

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO  
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Catieli Pereira Moraes

CEGO TAMBÉM USA FACEBOOK  
#PRACEGOVER

Passo Fundo

2018

Catieli Pereira Moraes

**CEGO TAMBÉM USA FACEBOOK  
#PRACEGOVER**

Monografia apresentada ao Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob orientação do Prof. Dr. Benami Bacaltchuk.

Passo Fundo

2018

Dedico este trabalho a minha família, meu pai, minha mãe e minha irmã, por sempre me apoiarem e acreditarem nos meus sonhos, e de certa forma, lutarem junto para que mais essa conquista se tornasse realidade.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a minha família: meu pai, minha mãe, e minha irmã, por nunca medirem esforços e por sempre estarem presentes nos momentos difíceis que vivi, principalmente durante todo o período deste curso e durante a realização deste trabalho.

Agradeço ao meu namorado, pela paciência e compreensão neste tempo de construção de trabalho, pelas palavras de conforto e apoio, que muitas vezes precisei e que me ajudaram muito. Obrigada de coração! Agradeço também, aos meus amigos, que me acompanharam neste percurso, sempre me escutando e amparando nos momentos difíceis. Agradeço aos amigos que conquistei durante este trajeto da faculdade e que espero levar para o resto da vida. As meninas do Projeto Experimental, só tenho uma coisa a dizer: vocês foram essenciais neste último semestre de faculdade. Obrigada pelo companheirismo e coleguismo! E por último, mas não menos importante, ao meu orientador, Prof. Benami, pela paciência, ajuda e horas de orientações, fundamentais para a execução e conclusão deste trabalho.

“Se o lugar não permitir o acesso a todas as pessoas, esse lugar é deficiente”. (Thaís Frota).

## RESUMO

Com a chegada da tecnologia digital, a comunicação tornou-se mais rápida e acessível, porém, muitas pessoas ainda encontram muitas dificuldades de acessibilidade. Existem muitos usuários cegos que usam as redes sociais, principalmente o Facebook, e pensando nisto, este projeto de pesquisa tem como tema, a audiodescrição e apresenta como objeto de estudo, o projeto “#PraCegoVer”. O presente estudo tem como objetivo a análise do projeto “#PraCegoVer” e se este, contribui para a experiência de uso dos deficientes visuais. Para isso, o trabalho foi realizado através de uma pesquisa de revisão bibliográfica sobre o Universo da Deficiência Visual, a Acessibilidade, a Tecnologia Assistiva, a Audiodescrição, as Mídias Digitais, as Redes Sociais e o Facebook, expondo ideias e conceitos e oferecendo maior conhecimento sobre esses temas. E em seguida, foi selecionada uma marca conceituada do mercado, que já empregava a #PraCegoVer, para a realização da análise de três postagens do Facebook da marca, contendo uma única imagem e a utilização da “#PraCegoVer” na legenda. Onde foi constatado que a #PraCegoVer, é de fato importante para a experiência de uso dos deficientes visuais no Facebook, de grande valor para a inclusão visual no meio digital, e de extrema importância, para o campo da mídia digital e aos profissionais da área da Publicidade e Propaganda.

**Palavras-chave:** Publicidade e Propaganda. Redes Sociais. Acessibilidade. Audiodescrição. Deficiência Visual. #PraCegoVer.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Dados da classificação do percentual da população brasileira, distribuída por tipo de deficiência, conforme o sexo e idade .....	14
Figura 2 – População residente por tipo e severidade de deficiência .....	15
Figura 3 – A evolução de cada rede social no decorrer dos anos .....	25
Figura 4 – Como era o layout quando ainda era “Thefacebook”, em 2005 .....	27
Figura 5 – Página no Facebook do projeto “#PraCegoVer” .....	30
Figura 6 – Página principal do buscador de pesquisa Google .....	32
Figura 7 – Página do Facebook do Google .....	33
Figura 8 – Primeira postagem selecionada para análise, da página do Facebook do Google .....	34
Figura 9 – Segunda postagem selecionada para análise, da página do Facebook do Google .....	35
Figura 10 – Terceira postagem selecionada para análise, da página do Facebook do Google .....	37

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>1. O UNIVERSO DA DEFICIÊNCIA VISUAL .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Estatísticas do Universo da Deficiência Visual .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Acessibilidade: Um Desafio Fundamental .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 Tecnologia Assistiva: a Aliada .....</b>	<b>17</b>
1.3.1 Audiodescrição – transformando imagens em palavras .....	19
<b>2. MÍDIAS DIGITAIS .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1. Redes Sociais .....</b>	<b>22</b>
2.1.1. Facebook .....	25
<b>3. #PRACEGOVER .....</b>	<b>28</b>
<b>4. ANÁLISE E DISCUSSÃO .....</b>	<b>31</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>46</b>



## INTRODUÇÃO

Com o passar do tempo e com o progresso das tecnologias, a forma de se comunicar também se transformou e até evoluiu. Hoje, com apenas alguns *clicks*, pode-se descobrir tudo que ocorre no mundo. Todos os dias, a internet e as redes sociais possibilitam uma vasta rede de informações para milhares de pessoas, o que confirma que vivemos em uma aldeia global. (MCLUHAN, 1998).

Com a correria do dia a dia, muitas vezes ignoramos alguns episódios do cotidiano que podem mudar, de alguma forma, a vida do outro, como o simples ato de ajudar um deficiente visual a atravessar uma rua. A realização de um simples gesto como este, pode nos mostrar como a sociedade poderia ser parte de suas existências, incluindo-os como importantes membros da comunidade. Pois para muitas pessoas “normais”, atravessar a rua não é tarefa difícil, mas para os deficientes visuais, na maioria das vezes, não é nada fácil. E no meio digital não é diferente. Nota-se que a inclusão visual tem ganhado cada vez mais espaço na sociedade e, aos poucos, os deficientes visuais se encontram inseridos nos meios digitais, principalmente nas redes sociais. Existem muitos meios que facilitam a vida desses indivíduos, mas ainda, há uma carência de acessibilidade.

Segundo a Fundação Dorina Nowill<sup>1</sup> (Acesso em: 6 abr. 2018), existem milhares de deficientes visuais no Brasil e no mundo. No Brasil, 23,9% da população se afirmam possuir alguma deficiência, e entre as deficiências declaradas, a deficiência visual foi a mais comum, totalizando 3,5%, logo após, foram os problemas motores, com 2,3%, em seguida os intelectuais, com 1,4%, e então, os auditivos, com 1,1%.

A tecnologia digital tornou a comunicação muito mais rápida e acessível, ou melhor, acessível nem tanto, pois ainda, por mais surpreendente que seja, se esquecem que pessoas deficientes também podem acessar a internet. Existem muitos usuários cegos nas redes sociais, principalmente no Facebook, pois eles acessam a internet por meio da tecnologia de leitor de tela, porém o auxílio que essa tecnologia pode proporcionar ainda não é totalmente eficaz. Esses tipos de tecnologias poderiam ser muito mais acessíveis, pois estas ferramentas de

---

<sup>1</sup> Há 70 anos, a Fundação Dorina Nowill tem se dedicado à inclusão social de pessoas com deficiência visual, é uma organização sem fins lucrativos e de caráter filantrópico. Produzem e distribuem gratuitamente livros em braile, falados e digitais acessíveis ao público, também oferecem, gratuitamente, serviços especializados para pessoas com deficiência visual e suas famílias nas áreas de educação especial, reabilitação, clínica de visão subnormal e empregabilidade. Eles contam com o apoio de doações, voluntários, amigos e patrocinadores que acreditam na missão da Fundação. (FUNDAÇÃO DORINA NOWILL. Acesso em: 6 abr. 2018).

acessibilidade, também chamadas de Tecnologia Assistiva<sup>2</sup>, ainda não fazem a audiodescrição de imagens, somente textos. Porém, nas redes sociais, como o Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, entre outras, possui um modo de relacionar mensagens por assuntos e organizar de forma mais fácil a informação para facilitar a comunicação entre os usuários. Isso ocorre através da *hashtag* (*hash* – cerquilha (#) e *tag* – etiqueta). Segundo Drubscky (2017), é muito utilizada para selecionar temas nas redes sociais. A *hashtag* teve início no Twitter, e logo depois, se espalhou para as diversas redes sociais populares atualmente.

Pensando nisto, uma Professora baiana, chamada Patrícia Silva de Jesus, mais conhecida por Patrícia Braille<sup>3</sup>, usufruiu desta tecnologia da *hashtag*, e tomou a iniciativa, que hoje, se tornou um projeto, e que muitas marcas conceituadas do mercado, que se valem das mídias sociais para promoção e marketing, já aderiram ao uso, como por exemplo, o Google, a Coca-Cola, o Boticário, entre outras, é a “#PraCegoVer”. Essa *hashtag* existe não apenas para auxiliar os cegos, mas também, para lembrar que eles existem, pois muitas vezes, eles são esquecidos pela falta de acessibilidade na sociedade. Segundo Braille (2016), é um projeto, que tem por finalidade espalhar a cultura da acessibilidade nas redes sociais, através da Audiodescrição de imagens.

Quando se publica uma imagem no Facebook, ou em qualquer outra rede social, é esquecido que pessoas com deficiência visual também são usuárias dessas mesmas redes sociais, e que devem também, saber que ali há uma imagem, e saber do que se trata aquela imagem. Mas quando a #PraCegoVer é inserida na postagem, algumas pessoas pesquisam e tentam descobrir do que se trata, já outras, não dão muita importância, já que se vivencia a momento da tecnologia digital, do dinamismo, onde as respostas, na maioria das vezes, estão evidentes, mas quando o usuário se depara com uma situação dessas, não quer sair da sua zona de conforto para investigar sobre o assunto, mesmo que isso seja de extrema relevância para ele ou para vivência da sociedade. Por isso, muitos usuários, tanto com funções visuais normais, designados videntes, e cegos, ainda não possuem conhecimento sobre a mesma. Embora, há pessoas que já aderiram o uso dessa *hashtag*, a iniciativa ainda é desconhecida para a grande maioria dos usuários das redes sociais.

---

<sup>2</sup>Tecnologia Assistiva é o termo utilizado para distinguir todo conjunto de meios e instrumentos que possibilitam auxiliar pessoas com alguma deficiência. (SARTORETTO; BERSCH, 2017).

<sup>3</sup>Patrícia Braille é a idealizadora da iniciativa #PraCegoVer e atua na alfabetização de pessoas com deficiência visual. Especialista em Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva; Consultora da UNESCO no Projeto Livro Acessível (2009 – 2013); Consultora de Tecnologia Assistiva. (LINS, 2017).

Com esse contexto, este trabalho tem como objetivo responder, a partir da análise realizada, se o projeto “#PraCegoVer” contribui para a experiência de uso dos deficientes visuais.

Para obter os resultados desejados sobre o tema indicado, torna-se de extraordinária importância a formulação de um referencial teórico. Que segundo, Gil (2002), o presente trabalho se encaixa como uma pesquisa exploratória, pois tende a conhecer o problema encontrado, procurando deixá-lo evidente para a concretização de respostas. Ainda segundo Gil (2002), as pesquisas bibliográficas são desenvolvidas a partir de materiais já elaborados, compostos principalmente de livros e artigos científicos. Deste modo, a pesquisa exige fundamentação teórica para esclarecer os principais conceitos relacionados ao problema de pesquisa.

Assim, antes de se aprofundar em conhecer o projeto, necessita-se trazer dados, para adquirir mais informações sobre o público específico a quem o projeto foi destinado a auxiliar. Portanto, coletar informações, como alguns índices equivalente a deficiência visual e apresentar conceitos e termos que fazem parte do universo da deficiência visual. Portanto, esta monografia enfatizou nos capítulos de revisão de literatura, questões indicativas ao Universo da Deficiência Visual, a Acessibilidade, a Tecnologia Assistiva, a Audiodescrição, as Mídias Digitais, as Redes Sociais e o Facebook, expondo ideias e conceitos de distintos autores, e oferecendo maior conhecimento sobre esses temas.

No primeiro capítulo, são apresentadas estatísticas, que de certo modo surpreendem, por apresentarem índices altos de pessoas que se declaram possuir algum tipo de deficiência visual. Dentro deste mesmo capítulo, há um subcapítulo sobre a Acessibilidade, assunto de extrema importância, mas que infelizmente, se limita em ainda ser um desafio para a sociedade moderna e tecnológica em que se vive. E logo, segue outro subcapítulo sobre Tecnologia Assistiva e a Audiodescrição.

No capítulo dois, são apresentadas ideias a respeito das Mídias Digitais, sobre como elas se desenvolveram no decorrer dos anos e como a procura, por parte dos empresários, cresce para investir neste tipo de mídia. E dentro deste capítulo, foi abordado um subcapítulo, referente as Redes Sociais e o Facebook, onde foi discutido as diferentes relações sociais, que ao longo dos anos foram se transformando com a chegada das novas tecnologias.

Constata-se também, que a análise do presente trabalho, é baseado na Teoria do Modelo de Lasswell, proposto pelo cientista Harold Lasswell, em 1948. Segundo Wolf (2009), quando esclarecida as respostas das perguntas: “Quem?” “Diz o quê?” “Através de que canal?” “A quem?” “Com que efeito?”, a mensagem se torna qualificada como clara e

completa. Deste modo, se dará a análise diagnóstica, em que foi selecionada uma marca conceituada no mercado para a realização, assim, foi escolhido três publicações do Facebook da marca, compostas por uma única imagem e a utilização da “#PraCegoVer” na legenda.

