

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE ARTES E LETRAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS VERNÁCULAS - DLV
BACHARELADO EM LETRAS/PORTUGUÊS E LITERATURAS DE
LÍNGUA PORTUGUESA**

Isabel Cristina Motta da Silva

**A PRÁTICA DA AUDIODESCRIÇÃO NA #PRACEGOVER: UMA
LEITURA DISCURSIVA DE TEXTOS VEICULADOS NO *FACEBOOK***

Santa Maria, RS
2020

Isabel Cristina Motta da Silva

**A PRÁTICA DA AUDIODESCRIÇÃO NA #PRACEGOVER: UMA LEITURA
DISCURSIVA DE TEXTOS VEICULADOS NO *FACEBOOK***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Bacharelado em Letras/Português e
Literaturas de Língua Portuguesa, da Universidade
Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como
requisito parcial para a obtenção do grau de
Bacharel em Letras

Orientadora: Profa. Dra. Caciane Souza de Medeiros

Santa Maria, RS
2020

Agradecimentos

Não existe sentimento mais em pauta nesse momento que o de ser grato. Principalmente devido ao fato do que estamos vivenciando agora: uma pandemia que exige distanciamento social. Todos os dias, os números de casos somam-se às estatísticas de vítimas fatais do novo coronavírus e à saudade. Produzir este trabalho foi uma válvula de escape que me distanciou um pouco desse caos e me (re)aproximou de mim mesma. Fez-me encarar os meus fantasmas e medos. Agradecer é um verbo que, no dicionário, significa: “mostrar ou manifestar gratidão, render graças; penhorar, reconhecer”. E eu tenho algumas razões para ser grata: uma delas está em ter tido a chance de continuar estudando, mesmo após formada. Conseguir estudar, no contexto político-social em que a pesquisa e a Universidade vêm sendo atacadas, é um privilégio. O começo é sempre o mais difícil. Iniciar a escrita exigiu leitura, paciência, releitura, reescrita e dedicação. Exigiu que eu encarasse e me desfizesse de certos preconceitos: um deles foi o de reconhecer que a pessoa com deficiência visual é inteligente, autônoma, trabalhadora e consumista (e muito) de produtos audiovisuais. Gesto que exigiu coragem e humildade e me fez aprender muito com duas pessoas cegas, que tive o prazer de trabalhar, Cristian e Fernanda – consultores em audiodescrição da Universidade de Santa Maria (UFSM), servidores exemplares e engajados na luta pela acessibilidade de qualidade. Com o Cristian, eu tive o desafio de produzir roteiros acessíveis de fotografias para o Projeto Retalhos da Memória de Santa Maria. E com a Fernanda, tive de realizar exercício de organização de minha mente e meu olhar para descrever. Os dois têm extrema importância para o percurso desta pesquisa. Foi na escuta de seus anseios, no conhecimento de suas caminhadas, suas dificuldades de acesso e de inclusão (e sendo muito questionada e instigada a exercer a empatia) que me apoiou durante a escrita. Indaguei-me sobre a questão da audiodescrição e a sua relação com a minha área, a comunicação. Mas, o que a publicidade tem a ver com as Letras? Durante a caminhada no curso, eu sempre me senti um peixe fora d’água. Até cheguei a acreditar que esse não fosse o meu lugar. Mas, cada vez que ouvia meus professores, eu bebia um pouco de autoestima e continuava firme. Se eu consegui ver mais longe, foi porque subi nos ombros de gigantes profissionais, como a minha professora-orientadora-amiga Caciane. Ela foi quem entrou nessa “viagem na maionese” (como diria Eni), acatou a ideia e topou o desafio. Resolvi seguir o conselho da Sílvia e ir “procurar a minha turma”. Encontrei muita gente boa. No LabPort, eu conheci a calma e a paixão pelo ensinar da professora Sara. Na minha passagem pela Revista Ciência Florestal, fiz alguns amigos e aprendi que não curto diagramar. No meu primeiro estágio em redação, tive a felicidade de descobrir o que quero fazer para o resto da minha vida. E, como bolsista do Núcleo de Acessibilidade CAED, em 2019, redescobri outras formas de enxergar o mundo. Por fim, agradeço ao meu namorado Dreyfus, por todo o apoio e por ser meu ouvinte em todas as horas. Aos meus antigos amigos de São Borja, por fazerem eu lembrar todos os dias de onde venho. E aos meus novos amigos que ganhei no curso e na UFSM, por me indicarem o melhor caminho a seguir. À minha família, pela compreensão e respeito pelas minhas decisões. A Deus em sua infinita criatividade para me manter forte e me fazer encarar a solidão e ganhar um lar.

Epígrafe

“A minha infância sempre a dividi em duas fases: ‘o tempo de mamãe’ e ‘depois’. O tempo de mamãe tem muito de lenda (e sei que há de ter muito elemento de pura imaginação): é belo, irreal, como uma coisa impossível. É sem continuidade, feito de pedaços de lembranças ou coisas que ouvi contar e imagino ter visto.

Contam, por exemplo, que mamãe me fazia andar com uma fita amarrada em torno das orelhas. Tinha tanto medo de ver a filha de orelhas cabanas! Sei que não posso lembrar disso, pois teria dois anos ou um ano, nesse tempo. Entretanto, a história em mim é tão viva, incorporou-se tanto às minhas recordações que ainda sinto a impressão da fita, larga, macia, me cingindo a cabeça como uma grinalda.

Mas também há recordações autênticas, muitas verídicas recordações. Lembro-me de mamãe montada a cavalo, de saia preta e casaco justo, uma saia enorme que cobria a sela toda. Parecia tão alta, tão alta! Eu, do chão, chorava e lhe estendia os braços. E ela gritava de susto, com medo de me ver sob os pés do cavalo, puxava rédea, chamava papai, pedia socorro. Eu não queria saber de nada, não tinha medo dos cascos pesados, me atirava para frente, para ela”.

(QUEIROZ, 1989, p. 24 e 25)

RESUMO

A PRÁTICA DA AUDIODESCRÇÃO NA #PRACEGOVER: UMA LEITURA DISCURSIVA DE TEXTOS VEICULADOS NO FACEBOOK

AUTORA: Isabel Cristina Motta da Silva
ORIENTADORA: Profa. Dra. Caciane Medeiros

Em nosso trabalho buscamos discutir discursivamente a prática da audiodescrição, enquanto ferramenta social, em posição de promoção da acessibilidade e da inclusão para sujeitos com deficiência visual, no intuito de compreender como a prática da audiodescrição está constituída historicamente e é discursivizada nas mídias digitais da atualidade. Mais especificamente, objetivamos dar visibilidade ao funcionamento discursivo dos textos audiodescritivos que, como constitutivos de uma engrenagem de manuseio social em espaços de comunicação digital da contemporaneidade, não podem ser transparentes e ressoam sentidos já existentes. Para tanto, filiamos-nos à Análise de Discurso, tal como foi pensada por Michel Pêcheux, cujos desdobramentos no Brasil estão nos trabalhos de Eni Orlandi (1988; 2007; 2008; 2009); e recorremos a dispositivos conceituais, tais como discurso, ideologia, formação discursiva, condições de produção e gesto de interpretação para procedermos a uma leitura discursiva da Audiodescrição em espaços digitais de circulação de sentidos. Para definirmos a audiodescrição e teorizarmos sobre sua prática, recorreremos aos trabalhos de Joel Snyder (2017); Francisco Lima (2009; 2010; 2012); Lívia Motta (2010; 2011; 2012) e Bel Machado (2011), bem como a suas diretrizes normativas no mundo e no Brasil. Nosso corpus de análise é constituído por textualidades da *hashtag* + *pra cego ver* postas em circulação nas páginas do *Facebook* das marcas Natura e O Boticário, em 2019. A partir do modo como tais textos estão formulados, recortamos algumas marcas discursivas, para darmos visibilidade à relação entre os ditos e os não ditos que significam e como tal relação deflagra sentidos estereotipados e padrões repetidos sobre o corpo e sobre a mulher que são silenciados para o leitor com deficiência visual. Em nossas análises, trabalhamos com três recortes de anúncios e repensamos, a partir deles, a relação da prática da Audiodescrição e suas diretrizes, que regulam os dizeres, com a forma como as empresas/marcas estão (re)produzindo discursos sob a premissa da objetividade, da neutralidade e do texto acessível, para fazerem circular sentidos e se inserirem na discursividade do politicamente correto.

Palavras-chave: Audiodescrição. Discurso. Sentidos. Acessibilidade. Inclusão. #PraCegoVer.

ABSTRACT

THE PRACTICE OF AUDIODESCRIPTION IN #PRACEGOVER: A DISCURSIVE READING OF TEXTS BROKEN ON FACEBOOK

AUTHOR: Isabel Cristina Motta da Silva

TUTOR: Profa. Dra. Caciane Medeiros

In our work we seek to discuss discursively the practice of audiodescription, as a social tool, in a position to promote accessibility and inclusion for visually impaired individuals, in order to comprehend how the audiodescription practice is historically constituted and is discursivized on present digital media. More specifically, we aim to give visibility to the discursive functioning of audiodescriptive texts, which as constitutive of a social handling gear in spaces of digital communication of contemporaneity can't be transparent and resonates existing meanings. Therefore, we join the discourse analysis, as it was thought by Michel Pêcheux, whose developments, in Brazil, are in the Works of Eni Orlandi (1988; 2007; 2008; 2009) and we resort to conceptual devices, such as: discourse, ideology, discursive formation, production condition and gesture of interpretation to proceed with the discursive Reading of audiodescription in digital spaces of meanings of circulation. To define the audiodescription and theorize about your practice, we resort to the works of Joel Snyder (2017); Francisco Lima (2010; 2012); Lívia Motta (2010; 2011; 2012) and Bel Machado (2011), as well as your normative guidelines in the world and in Brazil. Our corpus of analysis is constituted by textualities from hashtag + *pra cego ver* put into circulation on Facebook pages of brands Natura and O boticário, in 2019. From the way that such texts are formulated, we cutout some discursive brands, to give visibility to the relation between what is said and what is unspoken which means and how such relation outbreak the stereotyped meanings and repeated patterns about the body and about the woman which are silenced to the visually impaired reader. In our analysis, we worked with three advertisements cutouts and rethink, from them on, the practice relation of audiodescription and its guidelines, which rules what is said with the shape that companies/ brands are reproducing are (re)producing speeches about the premise of objectivity, neutrality and accessible text, to circulate meanings and insert themselves in the discourse of the politically correct.

Keywords: Audiodescription. Discourse. Meanings. Accessibility. Inclusion. #PraCegoVer.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1 A PESSOA COM DEFICIÊNCIA VISUAL COMO SUJEITO E AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DA AUDIODESCRIÇÃO	13
1.1 PANORAMA HISTÓRICO DA AD NO MUNDO E NO BRASIL.....	17
1.1.2 AUDIODESCRIÇÃO: CONSTRUINDO UM CONCEITO E UMA TÉCNICA PARA A PRÁTICA DE AUDIODESCREVER	22
1.1.3 AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DAS POLÍTICAS DE ACESSIBILIDADE E DAS DIRETRIZES DO TEXTO AUDIODESCRITIVO	29
2 METODOLOGIA.....	45
2.1 O OLHAR DISCURSIVO E A CONSTITUIÇÃO DE UM OBJETO.....	45
2.2 A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS NAS DESCRIÇÕES DE IMAGENS #PRACEGOVER	50
2.3 ANÁLISE DE DISCURSO E A AUDIODESCRIÇÃO: UMA LEITURA POSSÍVEL DOS DISCURSOS SOBRE ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO	53
3 A AUDIODESCRIÇÃO NA #PRACEGOVER: A CONSTRUÇÃO DO OLHAR DO OUTRO POR MEIO DA DESCRIÇÃO DE IMAGENS	59
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86

INTRODUÇÃO

A ideia deste trabalho nasceu a partir de experiências profissionais desenvolvidas em estágios, uma delas atuando na área da Redação e produção de conteúdo, numa agência de Publicidade e Propaganda, situada na cidade de Santa Maria (RS), em 2018, e outra vivenciada durante passagem pelo Núcleo de Acessibilidade e Coordenadoria de Ações Educacionais (CAED), da Universidade de Santa Maria (UFSM), em 2019. Durante o exercício como redatora, surgiu o desafio de audiodescrever imagens de anúncios nas redes sociais e, no decorrer da bolsa na CAED, a responsabilidade de atuar como audiodescritora roteirista de imagens estáticas (fotografias) para o Projeto Retalhos da Memória de Santa Maria¹. Muitos questionamentos surgiram durante o processo de construção de um retrato verbal de pessoas, paisagens, objetos, cenas e ambientes que contextualizavam as peças publicitárias e as fotografias do acervo da Universidade. Ainda não tínhamos conhecimento aprofundado sobre a prática da audiodescrição, tão pouco sabíamos as diretrizes normativas que determinavam as condições de produção desses textos que deveriam ser elaborados para cumprir um papel fundamental: o de permitir o acesso e a autonomia de leitura pela pessoa cega ou com baixa visão.

As peças publicitárias com cores repletas de nuances e contrastes são exibidas e veiculadas nos mais diversos formatos digitais, permeiam os espaços virtuais e visam proporcionar ao público novas experiências. O trabalho com esse material fez despertar o interesse de pesquisarmos sobre a produção, formulação e circulação de sentidos que a prática da audiodescrição mobiliza, partindo da concepção de que os textos audiodescritos são constitutivos de um discurso de acessibilidade e de inclusão preconizada em sociedade. Além disso, entendemos que o sujeito cego e com baixa visão está fora das experiências visuais, que se apresentam com múltiplas funções, entre elas: a de informar, de divertir, de persuadir, de interagir, de instruir, de seduzir e motivar a decisão de compra. Para que isso ocorra, as

¹“O Projeto Retalhos da Memória de Santa Maria: Difusão e Acessibilidade promove a difusão com acessibilidade da memória fotográfica institucional com o objetivo de consolidar a importância do arquivo fotográfico da UFSM. Acadêmicos dos Cursos de Arquivologia, Jornalismo, História e Desenho Industrial (bolsistas e voluntários) selecionam imagens do acervo – *retalhos da história da cidade* – e produzem textos acessíveis por meio do recurso da audiodescrição”. Mais informações no site: <<https://www.ufsm.br/orgaos-suplementares/dag/projeto-retalhos-de-memoria-de-santa-maria>>. Acesso em 18 jul. de 2020.

descrições das imagens precisam estar de acordo com o propósito comunicativo e também acessível ao qual o texto se propõe.

Cada vez mais empresas e marcas vêm posicionando-se em relação à acessibilidade nas suas páginas institucionais, utilizando uma técnica que torna “visível” a necessidade de reconhecer e valorizar a presença desses sujeitos como público leitor e consumidor. Os anúncios são elaborados sob o pilar sustentado pelo mercado, mais especificamente pelo Marketing Digital, e o uso de recursos acessíveis nesse contexto virtual dá visibilidade a prática de audiodescrever e funciona como mediador desses discursos ditos inclusivos, pois “[...] a mídia atua no social a partir de uma formação ideológica e histórica determinada que delinea a (re) produção de sentidos mobilizadas em suas práticas” (MEDEIROS, 2014, p. 61).

A reflexão em relação ao exercício de produzir os conteúdos acessíveis se depara, então, com a relevância de se estudar sobre o assunto, também na área das Letras e Linguagens, a fim de compreender quais são as condições de produção e de formulação² articuladas durante o processo de tradução de imagens em palavras, levando em consideração o objetivo, a textualização e a metodologia da prática social da audiodescrição (doravante AD)³ na produção de sentidos nos textos audiodescritivos. Dentro dessa perspectiva, a tradução audiovisual visa a colaborar com a imaginação através do uso da ferramenta inclusiva, que serve como um recurso de acessibilidade, o qual implica oferecer aos usuários desse serviço condições de igualdade e de oportunidade de acesso ao mundo das imagens.

Para discutirmos discursivamente como a prática da audiodescrição, enquanto ferramenta social, vem posicionando-se em prol da acessibilidade e da inclusão dos sujeitos com deficiência visual, precisamos compreender como a prática da AD⁴ está constituída historicamente e é discursivizada nas mídias digitais da atualidade. Prática essa que faz visível o seu funcionamento discursivo nos textos audiodescritivos, os quais, enquanto constitutivos

²Partes dos três momentos que, segundo Orlandi (2008), constituem todo o processo de produção do discurso: constituição (interdiscurso), formulação (o discurso se dá em condições de produção específicas) e circulação (o discurso ocorre em certa conjuntura e segundo certas condições). Segundo a autora, “formular é dar corpo aos sentidos” (ORLANDI, 2008, p. 09).

³Faz-se relevante destacar que a palavra *Áudio-Descrição* separada ou não por hífen segue o ponto de vista de cada autor e sua teoria. Neste caso, ancoramo-nos no trabalho teórico-metodológico realizado pelo Dr. Joel Snyder, nos Estados Unidos. Esse autor, ao longo de uma vida de serviço, aperfeiçoou uma técnica requintada que transformou a audiodescrição em um esforço artístico capaz de trazer vividamente à imaginação intangível a tristeza e a beleza do mundo.

⁴Usamos a abreviação AD durante todo o trabalho em referência à prática da audiodescrição e não em referência à teoria discursiva.

de uma engrenagem de manuseio social em espaços de comunicação digital da atualidade, não podem ser transparentes, pois ressoam sentidos já existentes.

Para tratarmos acerca da produção, formulação e circulação de sentidos, recorreremos à perspectiva discursiva formulada por Michel Pêcheux ([1975] 2009) e desenvolvida no Brasil pela linguista e analista de discurso Eni P. Orlandi (2007, 2008; [1999] 2009). Nesse sentido, mobilizamos alguns conceitos-chave, tais como: discurso, texto, ideologia e condições de produção, relacionando-os com alguns dos fundamentos teóricos-metodológicos da Audiodescrição, por um esquema cognitivo e linguístico a ser respeitado, como, por exemplo, no que se refere à observação, edição e língua, fundamentos situados pelo autor Joel Snyder (2017). O roteiro audiodescritivo está sistematizado e estruturado textualmente segundo pressupostos da tradução audiovisual. Lembramos que o exercício de audiodescrever está ancorado em um imaginário de linguagem como transparente, o que reverbera a ideia de que é possível clareza, objetividade e concisão na produção de um roteiro acessível/apropriado ao público de leitores (sujeitos heterogêneos) com deficiência visual. Como se a linguagem não fosse sujeita à falha, ao equívoco, ao sentido outro.

Por essa razão, materializou-se a necessidade de realizar uma reflexão de como se constituem as técnicas de acessibilidade das quais a comunicação se apropria para fazer veicular dizeres sobre os mais variados temas, audiodescrevendo anúncios publicitários veiculados no *Facebook*, mais especificamente os que carregam o discurso da *hashtag + pra cego ver*. Esse projeto foi idealizado em 2012 pela professora baiana Patrícia Silva de Jesus, coordenadora e especialista em Educação Especial do Estado da Bahia. Segundo a professora, tal proposta busca disseminar uma “nova” cultura da acessibilidade nas redes sociais, ideia que acabou conquistando a adesão de empresas e marcas de diferentes ramos, como: Coca-cola, Quem disse Berenice?, Google, Conselho Nacional de Justiça, O Boticário e Natura. Essas duas últimas escolhidas para compor nosso *corpus* de pesquisa e análise.

É por meio dessa nova ferramenta inclusiva que surge a questão teórico-metodológica sobre a prática da AD⁵, norteadora deste estudo e do problema embrionário em relação à linguagem: quais as marcas discursivas nos textos audiodescritos que apontam para a relação de sentidos entre o que é dito e o que não é dito, observados por meio de análise de recortes dos textos audiodescritos *#PraCegoVer* veiculados no *facebook* institucional das empresas Natura e O Boticário?

⁵Abreviação para “audiodescrição”.

Tornar possível a realização de tal leitura discursiva sobre esses textos e conseguir analisar tal questão representa uma necessidade de ampliar olhares para a prática da AD, também pelos profissionais das letras e das linguagens, uma vez que se trata de um campo de atuação de mercado emergente e, portanto, necessita de conscientização que possa reconhecer o quanto os modos de discursivizar são afetados pelas condições sócio-histórico-ideológicas de produção⁶ que determinam o que pode e deve ser dito (ORLANDI, 2007). É o sujeito, interpelado pela ideologia e dotado de inconsciente, que vai mobilizar na produção da audiodescrição, no âmbito do intradiscurso, formulação, sentidos do interdiscurso; sentidos que vão significar a partir de sua inscrição em uma formação discursiva. Nosso trajeto de reflexão faz uso da teoria discursiva como um dispositivo de análise para compreender como essa prática significa na sociedade – sobre a acessibilidade, sobre a inclusão e seus sentidos.

