



A Busca por uma Outra Comunicação nas Reportagens: “O Silêncio que Fala”¹

Luciellen Souza LIMA²
Raul Augusto RAMALHO³
Sandra MOURA⁴

Resumo

No Brasil, mesmo com o desenvolvimento da tecnologia e o aumento das opções de canais de informação, a televisão ainda é o meio de comunicação pelo qual a maioria da população se informa sobre o mundo a sua volta, e por consequência, com maior poder de influência na vida dos brasileiros. Embora o canal continue servindo massivamente para materializar o sistema dominante (o capitalismo) e os interesses das classes majoritárias, nossa hipótese é que mesmo com as pressões do mercado e as limitações de estrutura e de pessoal dentro das redações, o jornalismo da televisão aberta pode trabalhar em prol da cidadania, da promoção da educação e da redução de preconceitos. Basta que os jornalistas ponham em prática os preceitos éticos inerentes à profissão, em busca de uma outra comunicação na qual a democracia e a cidadania estejam em evidência. Este artigo faz uma análise da série de reportagens “O silêncio que fala”, com o foco na vida dos surdos. A experiência de jornalismo cidadão foi feita na TV Paraíba, afiliada da TV Globo, na cidade de Campina Grande, Paraíba.

Palavras-chave: ética; telejornalismo; surdos; cidadania.

Introdução

Ter uma televisão em casa no Brasil é uma necessidade maior do que possuir uma geladeira. Prova disso são os números da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD 2011 - do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. No país em 95,8% dos domicílios existe uma geladeira, enquanto que em 96,9% tem pelo menos uma televisão. Destes números podemos ter a dimensão da importância da TV para os brasileiros.

Apesar da avalanche de mudanças tecnológicas pelas quais o mundo está passando, e principalmente do avanço da internet e das novas formas de acesso à informação, “a televisão é a mídia hegemônica no Brasil, em particular, e nada indica que isso deve mudar nos próximos anos” (BARBOSA, 2012, apud VIZEU; ROCHA, 2012, p. 89).

O meio absorve a maior fatia da audiência do público em relação aos outros meios de comunicação. A televisão comanda a construção da realidade dos brasileiros – numa linha de

¹Trabalho apresentado na modalidade Artigo Científico da IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

²Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: luciellenlima@hotmail.com

³Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email:rauljornalistacg@yahoo.com.br

⁴Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – PPJ/ UFPB, email: sandramoura@ccta.ufpb.br



pensamento que defende que as pessoas veem o mundo de acordo com as janelas abertas pelos meios de comunicação, defendida por Lipmann (2008).

Nesse contexto, observando a força do jornalismo como mediador dos acontecimentos junto ao público, o telejornal assume um papel predominante no relato periódico de eventos perante a sociedade. Sobre isso Coutinho (2012, p. 21) diz que “no Brasil os telejornais se constituem na contemporaneidade como (um)a nova praça pública, onde significativa parcela da população brasileira celebra senão o único, ao menos o mais importante encontro cotidiano com informações de caráter jornalístico”.

No trabalho diário de selecionar os eventos noticiáveis os jornalistas precisam excluir diversos acontecimentos, até porque todo noticiário, televisivo ou não, tem um tempo ou um espaço pré-determinado. “Os temas potencialmente mediatizáveis, ou seja, os assuntos que poderiam figurar no jornal são muito mais numerosos do que a capacidade física do produto informativo. A seleção de temas é inevitável” (BARROS FILHO, 1999, p. 286).

A respeito dessa seleção inevitável Marcondes Filho (2000, p. 78-79, grifo do autor) afirma que “A condição de possibilidade da existência das coisas é entrarem no mundo da representação. E o que isso significa? Quer dizer que os fatos – todos eles – carecem de um *tratamento mediático* para efetivamente existirem.” Consequentemente, aquilo que não aparece na mídia passa como inexistente perante a sociedade. Segundo Barros Filho (1999, p. 285) ao fazerem essa seleção os jornalistas “acabam condenando à inexistência social os temas preteridos e, dessa forma, fazem com que a sociedade discuta prioritariamente sobre alguns assuntos por eles eleitos.”