Assim, seguiu-se um cronograma com a pesquisa bibliográfica, sendo realizada durante quatro meses, e logo então, foi realizada a análise diagnóstica para concluir o trabalho de conclusão de curso no mês de junho.

## 1. O UNIVERSO DA DEFICIÊNCIA VISUAL

Inicialmente, o esclarecimento sobre o conceito de deficiência é de extrema importância, já que o mesmo tem se modificado no decorrer dos anos. Segundo o censo 2010, a definição de deficiência tem se transformado para seguir as atualidades na área da saúde e o jeito que a sociedade se relaciona com a população que possui algum tipo de deficiência. Deste modo, o sentido de deficiência progrediu daquele do modelo médico – “que considerava somente a patologia física e o sintoma associado que dava origem a uma incapacidade”. Hoje, compreende pela “incapacidade como um resultado tanto da limitação das funções e estruturas do corpo quanto da influência de fatores sociais e ambientais sobre essa limitação.” (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010, p. 71).

No último censo demográfico (2010), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), constatou que 45,6 milhões de pessoas se declararam possuir alguma deficiência, seja ela visual, auditiva, motora ou mental/intelectual. Para especificar esses índices de deficiência, afigura 1, uma tabela do IBGE, com dados da classificação do percentual da população brasileira, distribuída por tipo de deficiência, conforme o sexo e idade, segundo o censo 2010.

Diante destes números (Figura 1), vale ser ressaltado, este primeiro capítulo será abordado questões relacionadas somente aos deficientes visuais, questões essas, como, estatísticas referentes à cegueira e alguns conceitos pertinentes, tal como, Acessibilidade; Tecnologia Assistiva e a Audiodescrição, temas considerados de extrema importância para debate e para o cumprimento deste trabalho.

**Figura 1:** Dados da classificação do percentual da população brasileira, distribuída por tipo de deficiência, conforme o sexo e idade.

Sexo e grupos de idade	Distribuição percentual da população residente (%)						
	Total (1) (2)	Tipo de deficiência					Nenhuma destas deficiências (3)
		Pelo menos uma das deficiências enumeradas (1)	Visual	Auditiva	Motora	Mental ou intelectual	
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>23,9</b>	<b>18,8</b>	<b>5,1</b>	<b>7,0</b>	<b>1,4</b>	<b>76,1</b>
0 a 14 anos	100,0	7,5	5,3	1,3	1,0	0,9	92,5
15 a 64 anos	100,0	24,9	20,1	4,2	5,7	1,4	75,0
65 anos ou mais	100,0	67,7	49,8	25,6	38,3	2,9	32,3
<b>Homens</b>	<b>100,0</b>	<b>21,2</b>	<b>16,0</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>1,5</b>	<b>78,8</b>
0 a 14 anos	100,0	7,3	4,8	1,4	1,0	1,0	92,7
15 a 64 anos	100,0	22,2	17,1	4,5	4,5	1,6	77,8
65 anos ou mais	100,0	64,6	47,3	28,2	30,9	2,8	35,4
<b>Mulheres</b>	<b>100,0</b>	<b>26,5</b>	<b>21,4</b>	<b>4,9</b>	<b>8,5</b>	<b>1,2</b>	<b>73,5</b>
0 a 14 anos	100,0	7,8	5,9	1,3	1,0	0,7	92,2
15 a 64 anos	100,0	27,6	23,1	4,0	6,8	1,2	72,4
65 anos ou mais	100,0	70,1	51,7	23,6	44,0	3,0	29,9

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010.  
 (1) As pessoas incluídas em mais de um tipo de deficiência foram contadas apenas uma vez. (2) Inclusive as pessoas sem declaração destas deficiências. (3) Inclusive a população sem qualquer tipo de deficiência.

**FONTE:** (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010, p. 76. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf). Acesso em 14 jun. 2018).

### 1.1. Estatísticas do Universo da Deficiência Visual

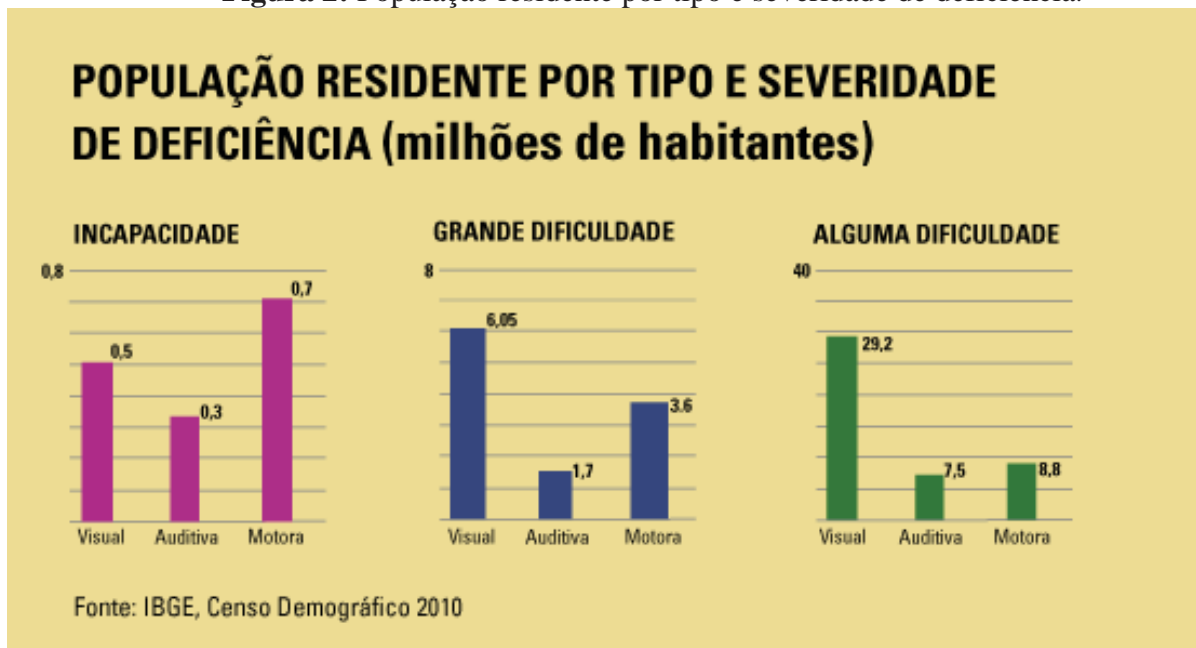
Este tópico estabelece alguns números sobre a quantidade de pessoas que se declaram deficientes visuais e pessoas que possuem algum tipo de dificuldade para enxergar e que precisam de auxílio, como por exemplo, o uso de lentes visuais. Cita também, as principais causas e doenças da cegueira. Dados referentes a população brasileira, e logo em seguida, dados indicativos à população mundial.

A Fundação Dorina Nowill diz, que 3,5% da população brasileira se declara ter deficiência visual. “A Organização Mundial da Saúde, as principais causas de cegueira no Brasil são: catarata, glaucoma, retinopatia diabética, cegueira infantil e degeneração macular”. (FUNDAÇÃO DORINA NOWILL. Acesso em: 6 abr. 2018).

Conforme dados do último censo 2010, 528.624 pessoas não conseguem enxergar, 6.056.654 pessoas possuem baixa visão ou visão subnormal (grande e permanente dificuldade de enxergar), e os outros 29 milhões de pessoas revelaram haver uma certa dificuldade para enxergar, mesmo que usando óculos ou lentes. O censo ainda revelou, que para a população de 0a 14 anos de idade, a população feminina apresentou um índice de deficiência visual maior que a população masculina, totalizando, 5,9%, enquanto que a população masculina é de 4,8%. E a análise de pessoas de 15 a 64 anos de idade, o percentual das mulheres também superou o percentual dos homens, totalizando 23,1% e os homens 17,1%. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010, p. 75).

A seguir, na Figura 2, tabela do IBGE, do Censo Demográfico 2010, com a população residente por tipo e severidade de deficiência.

**Figura 2:** População residente por tipo e severidade de deficiência.



**FONTE:** (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/16794-pessoas-com-deficiencia-adaptando-espacos-e-atitudes.html>. Acesso em 14 jun. 2018).

E mundialmente, estima-se que até 2020, o índice de pessoas com deficiência visual será capaz de duplicar.

Segundo dados do World Report on Disability 2010 e do Vision 2020, a cada 5 segundos, 1 pessoa se torna cega no mundo. Além disso, do total de casos de cegueira, 90% ocorrem nos países emergentes e subdesenvolvidos. (FUNDAÇÃO DORINA NOWILL. Acesso em: 6 abr. 2018).

A Fundação Dorina Nowill (Acesso em: 6 abr. 2018) ainda cita, segundo a Organização Mundial da Saúde, que são em torno de 40 a 45 milhões de cegos e 135 milhões possuem algum problema de limitação de visão.

Assim sendo, perante a estes dados expostos, logo percebe-se o elevado número de deficientes visuais ou de pessoas consideradas com má condição visual. Pode-se dizer, que são dados altíssimos, que muitas vezes não são expostos de maneira explícita a sociedade, e/ou que a mesma não mostra interesse sobre o assunto, e não se dispõe a buscar informações sobre este importante tema, aí quando revelados, a mesma acaba se surpreendendo com as estatísticas.

## **1.2. Acessibilidade: Um Desafio Fundamental**

Atualmente tem-se muito a comemorar comparado há alguns anos atrás. Pois há locais que a acessibilidade tem ganhado cada vez mais espaço. Com o decorrer das décadas, a acessibilidade cresceu, e atualmente vem se tornando cada vez mais evidente no ambiente social. Claro, ainda há muitos locais que são considerados inadequados pela falta de acessibilidade, tornando-se uma deficiência social, e precisam com certeza, se adaptar as condições da população que se considera deficiente. Deste modo, será abordado distintos significados, de diferentes autores, sobre a expressão acessibilidade, e alguns pontos referente a sua evolução no decorrer do tempo.

Como já mencionado anteriormente, os deficientes representam 23,9% da população brasileira, índice considerado alto, comparado com o total da população brasileira, e infelizmente, a grande maioria destas pessoas ainda não habitam em uma sociedade adaptada. Segundo a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic) de 2014, a grande maioria das administrações municipais, não realizam práticas de acessibilidade, tais como lazer para pessoas com deficiência (78%), turismo acessível (96,4%) e geração de trabalho e renda ou inclusão no mercado de trabalho (72,6%). (AGÊNCIA IBG NOTÍCIAS, 2017 apud PESQUISA DE INFORMAÇÕES BÁSICAS MUNICIPAIS, 2014).

Segundo o Ministério da Saúde (2012), “o termo acessibilidade significa incluir a pessoa com deficiência na participação de atividades como o uso de produtos, serviços e informações”. Oferece como exemplos, as rampas de acesso para cadeirantes e banheiros adaptados para deficientes. E segundo a Secretaria Especial dos Direitos da Pessoa com Deficiência, a acessibilidade é essencial e melhora a condição de vida das pessoas com deficiência. Possibilita a pessoa, vivência independente e a participação em todas as circunstâncias da vida.



Deve estar presente nos espaços, no meio físico, no transporte, na informação e comunicação, inclusive nos sistemas e tecnologias da informação e comunicação, bem como em outros serviços e instalações abertos ao público ou de uso público, tanto na cidade como no campo. (SECRETARIA ESPECIAL DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA. Acesso em: 14 abr. 2018).

E já, segundo Torres, Mazzoni e Alves (2002, p. 83), a acessibilidade é um método ativo e importante, especialmente à evolução da sociedade, e não só ao crescimento do processo tecnológico. A acessibilidade abrange tanto fatores físicos, o ambiente em que se vive, como o do ambiente digital.

A acessibilidade no meio digital, significa tornar disponível toda a informação, de modo livre, independentes e a pessoa possui, ou não, algum tipo de deficiência. Torres, Mazzoni e Alvez, dizem que para a acessibilidade digital, existem diferentes níveis de barreiras.

Romañach (2002) faz uma analogia com os obstáculos criados pelas escadas no espaço físico e considera a existência de três distintos degraus. Para se alcançar essa acessibilidade, é necessário superar os obstáculos correspondentes aos seguintes degraus:

- degrau 1 – Poder acionar os terminais de acesso à informação: telefones, computadores, caixas de auto-atendimento bancário, quiosques virtuais etc.
- degrau 2 – Poder interagir com os elementos da interface humano-máquina tais como os menus de seleção, botões lógicos, sistemas de validação etc.
- degrau 3 – Poder aceder aos conteúdos que são disponibilizados nos terminais, sejam informação financeira, lúdica, geral, vídeos, imagens, áudio etc. (TORRES; MAZZONI; ALVES. 2002, p. 86).

Como foi visto neste subcapítulo, a acessibilidade é um termo de extrema importância para o crescimento da sociedade. Ela é o meio para a vivência independentemente do tipo de deficiência ou alguma má condição física ou psicológica. É ela que determina o viver em sociedade, desde a questão de se relacionar e se comunicar de modo livre e seguro com as outras pessoas, até mesmo frequentar locais e se sentir confortável e confiante naquele ambiente.

