



Oficinas de recursos de acessibilidade em redes sociais digitais: comunicação em prol da inclusão de pessoas com deficiência visual

Accessibility features workshops on
digital social networks:
communication for the inclusion of
people with visual impairments

Guilherme Mori Magalhães

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus de Bauru/SP. Email: guilherme.m.magalhaes@unesp.br

Guilherme Ferreira de Oliveira

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus de Bauru/SP. Email: guilherme.f.oliveira@unesp.br

Bárbara Viotto do Carmo

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus de Bauru/SP. Email: barbara.viotto@unesp.br

Tainá Bernardes Esteves Moreira



Graduada em Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus de Bauru/SP. Email: taina.bernardes@unesp.br

Suely Maciel

Docente dos cursos de graduação e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus de Bauru/SP. Email: suely.maciel@unesp.br

Resumo

Considerando as inúmeras barreiras enfrentadas por pessoas com deficiência no acesso à web, é importante a adoção de uma comunicação para a mudança social, fazendo uso de formatos alternativos como forma de promoção do acesso às redes sociais. O Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade "Biblioteca Falada" promove oficinas de acessibilidade visual em redes sociais para organizações privadas, públicas e coletivos. Este trabalho assume abordagem qualitativa e caráter descritivo para apresentar os pilares teóricos, dinâmicas e relatos de experiência destas oficinas, explorando temáticas como Desenho Universal, Deficiência Visual, Acessibilidade e descrições de imagens. Ao todo, foram realizadas 13 oficinas entre 2019 e 2021.

Palavras-chave: Acessibilidade. Redes Sociais Digitais. Deficiência Visual. Inclusão Digital.

Abstract

Considering the various barriers faced by people with disabilities when accessing the web, it is important to adopt communicational strategies for social change, making use of media alternatives as a means of promoting access to social media. The Laboratório de Pesquisa e Extensão em Comunicação e Acessibilidade "Biblioteca Falada" promotes visual accessibility workshops on social media for private and public organizations and collectives. This work takes a qualitative and descriptive approach to present the theoretical foundations, dynamics, and experience reports of these workshops, exploring topics such as



Universal Design, Visual Impairment, Accessibility, and image descriptions. A total of 13 workshops were held between 2019 and 2021.

Keywords: Accessibility. Digital Social Networks. Visual Impairment. Digital Inclusion.

Recebido em: 19/09/2023 e aprovado em: 24/06/2024

Introdução

As pessoas com deficiência enfrentam uma miríade de barreiras impostas socialmente, entre elas as de acesso à informação e à comunicação. De acordo com o artigo 53 da Lei 13.146 de 2015, a Lei Brasileira de Inclusão ou Estatuto da Pessoa com Deficiência, “a acessibilidade é direito que garante à pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida viver de forma independente e exercer seus direitos de cidadania e de participação social” (Brasil, 2015).

De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde de 2019, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021), 17 milhões de pessoas (8,4% do total da população brasileira) declararam ter algum tipo de deficiência. Dessas, aproximadamente 7 milhões são pessoas com deficiência visual (cegueira ou baixa visão). Diariamente, esta população se depara com barreiras para o exercício pleno de sua cidadania, como o acesso à informação e às mídias nos mais diversos formatos, inclusive as presentes na web.

Neste âmbito, Whitney e Kolar (2020) apontam para as dificuldades que o uso de imagens com texto proporciona para usuários com deficiências visuais. Segundo os autores, esse tipo de barreira do conteúdo online frequentemente resulta em sentimentos negativos, como frustração, sensação de perda de tempo e incertezas sobre o conteúdo consumido (Whitney; Kolar, 2020). Verificamos, portanto, que usuários com deficiência visual enfrentam uma lacuna significativa no acesso à informação online, especialmente no que diz respeito às informações dispostas visualmente.

A partir de tais apontamentos, questiona-se: como, e a partir de quais práticas, a produção de conteúdo para redes sociais pode ser mais acessível, em especial aos públicos com deficiências visuais (cegueira e baixa visão)?

No esforço de compreender essa questão e contribuir para essa discussão e, principalmente, estimular o desenvolvimento da comunicação para a mudança social e a



promoção da cidadania das pessoas com deficiência visual, insere-se o Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada”, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). Dentre as diversas atividades do Laboratório, encontra-se a difusão do conhecimento sobre acessibilidade para pessoas com deficiência visual. Para tanto, são realizadas inúmeras ações e, dentre elas, uma capacitação para a produção e veiculação de mensagens nas redes sociais sob os princípios do Desenho Universal e da acessibilidade comunicacional.

A capacitação segue o formato de oficina, é dirigida tanto às organizações públicas quanto às privadas e baseia-se em metodologia e materiais próprios desenvolvidos pela equipe de Comunicação Externa do Biblioteca Falada, sistematizados após pesquisa bibliográfica sobre acessibilidade, desenho universal e redes sociais. A capacitação sob tais parâmetros foi realizada 13 vezes, entre 2019 e 2021, e avaliada via questionário do *Google Forms* por seus participantes.

O presente trabalho consiste, portanto, em um relato de experiência acerca da realização das múltiplas edições desta capacitação. Objetiva-se, assim, apresentar os pressupostos basilares, dinâmicas executadas e, principalmente, a metodologia de trabalho aplicada para o desenvolvimento da capacitação, enquanto produto de comunicação que visa fomentar mudanças de práticas. Para tal, adota-se uma abordagem qualitativa e de caráter descritivo.

A relevância de estudos e práticas deste caráter já foi verificada, especialmente a efetividade do emprego de hashtags inclusivas para a inclusão social e digital (Floriano; Cassanego Júnior; Silva, 2020), no entanto, carece-se de atividades formativas que auxiliem coletivos, organizações e indivíduos na adoção de tais práticas.

A seguir, será apresentada uma discussão teórica com base nos conceitos de comunicação para o desenvolvimento e mudança social à luz de Servaes (2020; 2012), Peruzzo e Volpato (2019), Peruzzo (2014) e Obregón e Tufte (2017). A partir daí, desloca-se a discussão para o campo do acesso à informação digital e na *web* por pessoas com deficiência visual. Para isso, evoca-se Ferraz (2020), Floriano, Cassanego Júnior e Silva (2020), Ellis e Kent (2011) e Vicente e Ferreira (2020). Essas visões são articuladas com os princípios do Desenho Universal, conforme apresentados por Carletto e Cambiaghi (2016).

