

Descreva o que vê: o uso da # para audiodescrição nas postagens em redes sociais associado ao projeto "Tá na Hora de Tomar o Remédio"!

Describe what you see: the use of # for audio description in posts on social networks associated with the project "Tá na hora de Tomar o Remédio"!

Dora Vieira da Costa

Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Email: doravcosta@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0341-0112>

Ana Lúcia Vazquez Villa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Email: alvilla@phama.ufrj.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5422-9159>

Daniela Firmino Gama

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Email: danielagama13@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4524-8387>

Viviane de Oliveira Freitas Lione

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Email: vivianelione@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4225-698X>

Aline Guerra

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Email: agmfraga@pharma.ufrj.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0416-9191>

RESUMO: A acessibilidade se desenha como condição imprescindível para todo e qualquer processo de inclusão, abrangendo as dimensões atitudinal, física, tecnológica, comunicacional, linguística, pedagógica e informacional. A dificuldade de acesso não se dá somente pela falta de internet, mas também pela forma como as informações chegam até os indivíduos. Os projetos de extensão possuem um papel crucial na promoção da acessibilidade, pois atendem uma diversidade de estudantes que são sujeitos neurodiversos. Com o intuito de promover uma nova experiência com as imagens, acessada de forma inclusiva por programas leitores de tela ou pela leitura simples pelo usuário, descrevemos neste trabalho uma das estratégias adotadas pelo projeto de extensão "Tá na Hora de Tomar o Remédio" da Faculdade de Farmácia – UFRJ. Trata-se de um processo de ensino-aprendizagem da descrição de imagens que adota requisitos da Audiodescrição (AD) nas postagens das Páginas das Mídias Sociais (PMS). Para a criação dos conteúdos acessíveis, o Projeto se baseia no Desenho Universal de Aprendizagem (DUA), que pressupõe o alcance dos conteúdos respeitando as diferentes formas de aprender. Assim, quando estes conteúdos alcançam as PMS, se faz necessário

pensar em estratégias para torná-los acessíveis, o que enfatiza a importância do uso de hashtags para descrição de imagens e conteúdos postados.

PALAVRAS-CHAVE: Audiodescrição, Acessibilidade, Mídias Sociais.

ABSTRACT: Accessibility is seen as an essential condition for any and every inclusion process, encompassing attitudinal, physical, technological, communicational, linguistic, pedagogical, and informational dimensions. The difficulty of access is not only due to the lack of internet, but also to the way information reaches individuals. Extension projects play a crucial role in promoting accessibility, as they cater to a diverse range of students who are neurodivergent. With the aim of promoting a new experience with images, accessed inclusively through screen reader programs or simple reading by the user, we describe in this work one of the strategies adopted by the Extension Project “It’s Time to Take the Medicine” from the Pharmacy School – UFRJ: a teaching-learning process of image description that adopts Audio Description (AD) requirements in the postings on Social Media Pages (SMP). To create accessible content, the Project is based on Universal Design for Learning (UDL), which assumes that content can be reached by respecting different ways of learning. Thus, when this content reaches the SMP, it is necessary to think of strategies to make it accessible, emphasizing the importance of using hashtags for image and content description in the posts.

KEYWORDS: Audio Description, Accessibility, Social Media.

INTRODUÇÃO

A Audiodescrição (AD) é simplesmente o ato de traduzir imagens em palavras! É o recurso pelo qual qualquer ato percebido pelas pessoas videntes é traduzido em palavras para pessoas com deficiência visual, intelectual, dislexia, idosos, autistas e pessoas com dificuldade de atenção; ou seja, por todos aqueles que possam ser identificados como consumidores de meios e produtos de comunicação visual – televisão, cinema, dança, ópera, artes visuais e tudo que se refere também à internet e às redes sociais (Lima et al., 2009).

Considerada cientificamente como uma tradução intersemiótica, é um recurso no qual um signo visual é traduzido para o verbal e a recepção feita por meio de voz gravada, narrada ou sintetizada, permitindo, assim, que seu espectador tenha acesso ao conteúdo de diversos produtos visuais, dinâmicos ou estáticos. Consiste na inclusão de uma fala narrativa adicional durante uma apresentação, em filmes, novelas, peças de teatro, balé, ópera, durante os diálogos, quando necessário, ou na descrição de imagens estáticas, como quadros e outros, com o intuito de fornecer informações que fogem à percepção auditiva ou cognitiva (Jakobson, 1995).

Segundo Oliveira e Alves (2013), este recurso visa formar uma imagem de um objeto, de um ser, de um lugar ou situação, em um determinado momento. E para Platão & Fiorin (1991), “é o tipo de texto em que se relatam as características de uma pessoa, de um objeto ou de uma situação qualquer, inscritos num certo momento estático do tempo”, não traduzindo a mudança do ato em si, mas como se esse estivesse parado no tempo (Rosenthal, 2009; Platão & Fiorin, 1991).

Em 1975, a AD apareceu formalmente descrita como tal em uma tese de pós-graduação do norte-americano Gregory Frazier, “Master of Arts” e na TV, no Japão, em 1983 pela NTV (Motta & Filho, 2010). Aqui no Brasil, por meio da Portaria n. 310, de 27 de junho de 2006, que aprova a “Norma Complementar n. 01/2006 – Recursos de acessibilidade, para pessoas com deficiência, na programação veiculada nos serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão”, instituiu-se, a partir de 1º de julho de 2011, a obrigatoriedade de pelo menos duas horas semanais de conteúdo com audiodescrição para as emissoras com sinal aberto e transmissão digital, na condição de faixa de áudio (Brasil, 2006). Desde 18 de dezembro de 2014, a Agência Nacional do Cinema [ANCINE], por meio da Instrução Normativa n. 116, dispõe que todos os projetos de produção audiovisual financiados com recursos públicos devem ter legendas descritivas, audiodescrição e Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS), itens obrigatórios quando se pensa em inclusão (Franco & Silva, 2010; ANCINE, 2014).

O século XXI vivencia discussões sobre a inclusão em vários ambientes e, a despeito da polêmica quanto ao seu termo, Mantoan (2005) traz uma definição bem clara e objetiva quando diz que a inclusão nada mais é do que a nossa capacidade de reconhecer e entender o outro, tendo assim o privilégio de poder conviver e compartilhar com pessoas diferentes entre si (Mantoan, 2005). Incluir é garantir que todos tenham as mesmas oportunidades de escolhas e vontades e, segundo Oliveira & Alves (2013), “é baseada em um sistema de valores que faz com que todos se sintam bem-vindos e celebra a diversidade que tem como base o gênero, a nacionalidade, a raça, a linguagem de origem, o background social, o nível de aquisição educacional ou a deficiência”. Caminhando lado a lado, várias tecnologias são cotidianamente atualizadas para propiciar a ampliação do processo de inclusão em toda a sua essência (Oliveira & Alves, 2013).