### **1.3. Tecnologia Assistiva: a Aliada**

Neste subcapítulo, a partir de referenciais teóricos, é exposto e discutido o conceito de Tecnologia Assistiva. É ponderado alguns tipos de tecnologias, e ainda, a sua importância, não só aos deficientes, como também, à sociedade num todo, pois são elas, os diferentes tipos de tecnologias assistivas, que vão auxiliar, para que pessoas deficientes ou com alguma má condição física, possa viver de forma mais agradável e independente.

Segundo a Fundação Dorina Nowill(2018), o termo Tecnologia Assistiva ainda é novo. Ele é usado para definir e identificar instrumentos e soluções que auxiliam nas habilidades

funcionais de pessoas deficientes, por conseguinte, consentir que elas tenham uma vida menos complicada e mais independente. Essas ferramentas são tudo e qualquer artefato, equipamento ou parte dele, empregado para acrescentar, manter ou aperfeiçoar as capacidades funcionais dessas pessoas. Essas soluções podem ser desde uma singela bengala a um complexo aparelho tecnológico.

Estão incluídos brinquedos e roupas adaptadas, computadores, *softwares* e *hardwares* especiais, que contemplam questões de acessibilidade, dispositivos para adequação da postura sentada, recursos para mobilidade manual e elétrica, equipamentos de comunicação alternativa, chaves e acionadores especiais, aparelhos de escuta assistida, auxílios visuais, materiais protéticos e milhares de outros itens confeccionados ou disponíveis comercialmente. (FUNDAÇÃO DORINA NOWILL, 2018. Acesso em: 11 abr. 2018).

Os serviços são todos aqueles oferecidos profissionalmente à pessoa deficiente. Podendo escolher, adquirir ou utilizar um utensílio de Tecnologia Assistiva. “Como exemplo, podemos citar avaliações, experimentação e treinamento de novos equipamentos. Os serviços de tecnologia assistiva são normalmente transdisciplinares, envolvendo profissionais de diversas áreas”. (FUNDAÇÃO DORINA NOWILL, 2018. Acesso em: 11 abr. 2018).

Ainda, conforme a Fundação, encontramos nomenclaturas diferentes no Brasil, que apresentam como sinônimos do termo Tecnologia Assistiva, tais como, “ajudas técnicas”, “tecnologias de apoio”, “tecnologias adaptativas” e “adaptações”.

Diante das informações absorvidas pela Fundação Dorina Nowill, e com conceitos de alguns autores, pode-se dizer, que o termo Tecnologia Assistiva, ficou mais claro e definido. São qualquer serviço de auxílio ou ferramenta que auxilie uma pessoa na sua condição física.

Hoje, vive-se a tecnologia digital, que evolui e se transforma no decorrer dos anos, trazendo cada vez mais novidades e soluções que antes, não existiam. A tecnologia é dinâmica, surgiu para facilitar a vida da sociedade. E por isso, atualmente, ninguém vive sem tecnologia. Como as Tecnologias Assistivas, que se tornaram uma aliada da sociedade.

### 1.3.1. Audiodescrição – transformando imagens em palavras<sup>4</sup>

Já que o presente trabalho consiste, basicamente sobre o tema de audiodescrição, segue neste subcapítulo alguns conceitos, de diferentes autores, explicando o que é a audiodescrição, quando começou e como o processo é realizado.

---

<sup>4</sup> A idealizadora do projeto #PraCegoVer, Patrícia Braille (2016), diz que a audiodescrição “é uma tradução que consiste em transformar imagens em palavras”.

Segundo Franco e Silva (2010, p. 1), nos países da Europa e nos Estados Unidos, a audiodescrição já existe, e vem aos poucos conquistando mais evidência e importância em outras partes do mundo, “à medida que o direito da pessoa com deficiência visual à informação e ao lazer é reconhecido e garantido”.

Segundo as autoras Franco e Silva (2010), a audiodescrição (AD) baseia-se na mudança de imagens em palavras, para que informações-chave comunicadas visualmente não passem despercebidas e possam também ser acessadas por pessoas cegas ou com pouca visão. O método tem como finalidade tornar acessíveis as pessoas não videntes, os mais variados tipos de materiais audiovisuais, como peças de teatro, filmes, programas de televisão, fotos, etc.... esta técnica conta com um pouco a mais de 30 anos de existência.

A audiodescrição consiste na transposição de imagens em palavras; portanto uma modalidade de tradução intersemiótica que serve para tornar materiais audiovisuais acessíveis a pessoas com deficiência visual. Uma realidade em países da Europa e Estados Unidos, a audiodescrição ainda dá seus primeiros passos no Brasil, apesar de ser um direito garantido por lei desde 2000. (SILVA, 2009, p. 4).

Em 2004, segundo Silva (2009, p. 10), com a promulgação do Decreto Federal 5.296, tornou-se obrigatório, empresas de telecomunicações do Brasil proporcionarem serviços acessíveis para atender milhões de brasileiros com deficiência visual. E assim, em meio a outras ações, com a obrigatoriedade da implantação da audiodescrição nas emissoras televisivas, ficou garantido o direito da pessoa com deficiência visual a ter acesso a informação e a comunicação.

Segundo Silva (2009, p. 15 apud ORERO; PEREIRA; UTRAY, 2007) a audiodescrição surgiu em meados da década de 70, nos Estados Unidos. No início da década de 40 até metade da década de 50, na Espanha, foram retransmitidos por rádio, diversas óperas e filmes. Os elementos visuais das obras também eram descritos, para que os ouvintes pudessem acompanhar melhor essas retransmissões. Essas retransmissões não tinham a finalidade de virar acessíveis a deficientes visuais. Essas reproduções tinham como objetivo principal, atender o público vidente que não podiam ou não queriam ir até o local de apresentação. (SILVA, 2009, p. 15 apud DÍAZ CINTAS, 2007).

Em 1983, ainda segundo Silva (2009, p. 15 apud FRANCO, 2007) ocorre no Japão, a primeira transmissão de TV com audiodescrição. “A Europa foi apresentada à técnica no final da década de 80 e o primeiro filme áudio descrito em um Festival de Cannes foi exibido em 1989”. (SILVA, 2009, p.15 apud BENECKE; DOSCH, 2004). “Hoje, os países que mais investem na audiodescrição, tanto na televisão, como no cinema e teatro, são Estados Unidos,

Inglaterra, Alemanha, Espanha, França, Bélgica, Canadá, Austrália e Argentina.” (SILVA, 2009, p. 15 apud FRANCO, 2007).

Então, sabe-se que a audiodescrição começou não faz muito tempo, segundo alguns dados referidos anteriormente. Mas desde que surgiu, ela tem auxiliado abundantemente os deficientes visuais a conviver de forma mais agradável e independente. Principalmente no meio digital, já se vive a Era Tecnológica e hoje tudo gira em torno das tecnologias.

Assim sendo, este primeiro capítulo abordou questões pertinentes referentes ao universo da deficiência visual. Deste modo, diante aos números expostos, nota-se o elevado número de deficientes visuais ou de pessoas consideradas com má condição visual. E mesmo com esses números alarmantes, a maioria dos locais ainda carecem de Acessibilidade, tema de extraordinária importância para o desenvolvimento da sociedade, pois é a partir dele, que o indivíduo consegue viver livre e de modo seguro na comunidade. E são as Tecnologias Assistivas que vão auxiliá-los para que aja esse ambiente acessível, como a audiodescrição, que auxilia o cego, realizando a descrição de imagens, a partir de áudios. São ferramentas e métodos que transformam a vida das pessoas com deficiência, fazendo com que vivam melhor.

## 2. MÍDIAS DIGITAIS

Com as tecnologias digitais, vários elementos da vida moderna já se transformaram e ainda continuam em constante mudança. Quem sabe, pode-se confirmar a menção anterior, de acordo com o que Lemos (1962, p.115) cita em seu livro, onde ele diz: que a internet possibilita hoje, uma mudança na história da humanidade. “Pela primeira vez, o homem pode trocar informações, sob as mais diversas formas, de maneira instantânea e planetária.” (LE MOS, 1962, p. 115). Lemos menciona em sua obra, que o conceito de aldeia global, de Mac Luhan (1998), está virando uma realidade”. Segundo Silva (2014, p.1), desde o século XIX, este procedimento de inovação tecnológica, vem se encaminhando. Atualmente, “encontra-se na possibilidade de tradução de dados do alógico<sup>5</sup> e digital, o qual se concretiza num espaço denominado de "ciberespaço". (SILVA, 2014, p.1). Segundo Lévy (1999, p. 15), ciberespaço é a nova forma de se comunicar, ele passa a existir a partir da

[...] interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 15).

A Agência Projetual Comunicação (2018), descreve em seu artigo, que toda a comunicação realizada através da internet, é considerada uma mídia digital. A Agência ainda menciona, que mídias digitais e os meios tecnológicos possuem relação exclusiva, essa relação é representada por plataformas como por exemplo, jogos online, banners eletrônicos ou anúncios pagos. O que também é membro do método de criação nas mídias digitais, é a criação de conteúdo para páginas, *sites* e canais. “Essas ações estreitam o relacionamento com os usuários e criam vínculos entre empresa e o cliente”. (AGÊNCIA PROJETUAL COMUNICAÇÃO, 2018. Acesso em 11 jun. 2018)

Para explicar melhor, a Projetual Comunicação (2018) cita um exemplo:

[...] uma revista em suas versões impressa e online: quando um anúncio é publicado na edição de papel, é difundido em uma mídia tradicional. No momento que é postado na versão online, torna-se mídia digital. Ou seja, um mesmo conteúdo pode ser divulgado em mídias diferentes — o meio de comunicação escolhido definirá se ele será digital ou tradicional. (AGÊNCIA PROJETUAL COMUNICAÇÃO, 2018. Acesso em 11 jun. 2018).

---

<sup>5</sup> Segundo o Dicionário Online de Português –**Alógico**: “Adjetivo. Que independe de julgamento lógico; que não é lógico nem ilógico; sem lógica.” (DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS, 2009 - 2018).

Já o especialista em Marketing Digital<sup>6</sup>, Gustavo Prates (2016) define mídias digitais como um “conjunto de veículos e aparelhos de comunicação que tem tecnologias digitais como base.

Ainda, segundo a Agência Projetual (2018), as empresas estão investindo cada vez mais em mídias digitais. Conseqüentemente, as mídias digitais veem crescendo gradativamente, conforme dados divulgados no dia 4 de dezembro 2017, uma pesquisa realizada pelo Magna (2017), resultou que as mídias digitais cresceriam 13% em 2018, movimentando cerca de U\$ 237 bilhões ao redor do mundo.

Assim sendo, conclui-se que as tecnologias digitais e principalmente as mídias digitais crescem e se transformam no decorrer dos anos, e junto a elas, muda-se a vida em sociedade, pois a sociedade passa a utilizar, e por conseguinte, passa a se adaptar a essas novas tecnologias. E cada vez mais, empresários percebem esse sucesso e crescimento que as mídias digitais oferecem as marcas e investem neste tipo de comunicação.

## 2.1. Redes Sociais

De acordo com a história, a sociedade sempre foi organizada em grupos, formando assim, elos na comunidade que originam relações de acordo com os mesmos interesses. Segundo Siony da Silva (2010, p. 37), com a evolução da tecnologia e a transformação da comunicação, os relacionamentos passam a ocorrer também através da internet, com a chegada das redes sociais digitais.

Segundo a definição de Rafael Kiso:

Uma rede social é uma estrutura social constituída por nós (no qual geralmente são pessoas, organizações e até conceitos) que são vinculadas por um ou mais tipos específicos de relações, como valores, visões, idéias, amigos, gostos, tipo sexual, entre outras características que agrupamos indivíduos por afinidades. (KISO, 2018, p. 31).

Sotero (2009, p. 2) usa dois termos para diferenciar as redes sociais de antes com as de hoje. São as redes sociais presenciais, quando havia mais relação presencial entre as pessoas, e as redes sociais virtuais, que são o que mais prevalecem hoje em dia. Sotero, assim como Siony, cita que durante toda a vida humana, as redes sociais sempre existiram, sendo que os homens,

---

<sup>6</sup> “Corresponde a um conjunto de ações e ferramentas que se articulam para um melhor entendimento das estratégias humanas, econômicas e operacionais de uma marca, visando à tomada de decisões e ações futuras.” (PRATES, 2016. Acesso em 11 jun. 2018)

por viverem em sociedade, formam grupos e redes de relacionamentos presenciais, de acordo com os mesmos interesses. Atualmente, com a Era Tecnológica, é transferido as relações presenciais para o mundo virtual, assim, o que antes ficava limitado apenas como lembrança em nossa memória, agora está registrado e publicado.

As tecnologias da web 2.0 ampliaram as possibilidades de interação na medida em que nos permitem visualizar as conexões existentes para além dos nossos relacionamentos presenciais, ou seja, hoje sabemos que são os amigos dos nossos amigos, bem como os amigos que temos em comum, o que está tornando nossa rede social virtual cada dia mais ampla e diversificada sobretudo quando comparada com nossa rede social presencial. (SOTERO, 2009, p. 2).