Muito se discute sobre a qualidade e as intencionalidades das informações repassadas pelos telejornais. Admitimos o teor negativo de grande parte do conteúdo midiaticizado, tanto com relação ao conteúdo em si, quanto no que diz respeito à distorção do que é veiculado, seja deliberada (com intenção) ou inadvertidamente (quando os jornalistas são levados a essa atitude pelas condições de trabalho) (BUCCI, 2000).

Há um entendimento entre os teóricos do jornalismo de que “[...] o conteúdo médio da imprensa mundial mantém uma profunda coerência com valores hegemônicos e, mais que isso, com um discurso dominante” (BUCCI, 2000, p. 175). Sem contar com os fatores ideológicos e econômicos óbvios numa sociedade capitalista, uma das causas apontadas para isso é que as classes dominantes tem acesso livre e/ou facilitado aos jornalistas, já que mantém uma estrutura mais organizada de promoção e de divulgação de eventos noticiáveis.

Nesse contexto, Magnoli (1996 apud SEABRA, 2008, p. 115) alerta para essa diferença no que é veiculado vindo de fontes oficiais e de fontes que não tenham uma estrutura formal de contato com a mídia:

[...] nem todos os fatos são igualmente acessíveis para a imprensa. Instituições oficiais (governos, prefeituras, parlamentos...) e grandes empresas possuem aparatos de comunicação e relações públicas eficientes [...], enquanto os movimentos populares (de bairros, de categorias profissionais etc.) não dispõem dos mesmos recursos. Desta forma, as pautas jornalísticas são normalmente muito mais completas nos assuntos concernentes às elites políticas e econômicas.

Traquina (2004, p. 198) compactua dessa mesma ideia, comparando o processo de seleção de acontecimentos feito pelos jornalistas, com um tabuleiro de xadrez, onde só participa do jogo quem consegue ter acesso aos profissionais da mídia.

Os movimentos sociais com poucos recursos têm dificuldades em ver os seus acontecimentos transformados em notícia. Se pretendem jogar no tabuleiro do xadrez jornalístico, precisam ajustar o seu modo de interação organizacional aos modos das organizações estabelecidas. A cobertura do movimento social depende em parte da capacidade de criar um aparelho de publicitação e demonstrar a sua vontade de participar na teia de faticidade que sustenta o trabalho jornalístico.

Porém, nesse processo de seleção outras forças influenciam, como a autonomia do próprio jornalista. Uma autonomia relativa.

Devido à importância da 'relativa autonomia' dos jornalista, a existência de valores e normas profissionais, bem como a pujança de toda uma cultura que atrai um número significativo de jovens que já acreditam na mitologia jornalística, a crescente capacidade por parte de diversos agentes sociais em participar e, às vezes, vencer (n)o xadrez jornalístico, defendemos a posição de que seria mais correto afirmar que o jornalismo é um Quarto Poder que defende sobretudo o *status quo*, mas periodicamente realiza o seu potencial de contra-poder. (TRAQUINA, 2004, p. 201, grifo do autor)

Compactuando dessa ideia Peruzzo (1999, p. 131) diz que os meios de comunicação massivos podem sim absorver e divulgar assuntos de interesse das classes menos favorecidas:

Há que se reconhecer o grande poder da mídia e sua manipulação, prioritariamente, a serviço dos interesses as classes dominantes, mas nem por isso ela deixa de dar sua contribuição ao conjunto da sociedade. Quando

quer, divulga campanhas e programas educativos e outros de elevado interesse público.

Levando em consideração as discussões pinçadas nos parágrafos anteriores, decidimos realizar um estudo acerca de uma experiência exitosa no que tange à abertura de espaço na mídia massiva para minorias, visando a promoção da cidadania e da educação pelo telejornalismo regional, além da valorização da ética do jornalismo. Nos referimos à série de reportagens intitulada “O silêncio que fala”, exibida na TV Paraíba, afiliada da TV Globo, na cidade de Campina Grande, no estado da Paraíba. A série abordou a realidade de surdos que moram na citada cidade, tratando de assuntos relacionados ao cotidiano dessas pessoas. A comunidade surda, assim como outras minorias, tem dificuldade de acesso aos jornalistas, mas tiveram, neste caso, espaço privilegiado.