Neste trabalho, nosso percurso de estudo está dividido em cinco partes, a fim de sustentar nosso olhar sobre a prática social da AD, tecer o objetivo proposto e nos guiar para as análises. Organizandose em: 1) **A pessoa com deficiência visual como sujeito e as condições de produção da audiodescrição**, em que abordamos o contexto histórico da evolução dos sentidos sobre a deficiência e sobre a pessoa com deficiência visual, além da acessibilidade e da inclusão dentro do panorama sócio-histórico no qual se insere a prática da AD; 2) **Panorama histórico da AD no mundo e no Brasil**, onde recuperamos aspectos importantes das condições de produção da audiodescrição enquanto prática institucionalizada, isto é, os discursos produzidos na história pela lei, pela Universidade e pela sociedade que sustentam os dizeres sobre a prática como recurso de acessibilidade, em relação com os sujeitos e com a ideologia; 3) **Audiodescrição: construindo um conceito para a prática de audiodescrever**, em que esboçamos as múltiplas definições sobre a AD, bem como o ponto de vista de autores importantes no contexto acadêmico brasileiro, como: Francisco Lima (2010; 2012); Lívia Motta (2010; 2011; 2012), Bel Machado (2011), entre outros, em suas respectivas áreas do conhecimento e atuação no mercado, isso para tornar visíveis as diretrizes, os princípios e as normas fundamentadoras da prática no mundo e no Brasil; 4) **As condições de produção das políticas de acessibilidade e das diretrizes do texto audiodescritivo**, momento em que discorreremos sobre a produção do roteiro acessível dentro de normas propostas pelos Estados Unidos, França, Espanha e Brasil; e 5) **A audiodescrição na #PraCegoVer: a construção do olhar do outro por meio da descrição de imagens**, onde explicitamos, a partir de uma

⁶Para Orlandi (2007), as condições de produção compreendem fundamentalmente os sujeitos e situações. São as circunstâncias dos dizeres em um contexto imediato, incluindo o contexto social, histórico e ideológico. No caso dos textos audiodescritos #PraCegoVer, o contexto imediato é a rede social *Facebook* onde eles estão veiculados.

perspectiva discursiva, como o que é dito e o que não é dito constitui a leitura das publicidades e quais sentidos estão em jogo e o que dizem sobre o social. Bem como, mostramos que é possível realizar outras formas de audiodescrição das imagens, ao contemplarmos em nossa leitura/ interpretação os elementos descritivos referentes à proposta sociocomunicativa do anúncio, que permitem outras formas e leituras possíveis pelos sujeitos.

Ao debruçarmo-nos sobre os textos audiodescritivos direcionados ao público cego e com baixa visão, realizamos um pequeno recorte da sua materialização; analisamos a sua estrutura e apontamos as marcas discursivas, a partir da relação entre o dito e o não-dito, significando o oposto de um texto acessível e inclusivo, ao silenciar sentidos, mostrando as barreiras comunicacionais ainda existentes. Para tanto, voltamos nossa leitura para os textos descritivos que são acompanhados pela *hashtag* em relação à imagem como texto, produzindo efeitos nesse todo discursivo. “O simbólico e o político se conjugam nos efeitos a que ele, enquanto sujeito de linguagem, está assujeitado. Inauguram-se assim novas práticas de leitura que problematizam as maneiras de ler, deslocando suas maneiras de produzir sentidos” (ORLANDI, 2009, p. 95).

Como proposta de leitura sobre os textos audiodescritivos – trata-se de um pequeno recorte de uma nova possibilidade de leitura e de acesso aos conteúdos visuais, o uso da *#PraCegoVer*, como prática discursiva – ela está articulada da seguinte maneira: 1) realiza uma abordagem e contextualização em relação à questão social da acessibilidade, a partir da observação de como a descrição de imagens estáticas (anúncios) é construída e formulada nos textos veiculados no *Facebook*, bem como a descrição do corpus de pesquisa; b) reflete sobre a prática da audiodescrição, dentro de uma esfera de autores e publicações recentes que teorizam sobre tal prática e suas diretrizes, a partir do olhar teórico-discursivo da Análise de Discurso⁷, utilizando-a como um dispositivo de análise para compreender como essa prática significa na sociedade – sobre acessibilidade, inclusão e seus sentidos. É por meio dos principais conceitos elaborados por Orlandi (2007; 2008; 2009), que se embasou nossa leitura discursiva acerca da prática da AD, tendo como norte as diretrizes brasileiras. E c) mostra que nessa forma de descrever e de significar as imagens estáticas de propagandas, quando nos apropriamos da *#PraCegoVer*, contribui para dar também visibilidade, pelo viés dos não-ditos e ditos, a outros discursos que emergem do social, produzindo sentidos e condicionando algumas interpretações pelo público leitor.

⁷Neste trabalho, opta-se por não usar sua derivação para não criar confusão entre as teorias da audiodescrição (AD) e a teoria da Análise de Discurso que orienta nossa leitura teórico-discursiva.

Refletir sobre tal temática é considerar a importância que exerce essa prática, entendida como um gesto interpretativo dentro da história sobre a descrição de imagens, que marca um modo de leitura que se formula colocando em relação: leitura e perspectiva do sujeito que vê, o audiodescritor, vinculado (ou não) à técnica da AD, e sujeito que não vê, leitor e usuário desse recurso inclusivo. Prática qual está em funcionamento gestos de interpretação que trazem à baila sentidos já existentes, presentes no interdiscurso (o já dito), para o âmbito do intradiscurso, o dito, formulação (ORLANDI, 2008).

Por essa razão, no momento em que nos debruçamos sobre nosso corpus, voltamo-nos para o que ali está dito, mas ainda para o que não está dito, uma vez que o dito traz consigo necessariamente (ou seja, nele se faz presente) o não dito – que ali também significa. Nessa direção, trabalharmos levando em conta essas questões, pressupõe tomarmos a linguagem como constitutiva de silêncio; pressupõe considerarmos que o sentido é uma questão aberta, que o texto é multidirecional enquanto espaço simbólico (ORLANDI, 2007). Além disso, nesse mesmo momento, buscamos apontar a falha existente nesse processo de mediação que tenta apagar o gesto interpretativo. Será por meio de observação, mapeamento e análise de recortes de textos audiodescritos dos produtos de beleza veiculados no *facebook* que explicitaremos a relação entre o que é dito e o que não é dito, mas que, mesmo assim, acaba produzindo sentidos e possivelmente delimitando a leitura pela pessoa com deficiência visual.

1 A PESSOA COM DEFICIÊNCIA VISUAL COMO SUJEITO E AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DA AUDIODESCRÇÃO

O conceito histórico-social de pessoa com deficiência, ao longo dos anos, transformou-se, ganhando novos sentidos, partindo cada um deles de uma concepção embasada, principalmente, na ideia de Homem, e influenciada pelos moldes sociais e culturais, convenções e transições, até chegar ao reconhecimento e passar a ocupar um lugar em sociedade como sendo sujeitos autônomos e independentes. Muitas foram as percepções acerca dos sentidos sobre deficiência que contribuíram para a construção desse conceito, as quais davam a ver um imaginário histórico, social e ideológico acerca das pessoas com deficiência. Porém, no final dos anos de 1970, no Brasil, por exemplo, alguns movimentos sociais, como a declaração sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, proclamada pela Assembleia Geral da ONU em 9 de dezembro de 1975, dá início a uma luta pela valorização desses sujeitos em sociedade. Pretensão que mostra uma busca, ou melhor, gesto de ressignificação desse conceito. Gesto esse passível de leitura.

Nesse passo, trazemos a seguinte citação de Orlandi (2009, p. 15): “A linguagem é a mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação que é o discurso torna possível tanto a permanência e continuidade, quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive”. Os sentidos mudam de acordo com a formação discursiva em que estão inscritos, as quais representam na linguagem as formações ideológicas. Portanto, os conceitos de pessoa com deficiência transformaram-se, dentro de um contexto em que muitos deles eram utilizados de forma pejorativa pela sociedade, por exemplo, debilóide e aberração, o que veio a ser modificado a partir do ano de 1981, por meio da inclusão do substantivo “pessoa” como uma forma de evitar a coisificação, contrapondo-se a uma inferiorização e desvalorização desses indivíduos (LANNA JUNIOR, 2010). Tais movimentos sociais foram motivados pela busca de respeito e de reconhecimento. Eles são lutas contra a imagem negativa e o preconceito; imagem vinculada à pessoa com deficiência. Desse modo, esses sujeitos passaram a somar forças para romper paradigmas preconceituosos da sociedade por meio de problematizações referentes à acessibilidade e inclusão, resultando em uma nova perspectiva sobre a pessoa com deficiência, tendo direitos civis e políticos, uma identidade e um sentimento de pertencimento, elementos que contribuíram para integrar as discursividades do poder de classes que mobilizam e emergem com os seus diversos sentidos que servem como base para as causas sociais e lutas políticas em prol da inclusão na atualidade.

Será a Constituição promotora de mudanças significativas no cenário atual, trazendo maior visibilidade para o tema da inclusão e da acessibilidade. É nesse momento que “o político e o simbólico se confrontam, essa nova forma de conhecimento coloca questões de linguagem, interpelados pela historicidade que ela apaga, do mesmo modo que coloca questões para o social, interrogando a transparência da linguagem” (ORLANDI, 2009, p. 16). Para melhor esclarecer e compreender os sentidos no tempo e no espaço das práticas sociais, fazendo vir à tona a relevância desse assunto, é necessário conhecer melhor a concepção de “deficiência” quando relacionada à legislação.

Na Constituição, encontramos a subseqüente formulação (BRASIL, 2019, art. 2º Parágrafo Único):

A deficiência deve ser reconhecida como um conceito em evolução, que resulta da interação das pessoas que tenham impedimento de longo prazo, de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, com barreiras impostas pelo ambiente ou por terceiros, que impeçam sua plena e efetiva participação na sociedade, em igualdade de oportunidades com os demais.

Trazer a denominação atribuída à deficiência pela nossa Constituição contribui para o conhecimento do imaginário, dos sentidos atribuídos à “deficiência” em dadas condições de produção. Sentidos através dos quais podemos observar a influência das lutas já traçadas pelos movimentos sociais. Essa materialidade linguística mostra, assim, a procura da incorporação, na Lei, de práticas de inclusão, participação e interação plena desses sujeitos em sociedade.

Para, então, que isso seja possível, a legislação passa diferenciar o conceito de deficiência em suas mais diversas naturezas e singularidades, separando-as em: física, mental, intelectual ou sensorial. É ao relacionarmos a língua com a sua exterioridade, a qual lhe é constitutiva, que podemos observar a produção do sentido. Nessa formulação da Constituição, notamos, a partir de determinadas marcas linguísticas, uma memória que retoma o que é posto pelos movimentos sociais e também o que é posto como politicamente correto na formação social atual. Sentidos que buscam produzir uma ideia, um efeito de vida mais digna e acessível para esses sujeitos em sociedade. Nessa medida, voltamo-nos neste presente para o estudo da deficiência visual. Cabe sublinharmos que, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), aproximadamente 40 milhões de pessoas são deficientes visuais.

Nesse passo, detemo-nos, agora, sobre as distintas significações a respeito da deficiência visual, as quais podem ser tomadas a partir de diferentes momentos históricos.

Para tanto, é preciso conhecer os diferentes sentidos da língua com a história sobre a deficiência visual e os conceitos que já fazem sentido e são retomados pela memória, ou seja, todos esses sentidos já ditos por alguém, em algum lugar, em outros momentos, mesmo muito distantes, têm um efeito (ORLANDI, 2009) sobre o que vai se dizer sobre a condição da não visão. Assim, leva-se em conta que cada sujeito com deficiência visual terá uma forma de apreender o mundo ao seu redor e construir imagens por meio da memória, que pressupõe na maneira que esses sujeitos leem, interpretam e compreendem um texto descritivo, por exemplo, ou referências culturais e sinestésicas, adquiridas e aprimoradas pelos outros sentidos, como a audição, o tato, o olfato e o paladar. O Ministério da Educação (MEC) e a Secretaria de Educação Especial (Seesp) (2001, p. 33) tomam a deficiência visual por dois parâmetros. Vejamos:

1) Baixa Visão

É a alteração da capacidade funcional da visão, decorrente de inúmeros fatores isolados ou associados, tais como: baixa acuidade visual significativa, redução importante do campo visual, alterações corticais e/ou de sensibilidade aos contrastes que interferem ou limitam o desempenho visual do indivíduo. A perda da função visual pode ser em nível severo, moderado ou leve, podendo ser influenciada também por fatores ambientais inadequados.

2) Cegueira

É a perda total da visão até a ausência de projeção de luz. Do ponto de vista educacional, deve-se evitar o conceito de cegueira legal (acuidade visual igual ou menor que 20/200 ou campo visual inferior a 20° no menor olho), utilizada apenas para fins sociais, pois não revelam o potencial visual útil para execução de tarefas.

O Ministério da Saúde em parceria com o IBGE, lançou a *Pesquisa Nacional em Saúde– Ciclos de vida (Brasil e Grandes Regiões)* no ano de 2013, considerando a deficiência visual pelos seguintes requisitos: os casos de cegueira de ambos os olhos, cegueira de um olho e visão reduzida do outro, cegueira de um olho e visão normal do outro e baixa visão de ambos os olhos. Demonstrando que, no Brasil, dentre os tipos de deficiências investigadas pela PNS 2013, a deficiência visual foi a mais representativa na população, com proporção de 3,6%. Sendo a deficiência visual a que registrou a maior proporção estimada para as pessoas que a adquiriram por doença ou acidente (3,3%), enquanto 0,4% possuíam desde o nascimento⁸.

⁸ Informações retiradas do site:<<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94522.pdf>>. Acesso em 01 de setembro de 2020.

Dessa forma, os dados mostram uma realidade emergente, cada vez mais notável pela presença desses sujeitos em sociedade interagindo, convivendo, locomovendo-se e, principalmente, consumindo cultura e lazer, experiências oportunizadas pelas ações de inclusão social e de recursos de acessibilidade, como, por exemplo, as tecnologias assistivas. O que reforça a necessidade de reconhecimento e garantia de autonomia para todos. Com dados quantitativos, consegue-se mapear os tipos de deficiência visual, porém ainda muito pouco se tem conhecimento a respeito de como permitir um acesso significativo, ou seja, que se concretize com qualidade, reconhecendo que as necessidades desses sujeitos de lazer, educação, cultura, e, principalmente, informação, garantida por lei, são distintas e muitas vezes subjetivas.

Esses sujeitos são, como pontua o autor Joel Snyder, “únicos que vivem com algum grau de perda de visão, como resultado de uma grande variedade de causas” (SNYDER, 2017, p. 36). Portanto, são sujeitos com algum tipo de dificuldade e necessitam de recursos de acessibilidade e tecnologias assistivas, pois, só por meio desses, podem interagir em sociedade. Isto é, o fato da necessidade da existência de projetos que sejam capazes de sanar essa demanda social.

Será sobre um desses mecanismos acessíveis que lançaremos um olhar discursivo neste trabalho. No intuito de conhecer como se constitui a prática acerca da descrição de imagens, surge, assim, a questão de como a Audiodescrição (AD) – considerada como um recurso de acessibilidade que amplia e empodera o sujeito com deficiência visual e permite o acesso (significativo) a informações de conteúdos visuais – vem produzindo sentidos sobre acessibilidade e inclusão. A prática da AD é, muitas vezes, discursivizada dentro de contextos amplos e imediatos, como no caso do presente trabalho e da internet, fazendo circular sentidos que não serão os mesmos que os veiculados na televisão, por exemplo, marcando a relação dos sujeitos. “O contexto amplo é o que traz para a consideração dos efeitos de sentidos elementos que derivam da forma como a sociedade, com as suas instituições, entre elas a Universidade, significarão os discursos” (ORLANDI, 2009, p. 31). Sendo assim, é importante conhecermos como algumas esferas da sociedade significam, não só a prática da AD, mas o próprio sujeito cego ou com baixa visão, sendo usuário desse recurso, e, portanto, estando inserido nesse contexto. Há que se considerar, ainda, as características de cada sujeito. Nos termos de González (2007, p. 102 apud ALMEIDA; ARAÚJO, 2013, p. 05):

Os sujeitos com deficiências visuais são heterogêneos, se levarmos em conta duas características importantes: por um lado, o resíduo visual que possuem, e por outro, o momento de aquisição de sua deficiência, pois um sujeito cego de nascimento não é igual àquele que adquire essa condição ao longo da vida. Em função desse momento, seus condicionantes pessoais e suas aprendizagens serão totalmente diferentes.

Realizada essa breve abordagem sobre a concepção da pessoa com deficiência, nos próximos subcapítulos refletiremos mais sobre esses sujeitos que se utilizam da audiodescrição, e como essa prática vem sendo considerada como uma técnica que permite o acesso a imagens veiculadas na *internet*, especificamente, na rede social *facebook*. Bem como refletiremos sobre as condições de produção nas quais está inscrito o panorama histórico da Audiodescrição no mundo, com destaque para o Brasil. Pois, para os estudos discursivos, como refere Orlandi (2009, p. 30):

[...] os dizeres não são, apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentidos que são produzidos em condições de produção determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios que o analista de discurso tem de apreender.

Os sentidos de acessibilidade e de inclusão que aparecem na Lei recuperam uma memória do que é posto pelos Direitos Humanos em relação às pessoas com deficiência. Esses sentidos dão a ver a importância da acessibilidade a sujeitos com deficiência visual para a sua inclusão nas redes sociais. Um modo de relacionar mensagens por assuntos e organizar de forma mais fácil a informação para facilitar a comunicação entre os usuários. Isso ocorre através da *hashtag* (hash – cerquilha (#) e tag – etiqueta) (PEREIRA, 2018).

Por quais meios e técnicas isso se dá nesse contexto, que faz parte de um mecanismo que, na tradução, aqui entendida como gesto de interpretação (ORLANDI, 2007), marca o modo como o sujeito e as diretrizes da AD significam o gesto interpretativo – como sendo parte que integra o modo como os sujeitos significam em uma situação discursiva dada na (re) produção de sentidos entre o que é dito e o que não é dito nas descrições de imagens – Refletiremos, então, agora sobre a AD conversando com a perspectiva discursiva.

1.1 PANORAMA HISTÓRICO DA AD NO MUNDO E NO BRASIL

O ato de descrever está presente no nosso dia a dia. Em nosso caso específico de estudo, a utilização do recurso descritivo é uma maneira de permitir aos sujeitos com deficiência visual o acesso a informações. É através da descrição que esses sujeitos se relacionam com a linguagem. Pensemos, assim, na literatura. Aquele que está a descrever a narrativa, os personagens, os cenários, etc., está a produzir um gesto de interpretação acerca dos elementos linguísticos e não linguísticos utilizados pelo autor da obra. Elementos que têm uma dada

direção de sentido. E tal gesto ocorre de acordo com a formação de cada sujeito-leitor e suas experiências, referências sociais, culturais, históricas e políticas.

A técnica de audiodescrever vem ampliando-se e ganhando novos espaços e formatos, alcançando meios de comunicação, como a televisão (em propagandas) e eventos culturais (como no teatro e no cinema), levando a informação até milhares de sujeitos através do recurso da audiodescrição (AD). Para tratarmos mais sobre esse assunto é necessário abordarmos leituras e pesquisas, enfim, explanarmos sobre conhecimentos que contribuem para o debate da prática de acessibilidade, considerada pela comunicação como uma tecnologia assistiva⁹. Para tanto, traçaremos um breve percurso histórico referente ao panorama da Audiodescrição no mundo e no Brasil, assim como versaremos sobre suas principais diretrizes e definições. Seguiremos, então, uma abordagem e contextualização referente à questão social da acessibilidade e da inclusão, mobilizando autores, de diferentes países, que se inserem na perspectiva da Audiodescrição.

Será por meio dessas leituras que explicitaremos os já-ditos que sustentam o imaginário de ser a prática da AD um recurso de acessibilidade. Recordando que: não há discurso sem sujeito e nem sujeito sem ideologia. Entendemos que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que seja produzido o discurso. Ou seja, compreendemos que o discurso é o lugar no qual podemos observar a relação sujeito (pesquisador, profissional da área da AD, usuário da AD) e ideologia, a relação linguagem e ideologia.

Nas palavras de Orlandi (2009, p. 48), a ideologia aparece como “efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido”. Os sentidos discursivizados pelos sujeitos, que estudam e trabalham com a AD, em diversos contextos de uso, dão a ver, assim, as relações já mencionadas anteriormente e um imaginário de AD, de linguagem, de sujeito com deficiência visual.