Raquel Recuero (2014, p. 62), assim como Sotero, menciona em seu artigo, que as redes sociais representadas no ciberespaço, ou seja, no ambiente virtual, são desiguais das redes sociais do ambiente *offline*<sup>7</sup>, ou como Sotero caracteriza, as relações virtuais são diferentes das relações presenciais. Raquel diz, que são diferentes porque, primeiramente, nas redes sociais digitais, os diálogos e as trocas sociais deixam indícios no *online*<sup>8</sup>. (apud BOYD, 2010; RECUERO, 2012).Esses indícios podem ser fotos e vídeos publicados, por exemplo, e que poderão ser armazenados e em seguida, poderão ser buscadas. E segundo, são diferentes porque a própria figura do grupo no ciberespaço transforma o grupo em si.

Essas redes são representadas principalmente através dos *sites* de rede social e daquelas outras ferramentas que permitiram sua apropriação desse modo. As redes representadas nessas ferramentas, assim, sofrem menos com a temporalidade das relações *offline*. Não têm, por exemplo, seus laços desgastados pela falta de contato. Constituem-se em redes mais estáveis e, com isso, mais complexas, maiores e compreendendo uma pluralidade de relações mais ampla que aquela das redes *offline*. (RECUERO, 2014, p. 62).

Nobre (2016, p. 4) crê que quando se discute a propósito de redes sociais, aborda-se relações interpessoais, constituídas por meio da internet. As redes sociais na internet são “agrupamentos complexos instituídos por interações sociais apoiadas em tecnologias digitais de comunicação.” (NOBRE, 2016, p. 4 apud RECUERO, 2009).

As primeiras redes sociais virtuais, foram criadas nos anos 90, há mais de 20 anos. Segundo o que a jornalista Aline Jesus (2012) escreveu para o *site* TechTudo<sup>9</sup>, a primeira rede

<sup>7</sup>*Offline* (ou *off-line*) “é um termo da língua inglesa cujo significado literal é “fora de linha” e também pode qualificar alguma coisa que está desligada ou desconectada. É habitualmente usado para designar que um determinado usuário da internet ou de uma outra rede de computadores não está conectado à rede.” (SIGNIFICADOS, 2018. Acesso em 11 jun. 2018).

<sup>8</sup>De forma oposta a *offline*, “o termo **online** expressa um estado de conectividade e significa que o usuário está visível e pode ser contactado.” (SIGNIFICADOS, 2018. Acesso em 11 jun. 2018).

<sup>9</sup>**TechTudo** é um site com conteúdo voltado à tecnologia, da Globo.com.

social virtual foi o ClassMates.com, criado em 1995. Segundo ela, ele era muito utilizado nos Estados Unidos e no Canadá. Já Sotero (2009, p. 2), considera como primeira rede social virtual, o *Six Degrees*, lançado em 1997. Talvez, Sotero considere o *Six Degrees* como pioneiro, por ele possuir um modelo de rede social mais parecido com o que conhecemos hoje. “Este site foi o primeiro a possibilitar a criação de um perfil virtual combinado com o registro e publicação de contatos, o que viabilizou a navegação pelas redes sociais alheias”. (SOTERO, 2009, p. 2).














Jesus (2012) menciona que o CassMates.com era pago, contudo, repercutiu tanto, que está *online* até hoje. Possui um *layout* bem simples e a finalidade de permitir reencontros entre pessoas que foram colegas no colégio ou na faculdade. A jornalista ainda cita o *Six Degrees*, como sendo a segunda rede social a inaugurar. E assim como Sotero, Aline também pronuncia que o *Six Degrees* foi a primeira a possuir o modelo de rede social que conhecemos hoje. Ainda, segundo Jesus (2012), o site foi reaberto em 2001, mas apenas para os usuários que já possuíam conta. “O nome do site se refere ao sistema de classificação de seus amigos, em seis graus diferentes (*Six Degrees*, em inglês)”. (JESUS, 2012).

A partir dos anos 2000, segundo Sotero menciona em seu texto, surgiram muitas redes sociais, mas somente em 2003 é que passou a existir o modelo de rede social que é conhecido atualmente. Naquele ano surgiram várias redes sociais, entre elas o *Myspace*, e a partir de então, muitas redes sociais cresceram e obtiveram muitos usuários. E entre 2004 e 2005, o Facebook foi lançado, que inicialmente foi especialmente desenvolvido para os universitários de Harvard, e somente em 2006 o Facebook foi aberto ao público geral.

Segundo a um infográfico da Infobase Interativa (2016), segue Figura3: a evolução de cada rede social no decorrer dos anos, em ordem cronológica:



Figura 3: A evolução de cada rede social no decorrer dos anos.

1995		<b>CLASSMATES</b> - Criada pelo norte-americano Randy Conrads, a primeira rede social da internet, tinha como objetivo proporcionar encontro entre os colegas de classe.	
1997		<b>SIX DEGREES</b> - Inaugurou o modelo que conhecemos hoje. Com perfis contendo fotos, mensagens e murais de publicações.	
2002		<b>FRIENDSTER</b> - Apresentava círculos de amizades. Teve grande sucesso no exterior.	
2003		<b>MYSPACE</b> - Por ser mais interativo que as outras redes sociais, fez um grande sucesso mundial.	 <b>LINKEDIN</b> - Dedicado a encontros de profissionais, a divulgação e referências de trabalhos.
2004		<b>ORKUT</b> - Era possível encontrar antigos amigos e fazer novas amizades, compartilhar fotos e vídeos.	 <b>FACEBOOK</b> - Marcou o boom das redes sociais e hoje, muito interativo, o Facebook é considerado a maior.
2006		<b>TWITTER</b> - O microblog desafia os seus usuários a compartilhar mensagens em até 140 caracteres.	
2010		<b>PINTEREST</b> - Utilizado para se inspirar e compartilhar fotos.	 <b>INSTAGRAM</b> - Com objetivo do compartilhamento de fotos, apresenta uma diversidade de filtros.
2011		<b>GOOGLE+</b> - Criada pelo Google, possibilita separar os contatos por círculos sociais.	 <b>SNAPCHAT</b> - O aplicativo possibilita postar fotos que ficam online durante 24h, depois disso, a foto é deletada.
2015		<b>PERISCOPE</b> - Antes mesmo do aplicativo ser lançado oficialmente, o Twitter gostou tanto da ideia, que comprou, pois permite a transmissão de vídeos ao vivo.	

Fonte: INFOBASE INTERATIVA (Org.). Infográfico: A evolução das redes sociais e o Social Media. 2016. Disponível em: <http://www.iinterativa.com.br/infografico-evolucao-das-redes-sociais-social-media/>. Acesso em: 30 maio 2018.

Com base no que foi apresentado, mostra que os tipos de relações sociais se transformaram e evoluíram com a sociedade, no decorrer dos anos, surgindo assim, as redes sociais digitais, que também se desenvolveram e mudaram seus modelos, para se adaptarem com a evolução dos interesses da sociedade.

### 2.1.1. Facebook

Segundo Nobre (2016, p. 6), o Facebook foi inventado pelos estudantes da Universidade de Havard, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes. E atualmente é uma das redes sociais mais populares do mundo e a mais utilizada para interagir socialmente. Inicialmente, o Facebook foi desenvolvido exclusivamente para a Universidade de Harvard, em Massachusetts (EUA). Para o uso específico dos professores, funcionários e

estudantes que viviam em cidades distantes de suas famílias e amigos, para poder cursar o ensino superior.

A rede tinha o objetivo inicial de estreitar o relacionamento entre os universitários de Harvard, possibilitando partilhar informações acadêmicas, enviar mensagens privadas e publicar fotos com os amigos. Posteriormente, o acesso da rede social foi ampliada para outras universidades e a partir de 2006, qualquer pessoa poderia participar da rede, não tendo mais obrigatoriedade de ter filiação com instituição de ensino superior (NOBRE, 2016, p. 6 apud EDUCAUSE, 2007).

Segundo Patrícia Gnipper (2018), quando o Facebook foi lançado, ele se chamava "TheFacebook.com", a Figura 4, mostra como era o layout daquela época, em 2005. Patrícia ainda descreve que somente em setembro de 2006, é que Mark Zuckerberg resolveu permitir que qualquer pessoa pudesse possuir um cadastro em sua plataforma, e assim, foi o início do Facebook como é conhecido hoje. Nesse mesmo momento, surgiu o *Feed* de Notícias, que se tornou o diferencial da rede social. O Facebook proporcionava aos usuários a novidade de poder escrever o que se desejava e todos os amigos visualizarem. A partir daí, o Facebook foi se desenvolvendo e adquirindo poder para melhorar ainda mais a plataforma. Em seguida, surgiu a publicação de fotos e vídeos no *Feed* de Notícias, a possibilidade de curtir as publicações dos amigos, enviar mensagens privadas e a criação de eventos. Hoje, ainda segundo Patrícia, a plataforma conta com mais de 2 bilhões de usuários, nada menos do que um terço da população mundial.

Nobre (2016, p. 6) cita em seu texto, que Facebook é avaliado como uma ferramenta tecnológica de interação entre os usuários e de compartilhamento de conteúdo, pois ele possui muitas funcionalidades. Os usuários podem publicar fotos, postar vídeos, criar eventos, criar grupos privados com os mesmos interesses de outros usuários, entre outras funções que podem ser desenvolvidas. (NOBRE, 2016, p. 6 apud JESUS e CUNHA, 2012).

Figura 4: Como era o *layout* quando ainda era “Thefacebook”, em 2005.

The screenshot shows the 'Thefacebook' interface for Brian Moore's profile. The header features the site name in a blue box with navigation links: home, search, global, social net, invite, faq, and logout. The profile header includes the name 'Brian Moore's Profile' and the location 'Puget Sound'. On the left, there is a search bar and a menu with links like 'My Profile [edit]', 'My Friends', 'My Groups', 'My Parties', 'My Messages', 'My Account', and 'My Privacy'. Below the menu is a vertical banner for 'Summer Jewish Adventure New York City' with several small photos. The main content area is divided into several sections: 'Picture' with a profile photo of a young man in a red shirt; 'Send Brian a Message' and 'Poke Him!' buttons; 'Connection' showing 'You are in a relationship with Brian.'; 'Mutual Friends' listing '19 friends in common with Brian.'; 'Access' stating 'Brian is currently logged in from a non-residential location.'; and 'Friends at Puget Sound' displaying a grid of nine small profile pictures with names: Kerala Hise, Jennifer McFadden, Amy Graeber, Sarah Spurlock, Vu Tran, and Briana Skirm. The right side of the profile is a large 'Information' section with sub-sections: 'Account Info' (Name: Brian Moore, Member Since: May 21, 2005, Last Update: July 19, 2005), 'Basic Info' (School: Puget Sound '09, Status: Student, Sex: Male, Residence: Todd 311, Birthday: 09/02/1986, Home Town: Shorewood, WI 53211, High School: Shorewood Hi '05), 'Contact Info' (Email: bmoore@ups.edu, Screenshot: DoctaBu, Mobile: 414.702.7426, Websites: http://www.doctabu.com, http://www.livejournal.com/users/doctabu, http://www.flickr.com/photos/doctabu), 'Personal Info' (Looking For: Friendship, Interested In: Women, Relationship Status: In a Relationship with Rachel Buethe (Tiny Tykes Day Care), Political Views: Very Liberal, Interests: Film, Graphic Design, Video Editing, Computers, Bowling, Dancing, Acting, Singing, Listening to Decent Music, Sleeping, Being Crazy, Favorite Music: Beck, The Beatles, They Might Be Giants, Phoenix, Paul Simon, OutKast, Avenue Q, Radiohead, Red Hot Chili Peppers, Steely Dan, Styx, U2, Zero 7, Favorite Movies: Office Space, Garden State, Eternal Sunshine of the Spotless Mind, Triplets of Belleville, Amelie, About Me: What is there to say? I dunno. I'm a wild 5'10" skinny-ass that wants to be creative. I like making movies and stuff like that).

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://time.com/11740/facebook-10-year-anniversary-interfaces/>. Acesso em 30 maio 2018.

Com a tecnologia, foi surgindo novas tecnologias digitais e novos interesses da sociedade, e as redes sociais tendem a se desenvolverem e se transformarem com o decorrer do tempo, necessitando se adaptarem a essa nova sociedade moderna. As redes sociais vão crescendo tanto, que aumenta interesse em investir nesse tipo de comunicação, por parte das empresas e marcas.

### 3. #PRACEGOVER

A tecnologia digital transformou a forma de se comunicar e de se relacionar. Recuero (2014, p. 61) reforça essa ideia em seu artigo, quando ele diz que “as redes sociais na Internet representam um novo e complexo universo de fenômenos comunicativos, sociais e discursivos”. Ele ainda cita – não porque a existência de “redes sociais” ou que suas ponderações sejam atuais, mas pela reinserção das redes sociais no ciberespaço, que oferece novos meios e novas atuações para seu estudo. (apud RECUERO, 2009; BENEVENUTO, 2010; MALINI e ANTOUN, 2013).