Analizamos o conteúdo veiculado nas reportagens com base nas acepções de Bardin (1977). Segundo a autora, esse tipo de análise, entre outras funções, serve como instrumento para as ciências sociais determinarem a influência cultural das comunicações de massa na nossa sociedade. Bardin (1977, p. 44) afirma ainda que a análise de conteúdo, “é uma busca da realidade através das mensagens”. Ela defende que esse tipo de análise usa diversas áreas do conhecimento para atingir seus objetivos e valoriza o que é chamado pelos estudiosos franceses de condições de produção.

Ao analisar a série de reportagens “O silêncio que fala” procuramos mostrar porque a equipe de jornalismo resolveu abordar o tema. Como os assuntos relacionados à vida dos surdos entraram no noticiário da TV Paraíba. Além disso, procuramos descrever a forma com a qual as reportagens foram produzidas. Para obter essas informações, realizamos entrevistas com os profissionais que trabalharam na produção do material, além de nos valermos da experiência pessoal de uma das autoras deste artigo, a jornalista Luciellen Souza Lima, que fez parte da equipe da série. Antes, porém, de iniciar a análise em si, abordaremos alguns aspectos teóricos que nos dão suporte na concepção deste estudo.

Cidadania, Ética e Televisão Regional

Quando falamos em cidadania lembramos de direitos sociais, civis e políticos. Mas é necessário destacar, que, segundo Vicente (2009) o termo só ganhou força na



contemporaneidade recebendo novos sentidos. Silva (2009, p. 17) também aborda a temática explicando que apesar das desigualdades sociais as populações carentes ou discriminadas sempre lutaram por seus direitos:

A humanidade sempre esteve sujeita à lutas constantes. São reivindicações a favor de melhores condições de vida, garantia de direitos, como educação, saúde e moradia, salários mais dignos, com carga horária de trabalho adequada, enfim, são lutas que sempre procuraram alimentar o desejo de uma sociedade mais justa e igualitária, capaz de efetivar a cidadania para toda a população.

Considerando as peculiaridades da sociedade contemporânea, Duarte (2007) explica que no mundo atual o exercício da cidadania, passa diretamente pelo acesso aos meios de comunicação.

A ideia de que comunicar seja um direito de todo cidadão a se manifestar e ser ouvido não se limita à questão de liberdade de acesso aos meios de comunicação, ou seja, é possível receber as mensagens transmitidas pela mídia. O direito à comunicação passa necessariamente pela participação do cidadão como sujeito ativo em todas as fases do processo de comunicação, tornando-se também emissor. (DUARTE, 2007, p. 106).

Numa sociedade cuja mídia tem uma importância considerável na construção de significados do mundo, sobretudo a televisão, como já mostramos, o papel dos jornalistas é fundamental para garantir a efetivação da cidadania. Um compromisso permeado pela ética.

[...] a ética existe para proteger o jornalismo – e a condição de cidadão que, no homem comum, vem sendo sobrepujada pela condição de consumidor. A ética deve cuidar de orientar o jornalismo a atender o consumidor de forma crítica, sem se restringir às demandas do mercado (BUCCI, 2000, p. 185) .

Porém, os compromissos da ética não estão presentes em abundância nas redações. Os valores mais gritantes são norteados pelo mercado, já que numa visão empresarial as notícias são produtos feitos para serem vendidos. A ética vai estar presente ou não no fazer jornalístico, em sua maioria, de acordo com as regras comerciais.

O jornalismo será ético ou não em função do sabor da hora, do lugar, da necessidade, do interesse, do olhar. Em especial nas condições industriais – nas quais o negócio da comunicação é o fator decisivo para a existência do



próprio jornalismo e na sua configuração imposta pela indústria da cultura -, que a tudo homogeneiza (COSTA, 2009, p. 255).

