, seguida da deficiência auditiva, com 5,10% e a deficiência mental ou intelectual, que atinge 1,40% dos brasileiros.

Estudos do Ministério da Saúde revelam que 95% dos milhões de surdos no Brasil vivem em família de ouvintes. Quando estudamos a cultura surda, percebemos a tendência do senso comum em denominar, como ouvinte, àquele que ouve, em contraste com o surdo, que não ouve (total ou parcialmente). Por isso, a inclusão faz parte de todo o processo de construção da TV INES, orientando ações no sentido de integrar os surdos à sociedade. Tendo em vista que a programação educativa é formatada para veiculação em qualquer TV, desponta como protagonista em aplicar a acessibilidade no contexto multimidiático de uma WebTV que trabalha com (vídeos, textos, fotografias, redes sociais e aplicativos) entre as suas estratégias de produção jornalística.

Sendo assim, o estudo em curso tem como principal vertente a reflexão sobre esta produção específica, embora não tenha a pretensão de formatar conceitos ou estabelecer verdades absolutas, mas explorar o projeto em sua dinâmica interativa de modo a revelar caminhos que integrem a inclusão nas práticas comunicacionais como uma das possibilidades de exercício do direito humano à comunicação pela comunidade surda.

Para tanto, a pesquisa busca revelar o processo comunicacional do programa Café com Pimenta, da TV INES que, assim como as produções convencionais de TV presente nos veículos comerciais, também parte da pauta, passando pela produção, edição, produto final, distribuição e interações. Essa produção revela alterações no processo do padrão desenvolvido no fazer televisivo, justamente por incorporar elementos de “tradução ou interpretação” das notícias em linguagem de sinais para os telespectadores surdos.

O processo gera, assim, uma ampla discussão acerca da cobertura dos temas relacionados ao universo das pessoas com deficiência e o seu tratamento no fluxo televisual para que os produtos sejam inclusivos, na tentativa de propagar a construção de novas concepções de formatos jornalísticos baseados no desenho universal¹⁰.

Desse modo, o estudo pretende contribuir com análises da abordagem realizada nessa webTV quando trabalha a linguagem em sentido mais amplo, configurado no âmbito da formatação de uma programação televisiva bilíngue. Nesse contexto, ainda se inserem, pontualmente, outras línguas gestuais do mundo, introduzidas na formatação da pauta/programação, com recursos de locução e legendagem (ferramentas que garantem a aplicabilidade dos recursos de acessibilidade, voz e texto). Essas apropriações interagem com o modelo padrão da TV e seu discurso de linguagem audiovisual que não dispõe, ainda, de tais dispositivos para o consumo informativo igualitário por toda a sociedade.

O Cenário da Mídia Brasileira

Todas as manhãs, as pessoas que querem saber o que está acontecendo no mundo acessam os jornais, escutam a rádio, ligam a televisão, ou navegam pela internet para consumir produção especial: as notícias. Nesse contexto, os meios de comunicação se apresentam como transmissores da realidade social (ALSINA, 2009, p. 09). Alguns fenômenos da mídia são mais antigos do que, em geral, se imagina. As séries atuais de televisão copiam o modelo das novelas radiofônicas, que, por sua vez, se moldam nas histórias em capítulos de revistas do século XIX. Nesse ritmo, constatamos que os formatos se replicam, as práticas são absorvidas e as informações giram em torno dessa engrenagem.

Em meio ao cenário extremamente diversificado da sociedade, é necessário perceber as dinâmicas agendas de mobilização dos grupos minoritários que buscam, nos últimos

¹⁰ Um processo que aumenta a segurança, funcionalidade, saúde e participação social, através do design e a operação de ambientes, produtos e sistemas em resposta à diversidade de pessoas e habilidades.

anos, ser notícia em sua totalidade: aquela que dialoga em igualdade, buscando a garantia à plena inclusão social das pessoas, inclusive as com deficiência.

Todavia, ainda é possível visualizar um panorama de incomunicação alimentado ao longo do tempo, uma vez que a formatação da construção da notícia apresenta lacunas, tanto do ponto de vista do fazer jornalístico, quanto pela conduta ética padronizada nas escolas de jornalismo e empresas de comunicação. Historicamente, o cenário das práticas jornalísticas se revela inacessível para uma grande parcela da sociedade, sobretudo quando visualizamos que, possivelmente, setores da população foi prejudicada por graves formas de segregação, em grande parte, invisíveis diante das recentes conquistas da cidadania. Neste caso, percebemos que há interdição ao direito à comunicação.