Partindo dessa ideia que Recuero refere, podemos citar a *hashtag* (#), como sendo um desses meios inovadores que as tecnologias, especialmente as redes sociais, proporcionaram para se comunicar de maneira melhor. A *hashtag* (*hash* – cerquilha (#) e *tag* – etiqueta) teve início no Twitter e se espalhou por outras redes sociais, e o Facebook foi uma dessas outras redes sociais a aderir o uso. Segundo Recuero (2014, p. 61), ela é uma etiqueta de assunto, em outras palavras, um modo de relacionar mensagens por assuntos e organizar de forma mais fácil a informação para facilitar a comunicação entre os usuários, mas ela não apenas constrói assunto, mas permite que a *tag* seja buscada e recuperada também pela *tag*.

A Supervisora de Marketing Luiza Drubscky (2017), destaca que:

*Hashtag* é uma palavra-chave antecedida pela cerquilha (#) que as pessoas geralmente utilizam para identificar o tema do conteúdo que estão compartilhando nas Redes Sociais. A adesão delas se tornou popular no Twitter e se disseminou para as maiores mídias sociais da atualidade. (DRUBSCKY, 2017, grifo nosso. Acesso em: 14 abr. 2018).

Assim, a professora baiana, Patrícia Silva de Jesus ou Patrícia Braille, como prefere ser chamada, foi a idealizadora da iniciativa “#PraCegoVer”, e hoje se tornou um projeto. Segundo Lins (2017), Patrícia Braille é especialista em educação especial na perspectiva da educação inclusiva e atua na alfabetização de pessoas com deficiência visual, e também é consultora de tecnologia assistiva. Por isso, por conviver com muitos deficientes visuais e possuir muitos amigos cegos, Patrícia Braille sentia a falta inserir legenda com descrição nas fotos que divulgava em seu blog e redes sociais, uma vez que, deficientes visuais também utilizam a internet e redes sociais. Eles possuem acesso, através da tecnologia de leitura de tela, que atualmente, já vem acoplado a qualquer *Smartphone*<sup>10</sup> ou outro dispositivo, mas há um tempo

<sup>10</sup> “**Smartphone** é um telefone celular, e significa telefone inteligente, em português, e é um termo de origem inglesa. O *smartphone* é um celular com tecnologias avançadas, o que inclui programas executados um sistema

atrás, a leitura de tela era apenas através da obtenção de ferramentas próprias para isso. Assim, o leitor de tela “fornece informações através de síntese de voz sobre os elementos exibidos na tela” do dispositivo. (GOVERNO FEDERAL. Acesso em 15 jun. 2018). “Esses softwares interagem com o sistema operacional, capturando as informações apresentadas na forma de texto e transformando-as em resposta falada através de um sintetizador de voz.” (GOVERNO FEDERAL. Acesso em 15 jun. 2018). Para entrar na internet usando um leitor de tela, o usuário utiliza o teclado do dispositivo.

O leitor de tela também pode transformar o conteúdo em informação tátil, exibida dinamicamente em Braille por um hardware chamado de linha ou display Braille, servindo, em especial, a usuários com surdo cegueira. Pessoas com baixa visão e pessoas com dislexia também podem fazer uso dos leitores de tela. (GOVERNO FEDERAL. Acesso em 15 jun. 2018).

Porém, estas tecnologias não leem ou descrevem imagens, somente textos, por isso a descrição de imagens é tão importante. (CARACHO, 2018).

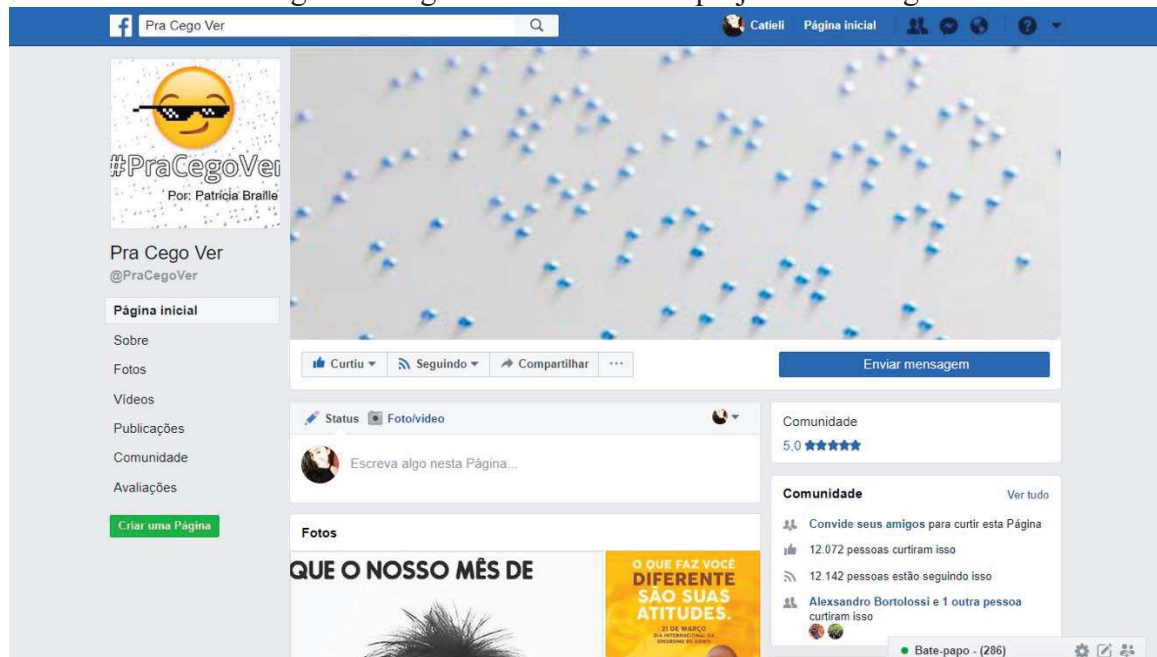
E foi pensando nisso e para melhorar o entendimento desta audiência especial, que a hashtag #PraCegoVer foi incorporada antes da descrição como forma de deixar claro o motivo do texto, separando melhor a legenda da foto da descrição da imagem. (CARACHO, 2016).

O projeto possui até uma página no Facebook (Figura 5), criada e gerenciada pela própria Patrícia Braille, onde é postado e divulgado conteúdo voltado ao universo da deficiência visual e principalmente notícias e informações sobre o projeto. Como pode ser visto a seguir, na Figura 5:

---

operacional, equivalente aos computadores.” (SIGNIFICADOS, O que é Smartphone: Disponível em: <https://www.significados.com.br/smartphone/>. Acesso em 14 jun. 2018).

Figura 5: Página no Facebook do projeto “#PraCegoVer”.



Fonte: FACEBOOK. Disponível em: <https://www.facebook.com/PraCegoVer>. Acesso em 14 jun. 2018.

No texto de uma postagem fixada na página (Anexo 1), Braille deixa um esclarecimento:

Os cegos não se ofendem com a expressão #PraCegoVer. A palavra "cego" não é pejorativa. É a correta, a usual. Geralmente, quem acha estranho não convive com pessoas que têm deficiência visual. Os cegos se ofendem, de verdade, com a ausência de acessibilidade. (BRAILLE, Patrícia, 2016).

Neste mesmo texto da postagem fixada (Anexo 1), Braille (2016) diz que o Projeto “#PraCegover”, tem como finalidade, distribuir a cultura da acessibilidade no meio digital, mas especialmente, nas redes sociais. E não apenas tem a finalidade de auxiliar o cego, mas motivarem as pessoas a utilizarem a *tag*, e quão importante é essa acessibilidade para a inclusão visual no âmbito digital. E vale ressaltar, segundo Patrícia Braille (2016), que quando a pessoa nasce cega, ela aprende todos os conceitos que existem no mundo, por meio dos outros sentidos. Assim, eles interpretam e imaginam a descrição da imagem, conforme cada experiência vivida.

Logo na infância é estimulada com sons, aromas, texturas, miniaturas de tudo que se possa imaginar. É incentivada a arrumar a própria cama, explorar o jardim, conhecer a rua onde mora, por meio de bengala e treinamentos específicos. Aprende a interpretar mapas táteis e a usar o próprio corpo para se orientar no espaço. (BRAILLE, Patrícia, 2016)

A iniciativa alcançou tanto resultado, que foi tema de vários artigos e notícias em diferentes *sites* e organizações. De tal modo, que algumas marcas e empresas aderiram ao uso

da *tag*, e outras, segundo Caracho (2018), criaram suas próprias *tags* de acessibilidade. Segundo Patrícia (2016), em uma postagem fixada na página do projeto (Anexo 1), páginas de marcas como a Avon, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ), Postos Petrobras, Skol, etc., já usam a “#PraCegoVer” em suas postagens no Facebook.

#### 4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

A análise foi baseada na Teoria do Modelo de Lasswell, proposto pelo cientista Harold Lasswell, em 1948 – “a iniciativa seja exclusivamente do comunicador, e os efeitos recaíam exclusivamente sobre o público” (WOLF, 2009). Desta forma, Lasswell (apud WOLF, 2009) descreve que este método envolve um emissor ativo e o criador de um estímulo e “uma massa passiva de destinatários, que, ao ser atingida pelo estímulo, reage. Assim, quando esclarecida as respostas das perguntas: “Quem? Diz o quê? Através de que canal? A quem? Com que efeito?”, a mensagem se torna qualificada como clara e completa (WOLF, 2009).

Deste modo, a análise diagnóstica se fez, a partir da averiguação e da seleção de algumas marcas, como a Coca-cola e O Boticário, marcas conceituadas do mercado atual, e por serem referências de comunicação e *Branding*<sup>11</sup>. Porém, foi constatado que o Google é a melhor marca para a análise, pois é considerado uma marca influente no mercado da comunicação, é conceituado como o maior site de pesquisa da internet atualmente, por sempre inovar, por ser considerado uma das maiores marcas de inovações tecnológicas, e claro, por ele apresentar uma ferramenta própria, que oferece a audiodescrição, que é o Talk Back que já vem acoplado nos *Smartphones* com sistema operacional Android. Portanto, o Google possui certa ligação com a proposta de estudo apresentada.

Suponhamos que um deficiente visual tenha que utilizar o *Smartphone* com o sistema operacional Android: O deficiente necessitará que uma pessoa em condições normais, vá na opção Acessibilidade, em configurações e ative o TalkBack, assim, ao tocar na tela, o *Smartphone* fala o que acabou de ser tocado e o usuário então, dá um toque duplo para confirmar o comando. Para digitar uma mensagem, o usuário passa o dedo pelo teclado e a ferramenta vai falando a letra tocada, e também, sugere palavras inteiras, acelerando a digitação.

O Google possui também, o Google Assistente, que auxilia os usuários na navegação. Segundo o *site* TechTudo (2017), o Google Assistente chegou ao Brasil em agosto de 2017. Possui esse nome, Google Assistente, pelo sistema ter a capacidade de reconhecer e manter conversas com os usuários. A assistente virtual é um progresso do Google e funciona de modo automático nos dispositivos para os quais o Google oferece apoio. Basta fazer uma pergunta à assistente, que ela responde suas dúvidas. A Google Assistente, proporciona realizar pesquisas

---

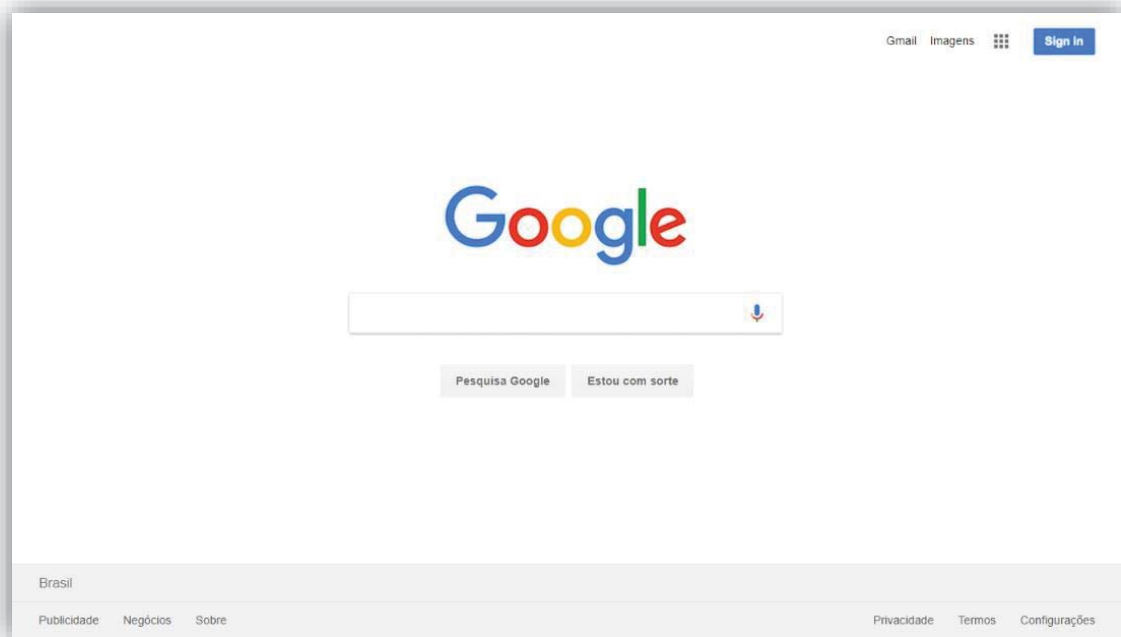
<sup>11</sup>“O *Branding* diz respeito a criar estruturas mentais e ajudar o consumidor a organizar o seu conhecimento sobre os produtos de modo a tornar sua tomada de decisão mais clara e, nesse processo, gerar valor à empresa” (KOTLER; KELLER, 2012, p. 259).



na Internet, “abrir aplicativos e visualizar fotos e vídeos de maneira prática” (TECHTUDO, 2017).