Em seguida, são descritos os procedimentos utilizados para a construção do modelo de oficina. Por fim, apresenta-se o produto desenvolvido com base nestes estudos e práticas: o formato e o conteúdo das oficinas e suas avaliações.

Comunicação para o Desenvolvimento / Comunicação para Mudança Social

A comunicação para o desenvolvimento abrange concepções, por vezes distintas, acerca do papel da comunicação. Usualmente, esta é vista somente como um instrumento, inserida em uma lógica de progresso e desenvolvimento em detrimento do não-desenvolvido/menos-desenvolvido. Em relação ao termo “desenvolvimento”, Peruzzo e Volpato (2019, p. 12) contextualizam que

o conceito englobava táticas e artifícios para se galgar um novo estado econômico, a ampliação de riquezas e a incorporação de tecnologias mais avançadas etc., como promotoras do desenvolvimento como benefício a todos. Com o passar do tempo, diante das distorções e desigualdades existentes, pois o desenvolvimento não alcançou a todos, já por volta dos anos oitenta do século XX, paralelamente às visões tradicionais, outras propostas começam a surgir, reconhecendo-se premissas mais holísticas.

A noção de desenvolvimento como progresso coloca toda uma parcela global da população como “subdesenvolvida”, a partir de critérios e olhares dos “desenvolvidos” sobre quais seriam os níveis, etapas e requisitos necessários (e expressamente econômicos) para que uma nação, por exemplo, fosse considerada desenvolvida (Peruzzo, 2014).

Dentre as outras perspectivas, existem as teorias do “outro” desenvolvimento, como o participativo (Peruzzo; Volpato, 2019). Servaes (2012) explica que esta visão do desenvolvimento pode ser aplicada em qualquer nível social, afinal, ela surge da insatisfação com a sociedade de consumo e com a modernização. Ou seja, “o quê” e o “como” deve ser o desenvolvimento é ditado por qualquer grupo, para que ele mesmo defina os seus “como” e atinjam o progresso que desejarem (Peruzzo; Volpato, 2019).

Ainda, propostas pautadas no desenvolvimento participativo permitem o exercício da cidadania (Vieira, 2005), uma vez que a autonomia e a busca participativa e coletiva por mudanças parte dos próprios indivíduos.

No que diz respeito à Comunicação para o Desenvolvimento, desde o final do século XX, aos poucos, dá-se um processo de resignificação da palavra desenvolvimento, de forma que a escolha terminológica também seja alterada. Novas expressões surgem com o intuito de apoiar-se no humano e no sustentável (Peruzzo; Volpato, 2019): no Brasil, ela é comumente



tratada nas pesquisas como Comunicação para a Cidadania, e globalmente como Comunicação para a Mudança Social (Peruzzo, 2014).

Gray-Felder & Deane (1999 *apud* Peruzzo; Volpato, 2019, p. 21) explicam que a comunicação para mudança social

pode ser um processo de diálogo público e privado pelo qual as pessoas definem quem são, o que querem e como o querem. A mudança social é definida como a mudança na vida das pessoas, uma vez que elas mesmas definam essa mudança. Este trabalho busca particularmente melhorar a vida dos marginalizados política e economicamente e é formado por princípios de tolerância, autodeterminação, equidade, justiça social e participação ativa para todos.

Uma comunicação para a mudança social, pautada no exercício da cidadania e na ruptura com noções meramente instrumentais da comunicação para se atingir objetivos econômicos de desenvolvimento, difere-se também da comunicação produzida pela grande mídia. Ruiz e Volpato (2020) explicam que as organizações de mídia desenvolveram padrões e normas para uma comunicação orientada pelas lógicas comerciais e de necessidade de ampliação das audiências. Já esta comunicação diferenciada, com outros objetivos, “se desenvolve sobre lógicas orientadas à conquista da cidadania, com práticas participativas, implementando valores que se diferenciam da esfera mercantil da produção tradicional” (Ruiz; Volpato, 2020, p. 168).

A comunicação, a partir dessas perspectivas, pressupõe troca e diálogo. Gumucio-Dragon e Tufte (2008) afirmam que esta é uma comunicação que surge no cerne das próprias dinâmicas sociais: ela não é linear e controlada pelos interesses dos grandes detentores de poder. Assim, “a proposta é democratizar a comunicação por meio do acesso, representado pelo direito de receber mensagens, pelo diálogo, como direito de emitir mensagens e pela participação” (Peruzzo; Volpato, 2019, p. 20), de forma que as pessoas possam se expressar em condições de igualdade a respeito de suas demandas.

Servaes (2020) explica que a comunicação para a mudança social pode ser compreendida como o cultivo e acúmulo de conhecimento destinado à criação de consenso coletivo para a ação, “[...] que leve em conta os interesses, necessidades e capacidades de todos os envolvidos. É, portanto, um processo social, que tem como objetivo final o desenvolvimento/mudança sustentável nos diversos níveis da sociedade” (Servaes, 2020, p. 71, tradução nossa).

De forma geral, nos campos acadêmicos e práticos da Comunicação para o Desenvolvimento e Mudança Social, Obregón e Tufte (2017) delimitam três linhas principais:



- Estratégias de uso da comunicação e da mídia como ferramentas e processos que buscam facilitar a mudança social, cultural e política;
- Ativismo guiado pelo uso de uma comunicação para mobilização social e transformação política;
- Abordagens focadas na mídia, principalmente a partir de mídias alternativas e comunitárias como forma de resistência.

Neste trabalho, aborda-se a comunicação para mudança social a partir da terceira linha indicada por Obregón e Tufte (2017), considerando formatos alternativos e práticas comunicacionais voltadas para a inclusão social de pessoas com deficiência, como a partir do uso de descrições de imagens e consideração dos aspectos da acessibilidade visual em redes sociais digitais.