A comunicação é percebida, em todo o caso, como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam aquilo que temem ou que têm direito de esperar, seus medos e suas esperanças. (...) O que significa que neles [meios de comunicação] não apenas se reproduz ideologia, mas também se faz e refaz a cultura das maiorias, não somente se comercializam formatos, mas recriam-se as narrativas nas quais se entrelaça o imaginário mercantil com a memória coletiva (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 63).

Para discutir e problematizar a imagem construída sobre a deficiência na sociedade é preciso resgatar uma conotação negativa, estigmatizada, quando percebemos que a deficiência da pessoa era representada como a sua única característica, sendo, muitas vezes, desprezados e ignorados outros aspectos individuais, como as emoções, os atributos intelectuais, o gênero, a religião, as competências e potencialidades.

Nesse sentido, é preciso reconhecer que os meios de comunicação têm particular responsabilidade sobre a formação da opinião do seu público “consumidor”. A mídia, pela natureza do seu campo, contribui para a naturalização de comportamentos sociais, principalmente no que diz respeito aos conteúdos e às imagens que veicula sobre as pessoas com deficiência, o que necessariamente pode não dialogar com o conceito de “comunicar” apresentado por Dominique Wolton:

Comunicar é *ser*, isto é, buscar sua identidade e sua autonomia. É também *fazer*, ou seja, reconhecer a importância do outro, ir ao encontro dele. Comunicar é também agir. Mas é igualmente admitir a importância do outro, portanto, aceitar nossa dependência em relação a ele e incerteza de ser compreendido por ele. (WOLTON, 2006, p. 15).

No caso das pessoas com deficiência, é preciso ressaltar que, sem espaço nos meios convencionais, essa troca de ideias e sentidos com a sociedade fica restrita, acabando por

não propiciar que esse segmento esteja presente no debate público. Não podemos ignorar que o rádio e a televisão ainda representam as únicas formas de acesso à informação para boa parte da população do país¹¹. Entretanto, para além do problema de concentração midiática no Brasil, será importante pensarmos também no processo histórico de formação dos jornalistas, tendo em vista que o modelo comercial historicamente aplicado como engrenagem move quase que por totalidade os conteúdos de massa e a qualificação de muitos profissionais geralmente é direcionada para a sua inserção profissional em ambientes comerciais de produção de notícias.

A Cultura Surda e sua expressão na TV INES

É bem verdade que os surdos têm diversas formas de expressão e de organização social. Além disso, há inúmeras experiências e grupos de surdos que se aliam de acordo com suas demandas e desejos de representação. Não podemos, apenas, compreender, no mosaico social onde trafegam identidades plurais e manifestações ecléticas, a existência de uma única cultura surda. Nessa perspectiva, apresentamos uma concepção mais abrangente para o termo, ou seja, preferimos pensar em “culturas surdas”, não como uma forma de enquadramento, mas de significação do que não pode ser classificado no singular por conta da riqueza de sua própria apresentação no tecido social.

Conclui-se que a cultura surda é transmitida de geração em geração, através da língua de sinais, portanto, se faz necessário para a construção da identidade do “ser surdo”, sendo um traço próprio do povo surdo, tornando possível a expressão das subjetividades. (...) A cultura surda é profunda e ampla, ela permeia, mesmo que não a percebamos, como sopro da vida ao povo surdo com suas subjetividades e identidades. (...) Mesmo que existam os diferentes grupos culturais, cada grupo não vive isolado, em seu mundo particular, mas, sim todos os grupos convivem e passam por conflitos em emaranhado de relações. (STROBEL, 2008, p. 112)

¹¹ A Pesquisa Brasileira de Mídia (2015), encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República ao IBOPE, revela que 95% dos brasileiros assistem TV regularmente e 74% a veem todos os dias. O estudo também aponta que 55% da população acessa, diariamente, as emissoras de rádio. O levantamento ouviu mais de 18 mil pessoas em todo o País. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 10/07/2015, as 15h.