Segundo a plataforma Canaltech<sup>12</sup> (2017), o Google foi fundado em 1990 por Larry Page e Sergey Brin, e hoje, é reconhecido pelo mundo por ser o maior site de buscas da internet (Figura 6). E atualmente, é considerada uma das empresas mais importantes e poderosas do mundo, influenciando a sociedade graças a suas frequentes inovações tecnológicas.

Figura 6: Página principal de pesquisa Google.



Fonte: Disponível em: [www.google.com.br](http://www.google.com.br). Acesso em 15 jun. 2018.

Ainda segundo o Canaltech (2017), inicialmente, a primeira página do Google, que foi ao ar usando os servidores da Universidade de Stanford, se chamava BackRub. O site ficou no ar um pouco mais de um ano, mas acabou sendo hospedado externamente, e no mesmo ano, os fundadores decidiram mudar o nome para Google.

Nota-se, na página do Facebook do Google (Figura 7), que a marca possui quase 26 milhões e 300 mil seguidores, e está sempre sendo atualizada com conteúdo que geram engajamento e fazem com que o público interaja com a página, observa-se também que a marca responde a maioria dos comentários das postagens. Nota-se pelas postagens, que a marca busca estar sempre informada e atualizada com os fatos da atualidade, utilizam bastante o bom humor

<sup>12</sup> “O Canaltech teve início em 2012 e se tornou uma plataforma multimídia com foco na produção de conteúdo de tecnologia em texto, áudio e vídeo.” Apresenta informações sobre os fundamentais acontecimentos do mundo da tecnologia. (CANALTECH. Disponível em: <https://canaltech.com.br/sobre/>. Acesso em 15 jun. 2018).

para a realização dos posts, tanto de imagens, como audiovisuais, e estão sempre divulgando suas inovações tecnológicas.

Figura 7: Página do Facebook do Google.



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/GoogleBrasil/>. Acesso em: 15 jun. 2018.

Desta forma, a análise seu determinou, a partir da seleção de três postagens, realizadas pelo Google em sua página do Facebook, no mês de junho, com o requisito de estar composta por uma única imagem e que na legenda o Google tenha utilizado a #PraCegoVer.

Deste modo, foi selecionada a postagem número um (Figura 8) postada no dia 1 de junho, às 12h28min, em virtude à realização da Parada do orgulho LGBT<sup>13</sup>. Como pode ser visto a baixo, na imagem nota-se que é feito referências de apoio ao movimento LGBT, com as cores do arco-íris que se forma encima do “G”, de Google e as palavras expostas no fundo da imagem. Na legenda, foi utilizado *emojis*<sup>14</sup> para comunicar de maneira melhor, o que a frase da legenda deseja transmitir, e foi usado também, uma *tag* relacionada ao movimento LGBT. E

<sup>13</sup> “A **Parada do Orgulho LGBT** tem o objetivo de conscientizar as pessoas da diversidade que uma sociedade é construída, devendo todos saber respeitar as diferenças.” (SIGNIFICADOS. Disponível em: <https://www.significados.com.br/lgbt/>. Acesso em 15 jun. 2018).

**LGBT** ou **LGBTTTT** é a sigla de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros, que consistem em diferentes tipos de orientações sexuais. - Movimento que luta pelos direitos dos homossexuais e contra a homofobia. (SIGNIFICADOS. Disponível em: <https://www.significados.com.br/lgbt/>. Acesso em 15 jun. 2018).

<sup>14</sup>**Emoji** tem origem japonesa - e(imagem) e moji (letra), ou seja, é uma imagem que transmite a ideia de uma palavra ou frase completa. Os *emojis* são muito populares nas redes sociais. (SIGNIFICADOS. Disponível em: <https://www.significados.com.br/emoji/>. Acesso em 15 jun. 2018).

por fim, é feita a descrição da imagem, com a menção da #PraCegoVer, e mais outra *tag* de acessibilidade, a “PraTodosVerem. E como as outras postagens da página, possui bastante interação do público, 24 mil curtidas e reações, 536 comentários e 1.074 compartilhamentos. Os comentários realizados foram somente referentes ao tema da postagem.

Figura 8: Primeira postagem selecionada para análise, da página do Facebook do Google.



Fonte: Página Facebook Google. Disponível em:  
<https://www.facebook.com/GoogleBrasil/photos/a1445965122374092.1073741828.144214412756143/1849381402032460/?type=3&theater>. Acesso em: 15 jun. 2018.

A segunda postagem, como pode ser vista a baixo, na Figura 9, postada dia 11 de junho, às 23h 59min, quase Dia dos Namorados. É uma ilustração, divulgando o Google Doodle<sup>15</sup> de comemoração ao Dia dos Namorados. A imagem do Doodle, faz referência a uma curiosidade dos bichos-preguiça, relacionando à data comemorativa. Na legenda, novamente é utilizado *emojis*, para transmitir a mensagem e se comunicar melhor com os usuários, e também, usam uma *tag* do Google Doodle. Logo em seguida, é feita uma breve descrição da imagem, mencionando antes, a #PraCegoVer e a outra *tag* de acessibilidade, #PraTodosVerem. Rendeu 10 mil curtidas e reações, porém, essa postagem não alcançou o número de interação da primeira postagem (Figura 8), rendeu 296 comentários e 183 compartilhamentos.

Figura 9: Segunda postagem selecionada para análise, da página do Facebook do Google.



Fonte: Página Facebook Google. Disponível em:

<https://www.facebook.com/GoogleBrasil/photos/a.1445965122374092.1073741828.1442144612756143/1855409871429613/?type=3&theater>. Acesso em 15 jun. 2018.

<sup>15</sup>“**Doodles do Google** são as versões modificadas do logotipo do Google, usados especialmente para feriados, aniversários de pessoas famosas e eventos importantes.” (TECHTUDO, 2017. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/doodle.html>. Acesso em 15 jun 2018).

Um ponto identificado nesta segunda publicação, torna extremamente importante para as conclusões desta análise, pois mostra que o público também apoia a iniciativa e está engajado na acessibilidade visual, no entanto, ainda não sabe de fato como a descrição poderá auxiliar os cegos. Uma seguidora, através de um comentário faz uma sugestão para o Google, de alteração da descrição da imagem, para tornar ainda mais eficaz, dando mais detalhes importantes sobre a imagem, para tornar ainda mais clara a descrição e auxiliar ainda mais os deficientes visuais. Conforme pode ser visto no Anexo 2 (Comentários de seguidores, na segunda postagem analisada) - “Google, tem que acrescentar na descrição pra cego ver que as preguiças abraçadas formam um coração.” (BASSO, 2018. Acesso em: 16 jun. 2018).

Porém a mesma seguidora das sugestões, não sabe como o cego vai “ler” essa descrição. Conforme pode ser visto no Anexo 2 (Comentários de seguidores, na segunda postagem analisada) - “Talvez a descrição seja para alguém ler para ele ou talvez esta descrição seja a mesma descrição do áudio. Não sei. Mas de qualquer modo achei incompleta.” (BASSO, 2018. Acesso em: 16 jun. 2018).

E partir disso, vão surgindo comentários de respostas de outros seguidores, que já conhecem o método da Audiodescrição e a acessibilidade digital, e assim, respondem e resolvem a dúvida da seguidora. Conforme pode ser visto no Anexo 2 (Comentários de seguidores, na segunda postagem analisada):

Elis Regina, a Google criou a API de acessibilidade inteira é por conta disso que hoje os cegos conseguem mecher [sic] tão bem sozinhos em celulares igual [sic] a uma pessoa que encheria [sic], é [sic] isso não é a descrição da imagem, isso é só a legenda de um post do Facebook, se o cego estiver mexendo [sic] no Facebook ele vai entender isso de qualquer jeito, viraria poluição de tela se o Google legendasse [sic] as imagens da [sic] logo dele. Quando o cego abrir o Google e quiser "ver" a imagem, o app vai explicar pra ele o que tem na imagem... Essa descrição é só a legenda do post do Facebook, porém um cego que está mexendo [sic] no Facebook também vai ver isso e entender, até o meu comentário. (GUSTAVO, 2018. Acesso em: 16 jun. 2018)

E assim, a terceira postagem selecionada, conforme figura 11, foi divulgada dia 14 de junho, às 12h15min, e faz alusão a celebração da Copa do Mundo 2018, que teve início no mesmo dia. A imagem é uma foto tirada de cima, de uma ação realizada pela própria marca de uma rua decorada com bandeirinhas das cores do Brasil e uma pintura que faz referência aos jogos de futebol e faz ligação com o Google, mostrando que a marca já está em clima de jogos. Na legenda, também foi empregado *emojis*, para ilustrar a mensagem da postagem, para melhor se comunicar. Foi utilizado uma *tag*, referenciando o “G” de Google, a #SuperG. E então, é feita a descrição com a citação da “#PraCegoVer” e a outra *tag* de acessibilidade digital, a

#PraTodosVerem. Essa publicação rendeu 20 mil reações, 126 comentários e 117 compartilhamentos.

E também, os comentários feitos pelos seguidores, foi somente referente ao tema da postagem.

Figura 10: Terceira postagem selecionada para análise, da página do Facebook do Google.



Fonte: Página Facebook Google. Disponível em:

<https://www.facebook.com/GoogleBrasil/photos/a.1445965122374092.1073741828.1442144612756143/1857288607908406/?type=3&theater>. Acesso em: 15 jun. 2018.

Assim sendo, a análise das três postagens se fez, levando em consideração os mesmos pontos de observação nas três postagens analisadas. Levou-se em consideração os seguintes pontos: de que tema se tratava a postagem, a data e o horário que ela foi divulgada, como era a

imagem a ser divulgada, como era realizado o texto da legenda, e claro, como era realizada a descrição de acessibilidade aos cegos, e por fim, foi analisado o alcance de interação entre os usuários e a marca.

Observou-se que a marca separa o texto da legenda, como descreve a finalidade do projeto “#PraCegoVer”. Que é acrescentar a *tag* depois do texto da legenda, para mostrar que é uma postagem com acessibilidade visual, e logo em seguida, realizar a descrição da imagem, para assim, haver um melhor entendimento entre os usuários. As descrições são breves e claras e passam a descrição da imagem como ela é Assim, os cegos recebem a descrição, e entendem a descrição conforme a experiência e conhecimento de cada um.

Foi observado o alcance de interação que cada postagem apresentou, e mostrou, que a marca consegue alcançar um grande público. Neste ponto da análise, foi levado em considerações, a quantidade de curtidas e reações que essas postagens obtiveram, o número de comentários que geraram e que número de compartilhamentos foram feitos pelos usuários. E também, foram analisados os comentários, para buscar saber como os seguidores estavam agindo em relação a postagem, buscar saber se apenas apresentavam interesse pelo tema que a postagem proporcionava, ou se a descrição de acessibilidade também chamava a atenção dos seguidores. Com isso nota-se que as postagens possuem a descrição de acessibilidade, e além de utilizar a #PraCegoVer, o Google faz uso de uma segunda *tag*, também acessível aos deficientes visuais, a #PraTodosVerem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando os objetivos do presente trabalho em estudar a partir de uma pesquisa exploratória, conceitos do Universo da Deficiência visual, conhecer o projeto “#PraCegoVer” e entender sua funcionalidade. E o objetivo geral, analisar se o projeto “#PraCegoVer” contribui para a experiência de uso dos deficientes visuais no Facebook, através de uma análise. No entanto, antes de mais nada, necessita-se trazer dados, para adquirir mais informações sobre o público específico a quem o projeto foi destinado a auxiliar. Por isso, foi realizado uma pesquisa de revisão bibliográfica sobre estatísticas e conceitos do Universo da Deficiência Visual, a Acessibilidade, a Tecnologia Assistiva, a Audiodescrição, as Mídias Digitais, as Redes Sociais e o Facebook, expondo assim, ideias e conceitos e oferecendo maior conhecimento sobre esses temas.

Deste modo, no atual trabalho foi apresentado no primeiro capítulo, uma seleção de conceitos e ideias referente ao universo da deficiência visual, elementos considerados de extrema importância para a construção deste trabalho de pesquisa. Foi dividido em 3 subcapítulos, que apresentaram contribuições como, estatísticas equivalente a população que se considera com algum tipo de deficiência visual, foi discutido sobre o desafio da Acessibilidade e a inclusão no meio social, foi exibido também, alguns conceitos sobre Tecnologia Assistiva. E dentro deste mesmo tema, foi discutido sobre a Audiodescrição, conceito principal utilizado para realizar o método do projeto “#PraCegoVer”.

O Segundo capítulo foi referente às mídias digitais, onde foram expostas ideias de distintos autores sobre o tema. Este capítulo dividiu-se em dois subcapítulos, o primeiro foi a respeito das redes sociais, onde foi realizado um breve panorama sobre a transformação das relações, e também, a evolução cronológica das redes sociais e o surgimento de cada uma delas. No segundo subcapítulo, foi discutido sobre o Facebook, desde o seu surgimento, antes mesmo de ter o modelo de como ele é hoje e como ele funciona atualmente.