Acessibilidade para pessoas com deficiência visual e acesso à Web

Por muito tempo, os estudos sobre deficiência se desenvolveram na área das ciências médicas e biológicas. Entretanto, desde a década de 1970, a luta por direitos e a mobilização crescente das pessoas com deficiência fez com que o debate se ampliasse, trazendo à tona outras reflexões que extrapolaram a centralidade da abordagem médica da deficiência. Leite e Oliveira (2019, p. 5) explicam que os modelos envolvem a representação social de fenômenos, e, “no caso da deficiência, a representação da pessoa a partir desses modelos de perceber, reconhecer e interagir acarreta como a audiência, a sociedade, lida com tais diferenças”.

A Lei Brasileira de Inclusão, por exemplo, aborda a deficiência por sua concepção biopsicossocial, ou seja, compreende a deficiência como resultado de interações entre barreiras sociais e os indivíduos (Brasil, 2015). Neste caso, como Leite e Lacerda (2018, p. 433) explicam, “não se trata de negar a existência de mudanças orgânicas em função das deficiências, mas de compreendê-la como um fenômeno social, pois são significadas histórica e culturalmente e, por esta razão, deixam de ser exclusivamente um fator natural”.

Uma vez que, sob essa perspectiva, entende-se a sociedade e suas barreiras como responsáveis pela condição de deficiência nos sujeitos, é possível expandir essa noção para se compreender a relação entre as pessoas com deficiência e o ambiente digital.

Atualmente, as realidades e vivências dos indivíduos e dos grupos não podem ser separadas do advento de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Seja no meio virtual ou analógico, estas inovações penetram nas mais variadas formas de interação em



sociedade, exercendo sua influência e reconfigurando práticas culturais. As redes sociais, antes vistas como “vitrines” onde o internauta poderia receber conteúdos de diversas organizações, passam a ser entendidas como “palcos”. Ou seja, as redes sociais digitais não são apenas páginas de exposição dos produtos/serviços e de comunicação institucional das organizações, mas se converteram também em um ambiente de encenação, aplausos, críticas e, acima de tudo, estabelecimento de relacionamentos.

Empresas e marcas também fazem parte das relações sociais que agora, mais do que nunca, são permeadas pela mídia. Baldissera (2022, p. 59) afirma que

os processos comunicacionais que até algum tempo tendiam ser restritos à estrutura física da organização e que, de modo geral, eram poucos reverberado — exceção às situações de mais impacto, como as de crises —, com a potencialização gerada pela internet e, de modo particular, pelas mídias sociais, transbordaram desses limites e não há como serem novamente aprisionados.

Nesse ambiente, o público consumidor tem o poder de gerar conteúdo, invertendo a lógica de produção e recepção, estabelecida no contexto da mídia tradicional, e, por isso, notam-se “novas relações de poder e de diálogo entre uma organização e seus públicos” (Terra, 2015, p. 106). As redes sociais, portanto, complexificam as formas de se relacionar entre organizações e públicos, conferindo novas dinâmicas de funcionamento e a possibilidade de diálogo rápido e direto entre ambos.

A exemplo das mudanças deste cenário para a comunicação digital das organizações, tem-se que as mídias sociais demandam reações imediatas e obrigatórias a temas que viralizam e pressionam as organizações a se manifestarem e se posicionarem (Prazeres; Terra, 2023). Por esta razão, o mundo midiático, digitalizado e guiado pelos valores da cultura de influência induz as organizações a estarem preparadas para uma era da “velocidade” (Prazeres; Terra, 2023), querendo imediatismo de resposta, interação, oportunização de temáticas virais etc.. Este cenário sublinha o quanto as organizações precisam modificar seus processos de planejamento para se adaptarem às exigências contextuais (Karhawi; Terra, 2021). Reflete-se, então, sobre o quanto a questão da consideração de especificidades de públicos e grupos marginalizados não deveria ser também impactante e demandar uma mudança na forma planejar e produzir conteúdos para a comunicação em rede.

Segundo Berners-Lee, um dos criadores da *world wide web*, a universalidade foi uma das principais diretrizes nos estágios iniciais de desenvolvimento do ciberespaço (Berners-Lee, 1997) e, por algum tempo, essa universalidade se fez presente.

Contudo, com o aumento da complexidade das plataformas, a predominância cada vez maior de informações gráficas e, principalmente, a intensificação da criação de conteúdo pelo usuário, este valor perdeu seu status de “estatuto” e passou a ser mais visto como uma recomendação de boa prática (Ellis; Kent, 2011). Portanto, não é de se surpreender que a comunicação digital não tenha sido projetada pensando na diversidade de possibilidades de acesso (Magalhães; Maciel, 2021), já que ela foi criada na e pela mesma sociedade que estabelece barreiras de acesso às pessoas com deficiência. Assim, pode-se perceber que barreiras de acesso do mundo analógico, que resultam na condição de deficiência para certos corpos, foram transportadas para o meio digital (Ellis; Kent, 2011), onde permanece de maneira arraigada e ampliada.

Quando tomamos como recorte específico as principais redes sociais, é fácil reconhecer como as páginas são projetadas, em um primeiro momento, de modo a priorizar o conteúdo imagético. Esta preferência tem como consequência o aumento exponencial do volume de postagens com imagens e vídeos nos últimos anos. Segundo pesquisa realizada pela plataforma Buzzmonitor (Delgado, 2022), somente no período entre 2020 e 2021, a quantidade de postagens com imagens nas redes YouTube, Facebook, Twitter e Instagram cresceu em 30%. Nesta última, ao compararmos os meses de julho em 2021 e 2022, observou-se um crescimento de 375% no número de postagens com vídeos.

A preponderância do imagético é, portanto, característica intencional da proposta destas redes sociais, limitando as oportunidades de adaptação em prol de formas diversificadas de acesso ao conteúdo. É possível, entretanto, que o conteúdo gerado pelos usuários seja feito da forma mais adequada possível, pensando nos recursos que permitem às pessoas com deficiência visual acessar conteúdos digitais.