“Trata-se de uma educação compromissada e comprometida com a sociedade de mercado e de consumo” (PIGNATARI, 1991 apud FERNANDES, 2006, p. 73). Entretanto, segundo os princípios éticos, o sensacionalismo, que seria, segundo Bucci (2000), o exagero dos fatos e apelação demasiada da violência, do sexo e do sofrimento humano, foge do que deve ser o jornalismo.

[...] o sensacionalismo é eticamente reprovável. Sensacionalismo, atenção, não é sinônimo de 'jornalismo popular', como se costuma acreditar. 'Jornalismo popular', nessa acepção, é em si uma acepção preconceituosa: supõe que popular seja sinônimo de mau gosto. Pode-se fazer jornalismo popular e mesmo jornalismo policial, cujo tema é a violência, dentro dos bons padrões éticos. Sensacionalismo é o jornalismo que se curva ao preconceito, intensificando-o (BUCCI, 2000, p. 154)

Como no modelo de televisão americano, adotado no Brasil, "O anúncio publicitário, ou comercial, é a espinha dorsal do sistema televisivo nos países capitalistas. E a forma de valorizar o espaço comercial está diretamente ligada à capacidade de conseguir audiência para seus programas". (WILLIAMS, 1974 apud FERNANDES; OLIVEIRA, 2006, p. 131).

Fernandes (2006, p. 75) explica que para garantir a audiência, os programas são superficiais, pois assim atraem mais facilmente as massas. "São conteúdos que anestesiaram a mente do telespectador, fazendo dele um objeto passivo e um cliente a mais de seus mercados".

Porém, dentre os dez mandamentos éticos de Paul Johnson, abordados por Bucci (2000), que devem nortear o trabalho dos jornalistas, dois têm estreita relação com a discussão aqui colocada: disposição para liderar e coragem.

[...] 'disposição para liderar' significa ser capaz de remar contra a maré, ter a iniciativa de, se necessário, combater o senso comum. O que se contempla com a obrigação de 'mostrar coragem'. Sem bravatas nem demonstrações de valentia, a imprensa não pode se dobrar às pressões – e tem de deixar explícito que não se dobra (BUCCI, 2000, p. 166).

De acordo com Fernandes (2006, p. 74), a TV pode produzir notícias e programas de impacto social positivo "capazes de fomentar uma atitude de reflexão, de opção pessoal, de



diálogo construtivo, profundamente respeitosa do pluralismo e alentadora da livre convicção, que leve a ação e que não termine no momento em que acabam as emissões".

Mostraremos nos tópicos posteriores deste artigo que a série de reportagem “O silêncio que fala” é uma prova disso. Mas antes precisamos passear por alguns conceitos importantes sobre jornalismo regional, já que é nesse universo onde se encaixa a TV Paraíba. A emissora foi instalada em Campina Grande em 1987 e desde então retransmite o sinal da Rede Globo, se colocando como afiliada da emissora nacional. Hoje a TV Paraíba é líder de audiência em Campina Grande, cidade com quase 400 mil habitantes – números do senso 2010, do IBGE – sendo considerada um polo tecnológico, alavancado pelas universidades públicas e privadas instaladas no município. Campina Grande também se destaca em nível nacional pelas manifestações populares nos festejos juninos, realizando 31 dias de festa, anualmente, num universo rico de cultura regional.

Sousa (2006, p. 105) diz que TV regional entende-se por um "empreendimento instalado numa determinada área, com alcance limitado por lei e por recursos técnicos, quase sempre subordinado a uma grande rede e com alguma autonomia na grade de programação”. O autor ressalta ainda que o conceito de televisão regional não é fechado, uma vez que os modelos não seguem padrões, variando muito de região para região.

Acreditamos que é necessário e possível, em âmbito regional, iniciativas positivas da mídia em dar espaço a grupos normalmente excluídos. Este artigo é uma tentativa de mostrar que embora existam as diversas pressões do mercado o jornalismo pode sim “remar contra a maré” e evidenciar uma outra comunicação.