E é dessa forma que as primeiras comunidades surdas do meio urbano surgem, no Brasil, como lugares de encontro, de troca de saberes, de conhecimentos e de reconhecimento de identidades construídas com base na inter-relação entre mais variadas expressões das culturas surdas. Esses grupos também despontam como uma estratégia para seus integrantes tentarem entender quais as particularidades da sua condição no mundo. Os grupos podem, também, servir com parte da preparação dos surdos para lidar com as restrições impostas pelo fato de conviverem em um mundo socialmente estruturado majoritariamente para pessoas ouvintes. E é exatamente esse hiato, esse vazio que a TV INES tenta romper, ao inserir a cultura surda no campo comunicacional.

Sabe aquela tela minimizada, no canto inferior da sua TV? Ela tem uma função social, você sabia? A janela traz a Libras, para que os surdos possam receber informação igualmente, por meio da garantia de visualização do intérprete utilizando a língua gestual. Alguns acham que incomoda. Que é feio. Também há quem acredite ser desnecessário. Será que todos sabem qual utilidade que aquela janela tem para quem usa as mãos para se comunicar e falar? É invertendo a lógica comercial e tentando utilizar a televisão como canal educativo, que a TV INES surge, em 2013, numa proposta de webTV bilíngue, produzindo todo o conteúdo com legendas e locução em português, numa grade de programação linear, integrando surdos e ouvintes.

Numa parceria entre o Instituto Nacional de Educação de Surdos (INES) e Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP), nasce esse projeto pioneiro que desafia esse percurso comercial da TV aberta, que historicamente alimenta muitas barreiras para aplicar recursos de acessibilidade. A TV INES, apresenta um formato audiovisual que explora o ambiente de web em seu total contexto de multimídia. A produção de um canal de televisão bilíngue revela narrativas audiovisuais que integra públicos por estar em diversos ambientes ao mesmo tempo, possibilitando múltiplas interações.

O País tem mais de 9,7 milhões de pessoas com dificuldade auditiva, de acordo com o último Censo do IBGE/2010. Por isso, cresce, entre surdos e ouvintes, o uso da Língua Brasileira de Sinais (Libras) – reconhecida como meio legal de comunicação e expressão pela Lei 10.436, sancionada no dia 24 de abril de 2002. A estreia da TV INES na internet

também se deu num 24 de abril – reforçando a relação entre a conquista legal dos surdos brasileiros e a conquista de um canal de *webTV* acessível a todos.

A TV INES produz os programas Aula de Libras, Super Ação, Cinemão, Panorama Visual, Café com Pimenta, Manuário, Tecnologia em Libras, Gera Mundos e Comédia da Vida Surda – este último, ainda inédito. Há também programas adaptados de outros canais e produtoras como “Momento Ambiental” e “Via Legal”, do Centro de Produção da Justiça Federal (CPJUS); “Visual”, da TV Brasil; “Brasil Eleitor”, do TSE; “Interesse Público”, do Ministério Público Federal; e “Salto para o Futuro”, da co-irmã TV Escola – um canal igualmente produzido pela Acerp.

Em janeiro de 2014, a programação passou a ser oferecida 24 horas, mesmo estando na *web* com uma grade intensa, desde o lançamento, em 2013, a TV vai se estabelecendo em diversos espaços, com uma dinâmica que garante cada vez mais protagonismo por parte das pessoas com deficiência, com ênfase nos surdos. Em 24 de abril de 2014, data de seu primeiro aniversário, a TV INES estreou seu novo e mais acessível portal¹² de internet. Além de assistir a todos os vídeos produzidos e exibidos pelo canal, o usuário pode também enviar seus vídeos colaborativos, comentar as publicações, avaliar os programas e interagir com a TV INES nas redes sociais, sem precisar sair do portal.

Nessa nova roupagem, dispõem de streaming¹³ e vídeo on demand - VoD¹⁴, tablets e televisões conectadas à internet. Além de aplicativos gratuitos para celulares, em aparelhos com sistema android¹⁵, iOS¹⁶ e em fase de desenvolvimento para Windows

¹² Disponível em: <http://tvines.com.br/>. Acesso em 19 de março de 2015.

¹³ É uma forma de distribuição de dados, geralmente de multimídia, em uma rede através de pacotes, através da Internet. Em *streaming*, as informações não são armazenadas pelo usuário em seu próprio computador não ocupando espaço no Disco Rígido (HD), ele recebe o "stream", a transmissão dos dados - a mídia é reproduzida à medida que chega ao usuário, dependendo da largura de banda seja suficiente para reproduzir os conteúdos.