Frente a isso, uma série de medidas podem ser tomadas para ampliar as oportunidades de acesso no ambiente digital. Por meio do uso de recursos, metodologias, estratégias e diretrizes, pretende-se dar aos usuários a possibilidade de adaptar uma mesma página digital às diferentes formas de uso e acesso. A essa característica adaptável da disponibilização de conteúdo, Ellis e Kent (2011) dão o nome de acessibilidade 2.0.

Oferecer o conteúdo de diferentes formas proporciona a cada usuário a autonomia de escolher o meio de acesso que mais lhe atende, ou então, que mais lhe convenha para cada situação. Além disso, variedade na oferta de formatos de acesso é benéfica não apenas para pessoas com deficiência, mas para a população como um todo, com suas diferentes idades,

graus de instrução, condição econômica etc., já que possibilita maneiras mais confortáveis e adequadas de se consumir informação.

O princípio por trás dessa compreensão é o do Desenho Universal. Articulado por Ron Mace e um grupo de arquitetos americanos em 1987, o Desenho Universal é um conceito que nasce nos campos de arquitetura e design de produtos, mas logo se expande para outras áreas, como a Comunicação. Mace acreditava que o Desenho Universal tinha como cerne “[...] a percepção da necessidade de aproximarmos as coisas que projetamos e produzimos, tornando-as utilizáveis por todas as pessoas” (Carletto; Cambiaghi, 2016, p. 12).

A ideia chave do Desenho Universal é pensar a acessibilidade “na origem”. Isto é, considerar a diversidade de corpos e capacidades desde as fases iniciais de um projeto, permitindo desenvolver produtos, conteúdos e desenvolver metodologias que sejam naturalmente acessíveis, dispensando a necessidade de serem adaptados ou “remendados” posteriormente. Conforme explicam Carletto e Cambiaghi (2016), também é de extrema importância a noção de que o Desenho Universal é assim chamado exatamente por pensar em universalidade, ou seja, no atendimento de todos, independentemente de suas características pessoais (como idade, altura, peso, com ou sem deficiência), habilidades e sensibilidades. O Desenho Universal não se direciona apenas às pessoas com deficiência, mas sim busca atender as necessidades de todos em um mesmo processo de criação universalizado (Carletto; Cambiaghi, 2016).

De acordo com o relatório da Organização das Nações Unidas (UN, 2018) *Disability and Development*, pessoas com deficiência apresentam níveis mais baixos de uso da Internet quando comparadas com pessoas sem deficiência. O relatório aponta que, além dos aspectos de desigualdade digital relacionados ao custo de conexão à Internet, à posse de dispositivos e impedimentos ao desenvolvimento de competências digitais, a falta de acessibilidade na programação e nos conteúdos é um fator determinante para esta realidade. Vicente e Ferreira (2020, p. 222) afirmam que “se os websites não forem acessíveis, a qualidade do acesso com conteúdo online é prejudicada. De nada adiantaria ter banda larga para usar a Internet quando o site ou aplicação buscados não foram feitos para corpos com deficiência”. Para que as plataformas da *web* possam ser acessadas por essas pessoas, geralmente faz-se uso das Tecnologias Assistivas (TA).

Segundo Ferraz (2020), trata-se de recursos, produtos e equipamentos que possibilitam a participação das pessoas com deficiência, visando sua autonomia, independência e qualidade



de vida. Especificamente para o âmbito digital, as TA são *softwares* e *hardwares* que “possibilitam o acesso de pessoas com deficiência ao dispositivo computacional e à web” (Ferraz, 2020, p. 20).

No caso das pessoas com deficiência visual, o principal recurso utilizado para navegar na Internet são os *softwares* leitores de tela. Estes *softwares* decodificam as informações presentes no código das páginas e as reproduzem em forma sonora, por meio da sintetização de voz. Contudo, por mais que já existam leitores capazes de reconhecer e ‘traduzir’ conteúdos imagéticos, objetos e cenários de forma geral, ainda há uma falta de programas que traduzam a complexidade dessas informações com um grau elevado de precisão.

Por isso, é necessário o uso de Texto Alternativo, um equivalente textual verbal que pode acompanhar imagens e vídeos, realizando a tradução intersemiótica destes (do signo visual para o verbal) (Jakobson, 1995). Esse recurso pode ser disponibilizado de duas formas: no próprio corpo da mensagem ou como atributo presente no código das páginas, que fica ‘oculto’, mas é acessado pelos leitores de tela e permite que a informação visual traduzida seja ouvida pelo usuário. Há, ainda, uma outra prática emergente em redes sociais, que consiste na disponibilização desta descrição na legenda de uma publicação, em formato de *hashtag*, também conhecidas como *hashtags* inclusivas. O projeto #PraCegoVer foi criado pela professora Patrícia “Braille” (Jesus, 2018), como uma prática pessoal e de estímulo para outros: descrever as imagens que são publicadas em redes sociais na própria legenda da publicação, logo após a escrita da *hashtag*. Atualmente são utilizadas diversas variações da originalmente chamada #PraCegoVer, como a #DescriçãodaImagem, #PraTodosVerem, #PraTodesVerem, #Descrição, #Descrevipravocê etc..

As *hashtags* foram apropriadas por organizações públicas e privadas, entretanto, “tendo em vista o grande número de empresas atuantes no Brasil, entende-se que a adesão ao projeto ainda se mostra de maneira tímida, sendo necessário o maior entendimento sobre como tal instrumento tende a facilitar a vida de usuários” (Floriano; Cassanego Júnior; Silva, 2020, p. 202).

A fim de manter a coerência entre seus objetivos (luta pela ampliação da acessibilidade comunicacional) e a maneira como fazia suas publicações em rede, o laboratório Biblioteca Falada buscou se qualificar em termos de tradução intersemiótica, dentre elas a produção de equivalente textual acessível para pessoas com deficiência visual. Nessa busca, acabou desenvolvendo métodos próprios que, depois, passaram a ser também compartilhados com



outras organizações. Assim, a difusão desse conhecimento tornou-se uma importante faceta das atividades do Laboratório, a se somar à produção de formatos acessíveis em áudio e audiodescrição.