Uma outra Comunicação

Essa outra comunicação da qual nos referimos pode ser entendida sob duas perspectivas: a primeira, a elaboração de reportagens utilizando um jornalismo cidadão, ético, que embora tenha pouco espaço no modelo atual de noticiários, por diversos motivos, alguns já abordados nos parágrafos acima, é necessário e, com esforço dos profissionais, também é possível; a segunda, a comunicação dos surdos, baseada na Língua Brasileira de Sinais – Libras -, que foge completamente das referências da linguagem oral, na qual a grande maioria das pessoas utiliza para a comunicação.



Só para nos situarmos numericamente, cabe registrar que no estado da Paraíba existem 6.500 surdos. Já em Campina Grande são cerca de 600, segundo dados do IBGE. Para Strobel (2008, p. 11), o preconceito sempre foi um dos grandes problemas enfrentados pelos surdos: “a cultura surda, ao analisarmos a sua história, vê-se que ela foi marcada por estereótipos, seja através da imposição da cultura dominante, ou das representações sociais que narram o povo surdo como seres deficientes”.

Descrevendo desafios e exemplos de superação a autora, que é surda, faz uma diferenciação importante para o nosso entendimento. Segundo ela, o povo surdo seria um agrupamento formado apenas por surdos, enquanto comunidade surda seria formada por todas as pessoas que interagem com os surdos: famílias, amigos, colegas de escola e trabalho, etc. Logo, fica claro que este artigo aborda a questão da comunidade surda, pois trata da vida dos surdos e das relações com outros surdos e também com ouvintes.

É importante colocar, ainda sob uma visão de Strobel (2008, p. 109), que a Língua Brasileira de Sinais (Libras) é essencial para a perpetuação da identidade da cultura surda.

[...] a cultura surda retrata a vida que os sujeitos surdos levam; as suas conversas diárias, as lições que ensinam entre si, as suas artes, os seus desempenhos e os seus mitos compartilhados, o seu jeito de mudar o mundo, de entendê-lo e de viver nele. Para conhecer a cultura surda é importante a convivência com a comunidade surda[...].

No tópico seguinte vamos, então, analisar como a série de reportagens “O silêncio que fala” retratou a cultura e a vida da comunidade surda em Campina Grande, lidando com as duas perspectivas de uma outra comunicação.

“O silêncio que fala”

Uma matéria de um minuto e meio para fechar o jornal da noite em um sábado do mês de fevereiro de 2013. Era Carnaval, e em Campina Grande, o período não é marcado por grandes festas populares, e sim por eventos diversos que incentivam a reflexão, principalmente de cunho religioso. Uma repórter da TV Paraíba que estava de plantão recebeu a pauta à tarde para cobrir um evento realizado na cidade por membros da comunidade

Testemunhas de Jeová que tratava sobre os surdos. Foi aí que surgiu a ideia da série “O silêncio que fala”.

A repórter se encantou ao perceber neste evento que uma palestra participativa acontecia completamente em silêncio. Palestrante e auditório se comunicavam em Libras e não era preciso som algum para que a comunicação fosse efetiva. Ao conversar com os surdos, com ajuda dos organizadores do evento que também falavam português, a repórter percebeu que existe toda uma forma de viver específica da comunidade surda.

Ela pôde ter ideia de como é difícil ter um raciocínio normal, ter todas as aspirações que qualquer ser humano tem como de querer crescer na vida, ser reconhecido e formar família, e ter que enfrentar diversas dificuldades por causa da surdez, dentro de um mundo no qual os ouvintes predominam. Além disso, o preconceito é uma barreira presente até mesmo dentro dos próprios lares. “[...] a sociedade ainda vê os surdos como 'deficientes', 'anormais', 'doentes' e os líderes surdos e membros do povo surdo estão querendo reconhecimento e fortalecimento de suas identidades surdas” (STROBEL, 2008, p. 97).

Ao ter a ideia de fazer a série, a repórter elaborou um projeto. O intuito era fazer uma série de cinco reportagens retratando a vida dos surdos em Campina Grande. As matérias incluíam as diversas curiosidades com relação à cultura surda e a luta pelo fim do preconceito e pela garantia de direitos. Além disso foi proposta a utilização de uma câmera de mão, além da câmera usual do cinegrafista, para mudar um pouco a linguagem habitual das reportagens e mostrar os intérpretes nas entrevistas, já que no enquadramento da câmera principal ficaria apenas o surdo e a voz seria a do intérprete, que só apareceria no enquadramento da câmera alternativa.