Portanto, como já foi mencionado, foi coletado conceitos de extrema importância para a pesquisa, temas com distintas ideias e diferentes autores. Foi colhido fundamentação teórica em livros, *sites*, trabalhos acadêmicos, artigos e revistas acadêmicas.

No terceiro capítulo, foi apresentado o projeto “#PraCegoVer”, foi discutido desde o seu surgimento, quem foi o idealizador da iniciativa, até a sua finalidade e a forma como ele é aplicado.

E por fim, foi realizado a análise diagnóstica, baseada na Teoria do Modelo de Lasswell. Para a realização da análise foi averiguado marcas reconhecidas e conceituadas no mercado



atual, que se valem das mídias sociais para promoção e marketing. Deste modo, a partir de uma investigação, foi selecionado o Google, por ser constatado como a melhor marca para a concretização da análise, pois é considerado uma marca influente no mercado da comunicação, é avaliado como o maior site de pesquisa da internet atualmente, por sempre inovar, por ser considerada uma das maiores marcas de inovações tecnológicas, e assim, por ele apresentar uma ferramenta própria de audiodescrição, que é o TalkBack.

A partir disso, com realização da análise, foi constatado que o projeto “#PraCegoVer”, é de fato, importante para a experiência de uso dos deficientes visuais no Facebook, pois é a partir da descrição, que eles irão conseguir identificar o que está exposto na imagem divulgada pela marca, que antes, apenas conseguiam obter conhecimento sobre o texto da legenda. Portanto, a iniciativa “#PraCegoVer”, transforma a experiência de uso dos deficientes visuais na rede social Facebook, por haver essa evolução, que antes não tinham alcance, e assim, conseguirem ter um maior entendimento, e conseqüentemente, um aprimoramento na comunicação com os outros usuários. De tal modo que se sentirão inclusos e mais independentes nas redes sociais.

E também, foi a partir da análise, que se notou, que há usuários que ainda não conhecem e não entendem a finalidade da #PraCegoVer, mas que mesmo não possuindo conhecimento de como a descrição da imagem irá chegar até os cegos, se mostram dispostos e apoiam a iniciativa. É preciso salientar, que independente da *tag* utilizada para mostrar a descrição, a finalidade é tornar a rede social mais acessível aos deficientes visuais, possibilitando uma maior disseminação, e assim, permitindo haver mais inclusão no meio digital, e deste modo, poder viver em uma sociedade mais desenvolvida e moderna, onde todos têm direitos e acesso.

Assim, este trabalho será de grande valor para a inclusão visual no meio digital, e claro, será de extrema importância, para o campo da mídia digital e aos profissionais da área da Publicidade e Propaganda, pois é algo que pode revolucionar a experiência de uso desses indivíduos nas redes sociais, e conseqüentemente, pode transformar o formato de se comunicar com este público, podendo desenvolver conteúdos que interajam com eles também.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DIGITAL INTERATIVA (Org.). *Infográfico: A evolução das redes sociais e o Social Media*. 2016. Disponível em: ><http://www.iinterativa.com.br/infografico-evolucao-das-redes-sociais-social-media/><. Acesso em: 30 maio 2018.

AGÊNCIA IBGE DE NOTÍCIAS. *Pessoas com deficiência: adaptando espaços e atitudes*. IBGE. 2017. Disponível em: ><https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/16794-pessoas-com-deficiencia-adaptando-espacos-e-atitudes.html><. Acesso em: 14 jun. 2018.

BASSO, Elis Regina. *Página do Facebook do Google*. Comentários. 2018. Disponível: ><https://www.facebook.com/GoogleBrasil/photos/a.1445965122374092.1073741828.1442144612756143/1855409871429613/?type=3&theater><. Acesso em: 16 jun. 2018).

BENEVENUTO, F. *Redes Sociais Online: Técnicas de Coleta, Abordagens de Medição e Desafios Futuros*. In: A.C.M. 2010.

BRAILLE, Patrícia. *#PraCegoVer: Tire todas as suas dúvidas sobre o Projeto #PraCegoVer*. 2016. Publicação fixada na página do Facebook do Projeto. Disponível em: ><https://www.facebook.com/PraCegoVer/posts/1282608151769692:0><. Acesso em: 14 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. *#PraCegoVer: Tire todas as suas dúvidas sobre o Projeto #PraCegoVer*. 2016. Publicação fixada na página do Facebook do Projeto. Disponível em: ><https://www.facebook.com/PraCegoVer/posts/1282608151769692:0><. Acesso em: 24 maio 2018. Acesso em: 7 abr. 2018.

CANALTECH. *10 fatos sobre o Google que você provavelmente não conhecia*. Disponível em: <[https://canaltech.com.br/internet/10-fatos-sobre-o-google-que-voce-provavelmente-nao-conhecia-101270/\\_](https://canaltech.com.br/internet/10-fatos-sobre-o-google-que-voce-provavelmente-nao-conhecia-101270/_)> Acesso em 15 jun 2018.

\_\_\_\_\_. *Sobre o Canaltech*. Disponível em: ><https://canaltech.com.br/sobre/>. Acesso em 15 jun. 2018<.

CARACHO, Natália. *#PraCegoVer - O que você precisa SABER sobre este movimento*. 2018. Disponível em: ><https://www.linkedin.com/pulse/pracegover-o-que-voc%C3%AA-precisa-saber-sobre-este-nat%C3%A1lia-caracho/><. Acesso em 14 jun 2018.

DÍAZ CINTAS, Jorge. *Por una preparación de calidad en accesibilidad audiovisual*. TRANS - Revista de Traductología, Málaga, n. 11, p. 45-59, 2007. Disponível em: >[http://www.trans.uma.es/pdf/Trans\\_11/%20T.45-59.JorgeDiazCintas.pdf](http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_11/%20T.45-59.JorgeDiazCintas.pdf)<. Acesso em: 1 abr. 2018.

DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS. *Significado de Alógico*. 2009 - 2018. Disponível em: ><https://www.dicio.com.br/alogico-2/><. Acesso em: 9 jun. 2018.

DRUBSCKY, Luiza. *Entenda o que é hashtag (#) para que elas servem e como utilizá-las*. 2017. Desenvolvida por Marketing de Conteúdo. Disponível em: ><https://marketingdeconteudo.com/o-que-e-hashtag/>< Acesso em: 14 abr. 2018.

EDUCAUSE. *7 things you should know about Facebook*, 2007. Disponível em: ><https://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7017.pdf><. Acesso em: 15 maio 2018.

FACEBOOK. 2018. Disponível em: ><https://www.facebook.com/PraCegoVer><. Acesso em 14 jun. 2018.

FRANCO, Eliana P. C. *Audiodescrição e audiodescritores: quem é quem?* Bengala Legal, [S. L.], 19 abr. 2007. Resposta à matéria da revista Sentidos. Disponível em: ><http://www.bengalalegal.com/eliana.php><. Acesso em: 1abr. 2018.

FRANCO, Eliana Paes Cardoso; SILVA, M. C. C. C. *Audiodescrição: breve passeio histórico. Audiodescrição: transformando imagens em palavras*. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, p. 23-42, 2010. Disponível em: >[www.audiodescricao.com/site/files/2014/12/LivroAD\\_cap.1\\_ElianaFranco.pdf](http://www.audiodescricao.com/site/files/2014/12/LivroAD_cap.1_ElianaFranco.pdf)< Acesso em: 31 mar. 2018.

FUNDAÇÃO DORINA NOWILL (São Paulo). *Estatísticas da deficiência visual*. Disponível em: ><https://www.fundacaodorina.org.br/a-fundacao/deficiencia-visual/estatisticas-da-deficiencia-visual/>< Acesso em: 6 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. *O que é deficiência?* Disponível em: [www.fundacaodorina.org.br/a-fundacao/deficiencia-visual/o-que-e-deficiencia/](http://www.fundacaodorina.org.br/a-fundacao/deficiencia-visual/o-que-e-deficiencia/) .

\_\_\_\_\_. *Quem somos?* Disponível em: >[www.fundacaodorina.org.br/a-fundacao/quem-somos/](http://www.fundacaodorina.org.br/a-fundacao/quem-somos/)<. Acesso em: 6 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. *Tecnologia assistiva*. Disponível em: ><https://www.fundacaodorina.org.br/a-fundacao/deficiencia-visual/tecnologia-assistiva/><. Acesso em: 11 abr. 2018.

GIL, Antônio Carlos. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*.4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p. Disponível em: [www.professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod\\_resource/content/1/como\\_elaborar\\_projet](http://www.professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projet). Acesso em: 14 abr. 2018.

GNIPPER, Patrícia. *A evolução das redes sociais e seu impacto na sociedade: Parte 3*. 2018. Canaltech. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-seu-impacto-na-sociedade-parte-3-109324/>. Acesso em: 30 maio 2018.

GOOGLE IMAGENS. *Facebook Profile 2005* Disponível em: <http://time.com/11740/facebook-10-year-anniversary-interfaces/>. Acesso em 30 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. Disponível em:><https://www.google.com.br/>. Acesso em: 15 jun. 2018.

GOVERNO FEDERAL. *Tecnologia Assistiva. Leitores de tela*. Disponível em: ><http://emag.governoeletronico.gov.br/cursodesenvolvedor/introducao/tecnologia-assistiva-leitores-de-tela.html><. Acesso em 15 jun. 2018.

GUSTAVO, Luís. *Página do Facebook do Google*. Comentários. 2018. Disponível: <https://www.facebook.com/GoogleBrasil/photos/a.1445965122374092.1073741828.1442144612756143/1855409871429613/?type=3&theater>. Acesso em: 16 jun. 2018).

INFOBASE INTERATIVA (Org.). *Infográfico: A evolução das redes sociais e o Social Media*. 2016. Disponível em: <http://www.iinterativa.com.br/infografico-evolucao-das-redes-sociais-social-media/>. Acesso em: 30 maio 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Censo Demográfico 2010*. 2010. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf). Acesso em: 14 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa de Informações Básicas Municipais*. 2014. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/default.shtm>. Acesso em: 14 jun. 2018.

JESUS, Aline. *História das redes sociais: do tímido Class Mates até o boom do Facebook*. 2012. TechTudo. Disponível em: [www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/historia-das-redes-sociais.html](http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/historia-das-redes-sociais.html). Acesso em: 21 maio 2018.

JESUS, Deise Lourenço de; CUNHA, Murilo Bastos. *Produtos e serviços da web 2.0 no setor de referência das bibliotecas*. Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 17, n. 1, p. 110-133, 2012.

KISO, Rafael. *Guia de conhecimento para uma estratégia Web 2.0 de sucesso*. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/14537501/Guia-Completo-para-uma-estrategia-WEB-2-0-de-sucesso>. Acesso em: 25 maio 2018.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. *Administração de Marketing*. 14. Ed. São Paulo, 2012.

LEMONS, André; CUNHA, Paulo (orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. Sulina, Porto Alegre, 2003; p. 11-23.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2018.

LINS, Zalxjoane. *Pracegover: Iniciativa dissemina cultura de se descrever conteúdo imagens nas redes sociais*. 2017. Desenvolvido por MIDIACE. Disponível em: <http://www.midiace.com.br/index.php/noticia/pracegover-iniciativa-dissemina-a-cultura-de-se-descrever-conteudo-de-imagens-nas-redes-sociais/0>. Acesso em: 7 abr. 2017.

LUIZA DRUBSKY. *Marketing de Conteúdo*. Entenda o que é hashtag (#) para que elas servem e como utilizá-las. 2017. Desenvolvido pela Rock Content. Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/o-que-e-hashtag/>. Acesso em: 14 abr. 2017.

MAGNA. *Magna advertising forecasts winter upda*. 2017. Disponível em: <https://magnaglobal.com/magna-advertising-forecasts-winter-update/>. Acesso em 11 de jun. 2018.

MALINI, F.; ANTOUN, H. *@Internet e #Rua*. Ciberativismo e Mobilização nas Redes Sociais. Porto Alegre: Sulina, 278 p. 2013.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. Tradução de Décio Pignatari. 9 ed. São Paulo: Cultrix, 1998.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. *Acessibilidade*. 2017. Disponível em: >[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/352425/mod\\_resource/content/1/MCLUHAN%2C%20Marshall%20-%20Os%20Meios%20de%20Comunicac%CC%A7a%CC%83o%20como%20Extens%CC%83es%20do%20Homem.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/352425/mod_resource/content/1/MCLUHAN%2C%20Marshall%20-%20Os%20Meios%20de%20Comunicac%CC%A7a%CC%83o%20como%20Extens%CC%83es%20do%20Homem.pdf)<. Acesso em: 14 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. *Acessibilidade*. 2017. Disponível em: <http://portalms.saude.gov.br/acessibilidade>. Acesso em: 14 abr. 2018.

NOBRE, Mariângela de Souza Santos Diz. *Redes Sociais Digitais: Uma estratégia no processo de aprendizagem na disciplina de química*. 2016. 28 f. Monografia (Especialização) - Curso de Lato Sensu em Docência no Século XXI, Pós-graduação, Instituto Federal Fluminense, Campos dos Goytacazes, 2016. Disponível em: ><http://bd.centro.iff.edu.br/bitstream/123456789/1137/1/Redes%20Sociais%20Digitais.pdf><. Acesso em: 15 maio 2018.