¹⁴ Vídeo a pedido também conhecido pelo termo inglês vídeo on demand (VoD), é uma solução de vídeo sobre xDSL, ou outra tecnologia banda larga. Por meio de uma página Web na tela da TV, o assinante pode escolher diferentes tipos de filmes e programas de TV que estejam disponíveis em VoD. A solução consiste em enviar conteúdos em formato de vídeo, karaokê, jogos, etc. - sob demanda ou continuamente -, utilizando redes de banda larga de operadoras de comunicação.

¹⁵ Android é um sistema operacional móvel (SO) com uma interface de usuário baseada na manipulação direta, o Android é projetado principalmente para dispositivos móveis com tela sensível ao toque como *smartphones* e *tablets*; com interface específica para TV (Android TV), carro (Android Auto) e relógio de pulso (Android Wear). Aplicativo em Android da TV INES, disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=br.gov.ines.tv>. Acesso em 20 março de 2015, as 15h.

¹⁶ iOS (antes chamado de iPhone OS) é um sistema operacional móvel da Apple Inc. desenvolvido originalmente para o iPhone, também é usado em iPod touch, iPad e Apple TV. A interface do usuário do iOS é baseado no conceito de manipulação direta, utilizando gestos em multi-toque. A interação com o sistema operacional inclui gestos como apenas tocar na tela, deslizar o dedo, e o movimento de "pinça" utilizado para se ampliar ou reduzir a imagem. Aplicativo iOS da

Phone. A equipe de profissionais de televisão é composta por surdos, ouvintes, tradutores intérpretes e profissionais do Ines. O balanço elaborado pela TV, em janeiro de 2015, aponta o alcance de cerca de 315 mil visitas no portal, 2.3 milhões de minutos de streaming, 7 mil downloads de aplicativos para smartphone e 68 mil visualizações de VoD.

Desde a sua estreia, a TV INES conquista de maneira crescente e constante grande audiência nas diferentes plataformas e, em maio de 2014, ganhou o Troféu do Júri no Prêmio Oi Tela Viva Móvel – principal premiação para inovação em conteúdo móvel no Brasil. A organização também conquistou o prêmio de público na categoria “Mobilidade para Conteúdo Audiovisual”, oferecido pela Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão - SET.

Em 2014, também ocupou mais um canal, a TV NBR¹⁷. A emissora é educativa e transmite através de streaming. A TV do Governo Federal gera outro alcance para os conteúdos acessíveis da TV INES, com programa bilíngue, com legendas descritivas e locução, onde, em sua transmissão, provoca: porque a programação por completo, não é assim? Funciona? Quais questionamentos estão por vir? Os telespectadores estão percebendo a diferença nas produções?

O programa Café Com Pimenta

Em maio de 2015, a ACERP inicia a transmissão via satélite da TV INES. Na web 24 horas por dia, a programação da TV INES também pode ser sintonizada por parabólica. As transmissões via satélite iniciaram em abril de 2015, e ainda estão em fase experimental. O objetivo é ampliar a audiência do canal, cuja programação é distribuída através do satélite Star One C1 para todo o território nacional, com sinal digital aberto, transmitido, nesta fase inicial, na resolução SD (standard definition). A iniciativa abre novas frentes para a TV INES. Além de aumentar o alcance de público do canal, a transmissão via satélite facilita parcerias com as TVs por assinatura. Outro projeto é equipar os Centros de Atendimento aos Surdos (CAS), localizados em 26 cidades brasileiras, para receber o sinal. Para assistir à

TV INES, disponível em: <https://itunes.apple.com/us/app/tv-ines/id609048808?mt=8>. Acesso em 20 de março de 2015, às 10h.

¹⁷ TV NBR é um canal de notícias governamentais brasileiro. O intuito da emissora é informar sobre ações do Poder Executivo, além de difundir programas de teor educativo, cultural e serviços de utilidade pública. Disponível em: <http://conteudo.ebcservicos.com.br/streaming/nbr>. Acesso em 01 de abril de 2015, às 16h.

programação da TV INES pela parabólica é preciso sintonizara através do: Star One C1; Freq 4127MHz/ Symbol Rate 4069 / Fec: 2/3 – Polarização Horizontal.