O projeto foi aprovado pelo chefe de redação e abraçado por mais dois colegas jornalistas, o editor e o produtor do JPB Primeira Edição, jornal que na época, era apresentado pela repórter que propôs a série. Os colegas, além de contribuir com a produção e a edição, se prontificaram, na medida do possível, a acompanhar as gravações e ficar responsável pela gravação das imagens na câmera alternativa.

De início, podemos notar que o principal critério de noticiabilidade utilizado para a decisão de fazer a série foi o espírito de idealismo de toda a equipe envolvida, interessada em fazer um trabalho que fugisse do convencional, com uma contribuição social mais efetiva. Além de ser um tema que desperta curiosidade, foi feito uso da autonomia relativa do jornalista, da qual fala a teoria interacionista defendida por Traquina (2004, p. 201): “Para a



teoria interacionista, as notícias são o resultado de processos de interação social não só entre os jornalistas e as fontes, mas também entre os próprios jornalistas, vistos como membros de uma comunidade profissional.”

A equipe que foi formada teve pouco mais de um mês para colocar a série no ar. O primeiro desafio foi conseguir marcar as entrevistas com os surdos, pois eles não falam no telefone. Então, primeiro era preciso falar com algum intérprete, para que ele pudesse ir até os surdos e marcar o horário e o lugar das entrevistas. Por isso a parte da produção de toda a série deu mais trabalho que o convencional.

Era preciso gravar em horários que não atrapalhassem tanto o andamento das matérias do dia para os telejornais, já que não era possível ter um cinegrafista, um auxiliar, um equipamento e um carro disponíveis para a série. Seria necessário pagar hora extra, o que para a empresa era inviável, pois a emissora tinha entrado numa redução de gastos para investir na instalação de equipamentos digitais.

Com tanta gente para entrevistar, tantas imagens para gravar e tantas passagens para fazer, a equipe constatou que não haveria tempo suficiente para concluir o trabalho dentro do prazo estabelecido. Então, os três jornalistas da equipe decidiram fazer as gravações utilizando os próprios veículos, de forma voluntária. O trabalho dos três para a série foi feito voluntariamente em horário extra, pois não era possível deixar as atividades diárias do JPB Primeira Edição para se dedicar apenas à série. É que a equipe da redação como um todo é reduzida e as horas extras estavam vedadas. Pra completar a equipe, um cinegrafista foi cedido para as gravações, dentro do horário de trabalho, e no lugar dele, temporariamente, foi colocado um dos profissionais que trabalham no estúdio. As funções de motorista e auxiliar, que normalmente ficam a cargo de mais uma pessoa, foram divididas entre os três jornalistas e o cinegrafista.

Ao todo foram gravadas doze fitas, cada uma com meia hora. Foram feitas quatro reportagens, com uma média de seis minutos. Além disso, para cada dia de exibição das reportagens, foram marcadas entrevistas para serem feitas no estúdio, durante o jornal, como forma de aprofundar o assunto da série.

Em cada reportagem uma intérprete de Libras gravou a tradução dos textos e das falas para que os surdos pudessem entender. E nos blocos previstos para a exibição da série, uma outra intérprete fez a tradução em Libras, ao vivo, das entrevistas. Tudo para que naqueles dias, pelo menos nos momentos em que se falava sobre os surdos, houvesse de fato uma



estratégia de inclusão. Todas as intérpretes também trabalharam de forma voluntária, por estarem ideologicamente envolvidas com a cultura e com a luta dos surdos. Abaixo faremos uma descrição rápida de cada reportagem.

A primeira reportagem tratou do surdo na sociedade. As lutas pelos direitos, como os surdos se sentem no meio de uma sociedade que não os compreende, os problemas enfrentados diariamente nos diversos lugares. Mostrou também uma escola de áudio comunicação, onde o ensino é todo feito em Libras.