Percurso Metodológico

A partir de uma abordagem qualitativa, este trabalho possui caráter descritivo dos métodos empregados para a realização das oficinas. Para o desenvolvimento do conteúdo abordado, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre acessibilidade, desenho universal e acessibilidade na comunicação, em especial uso das *hashtags* inclusivas e elaboração de texto alternativo. Para compreender o percurso é necessário conhecer por quem as capacitações foram realizadas: a equipe de Comunicação Externa.

A equipe de Comunicação Externa integra o organograma do Biblioteca Falada e é responsável pela gestão da imagem e reputação dele e de difusão do conhecimento, realizando atividades como assessoria de imprensa e gestão de mídias sociais. A criação de conteúdo e as campanhas realizadas estão alinhadas com os estudos realizados no Laboratório, promovendo o debate nas redes e instigando os seguidores a pensar a acessibilidade. Além disso, é praxe nesse gerenciamento e produção para as redes a utilização de formatos acessíveis, como as *hashtags* #PraCegoVer, #DescriçãodaImagem, #PraTodosVerem (Jesus, 2018) e a inclusão de Textos Alternativos como atributo nas publicações.

Uma vez que estas publicações têm público irrestrito, iniciou-se, em 2019, uma série de pedidos de organizações internas e externas à Unesp, as quais, vendo as publicações do Laboratório nas redes, queriam entender o “como se faz”. Estes pedidos resultaram em convites para a realização de rodas de conversa e treinamentos de elaboração de conteúdos visuais acessíveis nas redes sociais, tais como parâmetros a serem considerados desde o planejamento da produção de conteúdo, em relação à forma e estilo, e diretrizes de descrição de imagens a ser inserida no atributo Alt (texto alternativo) ou *hashtags* inclusivas.

Com o aumento na frequência destes pedidos, a equipe de Comunicação Externa identificou a necessidade de formalizar os assuntos tratados e desenvolver um material de apoio para estes encontros. Assim, foram realizadas 13 edições da capacitação, até o meio de 2021, para empresas, ONGs, instituições sociais e estudantis. As edições de 2019 foram realizadas presencialmente, no campus da Unesp de Bauru. Já as edições de 2020 e 2021 foram realizadas remotamente por conta da pandemia de Covid-19, via plataforma *Google Meet*. O objetivo



principal é orientar as organizações para a aplicação dos princípios da acessibilidade visual no cotidiano de suas redes sociais.

Ao final de cada edição, os participantes respondiam a um questionário de avaliação, para que a equipe pudesse coletar *feedbacks* e identificar possibilidades de aprimoramento das discussões. Os questionários, realizados via *Google Forms*, contaram com questões abertas e fechadas de resposta voluntária. Cada oficina teve duração média de 1 hora e 40 minutos. De posse desses dados e em diálogo com os fundamentos teóricos reunidos na pesquisa bibliográfica, chegou-se ao modelo de oficina e aos recursos e estratégias desenvolvidos para a mesma, os quais serão apresentados a seguir. Trata-se da apresentação dos métodos técnicos de trabalho e produção de conteúdo empregados.

Resultados e Discussão

A oficina é organizada de acordo com o tripé: 1) fundamentação teórica sobre Desenho Universal, acessibilidade web, tradução audiovisual acessível e tecnologias assistivas; 2) parâmetros de produção textual acessível, incluindo características de imagem e de texto alternativo e escolha de tipografias; e 3) apresentação de exemplos, discussão e proposta de dinâmica.

O primeiro terço da capacitação consiste na exposição de princípios teóricos relacionados à acessibilidade e à deficiência visual. Após uma breve apresentação do Biblioteca Falada e da sua produção de mídia sonora acessível, as temáticas abordadas são: a definição legal de acessibilidade, segundo a Lei Brasileira da Inclusão (LBI); o direito de acesso à cultura, ao lazer e à informação sob a perspectiva da acessibilidade comunicacional e do Desenho Universal; além de uma breve explicação sobre o que é deficiência visual.

A apresentação desse contexto teórico serve para dar sentido e valor à promoção da acessibilidade nos pontos de contato com os públicos das redes sociais. Isso porque o conhecimento dessas temáticas, por mais básico que seja, pode auxiliar na mudança de concepções e reduzir práticas excludentes e estigmatizantes. Além disso, introduzir questões relacionadas às pessoas com deficiência e ao acesso à informação por essas pessoas é de extrema importância, pois, mesmo que questões de equidade de acesso no contexto de raça, gênero, idade, renda e localização geográfica recebam relativamente maior visibilidade à luz do debate público, as barreiras enfrentadas por pessoas com deficiência tendem a ser invisibilizadas com maior facilidade (Ellis; Kent, 2011).

Neste bloco, apresenta-se também a vantagem de considerar a acessibilidade e o Desenho Universal já nos estágios iniciais de planejamento, ao contrário de adaptar conteúdos já finalizados. Esse ponto é elucidado por Ferraz (2020, p. 166):

Costumo comparar a construção de uma aplicação/site com a de uma casa. Se pensar a acessibilidade desde o início do projeto, tudo fica mais rápido e barato. Colocar uma rampa na entrada de uma casa é mais simples quando contemplada no início da construção do que no final, quando a casa está pronta. Quebrar degraus custa mais caro, dá mais trabalho e faz mais sujeira. O mesmo acontece com uma aplicação Web. Se tivermos que fazer alterações estruturais em um site já finalizado, o trabalho será maior e isso pode implicar em custos no desenvolvimento.

O segundo momento da oficina concentra-se na produção de conteúdo visual propriamente dita, apresentando instruções que devem ser observadas para que a acessibilidade possa ser garantida desde a origem da produção. São abordadas recomendações quanto ao uso de cores e de tipografias, bem como a importância do alto contraste e da legibilidade, para que o acesso de pessoas com daltonismo ou baixa visão não fique comprometido, como se pode ver no exemplo de slide apresentado durante a oficina (Figura 1).

