

COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO SOBRE A RECEPÇÃO DE CONTEÚDO AUDIODESCRITIVO

Heloísa Paulucci Casonato¹; Daniela Pereira Bochembuzo²

¹Graduada em Jornalismo pela Universidade do Sagrado Coração (USC). E-mail: heloisacasonato@hotmail.com

²Professora Mestra do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC). E-mail: daniela.bochembuzo@usc.br

RESUMO

Partindo da premissa de que os brasileiros têm direito ao livre acesso à informação, conforme determina a Constituição Federal de 1988, esta pesquisa tem como objetivo analisar a eficácia da recepção de um produto audiovisual com audiodescrição, recurso de acessibilidade que descreve imagens aos deficientes visuais. Para isto, foram realizados levantamentos bibliográficos e documentais. A metodologia incluiu, ainda, pesquisa de campo por meio dos métodos quantitativo e qualitativo, aplicados junto a um grupo de deficientes visuais do Lar Escola Santa Luzia Para Cegos de Bauru, tendo como objeto um videoclipe que faz uso de audiodescrição. Com base nas pesquisas, o produto apresentado aos deficientes visuais foi reformulado em uma pesquisa aplicada. A seguir, para fins de Estudo de Recepção, o mesmo grupo assistiu ao videoclipe com audiodescrição reformulada e opinou sobre o aprimoramento do produto. Os dados obtidos comprovam que a audiodescrição é mais eficaz quando o recurso é elaborado a partir das características da capacidade auditiva do receptor e demais condicionantes da mensagem em áudio. Além disso, o trabalho indica que a audiodescrição pode ser aprimorada a partir da intervenção do profissional de Comunicação.

Palavras-chave: Acessibilidade. Audiodescrição. Cegueira. Comunicação. Recepção.

INTRODUÇÃO

A atual crescente demanda por informação tem feito com que a comunicação não seja realizada com frequência devido a seu processo mais complexo. A partir deste contexto, a transmissão mais comum torna-se a da informação. Para Wolton (2011, p. 15), “O aumento da circulação de informações, sempre mais rapidamente e da maneira mais igualitária, não aumenta a comunicação e a compreensão”.

Partindo deste pressuposto, produtos que têm o objetivo de facilitar a recepção do conteúdo transmitido estão sendo aplicados em veículos comunicacionais. O presente estudo foi realizado sob o tema de acessibilidade para cegos em produtos audiovisuais, tendo em vista o início da aplicação da audiodescrição (AD) em conteúdos televisivos no Brasil.

[...] a narração, em língua portuguesa, integrada ao som original da obra audiovisual, contendo descrições de sons e elementos visuais e quaisquer informações adicionais que sejam relevantes para possibilitar a melhor compreensão desta por pessoas com deficiência visual e intelectual. (NUNES, 2010, p. 4).

Este recurso de acessibilidade pode ser inserido em peças teatrais, exposições de museus, filmes e até mesmo na programação televisiva e da *internet*. De acordo com a Portaria nº 188/2010 do Ministério das Comunicações, a meta para o ano de 2020 é atingir a 20 horas por semana de programação audiodescritiva. (BRASIL, 2010). No entanto, atualmente, são exibidas menos de 10 horas de conteúdo audiodescritivo na programação televisiva aberta, com base na pesquisa realizada pela presente autora e isto se deve ao alto custo para a produção do conteúdo.

OBJETIVO

Evidencia-se que a audiodescrição é considerada um método de comunicação que pode auxiliar na recepção de conteúdo auditivo por deficientes visuais. Esta pesquisa tem o objetivo de promover a inclusão social na comunicação; demonstrar a importância da audiodescrição para maior inclusão do recurso em programas televisivos; analisar se há uma ou mais maneiras de recepção da informação por cegos e verificar qual a eficácia do recurso e maneiras para ser aprimorado para uma melhor compreensão do conteúdo pelo ouvinte.

METODOLOGIA

A execução deste trabalho exploratório de finalidade social foi realizada por meio de percurso metodológico composto por pesquisas bibliográficas e documentais e pesquisa de campo. Este estudo foi embasado na legislação brasileira e em obras de autores das áreas da comunicação e audiodescrição. Já a etapa de pesquisa de campo foi composta por pesquisas qualitativa e quantitativa, amparadas pela teoria hermenêutica, obtidas a partir do formulário preenchido *in loco*. Esta etapa analisa como os sujeitos compreendem um único conteúdo com audiodescrição que, neste caso, é um videoclipe.

A seguir, foi realizada a reformulação do mesmo produto e, para fins de Estudo de Recepção, o mesmo grupo assistiu ao mesmo videoclipe com audiodescrição reformulada e opinou sobre o aprimoramento do produto.

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

O serviço de audiodescrição pode ser prestado por tradutores com formação na área de letras e também por comunicadores visto que, além de ser um produto que traduz, também é um recurso que informa e comunica por meio do áudio e, como tal, deve ser subordinado aos condicionantes desta linguagem específica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos resultados obtidos na pesquisa de campo, foi possível considerar que idosos e deficientes múltiplos têm mais dificuldade para compreender o conteúdo audiodescritivo, portanto, a locução deve ser mais detalhada e lenta. Já os jovens que possuem contato com filmes e internet têm facilidade para entender ao produto transmitido, efetivando-se, inclusive, a compreensão de metáforas presentes na transmissão. Também foi possível identificar que os sujeitos imaginam as cenas de forma padrão, de acordo com a descrição, mas a atribuição de características aos detalhes descritos é diferente entre um indivíduo e outro, pois envolvem os repertórios individuais.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Portaria nº 188, de 24 de março de 2010**. Brasília, DF, 2010. Disponível em <<http://www.mc.gov.br/portarias/26611-portaria-n-188-de-24-de-marco-de-2010>>. Acesso em: 12 fev. 2016.

NUNES, Elton Vergara et al. Mídias do conhecimento: um retrato da audiodescrição no Brasil. **Data Grama Zero: Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 6, p. 2-9, 2010.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2011.