A segunda, se dedicou a explicar as peculiaridades da Língua Brasileira de Sinais. Como ela é formada, como é a comunicação e como é o processo de ensino-aprendizagem. Mostrou uma turma de ouvintes, todos estudantes de direito de uma faculdade particular, aprendendo Libras com um professor surdo, que tiveram a ideia de incluir a Libras no Tribunal do Júri.

A terceira reportagem mostrou casos em que o surdo enfrenta o mundo e consegue estudar, fazer um curso superior e trabalhar. Mostrou dois surdos trabalhando e vários estudando em instituições diferentes, em salas de aula junto com ouvintes.

A quarta e última reportagem abordou o tema do surdo na família. Mostrou um caso de pais ouvintes com uma filha surda e dois casos de pais surdos com filhos ouvintes. As estratégias de inclusão dentro dos lares e o auxílio do computador e da tecnologia em favor dos surdos.

Em todas as reportagens a repórter apareceu mais de uma vez, com passagens utilizando a câmera do cinegrafista e uma câmera na mão, de uma forma diferenciada do convencional. Os textos foram escritos com uma linguagem leve e descontraída, utilizando os termos orientados pelos especialistas da área para não reforçar o preconceito. Por exemplo, a palavra “surdo” foi a mais aconselhada, sendo vedado o uso da expressão “deficiente auditivo”, para não taxar o surdo como deficiente. A expressão “surdo-mudo” também é considerada equivocada, pois o surdo não é mudo, apenas não fala português. A expressão “falar em Libras” foi bastante utilizada, pois apesar de não ser uma língua oral, é considerado que a Libras é **falada** em gestos. O que reforça a lógica do nome da série “O silêncio que fala”.

A quebra de padrões temáticos, estéticos e até o tempo disponibilizado para o assunto em cada telejornal (uma média de 11 minutos juntando a reportagem e a entrevista) foi bem vista pela empresa, pelos jornalistas da emissora e pelos telespectadores, visto que a



repercussão da série nas ruas e nas redes sociais foi positiva. Sobretudo entre a comunidade surda, que nunca tinha tido um espaço tão grande na televisão para tratar sobre os diversos temas da sua cultura.

Então o desafio para o povo surdo é construir uma nova história cultural, com o reconhecimento e o respeito das diferenças, valorização da língua, a emancipação dos sujeitos surdos de todas as formas de opressão ouvintistas e seu livre desenvolvimento espontâneo de identidade cultural! (STROBEL, 2008, p. 93)

Considerações finais

Não temos a ilusão de afirmar que a mídia no geral é um espaço alentador e democrático no que diz respeito à participação dos diversos grupos sociais que compõem a complexa organização da sociedade nos dias de hoje. Principalmente a televisão, que ainda é o meio mais importante para público brasileiro. Obviamente, seu uso em favor de interesses particulares é uma rotina. Nesse sistema em que vivemos, no qual o lucro é o objetivo final, a relação mídia/mercado/consumo se faz evidente.

Fica também evidente o reforço do cenário midiático como legitimador de saberes e costumes na nossa sociedade. Para as minorias esse é um espaço fundamental: “[...] a cidadania, para as minorias, começa, antes de tudo, com o acesso democrático aos meios de comunicação. Só assim ela pode dar visibilidade e viabilizar uma outra imagem sua que não feita pela maioria” (BARBALHO, 2009, p. 37).

Como resultado deste estudo, podemos afirmar que a série “O silêncio que fala” conseguiu informar e promover a cidadania, trazendo para os holofotes midiáticos a realidade dos surdos que moram em Campina Grande. Apesar de não fazermos uma comparação com o conteúdo exibido normalmente na programação da TV Paraíba, temos a clareza de que a série foi inovadora no que diz respeito ao formato e à linguagem usados na exibição. Chegamos a essa avaliação através das concepções teóricas adotadas neste estudo e também por meio da nossa experiência empírica como jornalistas e telespectadores do JPB Primeira Edição e de outros telejornais, exibidos nos âmbitos local, nacional e internacional.