Atualmente, vivencia-se um momento marcado por tecnologias midiáticas que trazem em si a possibilidade de variados modelos de comunicação, com diferentes linguagens, em inúmeras traduções de expressão cultural, artística, científica e social, gerando-se informações e imagens cada vez mais complexas,

por vezes autoexplicativas e ricas em conteúdo. Adicionalmente, tal contribuição exige maior investimento para a acessibilidade, de forma que forneça condições adequadas e igualitárias de entendimento, comunicação, aprendizagem, geração de opiniões e, portanto, de inclusão.

A hashtag “PraCegoVer” (#PraCegoVer), foi criada pela professora Patrícia Silva de Jesus, especialista em educação especial na perspectiva da educação inclusiva, que prefere ser chamada de Patrícia Braille. Idealizada com o intuito de fazer com que os videntes se dessem conta de que pessoas cegas também utilizam as várias tecnologias midiáticas presentes nas redes sociais, ela amplia o direito de acesso aos conteúdos visuais, uma vez que até então, em 2012, os leitores de tela ou linhas Braille tinham acesso apenas aos conteúdos textuais (para mais informações, acesse: <https://www.facebook.com/PraCegoVer/>).

Outras páginas que defendem o emprego diferenciado da hashtag para promover a inclusão, como a página “Filmes que Voam”, defendem o uso não só da #PraCegoVer, mas o emprego de uma informação com maior amplitude de acesso, uma vez que não somente os cegos se beneficiam da descrição de imagens disponíveis em redes sociais, como todos aqueles alcançados pela AD. Desta forma, divulgam o emprego da hashtag “ParaTodosVerem”, “PraTodosVerem”, “PraTodoMundoVer” e também “PraCegoVer”. Além disso, a criação dessa amplitude de acesso faz com que outros profissionais da comunicação, ao elaborarem seus produtos, se coloquem no lugar de todos os seus usuários (para mais informações, acesse: <https://www.filmesquevoam.com.br/sobre-o-uso-de-paratodosverem-pracegover-e-outras-hashtags/>).

Limitar a descrição de conteúdo apenas aos cegos seria ver apenas uma parte do todo, uma vez que o emprego de leitores de tela, ou a leitura da descrição cuidadosa de uma imagem ou figura, pode também levar esse acesso a qualquer usuário desse recurso.

A Tecnologia Assistiva (TA), segundo a Lei Brasileira de Inclusão n. 13.146 de 06 de julho de 2015, é definida como produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços desenvolvidos com o intuito de promover autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social, relacionada à atividade e à participação para seus usuários (Brasil, 2015; Brasil, 2022).

Nesse sentido, o emprego de TA pode fornecer o acesso às condições adequadas de meios de comunicação, garantindo, melhorando e mantendo sua inserção na sociedade, trazendo a acessibilidade comunicacional e, portanto, a igualdade de oportunidades (Garcia et al., 2017). Identifica-se, portanto, que a AD, assim

como suas etapas, em que se inclui a descrição de imagens, se mostra como um importante recurso de TA para promover a acessibilidade e inclusão, garantindo às pessoas os auxílios atrelados ao acesso à informação, lazer e cultura (Oliveira & Alves, 2013).

A Extensão Universitária constitui um dos pilares indissociáveis da tríade Universitária e, como tal, por meio da realização de sua ação, acarreta mudanças significativas no processo ensino-aprendizagem, uma vez que colabora efetivamente para a formação profissional dos envolvidos; mas ela também vai além, fortalecendo o direito dos cidadãos aos quais atinge, de forma interdisciplinar e interprofissional. Ao mesmo tempo, como consequência da interação dialógica entre aqueles atores sociais, ocorre também a geração de conhecimentos novos, resgatando saberes, vivências e expertises, configurando esta interação como ações contínuas de caráter educativo, cultural, científico, tecnológico e sócio comunitário que espelham as interações biopsicosocioambientais, impactando na formação do estudante envolvido de forma ativa nessa ação.

Desta maneira, com o intuito de promover uma nova experiência com as imagens, acessadas de forma inclusiva por todos, por meio de programas leitores de tela ou pela simples leitura de tela pelo vidente que desejar, descrevemos neste trabalho o processo de ensino-aprendizagem da descrição de imagens segundo requisitos da AD nas postagens realizadas do projeto de extensão “Tá na Hora de Tomar o Remédio” para as páginas das mídias sociais, Facebook e Instagram. Estas foram criadas como demanda do processo de isolamento social e, portanto, da comunicação por meio da internet, sendo etapa fundamental para a realização futura da AD.

Pretende-se com esse trabalho que não só pesquisadores, mas também pessoas da sociedade civil se atentem para os benefícios dessa ferramenta, os cuidados com a sua realização e os alcances conseguidos com ela, útil não somente para pessoas com alguma deficiência. A proposta é também estimular usuários das mídias sociais a realizarem a descrição de imagens nos modos da AD em suas postagens.

METODOLOGIA

Este trabalho trata de um relato de experiência de ensino-aprendizagem ocorrido de forma remota entre os docentes e os alunos envolvidos em um projeto de extensão do curso de Farmácia, da Faculdade de Farmácia da Universidade Federal

do Rio de Janeiro (FF-UFRJ). Tal experiência é um dos elementos do projeto que envolve interação com pacientes atendidos na Farmácia Escola da Unidade, com o público externo ao campus e com ações em escolas públicas do município do Rio de Janeiro (RJ).

A experiência seguiu as seguintes etapas: prospecção e elaboração das informações a serem divulgadas de acordo com a demanda atual sobre Coronavírus, criação de personagens para ilustrar as mensagens criadas, busca por informação sobre AD, identificação dos parâmetros mínimos exigidos pela técnica, aplicação nas postagens e observação do público.

A prospecção das informações divulgadas junto às PMS foram realizadas por meio da pesquisa com temas e palavras de interesse, e feitas nas principais plataformas científicas de busca como Scielo, o Portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), página do Ministério da Saúde e Organização Mundial da Saúde. Tais páginas fornecem uma base teórica confiável e fundamentada com validade científica.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA:

Elaboração das informações a serem divulgadas de acordo com a demanda atual sobre Coronavírus

O projeto de extensão “Tá na Hora de Tomar o Remédio!” tem como objetivo desenvolver, aplicar e avaliar estratégias de promoção de adesão medicamentosa, por meio do oferecimento e treinamento de uso de uma ferramenta gráfica ilustrativa especialmente criada para o público idoso, mas não exclusivo para este, atendido na Farmácia Universitária (FU) da FF-UFRJ, e para o público externo, como na Associação de Moradores da Vila Residencial (AMAVILA), sendo usado de forma complementar à prática de Atenção Farmacêutica com orientação do uso correto dos medicamentos, anteriormente realizado. Adicionalmente, são oferecidas rodas de conversa e palestras em escolas de ensino médio do município do Rio de Janeiro, além da criação de material gráfico como folders informativos, cartazes, jogos e atividades lúdicas para diversos públicos. Em todas essas ações o cuidado é sempre voltado para divulgação de informação científica confiável e adaptada ao entendimento do público-alvo.