A fim de estudarmos a base comum sobre a qual, como coloca Pêcheux (2009), a base comum sobre os processos nocionais-ideológicos, por um lado, e os processos conceituais-científicos, por outro, constituem-se como processos discursivos, versaremos sobre o que a Universidade vem tratando no que diz respeito ao assunto da tradução audiovisual, bem como trataremos da questão do mercado, o qual se apropria de dados sentidos referentes a esse

⁹Conceito proposto pelo Comitê de Ajudas Técnicas (CAT) da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República: "Tecnologia Assistiva (TA) é uma área do conhecimento, de característica interdisciplinar, que engloba produtos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivam promover a funcionalidade, relacionada à atividade e participação de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social" (CAT, Ata da Reunião VII, SDH/PR, 2007). Disponível em: <<https://www.assistiva.com.br/tassistiva.html>>. Acesso em: 05 de ago.2020.

tratamento já mencionado. Abordaremos, nesse passo, as noções discursivas de memória e de condições de produção – contexto sócio-histórico-ideológico em que a prática da AD se insere.

Desse modo, ao pesquisarmos trabalhos de diferentes autores, estamos buscando identificar em quais formações discursivas (FDs) e formações ideológicas (FIs) os sentidos sobre acessibilidade e inclusão social se inscrevem. A prática social da AD traz à tona sentidos que já foram ditos em outros lugares e por outros sujeitos. Sentidos que existem no interdiscurso, mas só significam quando inscritos em uma FD.

O estudo do norte-americano Joel Snyder (2017), em especial seu trabalho: *Manual Abrangente de Treinamento e Guia sobre a História e Aplicações da Áudio-Descrição*¹⁰ apresenta alguns fundamentos considerados basilares da Audiodescrição. O autor discorre sobre a teoria e a prática, visando à aplicabilidade da AD pelos profissionais que seguem essa perspectiva nos Estados Unidos; país considerado berço dessa área.

O pilar, que sustenta a prática da Audiodescrição, permite que a pessoa com deficiência visual consiga construir uma imagem mental, processo formal que é entendido pelo autor como sendo de tradução e acessibilidade. Processo que visa à produção, à publicação e à implantação do recurso assistivo da AD. O Professor Dr. Joel Snyder é estudioso e formador de audiodescritores em mais de 40 países. Ele é considerado um dos primeiros descritores de áudio. É um verdadeiro pioneiro no campo de descrição de áudio. Snyder começou a descrever eventos de teatro e de mídia em 1981¹¹. Seu manual de treinamento é traduzido por outro estudioso da área: o professor e usuário Francisco Lima, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), no Brasil, Snyder (2017, p. 15) e considera que:

É como mergulhar em um mundo em que as palavras certas, sucintas e imagéticas, levam o áudio-descritor e o usuário da áudio-descrição a uma experiência única, em que a sinergia das imagens e das palavras se fundem em um universo pleno de sentimento de pertença e de emoção por respeitar e se sentir respeitado na dignidade humana.

O autor e usuário, Francisco Lima, parece estar mesmo muito identificado com o que seria o propósito da audiodescrição. O que chama nossa atenção é que ele afirma existirem

¹⁰Livro traduzido pelo Prof. Dr. Francisco Lima, que optou para a tradução do termo *Audio Description* a expressão **áudio-descrição**, pois o léxico grafado com hífen está em consonância com a Base XV do Novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa (Decreto n. 6.583/2008). Portanto, para não gerar conflitos, toda vez que aparecer no texto o termo grafado por hífen é pela tradução e conceitualização deste autor. Nós adotamos a grafia sem hífen em consonância com o Acordo Ortográfico da Língua Brasileira (2009), publicado pela Academia Brasileira de Letras, no item XIV.

¹¹Disponível em: <<https://audiodescribe.com/about/snyder.php>>. Acesso em: 9 de out. 2019.

“palavras certas” que garantem o acesso, o pertencimento e a dignidade inclusiva. Isso devido ao fato de que há muitos modos de significar e a matéria significante tem plasticidade, é plural (ORLANDI, 2007), ou seja, os sentidos podem ser sempre outros. Discurso que, na sequência deste trabalho, será melhor esboçado, quando tratarmos sobre a criação do roteiro para a AD e explicitarmos qual a concepção de linguagem dos autores nela inseridos. Antes, versaremos sobre informações relativas ao panorama histórico, social e cultural da prática da AD ao longo dos anos.

Os estudos acerca da AD somam mais de 30 anos. Podemos identificar como marco fundador deles a dissertação de mestrado de Gregory T. Frazier (1975), intitulada *The autobiography of Miss Jane Pittman: An All-audio Adaptation of the Teleplay for the Blind and Visually Handicapped*. Frazier explica que o que o motivou a produzir esse texto foi sua experiência em descrever de forma improvisada as cenas do filme *Matar ou Morrer* para seu amigo cego. O professor da Universidade Estadual de San Francisco percebeu que as descrições concisas que havia fornecido poderiam ser de antemão pensadas, gravadas e reproduzidas através de receptores de rádio FM em filmes ou transmitidas por canais de áudio secundários na televisão.

Foi a partir dessa experiência que Frazier desenvolveu, em sua tese de doutorado, formalmente os conceitos que embasam a Audiodescrição e as diretrizes gerais para a sua utilização. Sua pesquisa acabou promovendo desde então muitos novos estudos pela Europa como uma forma de “tradução audiovisual”. A Audiodescrição representa um outro tipo de “tradução” na mídia – das imagens para as palavras –, beneficiando todos que não têm acesso ao elemento visual (SNYDER, 2017).

Como foi visto anteriormente, os estudos sobre o recurso da AD tiveram início com a dissertação de Frazier. Contudo, eles somente passaram a ganhar visibilidade em 1981, com o trabalho do casal Margaret e Cody Pfanstiehl. Margaret – pessoa com deficiência visual e fundadora do serviço de leitores via rádio *The Metropolitan Washington Ear* – e seu marido Cody Pfanstiehl foram responsáveis pela audiodescrição de Major Barbara, peça exibida no *Arena Stage Theater em Washington DC*. Gradativamente, a AD foi ganhando espaço também fora do território americano.

Na Europa, em meados da década de 80, iniciou-se a promoção e o desenvolvimento de medidas acessíveis em larga escala, levando o continente europeu ao primeiro posto em volume de audiodescrição oferecida ao cidadão com deficiência visual. As produções amadoras do pequeno teatro *Robin Hood*, em Averham, na Inglaterra, foram as primeiras a contar com o recurso. Após a Inglaterra, a AD, na forma que conhecemos hoje, chegou à Espanha. Em 1987,

a Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) audiodescreve o filme *O último Tango em Paris*. Em seguida, é a vez da França. O país é apresentado a essa técnica durante o Festival de Cannes de 1989. Hoje, além dos Estados Unidos, os países que mais investem na audiodescrição (tanto na televisão como no cinema e no teatro) são: Inglaterra, França, Espanha, Alemanha, Bélgica, Canadá, Austrália e Argentina¹².

Já no contexto brasileiro, o recurso da AD – para um grande público – aconteceu em 2003, durante o Festival Internacional de filmes sobre Deficiência: *Assim Vivemos*. Em 2008, a primeira propaganda que fez uso da audiodescrição veiculada na televisão foi promovida pela empresa Natura: Natura - Naturé. A AD, no Brasil, está, aos poucos, sendo implantada. Há, inclusive, a Portaria nº 188/2010, que obriga emissoras de televisão digital a oferecer, no mínimo, duas horas semanais de audiodescrição, o que representa 1,2% de toda a programação emitida por essas redes de televisão.

Outro ponto importante para conhecermos melhor essa teoria-metodológica acessível diz respeito aos estudos desenvolvidos no âmbito acadêmico brasileiro. Nesse contexto, abordamos outra autora: Vera Lúcia Santiago Araújo, professora da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Segundo a autora:

A pesquisa em AD está incluída dentro dos Estudos de Tradução porque adotamos a definição de Jakobson (1995), que reconhece três tipos de tradução: a interlinguística ou tradução propriamente dita (texto de partida e chegada em línguas diferentes); a intralinguística ou reformulação (texto de partida e chegada na mesma língua); e a intersemiótica ou transmutação (texto de partida e chegada em meios semióticos diferentes, do visual para o verbal e vice-versa) (ARAÚJO, 2010, p. 95).

Cada vez mais a academia vem investindo em estudos na área da AD e proporcionando novos olhares para sua prática. Nos Estados de Pernambuco, Bahia e Minas Gerais, por exemplo, é onde se concentram o maior número de grupos de pesquisas no campo em questão. Citaremos dois destacados pela autora Eliana Paes Cardoso Franco (2010) (no livro *Audiodescrição: Transformando imagens em palavras*): o TRAMAD (Tradução, Mídia e Audiodescrição), formado por pesquisadores doutores, mestres, graduados, interessados e especialistas na teoria e na prática de diferentes modos de tradução audiovisual; e o grupo LEAD (Legendagem e Audiodescrição). Ambos têm como tema a acessibilidade audiovisual para cegos e surdos.

¹²Informações retiradas do artigo das autoras Eliana Paes Cardoso Franco e Manoela Cristina Correia Carvalho da Silva, publicado no livro “*Audiodescrição: Transformando imagens em palavras*” (2010).

Até aqui nossas leituras nos levaram a traçar um pequeno panorama histórico no mundo e no Brasil da AD, desde o seu surgimento com a dissertação de Fraizer até seu desdobramento e desenvolvimento acadêmico. Assim como, elas nos permitiram estabelecer uma relação entre esse campo de saber e a questão da acessibilidade, isso em diversos países. Questão que abrange produções culturais audiovisuais e visuais (filmes, documentários, propagandas, fotografias, obras de arte, etc).

Como se trata de um campo emergente, os sentidos sobre a prática da AD ainda estão sendo construídos. Sendo assim, Orlandi (2007, p. 12) explica que: “como os sentidos não são indiferentes à matéria significante, a relação do homem com os sentidos se exerce em diferentes materialidades, em processos de significação diversos: pintura, imagem, música, escultura, escrita, etc”. E, por essa razão, a forma como a prática da AD vem sendo concebida afeta o fazer discursivo da acessibilidade e da inclusão em termos de produção de linguagem, fazendo-se necessária a flexibilidade no trabalho de traduzir imagens, em seus diferentes contextos de uso. Lugar ocupado pelos sujeitos na história trabalhando os equívocos, onde o discurso deriva para outros discursos possíveis, onde os sentidos não se fecham.

A forma como os sujeitos vêm concebendo a linguagem dentro da prática da AD pode estar ressoando um fazer acessível e inclusivo, que vê na transparência da linguagem seu lugar de reprodução de sentidos. Entendemos, assim, que um olhar discursivo se faz relevante justamente para compreender como funciona esse processo de traduzir imagens, que visa a promover um debate interdisciplinar¹³ dessa prática acessível; debate sobre a formação de profissionais capacitados, dentro das normativas e diretrizes, que retomam a importância de sujeitos qualificados e conscientes de seu papel como tradutores visuais.

1.1.2 Audiodescrição: construindo um conceito e uma técnica para a prática de audiodescrever

Neste subcapítulo, esboçamos as múltiplas definições sobre a Audiodescrição (AD), levando em consideração o ponto de vista de cada autor em sua respectiva área do conhecimento e atuação no mercado; quais são as diretrizes, princípios e normas fundamentadoras da prática no mundo e no Brasil. Isso em busca de compreender o contexto e as bases que sustentam a

¹³Muitos dos trabalhos e pesquisas desenvolvidas atualmente estão voltadas para área da Pedagogia e da Educação Especial, visando ao ensino-aprendizagem da prática de audiodescrever dentro da escola. Por essa razão, faz-se necessário motivar o interesse pelo assunto também pelas áreas da Comunicação e Letras/Linguística, para ampliar as possibilidades de leitura e interpretação dessa prática social.

técnica da AD, melhor dizendo, entender as condições de produção em que a tradução (audiovisual) está inscrita. Tradução que envolve uma forma/técnica capaz de produzir acessibilidade e inclusão social dos sujeitos usuários da AD. Isso se apresenta relacionado diretamente com as normas atualmente em vigor e, a partir delas, buscamos entender o que é considerada uma audiodescrição de qualidade e como ela pode ser formulada para permitir um acesso significativo, ampliando o acesso a mídias e conteúdos visuais.

Levando em conta que a prática da AD é social e envolve sujeito e sentido, concebemos, como coloca Pêcheux (2009, p. 140), que “a questão da constituição do sentido se junta à constituição do sujeito, na figura da interpelação”. Desse modo, a evolução do conceito e da prática da AD está interpelada pela ideologia, que compreende o que *se fala do* sujeito, que *se fala ao* sujeito, *antes de* que o sujeito possa dizer. Isto é, no caso da tradução visual (descrição de imagens) um sujeito vidente fala para um sujeito desprovido de visão, dentro de condições de produção predeterminadas.

Vale ressaltar que não se trata de uma teoria propriamente dita, mas, sim, de um conceito e uma prática que vem ao longo desses anos sendo construída e mobilizando discussões, pesquisas e debates em conferências, palestras, eventos, etc., com a temática da acessibilidade no mundo todo. Por isso, o que apresentamos são algumas das suas definições (selecionadas de acordo com a visibilidade e organizadas por relevância, levando em consideração a falta de acesso a materiais e trabalhos produzidos em outros países) 1) trazidas por alguns autores, 2) por algumas instituições brasileiras, como, por exemplo, a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e 3) pela Legislação brasileira.

Iniciamos, então, com a dissertação de Gregory Fraizer, que teve como principal problema conhecer a funcionalidade da comunicação e das informações consideradas essenciais para um evento audiovisual para uma plateia desprovida de visão, de uma maneira que qualquer material adicionado fosse integrado de forma suave e discreta no drama televisivo original. Por meio de adaptação de uma peça televisionada através de mudanças no *script*, o autor buscou contemplar o público com deficiência visual abordando as emoções refletidas pela peça, que, até então, somente eram acessadas por quem era provido de visão. Fraizer levou em consideração, para a realização desse experimento, os outros sentidos que uma pessoa desprovida de visão explora para compreender a peça, como: o tato e a audição, através de uma adaptação descritiva toda em áudio do filme *The autobiography of Miss Jane Pittman* (1971); filme no qual foram inseridos, nos espaços entre diálogos, audiosdescritos das cenas visuais não originalmente descritas no roteiro.

Para Fraizer (1975, p. 31), “uma adaptação toda em áudio deveria constantemente estar atenta ao que ele ou ela está escrevendo para o senso do ouvinte, que a informação puramente visual é importante somente se ela for essencial para a compreensão estética do ouvinte do drama”¹⁴. Segundo o autor, as informações visuais meramente estéticas e que não contribuem para a compreensão do drama não são necessárias nessa adaptação. Essa primeira experimentação de um estudo dedicado a prover mais informações ao público com deficiência visual possibilitou o acesso desses sujeitos por meio de um método que veio a evoluir mais tarde para a técnica conhecida, hoje, como Audiodescrição.

Dentre os trabalhos atuais, destacamos o já citado manual do professor Joel Snyder, que considera a prática da AD como uma forma de “enxergar com os ouvidos”. Nas palavras do autor (2017, p. 50):

A Áudio-Descrição (A-D) faz com que as imagens no teatro, mídia e artes visuais sejam acessíveis para as pessoas cegas e com baixa visão. Usando palavras que são sucintas, vívidas e imagéticas (através do uso de metáforas ou comparações), os áudio-descritores transmitem o elemento visual que é ora inacessível ou apenas parcialmente acessível a um segmento da população.

Ao tomarmos a definição do autor, percebemos que o conceito da AD se debruça no objetivo de produzir um material utilizando uma linguagem sucinta, clara e que permita ao leitor criar uma imagem mental. A expressão “enxergar com os ouvidos” produz um sentido que serve para representar a maneira como a pessoa com deficiência visual recebe esse conteúdo audiodescritivo, usufruindo de leitor de tela¹⁵, em que sua textualidade deve seguir requisitos para descrever a imagem na geração de material acessível. Tais requisitos serão pontuados no próximo subcapítulo em que tratamos da construção de imagens por meio de palavras e das condições de produção da prática da AD.

É Snyder que apresenta, em seu manual, os quatro fundamentos para formação em audiodescrição para televisão, vídeo, museu, etc. Elementos que também servem como diretrizes: Observação; Edição; Língua; e Habilidades Vocais. Apresentamos com mais detalhes como tais fundamentações ajudam a compor a tecitura dos textos descritivos dentro de

¹⁴Tradução nossa. Trecho original: “The all-audio adapter should constantly be aware that he or she is writing for the sense of hearing, and that purely visual information is import only if it is essential to the listener’s aesthetic comprehension of the drama”. Disponível em: < https://audiodescriptionsolutions.com/wp-content/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf>. Acesso em 2 de ago. 2020.

¹⁵Sistema que capta todas as informações textuais exibidas na tela do computador e as transmite através de voz sintetizada. Utiliza equipamentos da informática, como software e hardware específicos (ABNT, 2008, p. 03).

condições de produção dadas, formulação e circulação dos sentidos sobre o que é visual, o que marca na língua uma forma de interpretar.

Em relação à expansão da AD em alguns países, destacamos a Espanha, considerada uma “país modelo” para questões de acessibilidade no que diz respeito a sujeitos com deficiência. Nesse país, em 2005, por meio de um consórcio formado pelo Ministério do Trabalho e Assuntos Sociais e outras organizações de assistência a cegos, juntamente com empresas comerciais dedicadas à acessibilidade visual, foi produzida a Norma UNE 153020, intitulada *Audiodescrição para pessoas com deficiência visual/Requisitos para a audiodescrição e elaboração de audioguias*. Contudo, a definição oficial espanhola para AD é (AENOR, 2005, p. 04 apud ADERALDO et. al., s. d., p. 26):

[...] serviço de apoio à comunicação que consiste no conjunto de técnicas e competências aplicadas, com objetivo de compensar a carência de captação da parte visual contida em qualquer tipo de mensagem, fornecendo uma adequada informação sonora que a traduza ou explique, de maneira que o possível receptor com deficiência visual perceba tal mensagem como um todo harmônico e da forma mais parecida como a percebe uma pessoa que vê.

Conhecer como o conceito da AD é moldado na Espanha contribui para percebermos o quanto o tema se apresenta relevante e pertinente em diversos contextos sociais, históricos, políticos e culturais. A prática atravessa as fronteiras do saber e é compreendida pelos espanhóis a partir de dois aspectos importantes: do ponto de vista de quem vê e o da tradução do conteúdo visual. Para exemplificar isso, Ana Ballaster Casado (2007, p. 152), em seu artigo *La audiodescripción: Apuntes sobre el estado de la cuestión y las perspectivas de investigación*, publicado na Revista *TradTerm* da Universidade de São Paulo (USP), afirma:

[...] um serviço que consiste em um comentário condensado que é tecido em torno da trilha sonora de um produto audiovisual (programa de TV, filme, peça de teatro etc.) e explora os intervalos para explicar a ação que ocorre na cena, descrever lugares bem como personagens, seus trajes, linguagem corporal e expressões faciais, a fim de aumentar a compreensão do texto auditivo pelos deficientes visuais¹⁶.

Para a autora espanhola, a prática trata-se de um comentário condensado, compreendido por ela como parte de uma construção, ou seja, transformação de uma coisa (visual) em algo

¹⁶Tradução nossa. Trecho original: “um servicio especialmente destinado a las personas ciegas o visualmente discapacitadas . Consiste en un comentario condensado que se teje alrededor de la banda sonora de un producto audiovisual (programa de TV, película, obra de teatro, etc), y que explota las pausas para explicar la acción que se desarrolla en la escena, describir lugares asi como personajes, su vestuario, lenguaje corporal y expresiones faciales, con la finalidad de aumentar la comprensión del texto audiovisual por parte del discapacitado visual”. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/47471/51199>>. Acesso em 3 de ago. 2020.

novo (texto/descrição), o qual é inserido no intervalo ou em torno da trilha sonora de um produto audiovisual dinâmico para ajudar a explicar a ação que ocorre em cena, para descrever os cenários, personagens, vestimentas, ações e expressões.

No Brasil, alguns autores destacam-se por suas produções de artigos e discussões acerca da teoria e prática da AD, como: Juarez Nunes de Oliveira Júnior e Pedro Henrique Lima Praxedes Filho. Eles (2016, p. 23) compreendem a técnica como:

[...] um dispositivo linguístico desenvolvido para atender as necessidades das pessoas com deficiência visual (PcDVs), quer cegas ou com baixa visão, favorecendo-lhes a acessibilidade a produtos (audio) visuais e contribuindo, assim, para o seu empoderamento, especialmente como fruitoras de arte.

Dessa forma, no entendimento desses autores, a AD é um dispositivo que organiza determinados elementos linguísticos. Dispositivo através do qual o audiodescritor escolhe dados verbos, advérbios, adjetivos, etc., que acredita descreverem melhor o conteúdo visual, numa tradução intersemiótica, em detrimento de outros tantos possíveis. Perspectiva que vai ao encontro da de Lívia Motta (profissional atuante no mercado como audiodescritora e formadora de audiodescritores no Brasil) e Paulo Romeu Filho (2010, p. 11) (engajado na luta em prol da acessibilidade na TV, cinema e no teatro e usuário da AD) que concebem a prática como “uma atividade de mediação linguística, uma modalidade de tradução intersemiótica, que transforma o visual em verbal, abrindo possibilidades maiores de acesso à cultura e à informação, contribuindo para a inclusão cultural, social e escolar”.