ORERO, Pilar; PEREIRA, Ana María; UTRAY, Francisco. *Visión histórica de la accesibilidad en los medios en España*. TRANS - Revista de Traductología, Málaga, n. 11, p. 31-43, 2007. Disponível em: >[http://www.trans.uma.es/pdf/Trans\\_11/T.31-43OreroPereira\\_Utray.pdf](http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_11/T.31-43OreroPereira_Utray.pdf)<. Acesso em: 1 abr. 2018.

PÁGINA DO FACEBOOK DO GOOGLE. Disponível em: ><https://www.facebook.com/GoogleBrasilb/><. Acesso em: 15 jun. 2018.

PRATES, Gustavo. *A diferença de Mídia Digital e Marketing digital para o sucesso nas vendas online*. 2016. Elaborado por Digitalks. Disponível em: ><https://digitalks.com.br/artigos/a-diferenca-de-midia-digital-e-marketing-digital-para-o-sucesso-nas-vendas-online/><. Acesso em: 11 jun. 2018.

PROJETUAL COMUNICAÇÃO (Curitiba/PR). *Redes sociais, mídias sociais ou mídias digitais? Qual é a diferença?* 2018. Disponível em: ><http://projetual.com.br/redes-sociais-midias-sociais-ou-midias-digitais-qual-e-a-diferenca/><. Acesso em: 11 jun. 2018.

RECUERO, Raquel. *A Conversação em Rede*. Porto Alegre: Sulina, 238 p., 2012.

\_\_\_\_\_. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 191 p. 2009.

\_\_\_\_\_. *Contribuições de Análise de Redes Sociais para o estudo de redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma*. Fronteiras - estudos midiáticos, v. 16, n. 2, p. 60-77, 2014. Disponível em: ><http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.01><. Acesso em 11 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina (Coleção Cibercultura), 191 p., 2009.

SARTORETTO, Mara Lúcia; BERSCH, Rita. *O que é Tecnologia Assistiva*. 2017. Assistiva Tecnologia e Educação. Disponível em: ><http://www.assistiva.com.br/tassistiva.html><. Acesso em: 7 abr. 2018.

SECRETARIA ESPECIAL DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA (Brasília). *Acessibilidade*. Disponível em: ><http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/acessibilidade-0><. Acesso em: 14 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. *Acessibilidade*. Disponível em: ><http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/acessibilidade-0><. Acesso em: 14 abr. 2018.

SIGNIFICADOS, *O que é Smartphone*: Disponível em: ><https://www.significados.com.br/smartphone/><. Acesso em 14 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. *O que é emoji*. Disponível em: ><https://www.significados.com.br/emoji/><. Acesso em 15 jun. 2018).

\_\_\_\_\_. *O que é LGBT*. Disponível em: ><https://www.significados.com.br/lgbt/><. Acesso em 15 jun. 2018).

\_\_\_\_\_. *O Significado de Offline: O que é Offline*. 2011 – 2018. Disponível em: ><https://www.significados.com.br/offline/><. Acesso em: 11 jun. 2018.

SILVA, Eduardo Araújo da. *Ciberespaço e Cibercultura: Definições e Realidades Virtuais Inseridas na Práxis do Homem Moderno*. 2014. Só Pedagogia. Disponível em: >[http://www.pedagogia.com.br/artigos/ciberespaco\\_cibercultura/](http://www.pedagogia.com.br/artigos/ciberespaco_cibercultura/)<. Acesso em: 05 jun. 2018.

SILVA, Manoela Cristina Correia Carvalho da. *Com os olhos do coração: estudo acerca da audiodescrição de desenhos animados para o público infantil*. 2013. 214 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Programa de Pós-graduação em Letras e Linguística, Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009. Disponível em: ><http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/handle/ri/12032><. Acesso em: 1 abr. 2018.

SILVA, Siony da. *Redes Sociais Digitais E Educação*. Revista Iluminart, Sertãozinho/SP, v. 5, p.36-46, ago. 2010. IFSP – Campus Sertãozinho. Disponível em: <file:///C:/Users/catie/Desktop/TCCs/97-478-1-PB.pdf>. Acesso em: 24 maio 2018.

SOTERO, Frederico. *Futuro Da Internet e Redes Sociais*. 2009. Disponível em: ><https://pt.scribd.com/document/16465551/Futuro-Da-Internet-e-Redes-Social><. Acesso em: 16 maio 2018.

TECHTUDO. *Assistente Google. Descrição*. 2017. Disponível em: ><http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/google-assistant.html><. Acesso em 15 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. *Google Doodle*. 2017. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/doodle.html>. Acesso em 15 jun 2018.

TORRES, Elisabeth Fátima; MAZZONI, Alberto Angel; ALVES, João Bosco da Mota. *A acessibilidade à informação no espaço digital*. Ciência da Informação, v. 31, n. 3, 2002. Disponível em: ><http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n3/a09v31n3><. Acesso em: 14 abr. 2018.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 10. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2009. 271 p.

**ANEXOS**

## **Anexo 1 – Texto da postagem fixada na página do projeto #PraCegoVer**

Pra iniciar, um aviso importantíssimo:

Os cegos não se ofendem com a expressão #PraCegoVer. A palavra "cego" não é pejorativa. É a correta, a usual. Geralmente, quem acha estranho não convive com pessoas que têm deficiência visual. Os cegos se ofendem, de verdade, com a ausência de acessibilidade.

Outros 2 avisos importantes:

1. #PraCegover é um trocadilho. Como esta hashtag tem uma função educativa e inclusiva, ela se refere aos videntes que não enxergam o cego e nunca se dão conta de que pessoas com deficiência visual usam redes sociais. Ela existe para impactar, para despertar o olhar de quem lê e se pergunta: "Ué, pra que raios esta descrição está aqui?". Então vai pesquisar mais um pouco e... Zaz! Mais um vidente deixou de ser "cego". Existe, principalmente, para o cego ou pessoa com deficiência visual/baixa visão que, pela falta de acessibilidade, não podia apreciar as imagens publicadas.

2. Não, a descrição não faz a pessoa cega literalmente enxergar. É, mais uma vez, um jogo de palavras, um empréstimo da palavra "ver" no sentido de "ter acesso" a algo. Ouvir uma descrição não substitui a visão. Nem mesmo o tato, como muitos acreditam, seria capaz de substituir o ato de enxergar, na exata medida em que os olhos o fazem.

1. O que é #PraCegoVer?

É um projeto de disseminação da cultura da acessibilidade nas redes sociais e tem por princípio a Audiodescrição de imagens para apreciação das pessoas com deficiência visual. Foi idealizado pela professora baiana Patrícia Braille.

2. O que é Audiodescrição?

É uma tradução que consiste em transformar imagens em palavras, obedecendo a critérios de acessibilidade, respeitando as características do público a que se destina. É produzida, principalmente, para pessoas cegas, mas tem beneficiado outras como as com dislexia, deficiência intelectual ou com déficit de atenção, por exemplo.



### 3. Como os cegos conseguem ler as descrições de imagem no computador?

Atualmente, milhares de pessoas cegas usam o Facebook com auxílio de programas leitores de tela capazes de transformar em voz o conteúdo dos sites. Contudo, as imagens necessitam ser descritas, para que os leitores consigam transmiti-las às pessoas com deficiência visual.

### 4. Por que “#PraCegoVer”?

No Brasil existem cerca de 6,5 milhões de pessoas com deficiência visual, sendo 585 mil totalmente cegas. Essas pessoas comem, vestem, passeiam, usam o Facebook, assistem a programas de TV, consomem, vão ao dentista, ao pediatra, ao geriatra mas, pasme, são ignoradas por escolas, instituições, empresas, como se estivessem revestidas por um manto de invisibilidade.

#PraCegoVer carrega em si o princípio de que a cegueira às vezes está nos olhos de quem enxerga. Ele existe para o cego que não enxerga a imagem e para o vidente que não enxerga o cego. É uma provocação, um chamamento para as pessoas se enxergarem mais, saírem de suas zonas de conforto e perceberem que podem fazer acessibilidade, mesmo que seja uma breve descrição de uma imagem na internet.

### 5. Como você descreve as imagens? Dá umas dicas para iniciante.

A). Coloco a hashtag #PraCegoVer.

B). Anuncio o tipo de imagem: fotografia, cartum, tirinha, ilustração...

C). Começo a descrever da esquerda para a direita, de cima para baixo [a ordem natural de escrita e leitura ocidental]

D). Informo as cores: Fotografia em tons de cinza, em tons de sépia, em branco e preto [se a foto for colorida, não precisa informar “fotografia colorida”, porque você vai dizer as cores dos elementos da foto na descrição e a indicação ficará redundante. Se você já vai dizer que a moça está de casaco vermelho, ao lado de flores amarelas, não preciso dizer que a foto é colorida].

E). Descrevo todos os elementos de um determinado ponto da foto e só depois passo para o próximo ponto, criando uma sequência lógica.

F). Descrevo com períodos curtos [se posso falar com 3 palavras, não vou usar 5].

G). Gosto de começar pelos elementos menos importantes, contextualizando a cena, e vou afunilando até chegar ao clímax, no ponto chave da imagem.

H). Evite adjetivos. Se algo é lindo, feio, agradável a pessoa com deficiência é quem vai decidir, a partir da descrição feita. Capriche!

6. Poderia nos indicar leituras atuais sobre Audiodescrição?

R – Façam download desse livro, ele tem textos dos principais pesquisadores em audiodescrição da atualidade: <http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/livro-transformando-...>

Acompanhem também o Blog da Audiodescrição, que é atualizado por uma pessoa cega maravilhosa, o culto e generoso Paulo Romeu: <http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/>

7. Cite nomes de páginas que usam #PraCegoVer:

Atualmente são centenas e centenas, incluindo páginas de instituições públicas e privadas, multinacionais e governamentais. Alguns exemplos:

Avon: <https://www.facebook.com/avonbr/>

Coca-Cola: <https://www.facebook.com/cocacolabr/>

Maybelline NY Brasil: <https://www.facebook.com/MaybellineBrasil/>

Rayovac Brasil: <https://www.facebook.com/RayovacBrasil/>

[quem disse, berenice?]: <https://www.facebook.com/quemdisseberenice/>

Postos Petrobras: <https://www.facebook.com/postospetrobras/>

Clube de Regatas do Flamengo: <https://www.facebook.com/FlamengoOficial/>

Conselho Nacional de Justiça (CNJ): <https://www.facebook.com/cnj.oficial/>

Romário Faria: <https://www.facebook.com/romariodesouzafaria/>

@Skol: <https://www.facebook.com/skol/>

Ministério Público Federal - MPF: <https://www.facebook.com/MPFederal/>

#PraCegoVer

Descrição da imagem: Sobre um fundo branco escrito em Braille, está um emoji irônico, na cor amarela, usando óculos “Turn down for what”. Imediatamente abaixo, em letras brancas com contorno preto, a hashtag #PraCegoVer, seguida da expressão “perguntas e respostas”

**Anexo 2 -Comentários de seguidores, na segunda postagem analisada**



**Elis Regina Basso** Google, tem que acrescentar na descrição pra cego ver que as preguiças abraçadas formam um coração.

Curtir · Responder · 3 d



**Lorraine Cabral** "unidas pelo bumbum formam um coração"

Curtir · Responder · 3 d



**Elis Regina Basso** Melhorando: Cada uma das preguiças representa um O do google, estão agarradas a um galho (ou cipó?), olham para a frente e estão com as patas e nádegas (é assim para animais também?) unidas formando um coração.

Curtir · Responder · 3 d · Editado



**Luís Gustavo** Mais como o cego vai ver a descrição '-' ..... E se ele usa o negócio de acessibilidade ele tem a descrição em áudio se clicar na imagem 😊

Curtir · Responder · 2 d · Editado



**Elis Regina Basso** Talvez a descrição seja para alguém ler para ele ou talvez esta descrição seja a mesma descrição do áudio. Não sei. Mas de qualquer modo achei incompleta.

Curtir · Responder · 2 d



**Luís Gustavo** Elis Regina, a Google criou a API de acessibilidade inteira kkkkk é por conta disso que hoje os cegos conseguem mecher tão bem sozinhos em celulares igual a uma pessoa que encheria, é isso não é a descrição da imagem, isso é só a legenda de um post do Facebook, se o cego estiver mechendo no Facebook ele vai entender isso de qualquer jeito, viraria poluição de tela se o Google legendasse as imagens da logo dele. Quando o cego abrir o Google e quiser "ver" a imagem, o app vai explicar pra ele o que tem na imagem... Essa descrição é só a legenda do post do Facebook, porém um cego que está mechendo no Facebook também vai ver isso e entender, até o meu comentário.

Curtir · Responder · 2 d · Editado



**Luís Gustavo** A Apple e a Microsoft também tem uma bem completa, então hoje em dia smartphones estão muito receptivos! E no computador tem a da Microsoft também, acredito que no computador é mais complicado já que é bem mais informações... Causando uma demora para o cego ouvir tudo, mas ainda sim é funcional ... Não está incompleto, só que tem a ser melhorado é o tempo de resposta do áudio .. e alguns bugs

Curtir · Responder · 2 d