Durante o período de quarentena, os objetivos foram readaptados, uma vez que percebeu-se, por meio das nossas vivências e ocupações, que várias famílias não sabiam como transmitir para os seus familiares, seus idosos, amigos e colegas,

assim como os profissionais para os seus clientes ou pacientes, as informações sobre o Coronavírus; e também, no momento de isolamento social, transmitir o que poderia ser feito para entretenimento de famílias que não podiam sair de casa.

Assim, houve o envolvimento de todos do projeto para a prospecção de informações confiáveis que pudessem ser elaboradas para o público que tem acesso às mídias sociais, podendo ainda utilizá-las para propagar tais informações. Foram criadas abordagens sobre o Coronavírus, com variados assuntos relacionados à saúde de toda a família, aos profissionais de saúde, ao uso correto de medicamentos, e sobre o que nos cercava, nos ocupava e nos afetava nesse momento.

Criação de personagens para ilustrar as mensagens criadas

Juntamente com a prospecção dos temas, idealizou-se, de forma lúdica, com desenhos construídos pela aluna do curso de Belas Artes da UFRJ, mas idealizado em conjunto com os demais membros do projeto, uma série de personagens que juntos fazem parte da “Turma da Nina”: Nina é uma farmacêutica, o Dr. João é um médico e a Dra. Ana, uma cientista. Para o embasamento criativo destes personagens, várias histórias foram criadas para trazer informações, atividades e entretenimento para toda a família. Adicionalmente, idealizou-se a adaptação desse conteúdo às famílias que possuem pessoas com deficiência – que por conta das alterações das rotinas, também tiveram que reinventar suas atividades –, fazendo a gravação em áudio das histórias, descrição das imagens postadas e tradução para LIBRAS.

Busca por informação sobre AD

As postagens foram planejadas para levarem e divulgarem informações nas mídias sociais. Sabidamente, o alcance numérico dessas informações muitas vezes supera nossa imaginação. Entretanto, o cuidado desde o início é que as informações fossem adaptadas ao público com deficiência, tendo tanto a descrição em áudio das imagens, como a tradução para LIBRAS.

A profissão de audiodescritor está registrada na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), do Ministério do Trabalho, desde 2013. Entretanto, ainda não existem cursos regulares de formação de audiodescritores no Brasil. A grande maioria dos cursos oferecidos são livres, com duração aproximada de 40 horas, geralmente ministrados por profissionais com maior experiência. Assim, ao buscar informações técnicas sobre o assunto, é possível realizar um trabalho de qualidade assumindo parâmetros exigidos por essa técnica de forma responsável,

atuando para que aqueles que a utilizem sejam capazes de ter uma melhor construção imagética ou entendimento das imagens construídas.

Quadro 1: Materiais acessados para obtenção de parâmetros para AD.

| Material | Para maiores informações, acesse: |
|--|---|
| Portal de Cursos Rápidos | https://www.portaldecursosrapidos.com.br |
| Portal de Acessibilidade da Fundação de Articulação e Desenvolvimento de Políticas Públicas para Pessoas com Deficiência e com Altas Habilidades (Faders) no Rio Grande do Sul | http://www.portaldeacessibilidade.rs.gov.br |
| Eu Sem Fronteiras (Pretti, 2021) | https://www.eusemfronteiras.com.br/olhos-nao-veem-boca-counta-mente-entende/ |
| ANCINE | https://www.ancine.gov.br/pt-br/search/node/audiodescri%C3%A7%C3%A3o |
| Associados da Inclusão | http://www.associadosdainclusao.com.br/ |
| Revista Brasileira de Tradução Visual | http://www.rbtv.associadosdainclusao.com.br/ |
| Curso de Formação a Distância de audiodescritores | http://audiodescricao.associadosdainclusao.com.br |
| Cursos da página Filmes que Voam | www.filmesquevoam.com.br/cursos |
| TV Brasil | https://tvbrasil.ebc.com.br/programaespecial/episodio/recursos-para-pessoas-com-deficiencia-visual |
| Núcleo de Produção Braille e Ampliados | https://www.youtube.com/channel/UCoXpUwdcaKtlp6Hg6tdsYfg |
| Como guiar uma pessoa com Deficiência Visual em Canal BUSTV | https://www.youtube.com/channel/UCLpPk9uZsCnF0wiJ9FufKyg |
| A magia da Audiodescrição, que faz Deficientes Visuais “enxergarem”, em Jornal da Gazeta | https://www.youtube.com/channel/UCNl_i-ggJbZNyOLhE7yyhw |
| Audiodescrição em Teoria & Prática | https://www.youtube.com/channel/UCMw6VsIZVRfHEJ3--_clCbA |
| Portal da Deficiência Visual | https://www.facebook.com/portaldadeficienciavisual |
| Íris Cor de Mel | https://www.facebook.com/AsMeninasdosOlhos |
| Pra Cego Ver da Professora Patrícia, idealizadora da #PraCegover | https://www.facebook.com/PraCegoVer |

Fonte: Criação dos autores.

Aplicação nas postagens

Após a identificação das diretrizes fundamentais, foram realizadas as análises das imagens a serem postadas para a elaboração da melhor descrição possível, discutindo algumas divergências que aparecessem entre os participantes do projeto.

Os demais alunos também fizeram descrições de suas imagens e elas foram adaptadas, quando necessário, para melhores versões.

Observação do público

Com as postagens feitas, as métricas-chave selecionadas para medir o sucesso da estratégia empregada nas redes sociais, como indicadores quantitativos da observação/aceitação do público, foram o engajamento e alcance. O engajamento é uma métrica importante para indicar que o público está ativo e envolvido com os temas elaborados. Ele abrange curtidas, compartilhamentos, comentários e outras interações. Já o alcance indica o número de pessoas que viram o conteúdo postado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente, é importante destacar que a descrição de fotos para audiodescrição não deve ser compreendida como uma tarefa simples de descrição. Segundo Lima e colaboradores (2009), a descrição precisa ser regrada, adequada e adaptada para garantir entendimento em uma situação que era anteriormente inexistente ou imprecisa, mas plena de sentidos e que, portanto, agora audiodescrita, mantém seus atributos, de forma independente e com qualidade.