O programa *Café com Pimenta* desponta como uma dessas novas frentes de produção. Como o *talk* mais envolvente da programação da TV INES, explora a figura representativa do apresentador, uma pessoa conhecida no meio cultural surdo. Ele convida personalidades para um bate-papo com café, humor e temas relevantes. Nesse contexto, é fundamental entender a condição que a produção em si, televisiva, remete a um ambiente complexo e híbrido. Trazendo assim, diversos elementos que serão incorporados na rotina, no fazer, nas práticas diárias a partir da vivência profissional. Por conta das possibilidades advindas dos meios técnicos de produção, circulação e consumo, os textos, as imagens e toda lógica conceitual da experiência é mediada pelo fazer acessível. Isto é, seu conteúdo expressa-se simultaneamente através da articulação de diferentes linguagens sonoras e visuais.



Figura 1 – Imagem de apresentação do programa do portal da TV. Fonte: TV INES.

No telejornalismo, o gênero “*talk show*” representado aqui pelo *Café com Pimenta*, é protagonizado por um apresentador surdo. Assim como em toda grade da TV INES, a língua (Libras), atua como fio condutor de processo. A ambiência traz representações, mas sempre envolve de maneira a remeter ao espaço comum, pois o programa é um produto que é construído para o consumo de todos.

Segundo Sonia Livingstone e Peter Lunt (1994) os programas de *talk show* reconfiguraram o sentido dominante de esfera pública, permitindo que as pessoas comuns tivessem seus assuntos mais pessoais discutidos e esclarecidos. “[...] Eles trazem questões além do domínio privado do ambiente doméstico e do local, já que o telespectador é também construído como cidadão, com um dever de ser informado acerca do mundo e de agir sobre ele” (LIVINGSTONE & LUNT, 1994, p. 38-39).

Ao todo, disponíveis no portal da TV INES, o programa Café com Pimenta conta com 17 produções, onde todos os conteúdos foram assistidos, contabilizando, aproximadamente, 15.556 visualizações via portal. A produção com maior alcance é a de estreia, a entrevista com Wilma Favorito, em 17 de março de 2014, com duas mil pessoas visualizadas na postagem. A ação possui uma base educativa, que propõe formação, sendo assim, a multiplicação é algo gradual e que espera ser orgânico na medida que os canais de distribuição vão sendo ampliados. A interação inicial, de surdo para surdo, é um ganho instantâneo, ao ter como consumidor em primeira instância o público do Ines, que tem estreita relação com a filosofia da comunidade surda: **“nada sobre nós, sem nós”** que justifica, na prática, o slogan: **TV INES – Acessível Sempre**. A estratégia, ao que parece, está obtendo o resultado esperado, ao mobilizar a comunidade surda para acompanhar e interagir com a programação. “A TV, na web, ainda está dando os primeiros passos. Logo teremos mais pares de TV conectados à internet e a audiência aumentará, assim como os aplicativos continuarão em processo de ajustes e melhorias constantes. (PIMENTA, 2015¹⁸).

O programa Café Com Pimenta e sua rotina de produção acessível

Diante da necessidade de explorar as rotinas de produção e conteúdos com acessibilidade do programa Café com Pimenta, se configura fundamental a investigação acerca da teoria do newsmaking¹⁹ e das estratégias de transmídia²⁰. No newsmaking, a priori está na observação da lógica dos processos de produção de notícias, assumindo um lugar na possibilidade de se reinterrogar esse campo nas suas ideologias e representações.

Tendo o reconhecimento do jornalismo como espaço de construção da realidade social (VIZEU, 2007), o programa Café com Pimenta, assim como toda a grande que integra a TV INES, se identifica a exploração por representações no âmbito da inclusão social através da produção de conteúdos pelo telejornalismo. Nesse processo, os critérios

¹⁸ Em entrevista concedida à pesquisadora.

¹⁹ O modelo teórico do newsmaking, cuja sistematização dos autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina, por exemplo, leva em considerações critérios de noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção.