Esses autores concordam que a técnica envolve mecanismos linguísticos no processo de tradução: de um meio (texto de partida) para outro (texto de chegada). Processo que pressupõe a utilização de uma linguagem acessível. Mas como descrever para um leitor desprovido de visão sem transpor aí seu gesto interpretativo? Como coloca a pesquisadora portuguesa Jocélia Neves (2011), esse processo é minucioso e complexo; ele exige que se chegue a realizações verbais que expressem mensagens semelhantes àquelas dadas através de códigos (áudio)visuais compostos, em que o todo nem sempre se reduz à soma das partes (NEVES, p. 16). Se, por um lado, o audiodescritor deve ser aquele que observa o produto sem interpretar, apenas na intenção de traduzir o que está vendo, sem deixar aparecer sua marca de subjetividade, por outro, ele “empresta” o olhar, escolhendo palavras que possam contribuir para que o leitor construa sua/uma imagem mental daquilo que é visto. O audiodescritor deve refletir a realidade tal e qual está vendo para que o sujeito com deficiência visual tenha total autonomia para “ler” e compreender. Porém, como traduzir uma imagem para quem é cego ou com baixa visão sem aí pressupor um gesto de interpretação do audiodescritor?

Estamos imersos cada vez mais em um mundo visual, onde as imagens estáticas e as dinâmicas ilustram (com suas formas, cores e nuances) jornais, revistas, livros, páginas nas redes sociais, na rua, *outdoors*. Imagens que exprimem sentidos em dados contextos históricos e sociais. É nesse cenário que a tradução visual consegue, segundo Motta (2010, p. 20 apud BRAGHIROLI, 2016, p. 39-40),

[...] complementar o entendimento do texto, do tema em estudo e torná-los mais facilmente compreendidos ou assimilados. Todas têm significado, daí a necessidade de fazer a leitura e traduzi-las em palavras, considerando principalmente a diversidade e as possíveis barreiras comunicacionais.

A técnica serve também como complemento da leitura e da tradução em palavras. Ela leva em consideração que a linguagem é transparente, clara, objetiva. Isto é, que tanto a linguagem como o sujeito não são passíveis de falhas e de equívocos. Lembrando que entendemos se constituírem ao mesmo tempo sujeito e sentido.

Nessa direção, perguntemo-nos: qual a concepção de linguagem presente nesse campo e seguida por esses autores que nele se inscrevem? Tal questionamento merece reflexão, levando em consideração que a audiodescrição surgiu na academia, a partir de uma dissertação de mestrado, e ainda é pouco cientificamente investigada, principalmente no Brasil, o que indica que não temos conhecimento basilar suficiente para a construção de regras normativas (LIMA; GUEDES; GUEDES, 2010, p. 21).

Mesmo que a prática ainda não apresente conhecimento basilar, possivelmente pela falta de acesso ao contexto histórico-acadêmico, mais adiante apresentaremos a existência de diretrizes elaboradas em alguns países, que servem de suporte pela forma como os profissionais e pesquisadores trabalham a AD no Brasil. O conceito está permeado de sentidos históricos, pois “uma audiodescrição é uma narrativa descritiva que obedece às normas linguísticas vigentes, mas que requer o domínio de técnicas de expressão escrita e oral que garantam diversidade estilística” (NEVES, 2011, p. 16); prática discursiva emergente.

No Brasil, as contribuições relevantes referentes ao conceito de AD se sobressaem nas pesquisas e trabalhos de Francisco Lima, o qual parece seguir uma linha mais normativa da linguagem, ao apoiar-se na concepção de linguagem como transparente, o que se percebe na seguinte colocação (LIMA; LIMA; VIEIRA, p. 11):

[...] a áudio-descrição não é uma descrição qualquer, despreziosa, sem regras, aleatória. Trata-se de uma descrição regrada, adequada a construir entendimento, onde antes não existia, ou era impreciso; uma descrição plena de sentidos e que mantém os atributos de ambos os elementos, do áudio e da descrição, com qualidade e

independência. É assim que a áudio-descrição deve ser: a ponte entre a imagem não vista e a imagem construída na mente de quem ouve a descrição.

Os teóricos compreendem que fazer uma audiodescrição não é somente descrever o que se vê. Além disso, destacam que é preciso obediência a regras gramaticais (coesão e coerência textual) de forma que a audiodescrição seja clara e objetiva; reflita completude e exatidão (que o tempo e espaço lhe permitir), seguindo regras e premissas profissionais, sólidas e éticas. Nessa medida, conforme Seemann e Lima (2012, p. 04):

[...] diferente de uma descrição, a áudio-descrição, enquanto tradução visual, tem como objetivo primordial eliciar, na mente de quem ouve ou lê, as imagens eliciadas na mente de quem as pode ver. Neste sentido, a áudio-descrição serve a todos aqueles que, em algum momento, esteja privado da visão, ou por alguma razão não tenha acesso visual ao evento imagético, estático ou dinâmico.

Para os autores, o ato de descrever uma imagem visual deve estar atrelado ao gesto de associação para determinada finalidade – nesse caso, o de ajudar a construir uma imagem mental, regularidade discursiva, que se destaca pelos sentidos reproduzidos pelos outros autores anteriormente mencionados. Contudo, é aspecto comum em todos esses estudiosos: tem que se fazer audiodescrição; tem que se permitir o acesso de sujeitos com deficiência visual a informações visuais; existe uma demanda e é preciso pensar a produção desse trabalho de grande relevância social.

A AD e sua prática está em expansão no mundo e no Brasil, mas ainda há muito para se discutir acerca do fazer inclusivo por meio dessa técnica, de maneira que permita não somente o acesso, mas a dignidade e inclusão desses sujeitos como consumidores ativos dessas informações. Portanto, problematizar essa prática em construção vai depender de com quem estamos falando, como estamos falando, para quem estamos falando e se, de fato, as escolhas estão sendo adequadas à realidade desses sujeitos e sua forma de apreender as coisas visuais.

É nesse sentido que nosso trabalho busca, através da problematização da produção da AD, refletir sobre seu espaço político e sobre o sujeito usuário; reconhecer, no processo histórico, a técnica passível de adaptação. Os princípios e as regras não conseguem ser suficientes pela prática, porque toma o ponto de vista de quem vê, que é um, em relação ao outro que é cego (congenito ou adquirido) ou parcialmente incapacitado (como é o caso das pessoas com baixa visão), que é outro completamente diferente.

Nesse sentido, nosso trabalho vai dialogar com o que Isabel Pita Ribeiro Machado (também conhecida como Bell Machado) problematiza, a qual aparenta ter uma visão menos idealizada e mais crítica do ponto de vista da técnica enquanto prática, em suas palavras: “não

é o olhar que engana, mas o juízo que se faz das percepções, que vêm por meio dos sentidos. Faço dessa reflexão meu objeto de estudo: uma investigação sobre a maneira pela qual um indivíduo constrói seu conhecimento por meio dos sentidos” (MACHADO, 2011, p. 140).

Como se trata de uma teoria e prática em construção que encontra na sua discursividade terreno fértil para ideologias, posicionamentos políticos e uma concepção de linguagem transparente, como vimos em muitos autores aqui citados e comentados, dizemos que vai ao encontro da definição apresentada pela autora Bell Machado (2011), que enxerga a audiodescrição como uma obra de arte, uma criação que é fruto de escolhas, de um olhar próprio.

Logo, ao considerarmos as colocações das autoras Livia Motta (2010) e Bell Machado (2011), dizemos que dialogam com o objetivo do presente estudo. Adentramos no universo da linguagem e da produção de sentidos. Compreendemos que quando se tenta desconstruir esse imaginário idealizado da tradução se passa a expor as falhas desse dispositivo linguístico, que toma a linguagem como algo unívoco, que, mesmo se aplicando a objetos marcadamente diferentes, mantém o mesmo sentido ou significado, na tentativa de apagamento do gesto interpretativo. Assim, ao considerarmos a prática audiodescritiva passível de equívocos e adaptações, trazemos a questão do sujeito enquanto (re) produtor de sentidos, não podendo existir "palavras certas" – mas reconhecendo o embate em que o profissional se depara no momento de escolher sobre o que não descrever, o que não é (aparentemente) prioridade para uma AD de qualidade, porque o importante é garantir o acesso, o pertencimento, a dignidade inclusiva.

1.1.3 - As condições de produção das políticas de acessibilidade e das diretrizes do texto audiodescritivo

O fazer inclusivo pela prática da AD, dentro do contexto da acessibilidade comunicacional, também requer um exercício de tradução intersemiótica¹⁷ – no desempenho do importante papel de ampliar e complementar o entendimento das pessoas com deficiência visual a produtos (audio)visuais, sejam eles dinâmicos ou estáticos. Na prática, a AD mostra-se em constante evolução, e, por essa razão, ainda se tateia formas de fazer inclusão e garantir acessibilidade comunicacional na esfera digital. Para tanto, faz-se necessário (e justifica) a

¹⁷O conceito de tradução intersemiótica, de acordo com Jakobson (1969, p. 72), corresponde à tradução de um sistema de signos para outro, por exemplo, da arte verbal para a música, a dança, o cinema ou a pintura (JAKOBSON, 1969, p. 72 apud AMORIM, 2013, p. 17). Disponível em:<file:///D:/Arquivos%20do%20Usuario/Downloads/Itinerrios.pdf>. Acesso em: 03 de ago. 2020.

criação de diretrizes normativas para qualificar quem pode fazer uma audiodescrição, quem não pode, bem como o que pode ser descrito e o que não deve ser descrito, visando a qualidade textual da produção de um roteiro acessível.

Neste subcapítulo, apresentamos, de forma resumida, alguns pontos que consideramos importantes para nosso estudo acerca das diretrizes elaboradas nos últimos doze anos em países engajados a garantir os Direitos da Pessoa com Deficiência, como: Estados Unidos, França, Espanha e Brasil (e, referente ao Brasil, sua legislação da acessibilidade). Apresentamos, assim, os principais fundamentos da AD nesses países e as recorrências discursivas acerca da aplicação do recurso, objetivando trazer isso a conhecimento, ou seja, discorreremos sobre as condições de produção da AD no mundo e no Brasil. Isso será realizado por meio de um esboço dos princípios e regras norteadores para e na prática discursiva presentes nos textos audiodescritivos. Dessa forma, informações sobre a origem dessa técnica/prática em seus diversos contextos de uso e de aplicação foram retiradas de documentos que embasam nosso estudo e ajudam a contextualizar o problema de pesquisa.

Por isso, para a elaboração do quadro a seguir, selecionamos e recortamos alguns discursos recorrentes, do ponto de vista linguístico-discursivo, de acordo com os objetivos de nosso estudo, em consonância com o que a teoria discursiva de Orlandi (2009) aborda para compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho geral, constitutivo do homem e da sua história. Sendo assim, levamos em conta a AD nos países inseridos em um contexto social, histórico e cultural de aplicação – considerando os processos e as condições de produção na linguagem, pela observação da relação estabelecida entre língua e sujeitos que a praticam e as diversas situações em que são produzidos os textos audiodescritivos, encontrando as regularidades da linguagem em sua produção, relacionando-a com a prática. A produção do quadro contribui para percebermos como é articulada a formulação e circulação dos sentidos, pois é o momento em que “a linguagem ganha vida, que a memória se atualiza, que os sentidos se decidem, que o sujeito se mostra e se esconde” (ORLANDI, 2008, p. 09). Portanto, a materialização desses textos pode estar atravessada de discursividades, construídas pelo olhar do outro.

Dentre os documentos, trazemos à baila as diretrizes produzidas e aplicadas nos Estados Unidos com *Audio Description Coalition* (2007-2008)¹⁸ – sendo considerado também dentro desse contexto norte-americano *Os Quatro Fundamentos da Audiodescrição*, de Joel Snyder

¹⁸Arquivo completo no link:<https://audiodescriptionsolutions.com/wp-content/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf>. Acesso em: 02 de ago. 2020.

(2017) –, na Espanha com a *Norma Espanhola UNE 153020*¹⁹, e na França com *A Audiodescrição - Princípios e Orientação*²⁰. Assim, chegaremos até as normas e diretrizes elaboradas no Brasil. Para um efeito comparativo das diretrizes no mundo, o quadro esboça o que cada país possui de comum em relação à audiodescrição e sua prática, bem como o que possui de diferente. É por meio dessas informações que buscamos ter uma ideia acerca da compreensão e construção de um trabalho coletivo em prol da acessibilidade e da inclusão, em que discursividades e (re)leituras estão em funcionamento sobre como determinam o papel de quem realiza a AD e o papel da prática propriamente dita.

De acordo com o seu campo de aplicação seguindo os princípios básicos e regras estabelecidas e prática, um roteiro constitui-se pelo dito e pelo não dito. Aquilo que vai na produção do roteiro pressupõe aquilo que aí não vai, que fica de fora (e o porquê fica de fora), que não deve e não pode ser descrito; tudo isso objetivando um imaginário de qualidade audiodescritiva. Como podemos ver no quadro seguinte:

¹⁹Texto original disponível em: <<https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tunorma/norma?c=N0032787>>. Acesso em: 02 de ago. 2020.

²⁰Texto original disponível em: <<http://www.enaparte.org/charte/>>. Acesso em: 03 de nov. 2019.

Quadro 1- Diretrizes para Audiodescrição²¹

País	Quem realiza?	Campo de aplicação	Princípios básicos e regras	Prática	O que deve ser evitado
Estados Unidos	Deve ser capacitado em curso de especialização.	Teatro; espetáculos ao vivo; dança; ópera; filmes e vídeos; museus e mostras.	Descrever as imagens que são mais importantes para a trama ou assunto e as imagens visualmente mais distinguíveis; ler créditos.	Elementos-chave; adjetivos e advérbios que não ofereçam juízos de valor e que não sejam eles próprios sujeitos à interpretação; linguagem apropriada.	Editorializações, explicações, análises, censuras, linguagem vaga, poética ou eufemismos.
França	Não apresenta um perfil pré-determinado.	Adequa-se a todos os estilos de filmes, telefilmes.	Respeito à obra; objetividade; respeito aos ouvintes (leitores).	Verbos no presente e na terceira pessoa; forma objetiva; vocabulário rico e preciso.	Interpretação; expressões como: “nós vemos”; adjetivos subjetivos; termos técnicos; antecipação de nomes ou de características dos personagens.

²¹Todas as informações do quadro estão resumidas, destacando-se as condições de produção na linguagem que ajudam a responder o problema da pesquisa e de acordo com o objetivo do trabalho.

Espanha	Pessoa que escreve o roteiro.	Filmes, séries, documentários; produções gravadas; sala de teatro; musical; monumentos, igrejas, palácios; museus e exposições, etc.	Análise prévia da obra; confecção do roteiro; revisão e correção do roteiro; locução; montagem no suporte escolhido; revisão do produto final; análise prévia de objetos ou situações.	Vocabulário adequado e objetividade; terminologia específica e apropriada; adjetivos concretos; espaço-temporal, consistindo em esclarecer o “quando”, “onde”, “quem”, “que” e “como”.	Cacofonias, redundâncias e pobreza de recursos idiomáticos básicos; evitar transmitir qualquer ponto de vista subjetivo.
Brasil	Formação técnica adequada.	Filmes e vídeos; mídias digitais; programas de televisão (ao vivo e gravados); espetáculos ao vivo e de dança; eventos acadêmicos e esportivos; objetos e ambientes; museus e exposições.	Situar o usuário na perspectiva do observador sobre para onde “olhar”; fazer um breve resumo da obra – do geral para os detalhes, dos aspectos primários para os secundários.	Coerência, coesão, fluidez, sintaxe objetiva, orações com sentido completo e tempo verbal no presente do indicativo.	Gerundismos, regionalismos, cacofonias, gírias, redundâncias, vícios de linguagem e palavras com sentido dúbio; expressão do ponto de vista do audiodescritor.

Fonte: Quadro de nossa autoria.

A partir do contexto que tem como objeto de trabalho conteúdos dinâmicos (cinema, teatro, televisão, propagandas, etc.) e estáticos (pintura, escultura, cartaz, anúncio publicitário no *facebook*, etc.), elaboramos o quadro acima, que busca mapear, resumidamente, a forma como é trabalhada e compreendida a linguagem em diferentes países, como: Estados Unidos, França, Espanha e Brasil. Lugares em que o trabalho do profissional que descreve e a prática do recurso de acessibilidade estão fazendo-se presentes. Ainda, através desse quadro, podemos observar a concepção de linguagem de cada país. Com isso, buscamos dar a ver as normativas que baseiam a audiodescrição, os sentidos (re) produzidos acerca da linguagem no que se refere à transmissão de informações visuais; transmissão essa guiada por uma ideia de relevância. O

que é passado para o sujeito com deficiência visual é aquilo que é considerado mais relevante pelo sujeito que ali está a descrever. O contexto da obra deve ser considerado, assim como a questão estética, que, no imaginário daquele que descreve irá dar autonomia de leitura e de interpretação ao sujeito com deficiência visual.

Em sua maioria, esse recurso é compreendido como um serviço para complementar o produto audiovisual e visual e proporcionar experiências por meio do sentido da audição. Para entendermos melhor o funcionamento dos discursos e relacionarmos as informações do quadro com a nossa leitura discursiva, apresentamos, nesse passo, os principais conceitos abordados sobre sujeito, história e linguagem por Orlandi (2009). Para a autora (2009, p. 38), “o analista se propõe compreender como o político e o linguístico se interrelacionam na constituição dos sujeitos e na produção de sentidos, ideologicamente assinalados”. É pelo processo discursivo amplo, contínuo, que os países e suas diretrizes produzem novos sentidos sobre acessibilidade e inclusão – parte do jogo da língua inscrito na materialidade da história, a própria prática de audiodescrever para dar acesso e autonomia ao leitor cego e com baixa visão.

O quadro mostra-nos questões sobre quem pode realizar uma audiodescrição, qual é o campo de aplicação do recurso acessível, os princípios básicos e regras para audiodescrever com qualidade, e como é a prática de produzir o roteiro adaptado para a AD. O perfil do profissional audiodecritor também é determinado pelas normas que estabelecem como ele deve ser (o que pode e não pode fazer e dizer) para estar apto a cumprir o papel fundamental de “emprestar o olhar” e realizar as descrições. Aquele que descreve precisa respeitar seus deveres e seguir as regras durante a elaboração do roteiro para AD, destacando o que vai e o que fica de fora. Mais adiante, nas análises, será possível discorrermos sobre como os sentidos na linguagem são estabelecidos dentro dessas condições de produção, pois, como afirma Orlandi (2009, p. 40):

Em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva). O que significa no discurso são essas posições. E elas significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo, o já dito).

São as diretrizes normativas constitutivas das condições de produção que sustentam os dizeres na AD, no mundo e no Brasil. Elas fazem funcionar o mecanismo de produção dos sentidos sobre a acessibilidade e a inclusão, na relação discursiva estabelecida pelas diferentes posições produzidas, inscritas em formações imaginárias – que determinam a forma como, por

exemplo, o sujeito audiodescritor vê o outro e é visto; o texto é produzido a partir dessas premissas.

De forma geral, o audiodescritor é, para esses países, um profissional responsável pela realização de um roteiro para AD. Profissional que deve ser capacitado em curso de especialização e possuir conhecimentos técnicos. Nessa medida, destacamos o perfil exigido pelos Estados Unidos: “O áudio-descritor precisa aprender e praticar as habilidades e técnicas da áudio-descrição num contexto de um curso dirigido por um formador experiente que possa coordenar e realizar a crítica dos primeiros esforços do principiante²²” (VIEIRA, 2007-2009, p. 05). Assim, esse sujeito que descreve deve ter o conhecimento de técnicas específicas de construção de um roteiro para AD; deve saber elaborar, adaptar o roteiro à obra, ao tipo de público, respeitando faixa etária.

A normativa apresentada no Brasil (ABNT, 2016) acrescenta e subdivide o profissional em: 1) audiodescritor consultor, sujeito que realiza a revisão e a adequação do roteiro e da narração da audiodescrição, com formação técnica adequada. Para isso, é necessário que seja um profissional com deficiência visual. 2) Audiodescritor narrador, que realiza a narração do roteiro da audiodescrição. E 3) audiodescritor roteirista, aquele que elabora o roteiro da audiodescrição, com formação técnica adequada. Tais diferenciações ajudam a compreender como a AD é trabalhada no país e quem está capacitado para a realização desse trabalho, bem como compreender as diferenças de funções implicadas nessa prática. Conhecer isso é de suma importância para se enxergar as contradições que podem acontecer durante a aplicação dessas normativas na prática.