Figura 1 - captura de tela das instruções de cores e tipografia



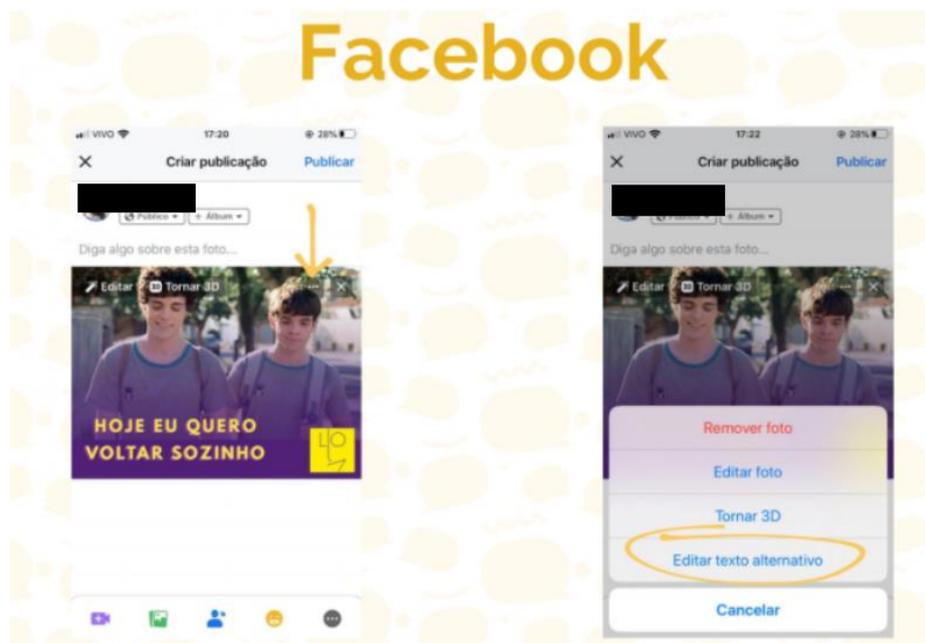
Fonte: autoria própria, 2023.

Este segmento conversa diretamente uma das discussões apresentadas no primeiro momento da capacitação: a deficiência visual compreende uma ampla variedade de vivências, e não somente a cegueira total. Ao tratarmos da cegueira parcial, baixa visão e daltonismo, reforçamos a compreensão de que, para acessibilizar conteúdos, é preciso estar atento a diversos grupos e não realizar as adaptações restringindo-as a uma única vivência.

Na sequência, são apresentadas informações técnicas sobre o que são Tecnologias Assistivas, leitores de tela e textos alternativos. Dessa forma, os participantes podem compreender a necessidade de criar condições propícias ao uso dessas ferramentas por pessoas com deficiência para o acesso à *web* (Ferraz, 2020). O intuito de apresentar essas informações é criar repertório para os participantes e afinidade com as ferramentas, a fim de que eles entendam como os recursos de acessibilidade promovidos chegam até seu o usuário e tenham dimensão da importância dessa ferramenta no processo de consumo e de construção de repertório informacional da pessoa com deficiência (Haage, 2020).

Em seguida, são dadas as instruções de elaboração de audiodescrição de imagens, com base em normatizações atuais (Naves *et al.*, 2016; ABNT-NBR 16452). Nesta parte são explicadas também as diferentes formas de disponibilização das descrições, como por atributo Alt ou por hashtags inclusivas. Para isso, apresentamos um tutorial de como inserir a descrição na Alternativa Textual em redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn, como exemplificado na figura 2.

Figura 2 - Captura de tela de exemplo de como Inserir texto alternativo no Facebook



Fonte: autoria própria, 2023.

A prática de inserção de Alternativa Textual tem se popularizado nos últimos anos, especialmente com o surgimento da #PraCegoVer na metade da década passada (Jesus, 2018).



Ainda que empresas e outras instituições sociais tenham se apropriado de tal prática, ela surge da necessidade das pessoas com deficiência visual e por essas pessoas em suas dinâmicas sociais (Gumicio-Dragon; Tufte, 2008). A descrição de imagens foi popularmente difundida e desenvolvida por coletivos de pessoas com deficiência e produtores de recursos de acessibilidade, como audiodescritores e audiodescritores-consultores etc..

Por se tratar de um conteúdo técnico e extenso, neste momento da oficina os participantes são incentivados a tirar suas dúvidas. São expostos também exemplos comparativos de descrições adequadas, de acordo com os princípios de descrição, e de descrições inadequadas, ou seja, que não estão apoiadas nos conceitos apresentados.

A oficina é concluída com uma dinâmica para os participantes colocarem em prática aquilo que foi aprendido. Há, no entanto, duas opções de dinâmica, sendo que a escolha por uma ou outra se dá a partir do tamanho do público e disponibilidade de tempo. As dinâmicas são as seguintes: a) para grupos de até 10 pessoas e com 2 horas de duração; e b) para públicos de mais de 10 pessoas e até 1 hora e meia de tempo total de oficina.

A dinâmica A é uma prática de descrição de imagem: os participantes são divididos em grupos, em que cada grupo recebe uma imagem para descrever. Quando a capacitação foi realizada de modo remota, os integrantes criaram grupos no *WhatsApp* para discutirem sobre as descrições. Em seguida, as audiodescrições são apresentadas e os ministradores da oficina fazem as correções e sugestões necessárias.

Já a dinâmica B consiste na apresentação de duas descrições de uma mesma imagem, feitas pela equipe, uma simples e uma mais detalhada. Os participantes, então, debatem qual das duas está mais adequada à imagem e melhor se encaixa nos propósitos da publicação. A partir dessas dinâmicas, é debatida a possibilidade de promoção das condições de acesso a partir do ato de produzir um texto curto que descreva os elementos visuais. A oficina, de forma geral e simplificada, busca, primordialmente, a mobilização dos participantes por uma atuação mais participativa pela inclusão nas redes sociais digitais.

A avaliação acontece com o questionário via *Google Forms* sendo enviado posteriormente à realização da oficina. As perguntas apresentadas são referentes ao interesse em se aprofundar na temática, à quantidade de informação apresentada, a quanto o respondente se sente para fazer suas próprias audiodescrições nas redes sociais e à adequação do aprofundamento teórico da capacitação.



Os respondentes, na maioria das vezes, indicam alto interesse (4, em uma escala de 1 a 5) de aprofundamento no tema. Todos consideram a quantidade de informação adequada e se sentem confortáveis para começar a elaborar as próprias descrições em suas redes sociais. Uma das respondentes ainda indicou que a oficina “foi importante para pensar em como isso pode ser aplicado na minha vida”.