²⁰ As estratégias transmídias correspondem ao conjunto de procedimentos adotados pelas emissoras para desdobrar e/ou complementar os conteúdos propostos pela televisão, a partir da programação broadcasting, em outras plataformas e mídias, sobretudo por meio da internet. Essas estratégias estão divididas em estratégias de propagação e estratégias de expansão. As de propagação são as mais frequentemente difundidas; são aquelas fundamentadas na reiteração e repercussão dos conteúdos da TV em diferentes plataformas, promovendo a realimentação e ressonância entre eles (conteúdos exibidos da TV com conteúdos disponibilizados em site ou dispositivos móveis) (FECHINE, 2013).

para construção dessa notícia, produção, distribuição e consumo são trabalhados para a viabilização de um meio de comunicação com conteúdo acessível.

A dialética entre os vários atores na produção da notícia envolve os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade. São estes critérios que determinam se um acontecimento será ou não noticiado e qual a posição que essa informação ocupará na hierarquia da produção jornalística. “São as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícia, que recomendam a seleção de um facto” (WOLF, 2009, p. 195-196). Estes valores aplicam-se não apenas no momento da seleção, mas durante todo o processo de produção das notícias, ou seja, na recolha, seleção e apresentação.

Nesse sentido, o newsmaking coloca em relevo o emissor, o profissional da comunicação e seus critérios de noticiabilidade. Busca, assim, compreender o papel de mediador do profissional da informação em todo o processo de produção informacional (identificação, edição, distribuição etc.), quando da conversão da realidade social à narrativa jornalística: “os aspectos de rotina” referentes ao processo de produção de notícias.



Figura 2 – Imagem do portal da TV INES com registros das plataformas e aplicativos interativos. Fonte: TV INES.

Desse modo, a figura do apresentador surdo, que também é um ícone significativo, já emite uma performance. Ele é o mediador, o sujeito de fala, que remete a diversas representações simbólicas por sua trajetória e conhecimento. “Em razão da intimidade familiar inerente à linguagem do vídeo, a figura do apresentador ou animador tem sido essencial à mensagem televisiva” (SODRÉ, 1984, p.60).

“As dificuldades me parecem ser circunstanciais e do cotidiano, nada relevante. Os desafios são muitos, especialmente o de trabalhar no sentido da construção de uma imagem positiva de um profissional surdo, pois infelizmente a sociedade em geral ainda vê o surdo como sujeitos de segunda categoria ou pessoas deficientes”. (PIMENTA²¹, 2015)

²¹ Em entrevista concedida à pesquisadora.

Em segundo plano, e, também, protagonizando o processo em si, o entrevistado sendo surdo ou ouvinte, estabelece um novo contato. Ambos sentem que é uma nova experiência, uma provocação, despertando os sentidos. Como me comporto? Há regras? Eu não sei Libras, como vou interagir? E o público vai entender?

CAFE COM PIMENTA – JASON JOHN I



Figura 3 – Imagem do apresentador falando sobre o entrevistado e, na janela ao lado, uma imagem de apoio dialogando com o contexto da entrevista (interações sobre o tema em questão). Fonte: TV INES.

É fundamental o entendimento de que não estamos apontando o “fazer acessível” como padrão, mas sim revelando um projeto que tem como meta a garantia da aplicabilidade de recursos com acessibilidade, desenvolvendo sua rotina a partir disto, um padrão onde todos os processos jornalísticos se alteram. É preciso ter como priori a absorção dessas práticas em sua dimensão mais densa, de multiplicação de elementos. Desse modo, no produto final, percebe-se que o resultado final busca atingir cada vez pessoas, respeitando suas singularidades e multiculturalismo.

De acordo com o jornalista e autor-roteirista do Café com Pimenta, Enilton Rodrigues, a produção do programa passa por 15 processos até a hospedagem do conteúdo na internet, disponibilização por aplicativo e demais canais de acesso: (a) Pesquisa sobre o entrevistado; (b) Roteiro da entrevista, estabelecendo uma hierarquia para os assuntos relativos a cada 'biografado', com 'cabeças' de 'apresentação' e perguntas que criam uma 'timeline' da vida do entrevistado; (c) Gravação: acompanhamento e eventuais acréscimos de perguntas e/ou mudanças nos textos das cabeças; (d) Decupagem; (e) Criação do Roteiro de Edição: adequação do roteiro inicial às possíveis alterações ocorridas durante as gravações; indicações de pesquisas de imagem (para ilustrar as entrevistas); indicações de recursos narrativos (como 'fades', 'fusões' e trechos de 'sobe som', por exemplo); cortes de 'conteúdo' (definição da ordem de entrada dos assuntos, definição sobre a edição de trechos da entrevista que não interessem ao conteúdo do programa e etc); (f) Após a 1ª fase da edição, revisão (para checar se o que foi pedido no roteiro de edição foi cumprido e se não