Segundo Jocélia Neves (2011, p. 14), o audiodescritor é a “pessoa que cria o guião para uma audiodescrição, dirige a gravação da locução e acompanha a produção”, e o roteiro é um “texto escrito para ser lido em voz alta ou por sintetizador eletrônico”. Mas o que é e como é elaborado um roteiro adaptado para AD segundo as normativas das diretrizes apresentadas no quadro? Para abordarmos essa questão, mobilizamos o trabalho de Silva et. al (2010, p. 11), que, inserido no contexto brasileiro, traz o entendimento de que o roteiro não se trata apenas de um texto a ser produzido, mas

²²Tradução de Paulo André de Melo Vieira. Texto original: “One should learn and practice the skills and techniques of audio description in a workshop setting led by an experienced audio description rainer to coach and critique a beginner’s first efforts. Once trained, newcomers should look for opportunities to observe the work of experienced describers and to refine their own developing abilities in peer groups of local describers.” Disponível em: <https://audiodescriptionsolutions.com/wp-content/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2020

[...] um recurso de suporte para a execução do trabalho do áudio-descritor que deverá ser discutido, preferencialmente, por mais de um profissional, por isso recomenda-se que o tradutor dialogue com artistas ou pessoas envolvidas na atividade em questão. Assim, quanto mais o roteiro é debatido, analisado e revisado, mais suscetível a acertos.

O audiodescritor, para traduzir, precisa estar munido de conhecimentos culturais, de língua, enfim, das condições de produção nas quais a obra traduzida está inscrita, para, dessa forma, estar apto a elaborar um roteiro de AD que contemple a demanda. Isso requer planejamento e pesquisas prévias acerca do produto (audio) visual, requer um olhar minucioso de análise, para descrever e revisar, visando um resultado qualitativo, seguindo as normas vigentes que avaliam. Para exemplificar isso, a diretriz espanhola determina um passo a passo para a confecção de um roteiro que visa a esses princípios e a completude dos sentidos, tendo alguns critérios para a formulação prévia do que será descrito (UNE, 2005, p. 05)²³:

- a) O áudio-descritor deve consultar a documentação referente ao ambiente e à temática da obra que se descreve, de forma que seja garantida a utilização do vocabulário adequado.
- b) O roteiro áudio-descritivo está formado por unidades denominadas “porçãozinha/bocadinho de informação ou unidades descritivas”, que devem ser introduzidas nos “espaços de mensagem”.
- c) O roteiro deve considerar, em primeiro lugar, a trama da ação dramática e, em segundo lugar, os ambientes e dados plásticos contidos na imagem.
- d) A informação deve ser adequada ao tipo de obra e às necessidades do público que se dirige (por exemplo, público infantil, juvenil, adulto).
- e) Deve-se utilizar a terminologia específica e apropriada para cada obra que se descreva.

Como visto, dentre as etapas para a elaboração de um roteiro, temos a importância de realizar pesquisas em documentações referentes ao ambiente e temática da obra, determinando como e quais serão as informações inseridas no texto. Nos outros países, isso também é ressaltado pelo conhecimento que o audiodescritor deve ter sobre o produto, ele não deverá descrever aquilo que não conhece para não dar margem a possíveis falhas.

Como se trata de um texto que é produzido com o objetivo de ser lido por um sujeito que vê, o locutor, e dirigido para um interlocutor, sujeito que não vê, ele deverá auxiliar/eliciar na mente do usuário imagens por meio de palavras. No Brasil, a prática da AD ainda é pouco problematizada e, muitas vezes, contraditória. À vista disso, faz-se necessário o estabelecimento de um perfil de profissional e normas que esse profissional deve seguir para

²³Tradução sem autoria. Disponível em: <<https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma/?c=N0032787>>. Acesso em 2 de ago de 2020.

embasar sua produção; normas que respeitem o estilo da obra traduzida, realizando a inclusão e evitando quaisquer barreiras atitudinais e informacionais. Por isso, é preciso normalizar a produção da audiodescrição para garantir a qualidade da acessibilidade aos serviços e produtos audiovisuais e atender às necessidades das pessoas com alguma deficiência principalmente cognitiva ou visual, com equidade de direitos (ABNT, 2016).

Nos EUA, percebe-se uma arbitrariedade dessas normas que devem ser reproduzidas na sua totalidade e sem modificação, interpretação, abreviação ou qualquer outra alteração, correspondente também a uma conduta do profissional que deve visar à qualidade do texto e cumprir o seu propósito inclusivo. Já na Espanha, a elaboração das normas foi embasada “especialmente nas opiniões preferências e experiências do grupo de pessoas cegas e pessoas com capacidade visual reduzida, assim como a dos profissionais especializados na prestação deste serviço de apoio à comunicação” (UNE, 2005, p. 02)²⁴. O que indica maior proximidade com a realidade do usuário. E, na França, o mais importante é o respeito à obra, objetividade, não para impor seus próprios sentimentos, mas para os provocar, em respeito aos ouvintes. Há um reforço dessa preocupação quando se determina que haja um respeito à obra, no sentido de produzir uma tradução adaptada a seu estilo e ritmo – isso está diretamente relacionado com um gesto que vai além de transmitir informações visuais, mas conseguir provocar emoções. Tal premissa vai dialogar com o ponto de vista de Bell Machado. De acordo com ela: “forma de leitura reveladora que evoca em seu público uma multiplicidade de sensações e sentimentos capaz de gerar uma revolução sensitiva [...]” (MACHADO, 2011, p. 141).

A maior preocupação dos franceses é referente à inclusão dos sujeitos com deficiência visual e sua autonomia. Portanto, respeito e reconhecimento norteiam “um trabalho de criação totalmente à parte: trata-se de escrever um texto inédito a partir de um suporte visual. Descrever uma obra é compreendê-la, analisá-la, decifrá-la a fim de transmitir sua mensagem e provocar a emoção por meio da verbalização” (VIEIRA, 2010, p. 02)²⁵.

No Brasil, as normas foram elaboradas com base nos preceitos do desenho universal. Elas visam a favorecer percepção, compreensão e fruição de informações contidas em imagens

²⁴Tradução sem autoria. Disponível em: <<https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma/?c=N0032787>>. Acesso em 05 de ago de 2020.

²⁵Tradução de Paulo André de Melo Vieira. Trecho original: “C’est un travail de création à part entière: il s’agit d’écrire un texte inédit à partir d’un support visuel. Décrire une oeuvre, c’est la comprendre, l’analyser, la décrypter pour transmettre son message et provoquer ‘émotion par la verbalisation’”. Disponível em: <<https://cdn.websitestart.de/proxy/apps/z4fpz3/uploads/gleichzwei/instances/8273DB73CEFA43BE85D5377815BE9EA4/wcinstances/epaper/870a5871-4c46-4944-afdd729a5f7630aa/pdf/Chartedelaudiodescription.pdf>>. Acesso em 2 de ago 2020.

dinâmicas ou estáticas para pessoas impossibilitadas de ver ou com dificuldade para compreender tais imagens (ABNT, 2016). Baseado possivelmente em um contexto sociocultural, o conceito de desenho universal tem, entre os seus pressupostos, o objetivo de fornecer informação de maneira perceptível (comunica eficazmente a informação necessária). Contudo, entende que o fazer inclusivo utiliza o recurso da AD e vê, na linguagem, a capacidade de transmissão de sentidos, de inteligência de informações visuais perceptíveis, isto é, de fácil entendimento. Porém, para a sua eficácia, ainda se mostra insustentável na prática, pois, assim como os demais países, compreende a linguagem como sendo transparente, apagando o gesto interpretativo que permeia a prática audiodescritiva.

Sendo assim, a maneira como os países significam a AD produz um sentido distinto, que, por vezes, encontra nas (re) leituras aproximações. Os países veem na técnica uma forma de privilegiar e atender demandas de sujeitos com deficiência visual. A prática mostra-se, muitas vezes, contraditória. Pois, de um lado, apresenta-se somente para fornecer informações de forma clara e objetiva dentro de uma concepção de linguagem transparente. E, do outro, trabalha a produção de sentidos para provocar emoções, significando a linguagem como um gesto sutil, como no caso dos franceses: para “facilitar um momento de prazer” e marcar na linguagem uma época e cultura, incluindo aí o sujeito usuário nas práticas sociais da formação social.

Partindo do que já foi exposto até aqui, abordamos, na sequência, a questão da produção do roteiro. Isso no que se refere aos seus modos operantes, a linguagem que deve ser utilizada, o que e como descrever, o que deve ser evitado, com a finalidade de construir um texto coerente, coeso e qualitativo, que leva em consideração o contexto da obra traduzida, os fundamentos e as regras da AD (resumidos no quadro por cada país).

Para esse exercício de exposição e reflexão, introduzimos as considerações apresentadas por Francisco Lima sobre a produção do roteiro audiodescritivo. O autor versa a respeito da construção para *a locução da tradução visual* em diversos suportes, que está alicerçada nos fundamentos traduzidos pela expressão 3C + EV: concisão, clareza, correção, especificidade e vividez. Elementos que nos ajudam a pensar sobre a produção dos sentidos na linguagem e a articulação do roteiro com os seguintes requisitos. Requisitos que são comuns a todos os países: coesão, clareza e objetividade – como se marcas interpretativas do audiodescritor não se fizessem ver na descrição. Segundo o autor Francisco Lima (2009, p. 13):

A **concisão** remete áudio-descrição com o mínimo de palavras, ditas em um curto espaço de tempo, isto é, expressas com brevidade, porém, com o máximo de informações possível, o que quer dizer, de modo direto/objetivo. A **clareza** exprime,

com a maior nitidez, o texto áudio-descritivo. A **correção** refere-se à exatidão com que se áudio-descreve um evento visual. A **especificidade**, a escolha tradutória de termos/palavras que eliciem a melhor e mais precisa ideia do que se está áudio-descrevendo. E a **vividez**, a escolha tradutória que elicia a mais vívida imagem na mente de quem ouve/lê a áudio-descrição.

Um texto conciso deve conter, segundo as normativas apresentadas, os elementos-chave da trama, como: pessoas, locais, ações, objetos, fontes sonoras incomuns. E quatro deles são correspondentes à diretriz francesa e retomados pelos demais países; diretriz organizada em:

1. **Quem** (as pessoas, suas vestimentas e estilo, sua atitude corporal, seus gestos, características físicas, idade, expressões)
2. **Onde** (os lugares, paisagens, ambiências, decorações de interior, etc., e, sobretudo, as mudanças de lugar).
3. **Quando** (o espaço tempo: passado, presente, futuro, bem como a estação do ano e o momento do dia).
4. **O quê** (a ação em curso, os deslocamentos e as reações visíveis, porém mudas, que são frequentemente as descrições mais importantes. Devendo ser igualmente incluídos: os barulhos não identificáveis instantaneamente; as legendas, placas, inscrições e símbolos significativos; os créditos iniciais e/ou finais (VIEIRA, 2010, p. 03-04)²⁶.

Quanto à ordem desses elementos no roteiro, exige-se do audiodescritor, mais uma vez, uma “norma” para guiar o olhar do sujeito que deve se “concentrar no que for o mais significativo e menos óbvio [...]. Descrever tudo é impossível, assim, descreva o que é essencial no tempo permitido” (VIERA, 2007-2009, p. 07)²⁷. De tal forma, isso pode exigir do profissional um movimento de escolha, tomada de decisão, que recai no gesto interpretativo, uma vez que é impossível descrever tudo, apenas aquilo que for relevante. Mas relevante para

²⁶Tradução de Paulo André de Melo Vieira. Trecho original: “Qui: Les personnes, Leur tenue vestimentaire et eur style, Leur attitude corporelle, Leur gestuelle, Leur caractéristiques physiques, Leur âge, Leurs expressions; Où: Les lieux, paysages, ambiances, décorations d’intérieur, etc et surtout les changements de lieux; Quand: L’espace temps: passé, présent, futur; la saison et le moment de la journée; Quoi: L’action em cours, les déplacements, et les réaction visibles mais muettes qui sont bien souvente les descptions les plus importantes”. Disponível em:<<https://cdn.websitestart.de/proxy/apps/z4fpz3/uploads/gleichzwei/instances/8273DB73CEFA43BE85D5377815BE9EA4/wcinstances/epaper/870a58714c464944afdd729a5f7630aa/pdf/Charte-de-lauidiodescription.pdf>>. Acesso em 03 de ago. 2020.

²⁷Tradução de Paulo André de Melo Vieira. Trecho original: “Describing everything is impossible — describe what is essential in the allowable time.” Disponível em:<https://audiodescriptionsolutions.com/wpcontent/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf>. Acesso em 03 ago. 2020.

quem? E de qual ponto de vista? Questões que tentamos responder nos próximos capítulos e explicitar em nossa análise. Em relação à leitura e interpretação que o audiodescritor realiza, durante o seu trabalho de construir o olhar do outro pelas descrições de imagens, cabe ressaltarmos que é compreendido pela teoria discursiva como gesto que “se dá porque o espaço simbólico é marcado pela incompletude, pela relação com o silêncio. A interpretação é vestígio do possível, é o lugar próprio da ideologia e é ‘materializada’ pela história” (ORLANDI, 2007, p. 18).

Os elementos são organizados a partir do fundamento “descreva o que você vê”. E, nesse momento, depara-se com a complexidade exigida pelo gesto de descrever com objetividade – o que é senso comum em todos os países. Porém, esse imaginário apresenta contradições na e para a prática inclusiva, como anteriormente mencionamos.

Joel Snyder aborda o desenvolvimento da AD enfatizando quatro elementos: Observação; Edição; Língua; Habilidades Vocais. Chama nossa atenção a forma como o teórico apresenta as escolhas audiodescritivas feitas com base num conhecimento que o audiodescritor deve ter acerca da cegueira e da baixa visão. Ele, ainda, determina os passos para a escolha do que descrever, como veremos a seguir (SNYDER, 2017, p. 89).

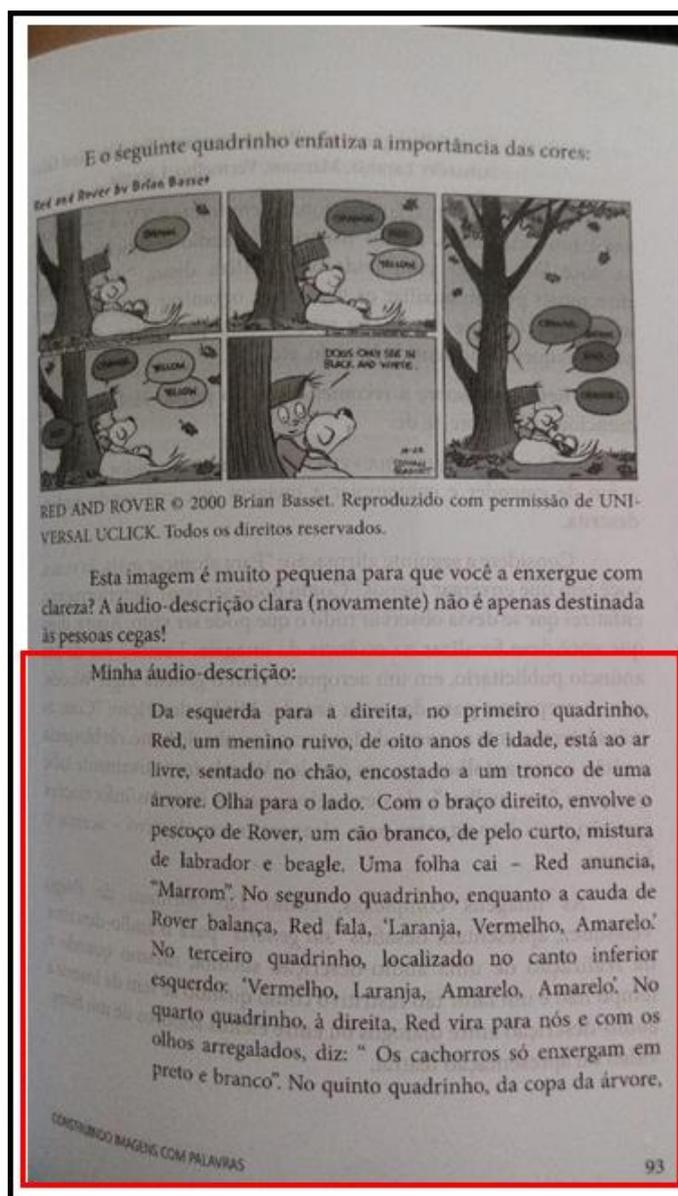
- Vá do geral para o específico: começar do geral, criar um contexto, em seguida, passar aos detalhes para aprimorar a compreensão e contemplação. A informação inicial apresentada sobre uma cena criará uma base na mente dos usuários.
- Use cor: O ITC Standards do Reino Unido explica: “a maioria das pessoas com deficiência visual alguma vez na vida já viu cores e por isso retém a memória visual das cores ou podem lembrar o significado e o impacto de uma determinada cor.
- Inclua informação direcional: em frente à TV, à um palco, ou à uma exposição, alguns usuários da áudio-descrição “verão”, se você lhes disser para onde olhar. Além disso, “indicadores” direcionais podem auxiliar os usuários a organizar cognitivamente as informações que ouvem, ou seja, de cima para baixo, da direita para a esquerda, no sentido horário, etc.
- Descreva o que é mais essencial para o espectador conhecer, a fim de entender e contemplar a imagem que está sendo áudio-descritiva.

O professor enfatiza os elementos que servem para guiar o “olhar” do audiodescritor no Brasil. Lima (2010, p. 13) reflete sobre esse gesto, destacando que ele deve estar atrelado à questão da atenção, inquisição, ansiedade – por encontrar os detalhes que se fazem necessários para a compreensão do evento imagético. O gesto precisa alcançar a tradução vívida, específica, correta, clara e concisa das imagens e prover as condições de acessibilidade comunicacional, de oportunidade cultural e de igualdade educacional para os sujeitos com deficiência visual.

Na imagem abaixo, o texto audiodescrito (destacado no quadro em vermelho) por Snyder traz a história em quadrinhos de Brain Basset (2000). O que é uma exemplificação de

como funciona a seleção daquilo que é visual e a escolha do que é mais importante transmitir para a contemplação da imagem. Logo abaixo da imagem, uma breve audiodescrição nossa desse exemplo. Os elementos descritivos pontuados pelo audiodescritor Snyder servem como “guia” e enfatizam o quanto é relevante situar o leitor sobre as cores, determinantes para a compreensão e leitura:

Imagem 1



Fonte: Imagem retirada do livro *Construindo Imagens com palavras* de Joel Snyder (2017, p. 93).

Descrição da imagem: Recorte de uma página em preto e branco do livro *Construindo imagens com palavras* de Joel Snyder, em que há uma HQ de Red and Rover, de Brian Basset. O texto audiodescrito por Snyder está dentro

de uma caixa traçada em vermelho com a seguinte descrição: “Da esquerda para a direita, no primeiro quadrinho, Red, um menino ruivo, de oito anos de idade, está ao ar livre, sentado no chão, encostado a um tronco de uma árvore. Olha para o lado. Com o braço direito, envolve o pescoço de Rover, um cão branco, de pelo curto, mistura de labrador e beagle. Uma folha cai - Red anuncia, “marrom”. No segundo quadrinho, enquanto a cauda de Rover balança, Red fala, ‘Laranja, Vermelho, Amarelo’. No terceiro quadrinho, localizado no canto inferior esquerdo: ‘Vermelho, Laranja, Amarelo, Amarelo’ No quarto quadrinho, à direita, Red vira para nós e com os olhos arregalados, diz: “Os cachorros só enxergam em preto e branco”. No quinto quadrinho, da copa da árvore[...]. Fim da página recortada.”

Dessa forma, adentramos noutra fundamentação destacado pelas diretrizes relacionado à linguagem apropriada, que ajuda e reforça a necessidade do audiodescritor conhecer para qual público ele está descrevendo e escolher uma linguagem que seja consistente com o conteúdo do material, como, por exemplo, "programas infantis que devem usar vocabulário adequado para aquela faixa etária" (VIEIRA, 2007-2009, p. 12)²⁸. Ou seja, é preciso adaptar a linguagem de acordo com o público e o tipo de material a ser audiodescrito e contribuir com uma tradução visual de qualidade e vívida. Mais uma vez, recorremos ao Snyder para enfatizar o que seria a denominação de uma tradução vívida, relacionada a uma diversidade do uso de palavras: “quantas palavras diferentes você poderia usar para descrever alguém que se desloca por uma calçada? Por que dizer ‘anda’ quando você pode descrever mais vividamente dizendo a ação com um ‘rebola, ‘vagueia’, ‘pula’, ‘cambaleia’ ou ‘saracoteia’?” (SNYDER, 2017, p. 100).