Todo processo de AD encerra uma etapa prévia de descrição pormenorizada das figuras estáticas. Estas descrições, além de base para a AD, podem ser empregadas pelos programas leitores de tela como Jaws, Virtual Vision, NVDA, Window-Eyes, Orca, Voice Over, dentre outros, ou por aqueles que não os possuem, como um guia para comunicação oral das figuras, essenciais para compreensão dos produtos audiovisuais, apresentadas nas variadas redes sociais, acarretando a consequente inclusão social de seus usuários diversos – e para isso basta uma pequena atitude.

Da mesma forma, de acordo com o que se encontra disponível também na página do Facebook #PraCegoVer, a descrição das figuras anexadas às hashtags não faz a pessoa cega enxergar “literalmente”, como um empréstimo da palavra “ver” no sentido total de ter “acesso”, mas para que os programas empregados consigam transformar em voz o conteúdo fornecido, essas figuras precisam ser

descritas da forma mais fiel possível ao que elas realmente são, e então podem ser transmitidas.

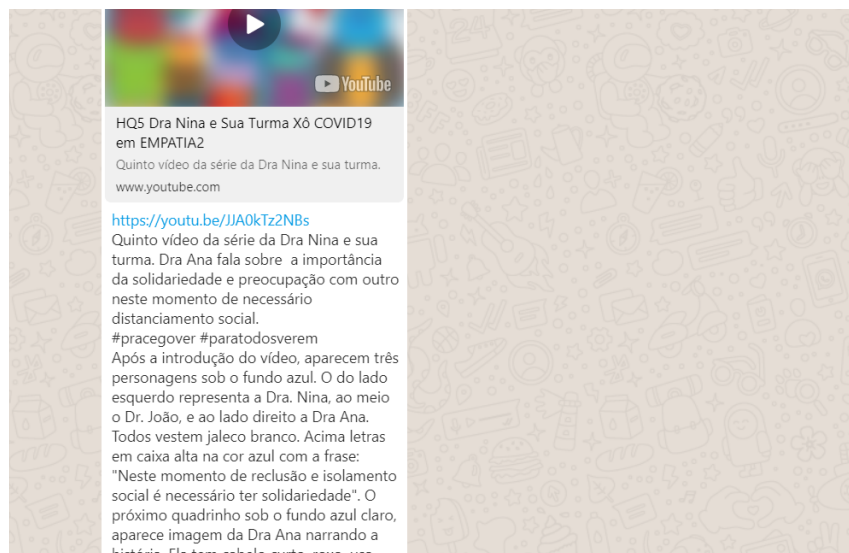
Várias páginas comerciais já apresentam em suas divulgações a descrição em hashtags, em um movimento socialmente crescente contra a invisibilidade de alguns e a inclusão de todos, considerando todas estas peculiaridades. Por exemplo: Avon; Coca-Cola; Maybelline NY Brasil; Rayovac Brasil; quem disse, berenice?; Postos Petrobras; Clube de Regatas do Flamengo; Conselho Nacional de Justiça (CNJ); Romário Faria; Skol; Ministério Público Federal (MPF), dentre outros.

A busca por informações para divulgação nas mídias sociais pelo projeto de extensão foi baseada na demanda sobre Coronavírus. Elaborou-se textos curtos, sempre sobre temas atuais e urgentes que possuem elevada relevância, embasamento e comprovação científica. Como a proposta inicial seria levar informação não somente para adultos e idosos, mas também para o público infantil, foi proposta a criação de personagens que fugissem do estereótipo elaborado por qualquer padrão social, portanto lúdicos ao entendimento da maioria.

Para tal, escolheu-se personagens que pudessem trazer, baseadas em suas funções (farmacêutico, médico e cientista), confiabilidade e informações essenciais, além de que toda a informação gerada, por meio de histórias, quadros e pequenos avisos, tivessem linguagem adequada para a interação entre os envolvidos. Desta forma, a revisão minuciosa da linguagem se faz presente em toda geração de informação.

A etapa subsequente à criação do conteúdo e personagens foi a descrição dos mesmos, tanto para divulgação do projeto quanto para a postagem nas mídias sociais. Assim, a Figura 1 mostra a divulgação das mídias sociais do projeto de extensão, tal como o canal do Youtube, e em grupos de WhatsApp já utilizando a AD como estratégia para acessibilidade.

Figura 1: Print da divulgação da 5ª história em quadrinhos do projeto de extensão “Tá na Hora de Tomar o Remédio!” usando Audiodescrição (AD) como estratégia para alcance de público-alvo diverso



Fonte: Próprio autor em <https://instagram.com/tanahoradetomaroremedio>.

Aplicação da AD nas postagens criadas pelo projeto de extensão

Para a realização dessa etapa do projeto, recorreu-se à experiência prévia dos integrantes do grupo de extensão em identificar tais descrições nas mídias sociais. Contudo, isto é considerado insuficiente para um trabalho de qualidade. A máxima que descreve que uma imagem vale mais que mil palavras precisa ser traduzida para que seja entendida por todos e, segundo Barqueiro (2010): “é trabalhoso e extremamente difícil conciliar de forma harmonizada o que se vê com o que se fala, sente e faz, na mesma velocidade que acontece”. Da mesma forma, Schwartz acrescenta que a AD, “assim como a arte, [...] exige um envolvimento intenso com o projeto. É preciso sensibilidade para encontrar o vocabulário adequado [...]” (Schwartz, 2010).

Tendo a AD como etapa subsequente à descrição das figuras, histórias e informações elaboradas no projeto de extensão e divulgadas nas mídias sociais, foi necessária a busca por conhecimentos básicos que permitam o adequado cumprimento das normas.

Assim, para a realização da descrição das figuras e imagens segundo as regras de AD, é preciso estar atento a algumas considerações que, seguidas à risca, trazem um percentual de falhas reduzido para aqueles que pretendem dar início a este processo. Também é importante que seja feita uma descrição eficaz, que traga empoderamento àqueles que farão uso, baseada em todas as consultas e fontes bibliográficas realizadas (Oliveira & Alves, 2013; Jesus, 2020; Lima & Lima, 2012; Michels & Silva, 2016).