foi, por que); (g) Tradução e interpretação: com apoio de intérprete, transcrição dos diálogos; (h) Revisão do texto dos diálogos para a gravação da locução (versão para ouvintes, pois o programa é bilíngue); (i) Texto é enviado para a legendagem; (j) Após a gravação dos off's do programa, nova revisão; (k) Revisão final do texto da legendagem; (l) Criação de sinopse de cada programa para a web; (m) Hospedagem em diversos canais, site, aplicativos para celular, redes sociais, NBR e demais parceiros; (n) Consumo e interações; (o) Balanço da produção e outros desdobramentos.

"Se eu for comparar com uma TV comercial, aberta, que eu trabalhava antes, se por um exemplo ela traz os processos: discussão de pauta, pesquisa, pré-produção, produção, gravação e pós-produção, posso tranquilamente multiplicar por três o formato com acessibilidade que aplicamos na TV INES, seguindo o mesmo percurso. Hoje temos de 13 a 15 processos para concluir um programa de 28 minutos, como o Café com Pimenta".
(BENEDOICTIS²², 2015).

Considerações Finais

Quando analisamos a experiência da TVINES, podemos concluir que a produção de um programa totalmente acessível envolve a incorporação de novos elementos ao fazer jornalístico para televisão. As rotinas de elaboração devem, para tanto, compreender especificidades tanto com relação às linguagens e narrativas, quanto para que a inclusão ocorra de modo a permitir que os sujeitos dessa comunicação (pessoas com deficiência), atuem como protagonistas do processo jornalístico, enquanto produtores e receptores ativos dos conteúdos.

Para tanto, são necessárias muitas mudanças nas práticas diárias de construção de notícias. E preciso problematizar a padronização dos formatos comerciais, pois já temos diversos cenários que apontam para múltiplas atuações. Uma das estratégias para o enfrentamento desse desafio pode ser associar as potencialidades abertas pelo uso da internet e dos dispositivos móveis para a interação com diversos públicos. Tudo isso, dialogando de modo operativo, com aspectos de interatividade que são próprios da plataforma televisual. Seguindo essa linha, os recursos e aplicações precisam ganhar uma nova roupagem, que passa, na maior parte das vezes, por adaptações que vão desde a conduta ética e profissional do jornalista/comunicador até os procedimentos técnicos e metodológicos para construir um ambiente de comunicação acessível.

²² Em entrevista concedida à pesquisadora.

Nesse cenário, a experiência da TV INES nos leva a pensar que as narrativas televisuais não devem ficar presas aos formatos tradicionalmente difundidos. Podem e devem ousar transcender o modelo comercial. Com base nessa perspectiva, compreendemos que o jornalista necessita dominar ferramentas. Todavia, tal controle passa a ser secundário quando ele deve se preocupar em empreender uma linguagem diversificada para conferir tratamento informativo com qualidade e inovação voltados para a abertura de espaços cada vez mais interativos e participativos para pessoas com deficiência.

REFERÊNCIAS

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** – Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf> . Acesso em 20/06/2015.

FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecilia; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. **Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo.** In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira. Porto alegre: Sulina, 2013.

GOMES, Raimunda Aline Lucena. **A comunicação como Direito Humano: Um Conceito em Construção.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, 2007. Disponível em http://www.dhnet.org.br/direitos/textos/midia/gomes_comunicacao_como_dh.pdf. Acesso em 20/04/2010, às 20h.

LIVINGSTONE, Sonia M.; LUNT, Peter. **Talk on television: audience participation and public debate.** London: Routledge, 1994.

MARTÍN-BARBERO, J. Globalização comunicacional e transformação. In: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder.** Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 57-86.

SODRÉ, Muniz. O monopólio da fala, 6. ed., Petrópolis: Vozes, 1984.

STROBEL, Karin. **As imagens do outro sobre a cultura surda.** Florianópolis: Editora UFSC, 2008.

VIZEU, Alfredo. **O newsmaking e o trabalho de campo.** In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. Metodologias de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

WOLF, M. (2009). **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.