As normas apresentadas determinam e limitam o uso de adjetivos e advérbios. Esses não devem oferecer juízos de valor e nem podem ser sujeitos à interpretação. Demonstração de uma tentativa de apagamento do gesto interpretativo durante a tradução visual. A escolha dos adjetivos e advérbios mais adequados ou concretos, termos/palavras, deve estar de acordo com as normas vigentes da língua de cada país – no Brasil, a norma culta. A Audiodescrição já é considerada um gênero textual emergente, como defende Silva et.al (2010, p. 09):

A áudio-descrição enquanto gênero demonstra em sua forma estrutural descritiva o uso de adjetivos; de verbos no presente do indicativo, flexionados na voz ativa; geralmente não apresenta relação de anterioridade/posterioridade, nem exprime impressão do áudio-descritor sobre a mudança de estado emocional de pessoas ou personagens. E ainda há um esquema cognitivo e linguístico a ser respeitado, o qual é constituído desde o plano de fundo de uma imagem estática ou dinâmica a contextualização social, educacional, histórica, política, artística ou mercadológica dessa imagem ou evento a ser áudio-descrito.

²⁸Tradução de Paulo André de Melo Vieira. Trecho original: “Children’s programs should use vocabulary suitable for the age group”. Disponível em:<https://audiodescriptionsolutions.com/wpcontent/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf>. Acesso em 03 ago. 2020.

Explicitado o perfil e o papel desempenhado pelo audiodescritor, seus deveres, limitações, e esclarecidas as diferenças e as aproximações entre as normativas dos países, as (re) leituras e (re) produções de discursividades acerca da linguagem empregada nos textos audiodescritos, trabalheemos, a seguir, rapidamente, com a legislação brasileira, que demanda a normatização do fazer inclusivo, à medida que se vai ampliando e viabilizando o acesso e disseminação da AD nas mídias sociais, mais especificamente, na internet, nas redes sociais.

Em 2006, o Ministério das Comunicações aprovou a Portaria Nº. 310, que define a audiodescrição como um recurso de acessibilidade que: [] corresponde a uma locução, em língua portuguesa, sobreposta ao som original do programa, destinada a descrever imagens, sons, textos e demais informações que não poderiam ser percebidos ou compreendidos por pessoas com deficiência visual (BRASIL, 2006).

E a Constituição Federativa do Brasil (1988) defende, em seu Artigo 220, que: a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação (sob qualquer forma, processo ou veículo) não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

A legislação brasileira parece contemplar com maior ênfase a questão de acessibilidade comunicacional em contextos dinâmicos, como é o caso do cinema. Porém, muito pouco aborda o fazer acessível em outros contextos, deixando, dessa forma, lacunas sociais. No tocante à acessibilidade na comunicação, a *Associação Brasileira de Normas Técnicas* (ABNT, 2008 p. 05) cria “diretrizes que promovem a acessibilidade na prestação de serviços, contornando as barreiras de comunicação existentes, por meio do princípio da redundância”.

Em *Conteúdos para acessibilidade* (2008, p. 10) as barreiras nas comunicações e informações são constituídas por:

[...] qualquer entrave ou obstáculo que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens por intermédio dos dispositivos, meios ou sistemas de comunicação, sejam ou não de massa, bem como aqueles que dificultem ou impossibilitem o acesso à informação.

Sendo assim, surge a necessidade de implantação de projetos sociais que visem a contemplar informações visuais de conteúdos estáticos, como, por exemplo, fotografias, para sujeitos com deficiência visual. As barreiras, nos espaços virtuais, ainda são muitas e parecem constantemente (re)significadas. Para preencher essa lacuna, os sites da internet devem garantir o acesso a todas as informações, sejam elas verbais ou não verbais, de forma a dar autonomia e dignidade ao usuário da AD.

Cada vez mais se nota uma crescente prática discursiva materializada em descrições de imagens pelas redes sociais por empresas de diversos ramos, como: Google, Coca-Cola, Justiça Federal, Natura e O Boticário, na tentativa de fornecer informações, a partir da aderência de um projeto que está se popularizando na internet e propõe o uso de uma *hashtag* que identifique o conteúdo visual. Será sobre tal prática que iremos lançar nosso olhar discursivo acerca da questão da audiodescrição, dando visibilidade ao processo de formulação, produção e circulação dos sentidos sobre acessibilidade e inclusão nas diferentes formações discursivas e ideológicas. Para Orlandi (2007, p. 49),

O que interessa ao analista de discurso não é a organização (forma empírica ou abstrata) mas a ordem do discurso (forma material) em que o sujeito se define pela relação com um sistema significante investido de sentidos, sua corporeidade, sua espessura material, sua historicidade. Esse sujeito que se define como “posição” é um sujeito que se produz entre diferentes discursos, numa relação regrada com a memória do dizer (o interdiscurso), definindo-se em função de uma formação discursiva na relação com as demais.

Desse modo, o uso de uma *hashtag* como forma de simplificar diversos outros discursos é, também, uma forma de se posicionar (significar) diante de vasto sistema discursivo (universidade, lei, etc.) que busca na história dar visibilidade à questão da acessibilidade e inclusão nas redes sociais. As descrições de imagens, por meio do uso da *hashtag* + *PraCegoVer*, como traz a *Cartilha sobre Acessibilidade Comunicacional*²⁹ (2019, p. 16) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), têm “sido utilizada [s] como alternativa[s] à falta de recurso para inclusão do texto alternativo das plataformas”, o que pode ser uma forma de materializar discursos e sentidos, mobilizados por um sujeito, sendo interpelado pela ideologia, constituídos pela interpretação. Entretanto, existe também nas redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *LinkedIn*, o recurso de texto alternativo, mecanismo que permite realizar a descrição de imagens deixando-a oculta, podendo ser acessada pelo usuário por meio de leitor de tela.

Entender o modo pelo qual o texto se constitui em discurso, ou seja, o modo pelo qual ele se constitui enquanto posição (ORLANDI, 2007), contribui para compreendermos a produção do texto audiodescrito e seus efeitos de sentidos. Como não podendo ser a linguagem transparente, e, por isso, o texto como não pleno de sentidos e passível de interpretação.

²⁹ Você pode acessar a cartilha pelo link:< <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/391/2020/06/CARTILHA-Acessibilidade-Comunicacional.pdf>>. Acesso em 01 de setembro de 2020.

2 METODOLOGIA

2.1 O OLHAR DISCURSIVO E A CONSTITUIÇÃO DE UM OBJETO

Os discursos acerca da acessibilidade e inclusão, notadamente, vêm crescendo pelas diversas esferas sociais, políticas, econômicas e culturais. O fazer inclusivo instaura uma nova realidade e prática discursiva, demandas que visam públicos específicos, como é o caso dos sujeitos com deficiência visual, também nas redes sociais. Contudo, ele também faz emergir uma necessidade de se repensar as descrições de imagens veiculadas nesses ambientes virtuais como novas possibilidades de leitura e de acesso aos conteúdos visuais. Neste trabalho, não se pretende discutir a qualidade, mas, sim, como o discurso da prática da audiodescrição é produzido e textualizado no contexto de mercado, mais especificamente, no publicitário e nas redes sociais, uma vez que é notável uma crescente e visível prática discursiva que vem acompanhando os posts do *facebook* de duas grandes marcas de cosméticos: Natura e O Boticário.

O uso constante da *hashtag* + pra cego ver, utilizado como um instrumento inclusivo, trata-se de um projeto idealizado em 2012 pela professora baiana Patrícia Silva de Jesus (conhecida como Patrícia Braille), coordenadora e especialista em Educação Especial do Estado da Bahia. Tal projeto busca disseminar a cultura da acessibilidade nas redes sociais. Para tanto, nas palavras da professora, “o #PraCegoVer é um projeto de disseminação da cultura da acessibilidade nas redes sociais e tem, por princípio, a descrição de imagens e a audiodescrição para apreciação das pessoas com deficiência visual”.³⁰ Tal prática pode ser vista como um instrumento para dar visibilidade para um (ou mais de um) texto atravessado por diversas formações discursivas.

A formação discursiva, na perspectiva de leitura do objeto de estudo que adotamos neste trabalho, a análise de discurso, é definida como aquilo que, numa formação ideológica dada, ou seja, a partir de uma posição dada em uma certa conjuntura sócio-histórica, determina o que pode e deve ser dito (ORLANDI, 2009, p. 43). Dois apontamentos da autora ajudam a compreender melhor essa noção:

- a) O discurso se constitui em seus sentidos porque aquilo que o sujeito diz se inscreve em uma formação discursiva e não outra para ter um sentido e não outro. Tais sentidos representam as formações ideológicas.

³⁰Entrevista completa disponível no link: <<https://mwpt.com.br/criadora-do-projeto-pracegover-incentiva-descricao-de-imagens-na-web/>>. Acesso em: 17 de mar. de 2020.

- b) É pela referência à formação discursiva que podemos compreender, no funcionamento discursivo, os diferentes sentidos.

Tal processo de produção do sentido articula-se pelas diferentes posições dadas pela acessibilidade e inclusão, pelo politicamente correto como discurso que repete a necessidade de inclusão e pela legislação brasileira, estendendo-se a *#PraCegover* nas redes sociais. A FD corresponde, então, àquilo que, numa formação ideológica, isto é, a partir de uma posição de sujeito dada, determinada pelo estado da luta de classes, estabelece o que pode e deve ser dito e o que não pode e não deve ser dito. Isso quer dizer que: as palavras recebem seu sentido da formação discursiva na qual estão inscritas, remetendo ao fato de que: “os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-falantes pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhe são correspondentes” (PÊCHEUX, 2009, p. 147).

Por isso, o referencial teórico esboça conceitos acerca do sujeito com deficiência, especificamente a pessoa cega ou com baixa visão como sujeito, as diversas discursividades no âmbito acadêmico sobre acessibilidade e o papel da inclusão na sociedade, até alcançar a teoria e os preceitos da AD por diferentes autores, bem como profissionais audiodescritores e usuários.

Mobilizamos, assim, aqui, as noções de formação discursiva (FD) e de formação ideológica (FI). Voltamo-nos, nessa direção, para os sentidos de acessibilidade e de inclusão que se fazem ver em nosso corpus. Sentidos que trazem à tona uma dada posição de sujeito e uma dada memória, filiações sócio-históricas. Sentidos sujeitos ao equívoco e à contradição.

Na teoria, a AD é o exercício de traduzir imagens em palavras e visa a oferecer em suas muitas formas de aplicabilidade autonomia e dignidade aos seus usuários. Ideia que é refletida em inúmeros documentos e estudos, como já mostramos. Contudo, essa ideia de fazer inclusivo pode ser colocada em questão no momento em que compreendemos que: o sujeito que descreve, ideológico e inconsciente, inscreve-se em uma FD e assume uma posição sujeito. FD que determina o que esse sujeito pode ou não dizer, que determina os sentidos do seu dizer. Como podemos, então, falar em acessibilidade? A interpretação dos sujeitos desprovidos de visão daquilo que é descrito é determinada pela interpretação dos sujeitos que descrevem. Lembremos: os audiodescritores produzem um gesto de escolha daquilo que consideram “mais importante” a ser descrito (SNYDER, 2017). Ou seja, produzem um recorte.

Para, nessa perspectiva, empreendermos uma leitura discursiva da prática da AD, faz-se necessário salientar que o discurso é o lugar de observação da relação língua e ideologia, sendo a materialidade específica da ideologia o discurso e a materialidade específica do discurso a língua. Portanto, está sempre atravessado por relações e condições de produção que

sustentam a formulação dos sentidos. Refletir sobre tal questão é considerar que o gesto interpretativo, em funcionamento no trabalho de audiodescrever, perpassa as descrições de imagens e marca um modo de leitura que se formula colocando em relação a perspectiva dos sujeitos pela ideologia que é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia (ORLANDI, 2009, p. 46). O sujeito, ao dizer, encontra-se entre dois eixos: o do interdiscurso e o do intradiscurso. O eixo da formulação é o intradiscurso. O eixo da constituição é o interdiscurso.

O interdiscurso, como eixo da constituição dos discursos, funciona verticalmente, disponibilizando “todos os dizeres já ditos – e esquecidos – em uma estratificação de enunciados que, em seu conjunto, representa o dizível” (ORLANDI, 2009, p. 32-33). Já o intradiscurso, como eixo da formulação, funciona horizontalmente, possibilitando a atualização dos dizeres em certos momentos e condições específicas. É o interdiscurso que governa a repetição no seio de uma rede de formulações.

Dessa forma, a constituição dos sentidos nas descrições de imagens estáticas cumpre um papel social e político, e, por essa razão, inscreve-se em condições de produção dadas, que determinam o que pode e deve ser dito (PÊCHEUX, 2009), materializando sentidos que vêm de diferentes posições.

Assim, apresentamos, neste trabalho, as condições de produção que constituem a Lei, a prática e as diretrizes da Audiodescrição no mundo e no Brasil, no âmbito acadêmico e numa possível perspectiva de mercado. Apresentamos também a questão da acessibilidade na internet e na comunicação, para que se perceba como tal prática (os textos *#PraCegoVer*) pode ser vista como um instrumento para dar visibilidade para um (ou mais de um) texto atravessado por diversas formações discursivas (FDs).

Sobre a noção de condições de produção, Orlandi (2009) aborda a partir de dois fatores. Um deles é o que chamamos de relações de sentidos, em que um discurso aponta para outros que os sustentam, assim como para dizeres futuros, dentro de um processo discursivo mais amplo, contínuo. Perguntamos, assim, quais as marcas discursivas em jogo no que pode e deve ser dito, isto é, o que está sendo feito para garantir acessibilidade nas redes sociais a sujeitos cegos ou com baixa visão? Como está sendo feito isso e o porquê está sendo feito dessa maneira? Sabendo que os textos audiodescritivos de anúncios publicitários são articulados ancorados em normas e diretrizes que determinam a forma como deve ser elaborado o roteiro. Partindo dessa perspectiva, entendemos que a forma (descrição das características físicas) como a imagem é descrita (traduzida, interpretada) nos textos se relaciona diretamente com o modo como o discurso materializa o ideológico. E, por consequência, a produção de sentidos.

Relacionando os apontamentos teóricos da Análise de Discurso com a discussão proposta em nosso trabalho, dizemos que as descrições de imagens, que levam a *#PraCegoVer* nas redes sociais e que têm como princípio as normas da AD³¹, podem ser representadas pelos dois eixos: interdiscurso (eixo da memória discursiva) e intradiscurso (eixo da formulação, atualização), visto que se trata de textos, traduções, que transitam entre o verbal e não verbal, anúncios veiculados no *facebook*, os quais, por isso, disponibilizam dizeres que afetam o modo como o sujeito significa, convocando sentidos pela sua formulação. O instrumento inclusivo traz o mote: “descreva o que você vê”, convidando o sujeito audiodescritor-roteirista, o produtor de conteúdo, diretamente identificado ou não com essa discursividade das redes digitais, a realizar sua leitura, ou seja, a interpretar. Mas, além disso, a organizar seu olhar para dar conta da estética visual da propaganda. Espaço ocupado pela interpretação, pois, como aponta Orlandi (2007), o autor insere-se com o seu gesto, derivado da sua relação com a memória (saber discursivo), o interdiscurso. O texto é essa peça significativa que, por um gesto de autoria, resulta da relação do “sítio significante” com a exterioridade.

Os discursos apontam diferentes posições sobre acessibilidade e inclusão, partilhadas em relação ao fazer inclusivo, que utiliza o recurso da audiodescrição. Contudo, tais posições entram em conflito justamente pela sua prática, que não se sustenta em todos os contextos. No corpus que analisamos, ao observarmos quais sentidos foram mobilizados durante a formulação da descrição de uma imagem em que há uma mulher expondo o seu corpo, percebemos os sentidos que atravessam a imagem, tomada na sua relação com o simbólico, pelo que já faz sentido, pelo que já existe num imaginário social pré-construído e que já foi legitimado (PÊCHEUX, 2009) sobre a figura da mulher e do seu corpo. No texto, a inclusão do sujeito com deficiência visual não se materializa do lugar da produção de sentidos, pois há um silenciamento que opera pela ausência da descrição das características físicas da mulher, características essas que são relevantes para a compreensão do objetivo do anúncio, por exemplo. A partir dessa ausência descritiva, observa-se a falha, o equívoco da autonomia de acesso a uma determinada leitura. Isso ocorre porque é a formação discursiva que determina o que pode ou não ser dito. Dessa forma, o sujeito não pode evitar a interpretação, ou ser indiferente a ela. Mesmo que ele nem perceba que está interpretando (e como está interpretando). Esse é um trabalho contínuo

³¹Audiodescrição.

na sua relação com o simbólico (ORLANDI, 2007). Nesse lugar, temos a produção e o deslizamento de sentidos, onde língua e história ligam-se no/ao/pelo equívoco³².

Por meio da prerrogativa de que a linguagem não é transparente e que está repleta de significações, e, até mesmo, aquilo que fica de fora produz sentidos, tenta-se mostrar se tais posições (da lei, do mercado, da comunicação, entre outras) sobre o que é acessibilidade e inclusão produzem discursos diferentes ou não. Para alcançar o objetivo proposto e responder a essa problemática, o trabalho está articulado em três momentos: 1) realiza uma abordagem e contextualização em relação à questão social da acessibilidade a partir da observação de como a descrição de imagens estáticas é construída e formulada nos textos veiculados no *Facebook*, bem como a descrição do corpus de pesquisa; 2) reflete sobre a prática da Audiodescrição, dentro de uma esfera de autores e publicações recentes que teorizam sobre tal prática e suas diretrizes, a partir do olhar teórico-discursivo da Análise de Discurso³³, propondo utilizar a teoria discursiva como um dispositivo de análise para compreender como essa prática significa na sociedade, sobre acessibilidade, inclusão e seus sentidos. É por meio dos principais conceitos elaborados por Orlandi (2007; 2008; 2009) que se embasou nossa leitura discursiva acerca da prática da AD por diferentes autores e autoridades no assunto, tendo como norte as diretrizes brasileiras. E 3) mostra o que nessa forma de descrever e de significar as imagens estáticas de propagandas, ao se apropriar da *#PraCegoVer*, contribui para dar também visibilidade a outros discursos que emergem do social, produzindo sentidos e condicionando algumas interpretações pelo público leitor.

Para a realização deste trabalho acerca dos textos descritivos veiculados no *facebook*, que levam a *#PraCegoVer*, iniciamos pela descrição e explicitação dos princípios da Audiodescrição para dar visibilidade a condições de produção desta prática, bem como nos apoiamos nos conceitos da Análise de Discurso como suporte teórico e de leitura discursiva para compreender como essa prática vem sendo formulada e significada nas propagandas quando se apropria dessa ferramenta inclusiva. Na sequência, os apontamentos analíticos começam a ser costurados.

³²De acordo com Gadet e Pêcheux (2004, p. 64), “o equívoco aparece exatamente como o ponto em que o impossível (linguístico) vem aliar-se à contradição (histórica); o ponto em que a língua atinge a história”.

³³No trabalho, opta-se por não usar sua derivação para não criar confusão entre as teorias da Audiodescrição (AD) e a teoria da Análise de discurso que orienta nossa leitura teórico-discursiva.

2.2 A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS NAS DESCRIÇÕES DE IMAGENS #PRACEGOVER

Neste estudo, lançamos um olhar para um pequeno recorte de descrições de imagens de anúncios, que veicularam nas redes sociais de duas grandes empresas de cosméticos, em 2019. Esse olhar está direcionado para os posts do *facebook* (fb) com conteúdo visual publicitário, a fim de guiar uma análise para a produção de sentidos na construção de imagens por meio de palavras. As empresas selecionadas para análise foram O Boticário e a Natura³⁴, e, por meio de recortes de textos descritivos, observamos a formulação daqueles que são acompanhados da *hashtag* + *Pra Cego Ver*. De acordo com Costa-Moura (2014, p. 150):

Uma *hashtag* é uma palavra ou uma frase prefixada, precedida pelo símbolo # (*hash*, em inglês). Na verdade, e mais radicalmente, qualquer combinação - mesmo aleatória - de letras ou caracteres liderados pelo símbolo # é uma *hashtag*, porque se trata justamente de uma formalização da linguagem de tal ordem que nenhuma semântica vem caracterizá-la como linguagem. [...] servem para marcar mensagens individuais como pertencente a um grupo específico, ou marcar as mensagens como relevantes para determinados tópicos ou assuntos.

No contexto atual, o uso dessa ferramenta virtual cresce diariamente e se propaga a relevância de estudos e pesquisas acerca do assunto. É o caso do projeto social e inclusivo *#PraCegoVer*, já feito também em inglês (*#ForBlindToSee*) e alemão (*#SelbstBlindeSehen*), que está ampliando seu público, buscando beneficiar, além de sujeitos com deficiência visual, idosos, sujeitos com dislexia e deficiência intelectual ou déficit de atenção.