Dessa maneira, seguimos as etapas abaixo, sequencialmente:

- a. Escolha uma hashtag para divulgar sua ação, que pode ser #ParaTodosVerem, #PraTodosVerem, #PratodoMundoVer e, também, #PraCegoVer. Isso indica que seu conteúdo foi cuidadosamente pensado e “traduzido” para deficientes visuais, mas também foi pensado para idosos, disléxicos e com comprometimentos cognitivos, levando não somente a divulgação do seu trabalho, mas cooperando com a inclusão e a acessibilidade;
- b. Seja sempre direto em sua descrição: empregue frases curtas, mas com o máximo de informação possível; construa seu texto e o revise até que ele se torne claro inclusive para você mesmo (você pode testar lendo apenas a sua descrição e percebendo se ela atende ao que você vê na imagem);
- c. Informe o tipo de imagem traduzida, indicando que se trata de fotografia, ou de histórias, quadros, cartum, tirinha, ilustração, pintura etc. Tenha atenção para descrever aquilo que você vê, como um observador externo, sem, no entanto, passar nessa descrição a sua opinião ou seus sentimentos;
- d. Assim como a nossa escrita (ocidental), a descrição da imagem também se faz da esquerda para direita e de cima para baixo;
- e. Identifique as “camadas” de informações presentes na figura, do menos importante para o mais importante, do geral para o mais específico, como uma descrição de “dentro para fora”, atentando para o fato de que isto precisa estar alinhado com a mensagem que a imagem quer passar;
- f. Informe as características dos elementos presentes na imagem: cores, vestimentas, expressão facial, item abstrato, item da natureza, atentando sempre para a sequência de prioridades das “camadas” identificadas no item anterior;

somente descreva o item seguinte quando a “camada” anterior terminar, ex.: “quadro cinza, com a Dra. Ana, de frente, em pé, com cabelo preso do tipo rabo de cavalo, usa jaleco branco, por baixo do jaleco tem uma roupa na cor azul, sorri e está segurando um computador na mão”. Lembrando que se você já está descrevendo a cor do quadro, fica evidente que se trata de algo colorido, entretanto, se uma parte dele não for, é preciso especificar.

g. Descreva todos os elementos de uma determinada camada e então passe para a seguinte, de forma que seja criada uma sequência de entendimento do todo;

h. Crie uma sequência em que o item mais importante da imagem fique para o final, esse é o elemento principal;

i. Evite adjetivar qualquer elemento, isso traduz a sua opinião e não é esse o motivo que se pretende alcançar. Fuja de rótulos, qualificações e impressões, seja sempre imparcial, seja um observador atento.

Para a realização deste trabalho, para que ele superasse a descrição de uma imagem gerando um texto descritivo, foi preciso ultrapassar cuidadosamente aquilo que se vê simplesmente, agregando em seu ato objetividade, ética e habilidades linguísticas, exigindo técnica e omissão de impressões pessoais (Silva et al., 2010).

Para a aplicação desta sequência nas postagens realizadas, examinou-se de forma criteriosa as imagens, analisando a melhor forma de fazê-la, considerando não somente a informação que se quer objetivar, e que por vezes ocasionou a reestruturação da foto para melhor compreensão, mas a descrição em si.

A Figura 2 a seguir mostra um exemplo de descrição de uma postagem e a sua estruturação. Trata-se de uma imagem construída logo após a divulgação, em uma edição especial do Diário Oficial, de um decreto tornando obrigatório o uso de máscaras na cidade para quem saísse às ruas e nos estabelecimentos abertos ao público. Apesar da obrigatoriedade da ação, vários relatos nas mídias sociais e jornais indicavam, como consequência desse ato, o aumento do número de circulação de pessoas. A intenção com a criação do quadro foi chamar a atenção para o fato de que a quarentena ainda precisava ser seguida.

Para traduzir esse aviso, os alunos na ação de extensão criaram a ideia dos três profissionais com cara de bravos, em um fundo que remetesse instintivamente ao cuidado e atenção, logo a escolha da cor vermelha, e letras brancas.

Inicialmente as descrições das ações foram realizadas por dois docentes com maior experiência, servindo como um guia então disponibilizado para todo o grupo. Posteriormente, a descrição das postagens foi realizada com a aplicação da sequência descrita anteriormente, realizando as alterações necessárias para permanecer fiel às diretrizes obrigatórias.

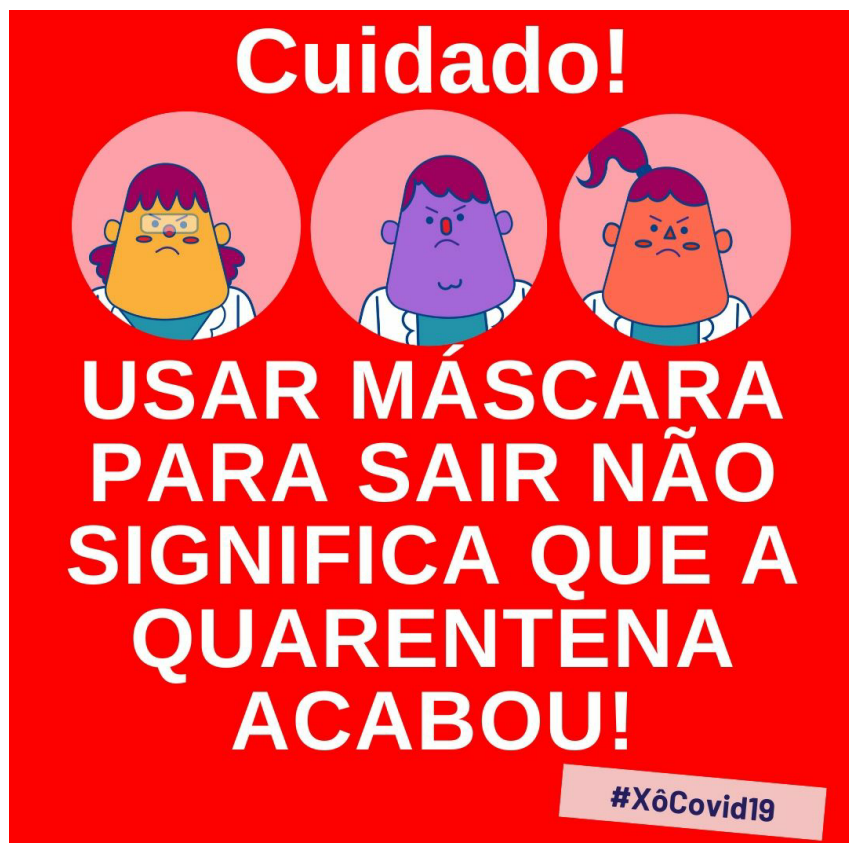
Para descrição do quadro, identificou-se a sequência abaixo:

- Inicialmente o tipo de imagem, nesse caso como um quadro;
- A identificação das camadas, do geral para o mais específico;
- A primeira camada, identificada de “dentro para fora”, como o fundo na cor vermelha;
- Uma camada superior em que fica o título do mesmo;
- Uma camada central com os personagens e a descrição dos mesmos;
- Uma camada intermediária que contém a mensagem principal;
- Uma camada inferior, que sempre descreve em todas as postagens, a presença da hashtag “XôCovid19” (#XôCovid19).