Lembrando das teorias interacionistas do jornalismo (TRAQUINA, 2004), as quais defendem que os jornalistas têm uma autonomia relativa na decisão do que é publicado pelos



meios de comunicação, notamos ainda que foi o empenho dos jornalistas envolvidos na série, movidos por certo idealismo e pelo desejo de fazer algo diferenciado, em contraposição às condições dadas pela empresa, o grande responsável pelo sucesso do trabalho.

Cabe registrar também que é importante que divulguemos iniciativas, como a da série televisiva “O silêncio que fala”, abstraindo a ingenuidade e reforçando a crítica, para que possamos torná-las conhecidas e assim servir de exemplo para que outros profissionais e, mesmo acadêmicos, possam propor práticas diferenciadas em seus ambientes de trabalho.

Por fim, ressaltamos que a experiência analisada vem a confirmar o que dizem os teóricos a respeito do papel social do jornalista.

Mesmo limitado e constrangido, o poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais. A afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas e também por parte dos donos das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias a uma simples mercadoria, e ignorando a existência dos ideais mais nobres do jornalismo, que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio (TRAQUINA, 2004, p. 207).

Finalmente, Bucci (2000, p. 174) resume no trecho abaixo o compromisso ético do jornalista retratado por meio da série televisiva analisada neste artigo.

Acima do mercado, o jornalismo deve trabalhar para a democracia. Seu compromisso não é mais com as preferências voláteis de um público transformado em feira de consumo, embora tenha vínculos de subordinação com os cidadãos, sujeitos de direitos, que aí se encontram. O compromisso do jornalismo, agora, deve ser um compromisso com a observância e o aperfeiçoamento das regras democráticas – e isso está acima dos humores do público.

Referências

BARBALHO, A. Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo. In: BARBALHO, A.; PAIVA, R. (Orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2009. p. 27-39.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS FILHO, C. Crítica à objetividade da mídia. In: MARCILIO, M.L.; RAMOS, E. L. (Coords.). **Ética: na virada do milênio: busca do sentido da vida**. São Paulo: Ltr, 1999. p. 267-289.



BUCCI, E. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

COSTA, C. T. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

COUTINHO, I. M. S. Telejornalismo e público – sobre vínculos com o cidadão, convertido e audiência. In: COUTINHO, I. M. S.; PORCELLO, F.; VIZEU, A. (Orgs.). **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 21-42.

DUARTE, M. Y. M. Comunicação e cidadania. In: DUARTE, J. (Org.) **Comunicação pública: estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 95-115.

FERNANDES, F. A. Televisão e cidadania no contexto regional. In: SOUSA, C. M. (Org.). **Televisão regional**. Globalização e cidadania. Rio de Janeiro: Sótese, 2006. p. 73-82.

FERNANDES, F. A.; OLIVEIRA, M. P. O telejornalismo com agente legitimador da TV regional. In: SOUSA, C. M. (Org.). **Televisão regional**. Globalização e cidadania. Rio de Janeiro: Sótese, 2006. p. 129-137.

LIPMANN, W. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARCONDES FILHO, C. **Televisão**. A vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares**. A participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1999.

SEABRA, R. Produção da notícia: a redação e o jornalista. In: DUARTE, J. (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008. p. 105-120.

SILVA, F. G. A. **Jornalismo público na TV: Os mecanismos do Itararé Notícias 2ª Edição** para a promoção da cidadania. Monografia (Graduação em Comunicação Social) Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, PB, 2009.

SOUSA, C. M. A notícia, o público e a televisão regional. In: SOUSA, C. M. (Org.). **Televisão regional**. Globalização e cidadania. Rio de Janeiro: Sótese, 2006. p. 105-128.

STROBEL, K. **As imagens do outro sobre a cultura surda**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2008.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, por que as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

VICENTE, M. M. Comunicação e cidadania: tensões e complementaridades. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2009, Curitiba – PR. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2324-1.pdf> Acesso em: 22 abr. 2010.

VIZEU, A.; ROCHA, H. C. L. Telejornalismo, ciência e ideologia. A dificuldade de reconhecimento do estatuto científico da comunicação. In: COUTINHO, I. M. S.; PORCELLO, F. Porcello; VIZEU, A. (Orgs.). **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 21-42.