Dentro desse emaranhado de conteúdos visuais, estão inseridos os recortes de *posts*³⁵ de imagens estáticas, isto é, que não transmitem qualquer perspectiva de movimento, no formato anúncio publicitário do fb. Os conteúdos selecionados para análise são aqueles veiculados em campanhas com temáticas diversas, principalmente, as de cunho social no tocante à mulher, ao corpo feminino e à diversidade. Campanhas publicadas em 2019. Tais conteúdos apontam regularidades no que se refere a discursividades e produção de sentidos acerca da figura feminina, uma vez que o público-alvo das marcas é formado em sua maioria por mulheres.

³⁴A escolha de ambas as empresas deu-se pelos seguintes critérios: a) atendem um público diversificado, portanto, heterogêneo; b) postam conteúdos virtuais, propagandas de engajamento com temáticas diversas; c) descrevem imagens utilizando o dispositivo da *#PraCegoVer*; d) trata-se de marcas conhecidas mundialmente.

³⁵Termo utilizado para significar mensagem, texto, ou qualquer outro conteúdo, publicado numa página na internet.

Textualidades que servem como gatilhos mentais pelo Marketing Digital³⁶. Estratégia adotada para melhorar o relacionamento com o consumidor(a). Levando aí em consideração que se trata de um momento em que as empresas utilizam tais recursos para conseguir impulsionar seus conteúdos, motivar maior engajamento e envolvimento nas redes sociais pelo público.

As empresas conhecidas no mercado de cosméticos: Natura e O Boticário³⁷ compõem esse corpus, porque vêm ganhando destaque por adotarem a descrição de imagens em suas postagens, atendendo a públicos diversificados em todo o território nacional e, como é o caso da Natura que, institucionalmente, foi reconhecida como uma das empresas mais éticas do mundo em fevereiro deste ano³⁸.

A marca busca não somente oferecer produtos de qualidade, como também adota práticas sustentáveis e biocomércio ético³⁹ na geração de impacto positivo para a vida das pessoas. Já O Boticário é uma rede de franquias de cosméticos e perfumes brasileira, com sede no Paraná. Seus principais produtos são fragrâncias, cremes e produtos para maquiagem.

Os históricos das empresas podem nos oferecer pistas. Por exemplo, observar se nos sites das empresas há ou não acessibilidade, no intuito de investigar o discurso das marcas, da imagem que elas querem construir, do que elas sustentam. Tais pistas servem como sendo condições de produção dos discursos das campanhas que analisamos no próximo capítulo. São essas marcas que indicam as condições de produção, formulação e circulação de sentidos, também, nas descrições das imagens, que pode materializar o deslize de sentidos produzidos na constituição ideológica da discursividade impressa na visão, missão e valores em que essas empresas se apoiam. A materialidade dos textos descritivos *#PraCegoVer*, publicados e veiculados no fb pelas empresas já citadas, articulados aos princípios da AD e normas que regem a acessibilidade comunicacional, insere-se dentro de um contexto de produção de

³⁶Esses gatilhos mentais são utilizados por muitas marcas que elaboram campanhas ou promoções para que, de alguma maneira, uma pessoa se sinta incentivada a realizar uma compra e interaja. Link disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/gatilhos-mentais/>>. Acesso em: 22 de mai. 2020.

³⁷Em 1969, foi fundada a Natura com a missão de promover o bem-estar – relações harmoniosas do indivíduo consigo mesmo, com os outros e com a natureza. Informações disponíveis em: <<https://www.natura.com.br/a-natura>>. Acesso em: 14 de abr. 2020. E a empresa O Boticário foi fundada em 1977.

³⁸Entre as práticas está a participação ativa em instituições ligadas à ética nos negócios e nas relações com fornecedores, como o Instituto Ethos (organização da sociedade civil de interesse público) e a UEBT (sigla em inglês da União para o BioComércio Ético, associação internacional sem fins lucrativos), além da difusão de princípios de ética e *compliance* (o termo tem origem no verbo em inglês *to comply*, que significa agir de acordo com uma regra ou lei).

³⁹Norma de **BioComércio Ético** é particularmente destinada a aplicar aos ingredientes naturais utilizados no setor cosmético, alimentício e farmacêutico, mas também pode ser relevante para outros setores que usam ingredientes naturais.

conteúdos imagéticos de anúncios publicitários acessíveis para as redes sociais. Dessa forma, entende-se que o meio pelo qual o sentido circula, constitui, formula, também o determina.

Os textos escolhidos para nosso *corpus* são aqueles que apresentam, em sua estrutura, vestígios discursivos que, numa leitura discursiva, imprimem marcas que tentam/podem condicionar a interpretação do leitor, uma interpretação afetada pela língua através do gesto de interpretação que marca a subjetividade, e, ao mesmo tempo, o traço da relação do sujeito com a língua e com a exterioridade: não há discurso sem sujeito. “E não há sujeito sem ideologia. Ideologia e sujeito estão materialmente ligados. Pela língua, pelo processo discursivo” (ORLANDI, 2009, p. 47).

Dessa forma, estamos diante de uma discursividade que estabelece uma relação entre o que é dito e não dito. E a escolha que o audiodescritor faz para dizer dessa forma e não de outra produz uma direção de sentidos, que são constituídos por questões sociais, culturais, políticas e de mercado (até mesmo ditas criativas, como é o caso da publicidade). As palavras significam ao se vincularem a uma FD.

Partindo da concepção discursiva, o discurso é "efeitos de sentidos entre interlocutores" (ORLANDI, 2008). Entendemos que o gesto interpretativo da formulação da descrição de imagens marca um modo de leitura que se formula colocando em relação a perspectiva do sujeito que vê e a do sujeito que não vê. Mecanismo em que se apresenta, com maior ênfase, os gestos de interpretação que relacionam sentidos que já funcionam, presentes no interdiscurso (o já dito) e que se marcam no texto, na ordem do intradiscurso (ORLANDI, 2008). Por essa razão, faz-se necessário conhecer e entender melhor como essa textualidade marca no que está dito o não-dito, portanto, como o que fica de fora significa e produz sentidos. Além disso, há uma falha nesse processo de mediação que tenta apagar o gesto interpretativo e que damos visibilidade nas análises.

Orlandi (2007, p. 09) enfatiza que a “interpretação está presente em qualquer manifestação da linguagem” e que “como a linguagem tem uma relação necessária com os sentidos, e, pois, com a interpretação, ela é sempre passível de equívoco”. Traços discursivos de sentidos vindos de diferentes formações discursivas podem ser observados nos textos descritivos se comparados: com a relação entre o que está sendo feito na AD e o como está sendo feito e em qual contexto social tal produção está inserida. Essa prática marca, na linguagem, um modo de descrever que entra em conflito, torna visível a contradição, a incompletude própria da linguagem.

2.3 ANÁLISE DE DISCURSO E A AUDIODESCRIÇÃO: UMA LEITURA POSSÍVEL DOS DISCURSOS SOBRE ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO

Este trabalho promove a aproximação da Audiodescrição com a Análise de Discurso. Dessa maneira, dedicamo-nos a analisar, aqui, alguns recortes de textos audiodescritos referentes a anúncios publicitários veiculados no *facebook*, levando em consideração os dois eixos já citados: o interdiscurso, constituição, e o intradiscurso, formulação.

Ancorados na Análise de Discurso, cabe referendarmos que concebemos a incompletude e a falta como constitutivas da língua e da linguagem. Por essa razão, concebemos que, no processo de descrição, o sujeito que descreve está inscrito em certas filiações sócio-históricas e, ao tomar a palavra no momento da descrição, traz em seu dizer certos sentidos e não outros. Escolhas que são determinantes para também o gesto de interpretação do sujeito com deficiência visual. São essas formulações, referentes ao âmbito do intradiscurso, de anúncios da Natura e O Boticário na internet que vão nos ajudar a abordar a nossa questão de pesquisa.

Como vimos anteriormente, os preceitos observados e problematizados buscam criar uma técnica padrão para descrever imagens sem considerar, muitas vezes, o contexto em que os textos vão circular (neste caso, a internet, por meio de anúncios publicitários) e sem refletir sobre a forma como os sujeitos leitores vão produzir suas interpretações. O texto publicitário utiliza a linguagem verbal e não-verbal para comunicar, persuadir. No que se refere à linguagem não-verbal, a publicidade pode construir a sua comunicação de duas formas: pelo conteúdo da imagem (propaganda, anúncio, com ou sem caráter comercial) e pelo texto. Conhecer as características da linguagem publicitária sob a perspectiva da persuasão racional, emocional e inconsciente⁴⁰ é importante ao considerarmos os discursos sobre a acessibilidade comunicacional. Para os estudos da AD, enquanto prática de inclusão social, isso interessa no tocante à flexibilidade e adaptação de textos audiodescritos veiculados nas redes sociais, na promoção de maior abrangência e autonomia a usuários da AD, que também podem ser possíveis consumidores dos produtos da Natura e O Boticário. Entender como esse processo de tradução se entrelaça na produção de sentidos, no contexto publicitário, nas redes sociais, vai nos ajudar a explicitar os sentidos sobre acessibilidade, inclusão e autonomia. Sentidos esses que estão presentes na instância jurídica, quando pensamos na Lei, nos Direitos da Pessoa com Deficiência.

⁴⁰Neste trabalho, os apelos da linguagem publicitária são relevantes, pois o corpus de pesquisa é constituído de textos audiodescritos, em que se estabelece uma tradução intersemiótica (transposição de um sistema de signos para outro, isto é, visual-verbal) de anúncios para a elaboração dos textos *#PraCegoVer* como um dispositivo que possibilita o discurso de acessibilidade comunicacional.

A AD é um dispositivo de tradução e leitura que organiza determinados elementos linguísticos, que compõem a descrição de imagens, em que o sujeito-audiodescritor-roteirista escolhe o tipo de linguagem para elaborar um roteiro coeso, coerente e de qualidade, utilizando termos e palavras que eliciem a melhor e mais precisa ideia do que se está vendo (LIMA, 2010). Tarefa que é realizada por meio de uso de léxicos – verbos, advérbios e adjetivos – que possam contribuir para o leitor cego ou com baixa visão construir uma imagem mental. Durante esse processo, movimenta-se a relação de produção, em que a questão da constituição dos sentidos se junta a da constituição do sujeito pela figura da interpelação (PÊCHEUX, 2009). Isto é, torna-se uma prática passível de reprodução, determinando o que “pode” e “deve” ser dito. Acrescentando-se também o “como” deve ser dito.

Na obra *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico* (2007), Orlandi aponta que a forma como as instituições regulam os gestos de interpretação dispõe sobre o que se interpreta, como se interpreta, quem interpreta, em que condições se interpreta. Trabalho de reflexão que alcança a prática da audiodescrição pelo fazer discursivo e inclusivo, pelo que está sendo feito (ou não) e como está sendo feito, levando ao encontro dos principais conceitos abordados pela teoria da Análise de Discurso, conceitos como: discurso, texto, condições de produção e interpretação. São três os aspectos importantes apontados por Orlandi (2005, p. 19-20) sobre essa teoria discursiva:

- a) a língua tem sua ordem própria, mas só é relativamente autônoma, ela reintroduz a noção de sujeito e de situação na análise da linguagem;
- b) a história tem seu real afetado pelo simbólico;
- c) o sujeito de linguagem é descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia.

Embasados nos preceitos discursivos, entendemos, neste trabalho, que o sujeito audiodescritor/roteirista, a partir de certas condições de produção, produz um “dizer” considerado “descritivo”, inscrevendo-se em uma FD e assumindo uma posição de sujeito. Dessa forma, temos que a descrição das imagens (em movimento ou não) se dá por um sujeito que vê, sendo dirigida a um sujeito que não vê. Aquele que audiodescreve/roteiriza, então, traz à tona por suas formulações, intradiscursos, sentidos (como de acessibilidade comunicativa), saberes relacionados a uma memória. Memória que não é plena, saturada, mas, ao contrário, esburacada. Desse ponto de vista, como afirma Orlandi (2009, p. 32): “o fato de que há um já-dito que sustenta a possibilidade mesma de todo dizer é fundamental para se compreender o funcionamento do discurso a sua relação com os sujeitos e com a ideologia”.

Já sabemos que o recurso da AD é ancorado em um esquema cognitivo e linguístico a ser respeitado – como o que se refere à produção do roteiro e aos fundamentos trabalhados por Snyder (2017). Elementos que ajudam a compor as condições de produção de nosso corpus. Destacamos, à vista disso, a questão da: Observação, Edição e Língua; elementos que se sistematizam e estruturam materialmente por meio de tradução de imagens em palavras. Salientamos, ainda, que segundo preceitos da Audiodescrição a descrição deve ser clara, objetiva e concisa – com uma linguagem direta e apropriada ao público leitor.

De acordo com Orlandi (2009), a incompletude é constitutiva do discurso. A linguagem não é precisa, inteira ou clara. É, no discurso, precisamente, que se encontram, misturam e confundem – como um nó – as questões relativas à língua, à história e ao sujeito. Os discursos misturam-se em redes complexas de sentidos, relacionadas a condições de produção precisas, que devem ser apreendidas pelo analista. Porém, conforme explica Orlandi (2009), os sentidos não são propriedades privadas do sujeito autor/ leitor, nem derivam da intenção/consciência dos mesmos. Segundo a autora, o sujeito é atravessado por dois esquecimentos. O primeiro esquecimento é o esquecimento ideológico: o sujeito pensa ser a fonte do sentido quando, na verdade, ele apenas retoma sentidos já-ditos, a partir do trabalho que o inconsciente e a ideologia realizam sobre ele. O segundo esquecimento é o de que aquilo que o sujeito diz significa exatamente aquilo que ele quis dizer, e não poderia ser dito de outro modo. Sendo, assim, os sentidos fazem parte de um processo realizado num contexto, mas não se limitam ao mesmo. Eles têm historicidade, têm um passado e se projetam num futuro. Neste trabalho, concebemos o texto como matéria discursiva de natureza incompleta – no sentido de que, como já mencionamos, é própria à linguagem a incompletude. O sentido do texto está no espaço discursivo criado pelos interlocutores, portanto, a leitura depende também das posições que os sujeitos ocupam no discurso.

Ainda de acordo com Orlandi (1988), a leitura é, ao mesmo tempo, uma questão linguística, pedagógica e social e, por isso, realiza-se entre níveis: do inteligível (qualidades do próprio texto), do interpretável (é vestígio do possível) e do compreensível (é saber como as interpretações funcionam, escutar outros sentidos que ali estão compreendendo como eles se constituem). A leitura pode ser entendida como: “atribuição de sentidos” a materialidades textuais. Ler é saber que o sentido pode ser outro (ORLANDI, 2009). A linguagem tem uma relação necessária com os sentidos. A história não deverá mais valer pelo acúmulo de informações que consegue reunir ao longo tempo, mas pelo efeito de sentido que os acontecimentos revelados produzem num determinado espaço social e cultural, numa

determinada época. É no discurso que a história trabalha, fazendo a diferença, pois comporta o contraditório, o conflitante e o irregular.

A partir dessas considerações teóricas, o dispositivo de análise proposto por Orlandi (2007) será utilizado para explicitar que os gestos de leitura, construídos na prática da audiodescrição, são interpretativos; sendo assim, durante a análise, levamos em consideração três momentos:

a) Em um primeiro momento, tomamos a interpretação como parte do objeto de análise (deste trabalho, a própria prática da audiodescrição). Consideramos que o sujeito, ao dizer, produz um gesto de interpretação, que não está desvinculado de uma questão histórica. E o analista deve procurar descrever esse gesto;

b) Em um segundo momento, compreendemos que não há descrição sem interpretação; então, o próprio analista está envolvido na interpretação;

c) E, em um terceiro momento, entendemos que: a história do dizer independente de quem diz, já significa; portanto, o analista também busca quais marcas do dizer audiodescrito reproduzem sentidos que, historicamente, já significam no social, mesmo quando são silenciados.

Para a Análise de Discurso, a interpretação é como um jogo de sentidos que, quando articulado ao gesto de traduzir (imagem-texto), estabelece relações entre sujeitos distintos. De um lado, aquele que vê (o sujeito audiodescritor), e de outro lado, aquele que não vê (o sujeito pessoa com deficiência visual, o leitor). Sujeitos que estão em relação produzindo sentidos. No processo significativo: a ligação entre linguagem, sua exterioridade e os mecanismos imaginários. Por isso, Orlandi (2009, p. 42) afirma que: “o imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem”. Esse mecanismo produz imagens dos sujeitos, assim como do objeto do discurso, dentro de uma conjuntura sócio-histórica (ORLANDI, 2009).

Assim, o sujeito audiodescritor formula seu discurso de acordo com fatores, relações de sentidos, antecipação. Isto é, coloca-se no lugar do seu interlocutor, munindo-se de tudo que já conheceu, soube ou leu a respeito do assunto. Tais fatores contribuem subjetivamente para o funcionamento de uma tentativa de encaminhar o seu leitor para determinadas interpretações. Levando em consideração que as condições de produção implicam: o que é material (a língua sujeita ao equívoco e historicidade), o que é institucional (a formação social, sua ordem) e o mecanismo imaginário (ORLANDI, 2005). Ou seja, há uma relação discursiva em funcionamento, no processo de descrever imagens para o leitor cego ou com baixa visão, em que os sujeitos audiodescritores, os produtores de conteúdo, deparam-se com a necessidade do

exercício de interpretar uma imagem seguindo (ou não) as premissas da Audiodescrição. Processo que demanda escolhas, pelas normas que fundamentam a prática da Audiodescrição.

É nesse contexto que a discursividade dos textos publicados e veiculados no *facebook* alcança e demarca registros de sentidos – sua textualidade entre o que é dito, como é dito e como deveria ser dito, desloca-se, muitas vezes, com a regra de tornar o texto acessível e inclusivo. Segundo Orlandi (2007, p.81):

A historicidade está aí representada justamente pelos deslizes (paráfrases) que instalam o dizer no jogo das diferentes formações discursivas. Fala-se a mesma língua, mas se fala diferente. Esse deslize, próprio da ordem do simbólico, é o lugar da interpretação, da ideologia, da historicidade.

Para a Análise de Discurso, não se trata da transmissão de sentidos, nem se entende haver linearidade na disposição dos elementos da comunicação. Ao invés de mensagem, fala-se em discurso, em língua como condição de possibilidade do discurso (ORLANDI, 2009). Sendo o discurso efeito de sentido entre locutores, dizemos que o texto descritivo *#PraCegoVer* é a materialidade desse discurso que coloca na ordem da língua e das coisas a questão da interpretação. Dessa forma, as descrições das imagens são textos que materializam sentidos oriundos de algumas formações discursivas. E a leitura dos sujeitos com deficiência visual é tomada a partir de duas características importantes: o resíduo visual que possuem (a memória) e o momento de aquisição da deficiência (nascença, adquirida). O que se reflete na forma como os sentidos são interpretados.

Pêcheux (2009) afirma que o caráter material do sentido - mascarado por sua evidência transparente para o sujeito – depende das formações ideológicas, por meio de duas teses: I) A primeira consiste em colocar que o sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma preposição não existe “em si mesmo” (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico – no qual as palavras são produzidas e reproduzidas. II) “Toda formação discursiva dissimulada, pela transparência do sentido que nelas se constitui, sua dependência com respeito ao ‘todo complexo com dominante’ das formações discursivas intrincado no complexo das formações ideológicas definido acima” (PÊCHEUX, 2009, p. 148-149). A constituição do discurso depende de saberes que estão no interdiscurso. Além disso, o interdiscurso determina a FD, que dissimula, na transparência do sentido, a objetividade material contraditória do interdiscurso.

Com base nessa concepção discursiva, que entende que todo dizer é ideológico, este trabalho leva em conta as discursividades (da lei, das normas, da acessibilidade comunicacional e, até mesmo, do mercado) que compõem os textos audiodescritos nas redes (e cujos sentidos estão interdiscursivizados). Além disso, busca explicitar quais formações discursivas atravessam os dizeres que trazem a *hashtag + pra cego ver*. Dizeres que estão no domínio também do Marketing Digital. Ainda, este estudo objetiva entender como as descrições constituem um modo de discursivizar que coloca em circulação a questão da acessibilidade nas redes sociais.

A noção de formação discursiva, nessa medida, permite a nós compreender o processo de produção dos sentidos, a sua relação com a ideologia. Ela dá ao analista a possibilidade de estabelecer regularidades no funcionamento do discurso (ORLANDI, 2009). Por essa razão, trazemos à tona, aqui, regularidades que estão em funcionamento nos anúncios das marcas: Natura e O Boticário. Por exemplo, regularidades que se referem à mulher e ao corpo feminino.

Os multiletramentos sobre a prática da AD esquematizam e organizam questões simbólicas, ideológicas e sociais ao descreverem. Desse ponto de vista, essas devem ser problematizadas no tocante à leitura e à análise. Conhecer as condições de produção e formulação, nas quais estão inseridos os textos descritivos (neste caso, os anúncios publicitários da Natura e O Boticário), contribui para o entendimento do funcionamento dos sentidos, da relação entre sujeitos. Os textos descritivos *#PraCegoVer* são elaborados, consoante mostramos, de acordo com o que sustenta a metodologia da audiodescrição.