De forma geral, a proposta de oficina baseia-se nos estudos desenvolvidos pelo Biblioteca Falada, mas também na prática contínua de realização das edições. A cada nova oficina os comentários e *feedbacks* dados nas avaliações já eram considerados para a realização da edição seguinte. O trabalho aqui apresentado, por seu caráter descritivo, não se aprofunda na discussão efetiva dos resultados da aplicação das técnicas ensinadas por parte dos participantes em suas rotinas profissionais, institucionais e de uso particular das redes sociais. Mas, de certa forma, tangencia a importância de um primeiro passo (o contato com a temática) para que futuramente uma mudança efetiva aconteça.

Considerações Finais

Ao se reconhecer o modelo social e o papel da sociedade enquanto reprodutora da condição de deficiência, conclui-se que encontrar formas de mitigar as barreiras de acesso e participação deve ser uma responsabilidade de todos. Isso inclui o Estado, com o dever de criar políticas públicas para a inclusão das pessoas com deficiência, mas também as organizações, que devem promover a acessibilidade nas diferentes esferas de contato que têm com seus públicos. Pensando especificamente na comunicação digital, é necessário trazer ao centro das discussões o amplo leque de vivências e formas de acesso ao conteúdo *online*. Desta maneira, poderão ser desenvolvidas estratégias que, de fato, considerem a realidade dos públicos, colaborando para sua participação e para a construção de relacionamentos que validem as atividades organizacionais.

Considerando a transposição de barreiras de acesso presentes no mundo analógico para o ambiente digital, a falta de acessibilidade na programação e nas práticas de produção de conteúdo impedem que pessoas com deficiência visual façam uso pleno das redes sociais. Assim, indivíduos têm parcialmente comprometida sua participação a toda uma dimensão da sociedade e das oportunidades de interação social, sociabilidade e consumo que as redes proporcionam (Magalhães; Maciel, 2021). Portanto, são necessárias práticas de comunicação que fomentem a mudança social, como o uso de formatos alternativos e adaptações de conteúdo.



Ainda, considerando a “velocidade” de adaptação e resposta que se exige das organizações (Prazeres; Terra, 2023) e que uma das exigências, para ser condizente com a universalidade proposta pela *web*, pode ser a consideração da acessibilidade, deve-se pensá-la desde o planejamento da produção de conteúdo para que os processos de inclusão digital de pessoas com deficiência visual possa de fato ser mais inclusivo.

Aqui foram expostas algumas práticas de construção de conteúdo a partir da perspectiva da acessibilidade visual, como a consideração de contrastes, tipografias, e o uso de recursos de acessibilidade, como a audiodescrição de imagens e vídeos. Considera-se que tais iniciativas, na perspectiva do Desenho Universal, possibilitam a ampliação das audiências que usufruem da informação e da comunicação veiculada nas redes.

Acredita-se que a metodologia utilizada pelo Laboratório Biblioteca Falada na difusão de conhecimento sobre acessibilização de conteúdos foi adequada no sentido de levar às organizações e coletivos a discussão sobre a aplicação dos princípios da acessibilidade para pessoas com deficiência visual e do desenho universal em suas redes sociais. As avaliações realizadas ratificaram a pertinência da metodologia e das técnicas e produtos empregados, uma vez que o público pôde desenvolver competências para a produção de conteúdos mais acessíveis, após as dinâmicas promovidas pelo projeto. Tem-se, portanto, uma expectativa de que o aprendizado de utilização dessas técnicas possa gerar uma maior mobilização em prol da inclusão social no ambiente das redes sociais digitais.

Deve-se considerar que a acessibilidade e a aplicação desses princípios não se pautam apenas na descrição de imagens e nas práticas aqui abordadas. A jornada pela promoção da autonomia dessas pessoas, em especial na *web*, implica no uso de mais recursos e mudanças comportamentais e estruturais nas redes. Ainda assim, a mudança na forma como o conteúdo criado por usuários é disponibilizado sinaliza uma possibilidade de contornar algumas barreiras de acesso.

Nesse sentido, as organizações devem procurar iniciativas como a do Biblioteca Falada e, constantemente, promover a capacitação de suas equipes para a criação de conteúdos mais acessíveis. Vale ressaltar que, em todas as dimensões de atuação das organizações com os seus públicos, a promoção da inclusão deve ser coerente: promovendo acessibilidade nas redes, mas também incluindo pessoas com deficiência no quadro de funcionários e promovendo mudanças em espaços físicos, como exemplo. Por fim, ainda que a adoção desses recursos para a criação de conteúdos em redes sociais não seja suficiente para tornar toda a comunicação de uma

organização acessível, pode-se reconhecer que esta é uma medida inicial para se enfrentar as barreiras de acesso na experiência das pessoas com deficiência, na promoção da cidadania e na busca por uma comunicação que de fato promova uma mudança social.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS [ABNT]. **NBR 16452: Acessibilidade na Comunicação – Audiodescrição**. Rio de Janeiro. 2016.

BALDISSERA, R. Notas para uma epistemologia da comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K.; LIMA, F. P.; SAMPAIO, A. O. (Orgs.). **Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: ABRAPCORP, 2022, p. 49-64.

BERNERS-LEE, T. **World Wide Web Consortium (W3C) Launches International Web Accessibility Initiative**. Web Accessibility Initiative (WAI), 1997. Disponível em: <<http://www.w3.org/Press/WAI-Launch.html>>. Acesso em: 28 fev. 2021.

BRASIL. Lei no 13.146, de 6 de julho de 2015. **Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência)**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 7 de julho. 2015.

CARLETTO, A.; CAMBIAGHI, S. **Desenho universal: um conceito para todos**. São Paulo: Instituto Mara Gabrilli, 2016.

DELGADO, C. Nas redes sociais, uma imagem vale mais do que mil palavras? **Consumidor Moderno**. 26 de agosto de 2022. Disponível em: <<https://consumidormoderno.com.br/2022/08/26/publicacoes-redes-sociais/>>. Acesso em 22 abr. 2023.