Nota-se que foi obedecida a ordem de descrição e visualização do elemento gráfico, de cima para baixo e da direita para esquerda, além da identificação de etapas que culminaram com o fato principal. Assim a elaboração final ficou:

“Quadro vermelho contendo na parte superior a inscrição ‘CUIDADO!’ em letras brancas. Abaixo desta inscrição tem o dr. João, a dra. Ana e a dra. Nina com expressão facial irritada. Abaixo segue a inscrição em letras brancas ‘USAR MÁSCARA PARA SAIR NÃO SIGNIFICA QUE A QUARENTENA ACABOU!’. Abaixo a #XôCovid19 em um quadrado rosa.”

Figura 2: Quadro de divulgação “Cuidado! A quarentena não acabou.”



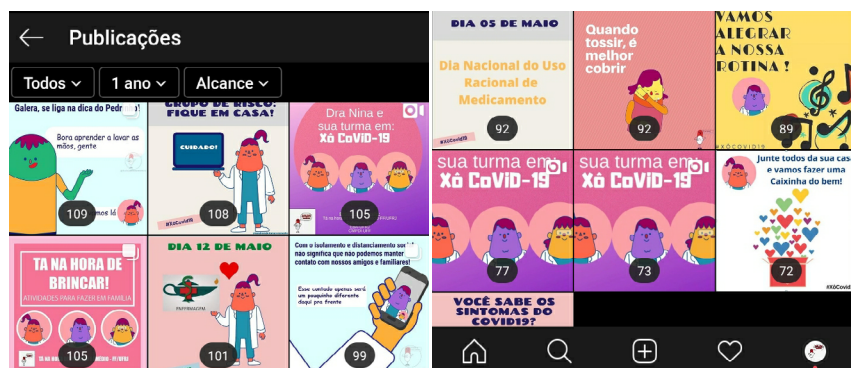
Fonte: Próprio autor em <https://www.instagram.com/p/CALChHvnnp4/>.

Assim como em outras ações, seguir uma sequência de descrição em suas postagens pode trazer conforto e reconhecimento de uma “identidade” ou “marca” para aqueles que as seguem. Porém, o que precisa ficar claro de toda forma é que no processo de descrição torna-se proibitivo a emissão de opinião, é preciso concentrar-se no que está sendo visto; quando isso não corresponder à mensagem que se quis passar, pode ser preciso fazer com que sua postagem seja reformulada.

Observação do público-engajamento e alcance

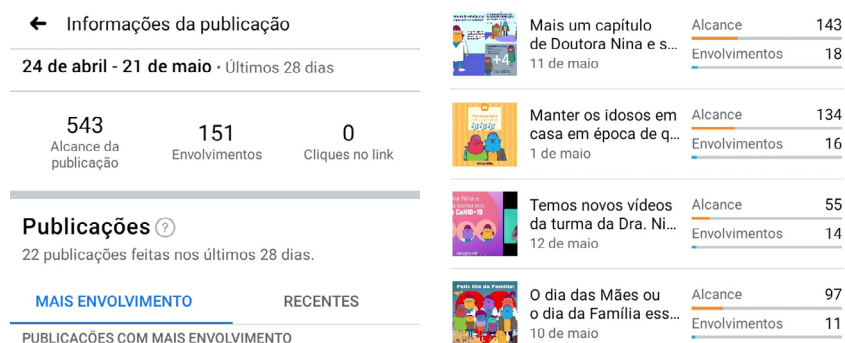
O retorno informal do público, além do registro por likes e outros emoticons na página, indicam a aprovação das descrições presentes na mesma, conforme mostrado nas Figuras 3 e 4, refletindo o engajamento ou envolvimento do público e seu alcance nas mídias sociais.

Figura 3: Print das publicações no canal de Instagram do Projeto “Tá na Hora de Tomar o Remédio!”. Cada postagem traz no interior do círculo em preto o número de pessoas que acessaram o material, no período de 24 de abril a 21 de maio de 2020, que foi descrita através da #paratodosverem



Fonte: Próprio autorem <https://instagram.com/tanahoradetomaroremedio?igshid=YmMyMTA2M2Y>.

Figura 4: Print do canal do Instagram mostrando as publicações com mais envolvimento no projeto de extensão “Tá na Hora de Tomar o Remédio!” no período de 24 de abril a 21 de maio de 2020



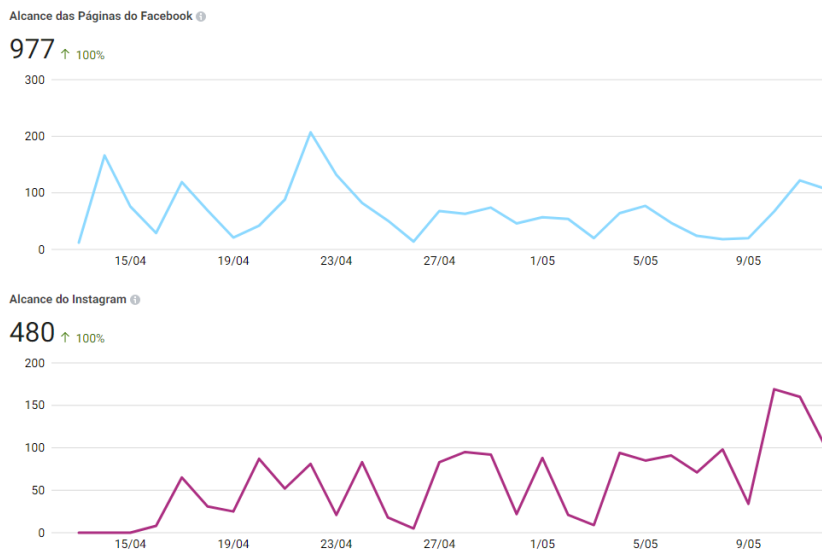
Fonte: Próprio autorem <https://instagram.com/tanahoradetomaroremedio?igshid=YmMyMTA2M2Y>.

Torna-se evidente que a descrição de todo o material produzido e postado nas mídias sociais, Instagram e Facebook, não substitui a amplitude da AD, ação que estará presente no projeto em etapa futura. Porém, ele constitui uma etapa obrigatória nesse percurso, exigindo de todos nós compromisso, respeito, atenção e a construção de um novo olhar. Esse aspecto de produção de conteúdo relacionado ao projeto traduz a importância da criação de postagens mais acessíveis nas mídias sociais para diferentes segmentos da sociedade.

Como toda ação de extensão, sua amplitude se estende além dos atores sociais envolvidos, consolidando não só a construção de conhecimento, mas mudanças nas relações dos processos de ensino-aprendizagem e na construção e ampliação de possibilidades de inclusão em todas as suas vertentes. A interação entre os pilares ensino-pesquisa-extensão se estabelece e se consolida na realização desta ação e colabora efetivamente para a formação profissional dos envolvidos, fortalecendo-os enquanto cidadãos, de forma interdisciplinar e interprofissional.