ELLIS, K.; KENT, M. **Disability and New Media**. Nova Iorque: Routledge, 2011.

FERRAZ, R. **Acessibilidade na Web: Boas práticas para construir sites e aplicações acessíveis**. São Paulo: Casa do Código, 2020.

FLORIANO, M. D. P.; CASSANEGO JUNIOR, P. V.; SILVA, A. H. # PraCegoVer: uma discussão da inclusão digital e social sob a ótica da pesquisa transformativa do consumidor. **Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS**, v. 15, n. 45, p. 183-207, 2020. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7678725>>. Acesso em 18 jun. 2023.

GUMUCIO-DRAGON, A. G.; TUFTE, T. (Orgs.). **Antología de comunicación para el cambio social**. Lecturas históricas e contemporáneas. La Paz: Plural, 2008.



HAAGE, A. The Information Repertoire of People with Disabilities. In: ANTONA, M.; STEPHANIDIS, C. (Eds). **Universal Access in Human-Computer Interaction**. Applications and Practice. HCII 2020: 2020, p. 356-369.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE] (2021). **Pesquisa nacional de saúde 2019 - ciclos de vida**: Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101846>>. Acesso em 10 dez. 2022.

JAKOBSON, R. Aspectos linguísticos da tradução. Trad. Izidoro Blikstein. In: JAKOBSON, R. **Linguística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1995, p. 63-72.

JESUS, P. S. #PraCegoVer: um diálogo sobre redes sociais, deficiência visual e outras cegueiras. In: ENCONTRO INTERNACIONAL VIRTUAL EDUCA, 19, Salvador, 2018. **Anais** [...]. Virtual Educa, 2018. Disponível em: <<https://repositorial.cuaed.unam.mx:8443/xmlui/handle/20.500.12579/5279>>. Acesso em 30 mar. 2021.

KARHAWI, I.; TERRA, C. F. Planejamento estratégico em comunicação digital: apontamentos e possibilidades entre a teoria e a prática. **Comunicação & Inovação**, v. 22, n. 49, 2021. Disponível em: <https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/7371>. Acesso em 12 out. 2022.

LEITE, F.; LACERDA, C. A construção de uma escala sobre as concepções de deficiência. **Psicologia USP**, v. 29, n. 3, p. 432-441, 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/psicousp/article/view/154630>>. Acesso em 21 fev. 2021.

LEITE, L.; OLIVEIRA, T. A concepção social de deficiência sendo superada pelo entendimento biológico ou metafísico. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL EM EDUCAÇÃO E FILOSOFIA, 8, 2019, Marília. **Anais** [...]. Marília: FCC - Unesp, 2019. Disponível em: <<https://www.inscricoes.fmb.unesp.br/upload/trabalhos/2019626133814.pdf>>. Acesso em 10 fev. 2023.

MAGALHÃES, G. M.; MACIEL, S. Parâmetros de Acessibilidade nas Redes Sociais: consumo de marcas por pessoas com deficiência visual no Facebook. **Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 15, p. 168-188, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2021v15n.60537>>. Acesso em 20 ago. 2022.

NAVES, S. B. *et al.* **Guia para produções audiovisuais acessíveis**. Brasília: Secretaria do Audiovisual/ Ministério da Cultura, 2016.

OBREGÓN, R.; TUFTE, T. Communication, Social Movements, and Collective Action: Toward a New Research Agenda in Communication for Development and Social Change. **Journal of Communication**, v. 67, n. 5, p. 635-645, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/jcom.12332>>. Acesso em 10 jan. 2023.



PERUZZO, C. M. K.; VOLPATO, M. O. Comunicação para o desenvolvimento: aspectos teóricos desde a modernização ao “Buen Vivir”. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 4, p. 11-26, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.54399/rbgdr.v15i4,%20jul.4838>>. Acesso em 28 set. 2022.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. In: MONTEIRO NETO, A. (Org.). **Sociedade, política e desenvolvimento**. Brasília: Ipea, 2014, p. 161-195.

RUIZ, G. P.; VOLPATO, A. N. Articulações teóricas e práticas entre midiativismo e comunicação popular e comunitária. In: LUVIZOTTO, C. K.; ASSIS, C. (Orgs.). **Comunicação para a inclusão e a cidadania**. Aveiro: Ria Editorial, 2020, p. 163-184.

SERVAES, J. Terms and Definitions in Communication for Development and Social Change. In: SERVAES, J. (Ed.). **Handbook of Communication for Development and Social Change**. Singapore: Springer, 2020, p. 3-13.

SERVAES, J. Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. **CIC - Cuadernos de Información y Comunicación**, v. 17, p. 17-40, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39256>. Acesso em 10 fev. 2023.

TERRA, C. F. Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da midiatisação das relações públicas?. **Organicom**, v. 12, n. 22, p. 103-117, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2015.139271>>. Acesso em 22 abr. 2023.

PRAZERES, M.; TERRA, C. F. Comunicação organizacional em alta velocidade: os impactos da aceleração social do tempo e suas interfaces. **PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM**, v. 6, n. 12, 2023. Disponível em: <<https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/602/631>>. Acesso em 28 jul. 2023.

UNITED NATIONS [UN]. **UN Flagship Report on Disability and Development: Realization of the sustainable development goals by, for and with persons with disability**. 2018. Disponível em: <<https://www.un.org/development/desa/disabilities/publication-disability-sdgs.html>>. Acesso em 20 abr. 2023.

WITHNEY, G.; KOLAR, I. Am I missing something? Experiences of using social media by blind and partially sighted users. **Universal Access in the Information Society**, v. 19, p. 461–469, 2020. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s10209-019-00648-z>>. Acesso em 20 jul. 2023.

VICENTE, M. M.; FERREIRA, M. Além das métricas: inclusão digital de pessoas com deficiência no Brasil e na Austrália. In: LUVIZOTTO, C. K.; ASSIS, C. (Orgs.). **Comunicação para a inclusão e a cidadania**. 1. ed. Aveiro, Portugal: Editora Ria, 2020, p. 209-229.

VIEIRA, L. **Cidadania e globalização**. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.