Ao analisarmos a métrica Alcance, que indica o total de pessoas que visualizam uma publicação, observa-se que no período de 13 de abril a 12 de maio de 2020, a página do Facebook apresentava 977 alcances e o perfil no Instagram 480 alcances, enquanto o período 13 de maio até 13 de junho de 2020, apresentou 406 e 490 alcances, respectivamente, para as mídias sociais acima citadas (Figura 5).

Figura 5: Métrica alcance do Facebook (linha azul) e Instagram (linha roxa) no período de 13 de abril até 12 de maio de 2020



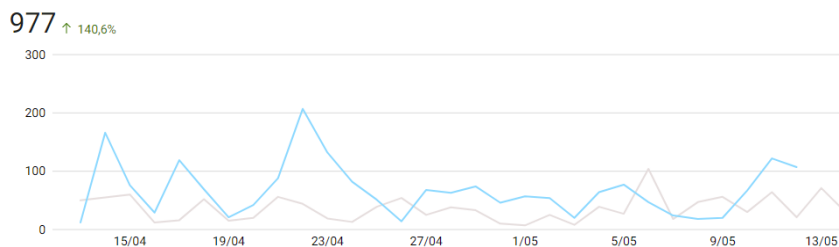
Fonte: Facebook Business (2020).

Aliado ao processo de lançamento da página nas mídias sociais, em que o Instagram do projeto foi criado dois dias depois do Facebook, o projeto de extensão criou um grupo de postagens direcionadas ao público com deficiência, sendo o dia selecionado da semana de quarta-feira chamado de “Quarta-Feira Acessível”.

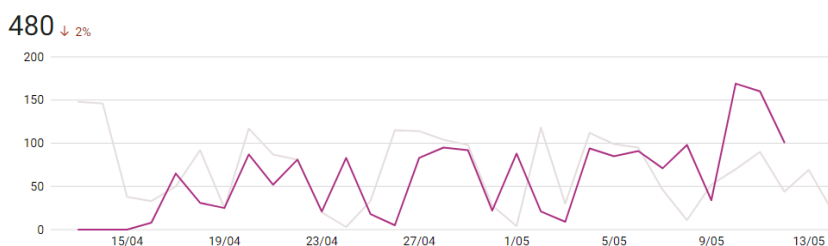
Realizando-se a comparação entre os dois períodos cronológicos, iniciando com a entrada do projeto “Tá na Hora de Tomar o Remédio” nas mídias sociais e a introdução da temática “Quarta-Feira Acessível”, estabelece-se que esta temática contribuiu com 198 alcances para o Facebook, com média de 39,6 e 581 alcances para o Instagram, obtendo a média de 116,2 (Figura 6).

Figura 6: Alcance dos posts: A-Facebook. Linha azul: período de 13 de abril até 12 de maio de 2020, e linha rosa: período de 13 de abril até 13 de junho de 2020; B-Instagram. Linha rosa escuro: período de 13 de abril até 12 de maio de 2020, linha rosa-claro: período de 13 de abril até 13 de junho de 2020

A)



B)



Fonte: Próprio autor (2020).

Em um ano de projeto, compreendendo o período de 13 de maio de 2020 até a mesma data em 2021, avaliando a contribuição da “Quarta-Acessível”, destacamos as seguintes temáticas com melhores desempenhos na métrica Alcance, conforme Quadro 2 abaixo.

Quadro 2: Alcance das temáticas de postagem da atividade “Quarta-Acessível”.

| Temática | Ano da Postagem | Alcance (visualizações) |
|--|-----------------|-------------------------|
| Autismo | 2020 | 190 |
| Deficiência intelectual | 2020 | 146 |
| Tipos de acessibilidade | 2020 | 150 |
| Não é mimimi: linguagem inclusiva e neutra | 2020 | 156 |
| Dia mundial da paralisia cerebral | 2020 | 101 |
| Superdotação e deficiência: duplo estigma | 2020 | 147 |
| Dia nacional da pessoa com deficiência visual | 2020 | 270 |
| Primeiro teste de gravidez em Braille é desenvolvido | 2021 | 153 |
| Primeira vereadora com Síndrome de Down no Brasil | 2021 | 456 |
| BPC assistencial de pessoas com deficiência | 2021 | Faltou a métrica |
| Por quê falar sobre acessibilidade e inclusão | 2021 | 258 |

Fonte: Próprio autor em <https://instagram.com/tanahoradetomaroremedio?igshid=YmMyMTA2M2Y>.

Estes dados deixam claro que a adoção da descrição de imagem contribuiu para a maior divulgação e acesso do material nas mídias sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Desenho Universal de Aprendizagem (DUA) pressupõe o alcance de conteúdos respeitando as diferentes formas de aprender, como consta nas legislações brasileiras, tal como a Lei Brasileira de Inclusão. Mas quando estes conteúdos estão nas mídias sociais, se faz necessário pensarmos de que forma podemos torná-los acessíveis, o que enfatiza a importância do uso de hashtags para descrição de imagens e conteúdos postados.

A descrição simplificada daquilo que se vê não é suficiente para uma adequada descrição que subsidie a AD. Por outro lado, a descrição pormenorizada seguindo diretrizes básicas para a sua realização é capaz de empoderar aqueles

aos quais se destina, permitindo a construção em sua mente de imagens impedidas anteriormente, favorecendo a acessibilidade informacional.

Atravessados por um momento que encerra em si um enorme e crescente apelo visual, agregar um recurso de acessibilidade que permita igualdade de oportunidades e condições com seus pares é de grande relevância.

Assim, espera-se que um número maior de pessoas reflita sobre os benefícios dessa ferramenta e se motive a realizar a descrição de suas imagens, segundo os modos da AD, uma vez que a cegueira e outras deficiências não as determinam como pessoas, mas influenciam o modo como elas percebem o mundo.

Um dia não precisaremos falar mais de inclusão, pois a vivenciaremos em todas as nossas ocupações.

REFERÊNCIAS

Agência Nacional do Cinema. (2014). Instrução Normativa nº 116. Dispõe sobre as normas gerais e critérios básicos de acessibilidade a serem observados por projetos audiovisuais financiados por recursos públicos federais geridos pela ANCINE.

Associados da Inclusão. (2021a). Disponível em: <http://www.associadosdainclusao.com.br/>

Associados da Inclusão. (2021b). Curso de Formação à Distância de Áudio descritores. Disponível em: <http://audiodescricao.associadosdainclusao.com.br>

Barqueiro, R. (2010). Emprestar o olhar. In: Motta, L. M. V. M.; Filho, P. R. Audiodescrição: transformando imagens em palavras. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo-SP, pp. 237-242.

BUSTV. (2021). Como guiar uma pessoa com Deficiência Visual. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCLpPk9uZsCnF0wij9FufKyg>.

Brasil (2006). Ministério das Comunicações. Portaria n. 310 de 27 de junho de 2006. Aprova a Norma Complementar n. 01/2006 - Recursos de acessibilidade, para pessoas com deficiência, na programação veiculada nos serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão. Disponível em: <https://repositorio.mcti.gov.br/handle/mctic/1659>

Brasil (2015). Lei 13.146 de 06 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Diário Oficial da União. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm

Brasil (2022). Ministério da Saúde. O que é Tecnologia Assistiva? Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/saude-da-pessoa-com-deficiencia/faq/o-que-e-tecnologia-assistiva#:~:text=Conforme%20a%20Lei%20Brasileira%20de,da%20pessoa%20com%20defici%C3%Aancia%20ou.>

Filmes que voam. (2021). Sobre o Uso de #Paratodosverem, #Pracegover e outras hashtags. Disponível em: <http://www.filmesquevoam.com.br/cursoshttps://www.filmesquevoam.com.br/sobre-o-uso-de-paratodosverem-pracegover-e-outras-hashtags/>.

Franco, E.P.C. & Silva, M.C.C.C. (2010). Audiodescrição: Breve Passeio Histórico. In: Motta, L. M. V. M.; Filho, P. R. Audiodescrição: transformando imagens em palavras. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo-SP, pp. 23-42.

Fundação de articulação e desenvolvimento de políticas públicas para pessoas com deficiência e com altas habilidades no Rio Grande do Sul (Faders). (2021). Disponível em: <http://www.portaldeacessibilidade.rs.gov.br/>.

García, J.C.D.; Filho, T.G.; Santos, M.C.D.; Mendes, V.; Roberto, M.V. & Ribeiro, D.F.B. (2017). Pesquisa nacional de inovação em tecnologia assistiva III (PNITA III): principais resultados, análise e recomendações para as políticas públicas. Instituto de Tecnologia Social. São Paulo: ITS Brasil.

Íris cor de mel (A menina dos olhos). Comunidade (2021). Disponível em: <https://www.facebook.com/AsMeninasdosOlhos>.

Jakobson, R. (1995). Linguística e Comunicação (24a edição). São Paulo: Editora Cultrix.

Jesus, P.S. (2020). Manual do Ledor na Perspectiva da Audiodescrição: Uma proposta de leitura acessível. Bahia: Salvador.

Jornal da Gazeta. (2021). A magia da Audiodescrição, que faz Deficientes Visuais “enxergarem”. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCNLi-ggJbZNYOLhE7yyhw>.

Lima, F; Lima, R.A. F. & Guedes, L. C. (2009) Em Defesa da Áudio-descrição: Contribuições da Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência. Revista Brasileira de Tradução Visual (RBTv), 1. Disponível em <https://www.associadosainclusao.com.br/enades2016/sites/all/themes/berry/documentos/02-em-defesa-da-audio-descricao-contribuicoes-da-convencao-sobre-os-direitos-da-pessoa-com-deficiencia.pdf>

Lima, F.J. & Lima, R.A.F. (2012). Lições basilares para a formação do áudio descritor empoderativo. Revista Brasileira de Tradução Visual (RBTv), 11(11), e2012031106. Corpus ID: 176714138.

Mantoan, M.T.E. (2005). A hora da virada. Inclusão: Revista da educação especial, 1(1), 24-28.

Michels, L.R.F. & Silva, M.C.F. (2016). A audiodescrição na escola. In: Carpes, D. S. Audiodescrição: práticas e reflexões [recurso eletrônico]. Santa Cruz do Sul: Catarse, 116.

Motta, L.M.V.M. & Filho, P.R. (2010). Audiodescrição: Transformando Imagens em Palavras. Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, SP, 255 p.

Núcleo de Produção Braille e Ampliados (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCoXpUwdcaKtIp6Hg6tdsYfg>.

Oliveira, A.F.T.M. & Alves, V.P. (2013). Reflexões sobre a importância da áudio-descrição na prática pedagógica inclusiva. Revista Brasileira de Tradução Visual, 16(16), 68-82. Disponível em: <http://audiodescriptionworldwide.com/associados-da-inclusao/rbtv/reflexoes-sobre-a-importancia-da-audio-descricao-na-pratica-pedagogica-inclusiva/>.

Platão, F. & Fiorin, J.L. (1991). Para entender o texto: leitura e redação. São Paulo: Ed. Ática S.A.

Portal da Deficiência Visual. Comunidade. (2021). Disponível em: <https://www.facebook.com/portaldadeficienciavisual/>.

Portal de Cursos Rápidos. (2021). Disponível em: <https://www.portaldecursosrapidos.com.br/>.

- Pra cego ver. Comunidade. (2021). Disponível em: <https://www.facebook.com/PraCegoVer/>
- Pretti, M. (2021). O que os olhos não veem, a boca conta e a mente entende. Eu Sem Fronteiras. Disponível em: <https://www.eusemfronteiras.com.br/olhos-nao-veem-boca-counta-mente-entende/>.
- Revista Brasileira de Tradução Visual (RBTv). (2021). Disponível em: <http://www.rbtv.associadosdainclusao.com.br/>.
- Rosenthal, M. (2009). Gramática para concursos: teoria e mais de 1.000 questões. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier. 4ª edição. 5ª reimpressão.
- Schwartz, L. (2010). O outro lado da moeda. In: Motta, L.M.V.M. & Filho, P.R. Audiodescrição: transformando imagens em palavras. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo-SP, pp. 23-26.
- Silva, F.T.S.; Bona, V.; Silva, A.N.A; Carvalho, I. & Silva, E.V. (2010). Reflexões sobre o pilar da áudio-descrição: “descreva o que você vê”. Revista Brasileira de Tradução Visual. Disponível em: <http://www.rbtv.associadosdainclusao.com.br/index.php/principal/article/view/58/83>.
- Teoria & Prática. Audiodescrição (2021). Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCMw-6VslZVRfHEJ3--_cICbA.
- TV Brasil. Empresa Brasil de Comunicação (2021). Disponível em: <https://tvbrasil.ebc.com.br/programespecial/episodio/recursos-para-pessoas-com-deficiencia-visual>.

♦ VOL. 13, 2025, ISSN:2318-2326. PUBLICAÇÃO CONTÍNUA.

Todos os textos publicados na Interfaces – Revista de Extensão da UFMG são regidos por licença Creative Commons CC By.

A Interfaces convida pesquisadoras e pesquisadores envolvidos em pesquisas, projetos e ações extensionistas a submeterem artigos e relatos de experiência para os próximos números.

Os textos deverão ser enviados através do nosso endereço na web. No site estão disponíveis as normas para publicação e outras informações sobre o projeto. Vale ressaltar que os autores poderão acompanhar todo o processo de submissão do material enviado através desse site e que o recebimento de submissões possui fluxo contínuo.

www.ufmg.br/revistainterfaces

Contato: revistainterfaces@proex.ufmg.br