A fim de refletirmos sobre os sentidos que são mobilizados (ou não) no processo de leitura/interpretação dos anúncios que recortamos, no que segue nos dedicamos ao desenvolvimento da análise. Ou seja, lançamos nosso olhar discursivo para os recortes de textos descritivos do *facebook*, como discursos formulados pela prática da AD, inseridos dentro de um processo discursivo que toma a acessibilidade e inclusão como ponto de partida, que toma a questão dos direitos à informação em seus mais diversos contextos.

3 A AUDIODESCRIÇÃO NA #PRACEGOVER: A CONSTRUÇÃO DO OLHAR DO OUTRO POR MEIO DA DESCRIÇÃO DE IMAGENS

Neste capítulo, procedemos a uma leitura discursiva, ancorada na Análise de Discurso de origem francesa e continuidade brasileira, da audiodescrição (AD). Consideramos as diretrizes da AD como inseridas dentro de um processo discursivo de acesso e de inclusão. Processo que pressupõe posições de sujeito. Com o objetivo de buscar dar visibilidade ao conflito de posições e sentidos aí implicados, observamos os textos audiodescritos da #PraCegoVer nos anúncios e mostramos como a forma de audiodescrever, nesse contexto, pode significar o social do estereótipo, do preconceito.

É a partir dos estudos discursivos que trabalhamos com os sentidos, com o texto audiodescritivo, em sua constituição material (#PraCegoVer), como discurso. Discurso que não está separado da exterioridade. Nessa direção, afirma Medeiros (2010, p. 36):

No modo como concebemos a fundação do conceito de discurso, os sentidos se movimentam e se relacionam interdiscursivamente. Sendo assim, os sentidos só são a partir de um projeto ideológico já instado e que será marcado pelas diferentes possibilidades textuais de materialização.

Nos textos descritivos em questão, o processo de produção do sentido não se dá fora de condições de produção. Nesses textos, é possível observarmos uma orientação pré-construída, o interdiscurso, que determina, nesse todo complexo das formações discursivas (FDs) e ideológicas (FIs) que fazem parte dos estudos da tradução e da prática da AD, o que dizer e como dizer para permitir o acesso significativo a conteúdos visuais.

Como já foi mencionado nos capítulos anteriores, as descrições de imagens que levam a #PraCegoVer existem desde 2012 e estão sustentadas, segundo a criadora do projeto, Patrícia Braille, na metodologia da AD. Em suas palavras: é “um jogo de palavras, um empréstimo da palavra ‘ver’ no sentido de ‘ter acesso’ a algo”.⁴¹ Como existem diversas visões (posições) sobre o que é uma audiodescrição e o que constitui um texto audiodescrito, faz-se necessário, antes de desenvolvermos as análises, uma abordagem acerca das diferentes concepções, em termos de linguagem, do que seja considerada uma descrição e uma audiodescrição.

Segundo o Dicionário Houaiss (2008, p. 229), descrição é definida como: “1 relato das características (de algo). 2 exposição oral ou escrita”. Já a definição de audiodescrição, para

⁴¹Entrevista completa no link: < <https://mwpt.com.br/criadora-do-projeto-pracegover-incentiva-descricao-de-imagens-na-web/>>. Acesso em: 28 maio 2020.

os autores Vieira e Lima (2010, s. p.), “é uma técnica de representação dos elementos-chave presentes numa dada imagem que, ao dialogar com os elementos de um texto verbal, pode ser descrita também de forma verbal para formar uma unidade completa de significação”.

Essa questão de como fazer é diferente, são processos de descrever imagens que estão envolvidos numa maneira de textualizar o que é visual. Do ponto de vista discursivo, a AD é uma forma de discursivizar, de textualizar algo, portanto, de significar. No artigo “*Reflexões sobre o pilar da áudio-descrição: “descreva o que você vê”*”, Lima et. al (2010, p. 09) defendem que:

[...] uma técnica da modalidade de tradução visual e um gênero textual, com um propósito social, que determina seu formato é a necessidade sociocomunicativa emergente em contextos diferenciados como cultura, educação e lazer, e tal necessidade se refere especificamente à acessibilidade comunicacional.

Nesse sentido, as diferentes definições do conceito de linguagem, quando manuseadas pela prática da AD, constituem uma forma que determina o que e como deve ser dito para ser considerado um texto descritivo e o que o diferencia de um texto audiodescritivo. Para mostrarmos como a audiodescrição vem sendo concebida, é preciso conhecermos o caminho percorrido pelas teorias da tradução, que tomam a audiodescrição a partir de uma visão tradicional de “transporte de sentidos”. Mazuchelli (2012, p. 7) problematiza os sentidos de audiodescrição e considera o quanto:

[...] essa visão sobre o que seja tradução está ancorada tanto em um conceito de linguagem que considera a tradução um mecanismo de transferência de sentidos assim como se considera a linguagem nada mais que um código fechado (de)codificado por seus falantes, ou seja, cujos sentidos são (de)codificados e não construídos.

Isso significa que a linguagem está sendo concebida, na prática, como transparente, servindo pistas para se compreender os sentidos produzidos ao longo dos anos e retomados pela lei e obrigatoriedade, pondo em relação o dizer com sua exterioridade, suas condições de produção quanto às diretrizes normativas. O que marca no discurso da #PraCegoVer os sentidos sobre objetividade, clareza e a não interpretação como parte desse jogo; jogo que define como deve ser feito o trabalho de traduzir imagens no contexto digital, seguindo uma mesma concepção de linguagem. Isso faz ressoar na reprodução de sentidos, nos textos recortados para esse estudo, um imaginário sobre a figura feminina e o seu corpo, trazendo questões sobre estereótipos e padronização da mulher.

Para a Análise de Discurso, os processos e as condições de produção da linguagem, nos textos audiodescritos, são regidos pela relação da língua com os sujeitos que a falam e as situações em que se produz o dizer. Por isso, a linguagem está diretamente relacionada com a exterioridade (ORLANDI, 2009). Ou seja, a prática de descrever ou não as características físicas das personagens, representadas nos anúncios da Natura, marca uma forma de dizer que tenta “limpar” sentidos sobre a mulher e o seu corpo. Linguagem aí tomada como transparente, acessível. Como se o dito não pressupusesse o não dito, o silêncio, o silenciamento.

A nossa escolha pelas descrições de imagens *#PraCegoVer* se dá em função da visibilidade e de como esse projeto acabou se disseminando e colocando em evidência a circulação de sentidos pela propagação de uma técnica. Técnica que tenta inserir-se na prática da AD, dentro de um mesmo parâmetro: o da acessibilidade e da inclusão social dos sujeitos com deficiência visual. Contudo, a partir desse projeto, surge a questão da AD: qual o seu papel social? Quais suas condições de produção, formulação e circulação de sentidos?

Esses padrões a serem seguidos como técnica colaboram para a construção desse imaginário de linguagem transparente e plenamente acessível. Isso vem de uma ou mais FDs, alinhadas a esses sentidos que tomam a linguagem como objetiva, transparente.

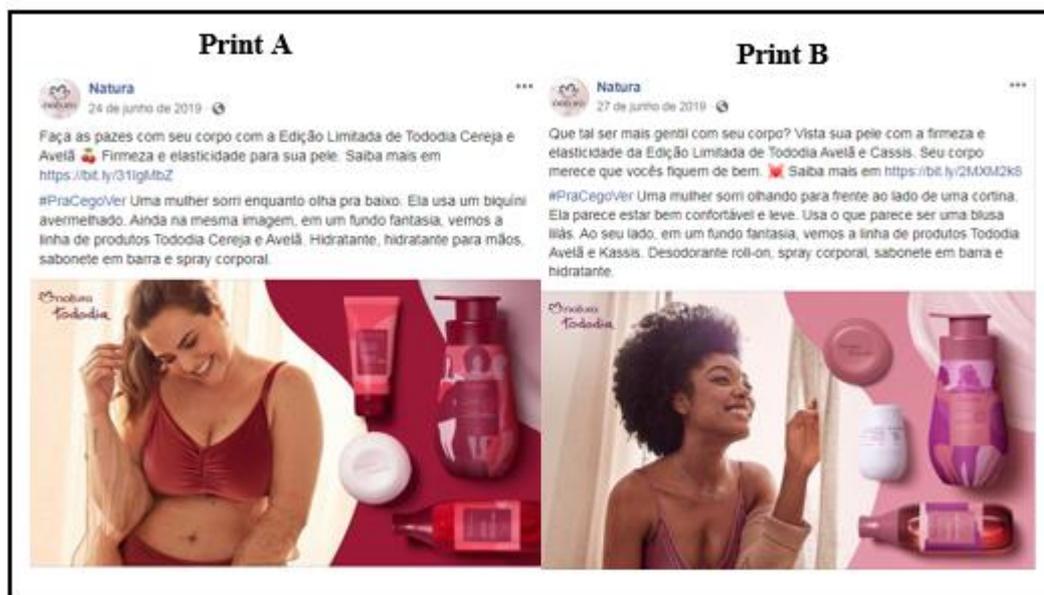
Os posts recortados para este estudo são de anúncios publicitários, veiculados nas páginas institucionais da Natura e O Boticário, no ano de 2019. Ressaltando: “o que nos interessa é o que o texto organiza em sua discursividade, em relação à ordem da língua e a das coisas” (ORLANDI, 2007, p. 57). Assim, destacamos, ao recortarmos os anúncios, o verbal (recorte do texto audiodescrito *#PraCegoVer*) e o não-verbal (*Print* do post) como constitutivos do contexto em que o texto descritivo está inserido, na intenção de analisar como a técnica da AD se materializa em discurso, em unidade significativa, considerando o contexto, a linguagem publicitária, o conceito da campanha e o seu propósito comercial. É por meio dessas marcas, pistas, que se pode identificar quais FDs e FIs sustentam os dizeres ali instaurados.

As textualidades dos recortes⁴² foram organizadas em uma regularidade, com temáticas que contextualizam os anúncios sobre a mulher e o seu corpo. A disposição dos elementos descritivos, adotados pela metodologia da AD, os quais respondem às questões: Quem? Onde? Quando? O quê?, também são levados em consideração. É por meio da descrição desses elementos que o olhar do outro é construído e se permite, na prática, o acesso a imagens por

⁴²Para fins de amostragem, os recortes que compõem o corpus de pesquisa foram manuseados por meio de *prints* das páginas institucionais do *facebook* da Natura e do O Boticário, com a ajuda da ferramenta de captura. A reprodução desses recortes dos anúncios publicitários selecionados, que foram postados nas redes sociais das marcas em 2019, serve para dar visibilidade ao propósito deste trabalho.

sujeitos com deficiência visual. E, sob a mesma premissa da AD, os textos que trazem a *#PraCegoVer*, como forma de fazer circular sentidos, constituem as marcas discursivas de identificação de nosso objeto de estudo em sua materialidade. Como pode ser observado nos recortes seguintes, o não dito faz significar sentidos sobre a representação da figura feminina, mulher branca e mulher negra, gesto passível de leitura e interpretação.

Para darmos visibilidade ao que está intradiscursivizado (texto) na audiodescrição *#PraCegoVer* e apresentarmos como se mostra o que é visual, verbalizado em palavras, destacamos o *print* do *post* que o contextualiza. E, em seguida, trazemos o texto audiodescrito, a fim de evidenciarmos o que está dito e o que não está dito, mas significa. Pois, “tudo isso tem a ver com a textualização e o modo como o sujeito formula e/ou compreende a formulação que se realiza (materializa) no texto (ORLANDI, 2007, p. 14). As escolhas mobilizadas por um sujeito (inserido ou não na prática da AD, ou seja, seguindo ou não as suas diretrizes normativas) acerca das características físicas das mulheres são sempre, como coloca Orlandi (2007) “pedaços”, “trajetos”, estados do processo discursivo na relação dos sentidos, sobre a mulher e o seu corpo, textualizados nas descrições. Abaixo da montagem com os recortes, formulamos uma descrição do contexto visual, considerando o verbal e o não-verbal dos anúncios analisados. Durante nosso gesto de interpretação, consideramos alguns pressupostos da prática da AD, na intenção de contemplarmos elementos descritivos que antes não foram citados no texto *#PraCegoVer* veiculado pela Natura, na tentativa de explicitarmos melhor o propósito comunicativo dos anúncios. Como pode ser observado no recorte da imagem 1 do *print* A, o que não é dito sobre a compleição física da personagem; e, no recorte da imagem 2 do *print* B, o que não é dito sobre a cor da pele da mulher:

Recorte da imagem 1 dos *prints* A e B

Fontes: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162229944750422>>. <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162229952545422>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Descrição da imagem⁴³: Montagem com duas imagens coloridas de anúncios publicitários *printados* em página do *facebook* da Natura. Dentro de um retângulo traçado em preto, do lado esquerdo, na montagem, o recorte do *post* com a legenda: “Faça as pazes com seu corpo com a edição limitada de Tododia cereja e avelã (emoji de uma cerejinha). Firmeza e elasticidade para sua pele. Saiba mais em <https://bit.ly/31lgMbZ>”. E, abaixo dela, o texto #PraCegoVer: “Uma mulher sorri enquanto olha para baixo. Ela usa um biquíni avermelhado. Ainda na mesma imagem, em um fundo fantasia, vemos a linha de produtos Tododia cereja e avelã, hidratante para as mãos, sabonete em barra e *spray* corporal”. Logo abaixo do texto, em plano médio, o anúncio de uma mulher loira, gorda e de curvas acentuadas, que sorri timidamente. Veste uma lingerie de veludo bordô e um delicado kimono transparente. Ela está com a cabeça levemente voltada para baixo e seus olhos fechados, com a mão direita toca sutilmente uma mecha de cabelo. Atrás dela, uma cortina branca por onde entra luz. À direita do anúncio e da mulher, quatro produtos da linha Tododia Cereja e avelã, hidratante para as mãos, sabonete em barra e *spray* corporal estão expostos sobre um fundo fantasia bordô. Do lado direito da montagem, o recorte do *post* com a legenda: “Que tal ser mais gentil com seu corpo? Vista sua pele com a firmeza e elasticidade da edição limitada de Tododia avelã e cassis. Seu corpo merece que vocês fiquem de bem (emoji de coração vibrante). Saiba mais em <https://bit.ly/2MXM2k8>”. E, abaixo dela, o texto #PraCegoVer: “Uma mulher sorri olhando para frente ao lado de uma cortina. Ela parece estar bem confortável e leve. Usa o que parece ser uma blusa lilás. Ao seu lado, em um fundo fantasia, vemos a linha de produtos Tododia avelã e cassis. Desodorante *roll-on*, *spray* corporal, sabonete em barra e hidratante”. Logo abaixo, em plano médio curto, o anúncio de uma mulher negra, magra e de cabelo crespo volumoso, sorridente. Usa uma lingerie lilás e um cardigã rosa claro. Ela está com a cabeça levemente erguida, o sorriso dela abre tanto que os seus olhos quase se fecham. Ela toca com a mão direita uma cortina branca, por onde entra luz. À direita do anúncio e da mulher, expostos sobre um fundo fantasia lilás, quatro produtos da linha Tododia Cereja e cassis, desodorante *roll-on*, *spray* corporal, sabonete em barra e hidratante.

⁴³Realiza-se a descrição dos recortes das imagens com o propósito de torná-las acessíveis às pessoas com deficiência visual, no sentido de mostrar outras possibilidades de formulação, outras possibilidades de dizer, que dá visibilidade a outros sentidos. Uma proposta de como deveria ser feito dentro de uma flexibilização relacionada às normas, ao objetivo e propósitos da AD.

Recorte 1 do texto audiodescritivo do *print* A

#PraCegoVer Uma mulher sorri enquanto olha pra baixo. Ela usa um biquíni avermelhado. Ainda na mesma imagem, em um fundo fantasia, vemos a linha de produtos Tododia Cereja e Avelã. Hidratante, hidratante para mãos, sabonete em barra e spray corporal.

Fonte: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162229944750422>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Recorte 1 do texto audiodescritivo do *print* B

#PraCegoVer Uma mulher sorri olhando para frente ao lado de uma cortina. Ela parece estar bem confortável e leve. Usa o que parece ser uma blusa lilás. Ao seu lado, em um fundo fantasia, vemos a linha de produtos Tododia Avelã e Kassis. Desodorante roll-on, spray corporal, sabonete em barra e hidratante.

Fonte: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162229952545422>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Nas imagens acima, temos as legendas (do recorte 1 dos *prints* A e B) como constitutivas dos anúncios. Ambos compõem as informações prévias necessárias para o sujeito proceder a uma descrição. Descrição que compreende a questão do simbólico. Formulação dos sentidos da (sua) visão, traduzidos na audiodescrição #PraCegoVer (recorte 1 dos textos audiodescritivos dos *prints* A e B). É através dessas imagens estáticas que se produzem os efeitos de sentido nesse todo discursivo; e ganham corpo aí mecanismos que significam o que se está vendo, na intenção de dar acesso no que se refere à leitura do conteúdo ao outro que é desprovido de visão.

Na legenda do *print* A, para discutirmos sobre a produção de sentidos do recorte da imagem 1, temos a formulação (de convite aos leitores): “*Faça as pazes com seu corpo*”. Linguagem caracterizada como persuasiva e utilizada pelo marketing nas redes sociais para engajar as pessoas, especialmente as consumidoras, sob o qual conseguimos ter acesso ao conceito da campanha correspondente ao conteúdo não-verbal, representado no anúncio publicitário. Tais informações são traços discursivos relevantes para compor um todo da obra e devem ser consideradas na hora da descrição, a fim de permitir a compreensão e a construção imagética de um percurso de leitura pela pessoa cega ou com baixa visão. Somente por meio dessa técnica, é que se consegue captar a intenção desse anúncio e do convite. Para salientarmos

a importância das imagens, introduzimos Motta (2015, p. 07), que discorre sobre o papel desempenhado pelas imagens e a sua importância: “elas ilustram, provocam reflexões e emoções, estimulam, motivam, promovem a curiosidade, completam e antecipam os sentidos que serão construídos pela leitura, contribuindo para o entendimento do próprio texto”.

Tanto o texto da legenda quanto o anúncio estão dentro dos fatores que fazem parte das condições de produção e as relações de sentidos estabelecidas nas redes sociais; e, como citado pela autora, servem para antecipar os sentidos que serão construídos pela leitura e, somente por ela, o público da AD terá o acesso. Leitura essa que se insere no discurso: “como mecanismo da antecipação que regula a argumentação, de tal forma que o sujeito dirá de um modo, ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte” (ORLANDI, 2009, p. 39). Nesse caso, o possível efeito de sentido que acaba sendo produzido na audiodescrição #PraCegoVer do recorte da imagem 1 do *print* A traz uma marca discursiva do não cumprimento de seu papel acessível e inclusivo – ao silenciar sentidos sobre a pluralidade do corpo feminino, sua diversidade de formas e tamanhos, não colocando a mulher acima do peso, aquele significado como padrão reproduzido em sociedade e pela mídia, numa posição de igualdade e respeito.

No *post*, pela via do que está dito, busca-se enfatizar a importância da mulher na aceitação do seu próprio corpo. Porém, condiciona e silencia, pela via do não dito, a diversidade do corpo feminino para o leitor com deficiência visual. Isso ocorre, porque no texto audiodescrito #PraCegoVer há apenas a descrição de: “*uma mulher que sorri*”. Para os estudos discursivos, os sujeitos ligam-se a FDs que existem e guardam dizeres e sentidos desse social. Em nossa análise, não podemos particularizar o sujeito audiodescritor, mas, sim, entendê-lo como identificado com determinados discursos e determinadas práticas. Por isso, a audiodescrição não menciona que aquela mulher do anúncio é uma mulher fora de determinados padrões, os quais se encaixam em uma discursividade de magreza e de um certo limite de peso; ideais de beleza preconizadas e repetidas por muito tempo, ainda hoje ressoando e produzindo sentido. Sentido esse que retoma, pela memória discursiva, outros discursos que significam a padronização de modelos de beleza do corpo feminino, dentro de um contexto de sociedade patriarcal, e marca um traço interpretativo, segundo formações ideológicas (FIs) dadas, no caso, as formações capitalista e patriarcal.

Ao trazermos para análise a questão da prática social da AD, pelos textos audiodescritos #PraCegoVer, mobilizamos Orlandi (2009), partindo da posição de que a informatização e a mídia produzem a multiplicação (diversificação) dos meios e, ao mesmo tempo, homogenizam os efeitos. Vemos a produção do projeto de descrever imagens nas redes sociais para além de uma disseminação de “nova” cultura. É um lugar de interpretação, que funciona pela

visibilidade (crescente dia após dia), sendo uma maneira, adotada pelas empresas Natura e O Boticário, de se inserir na discursividade do politicamente correto.

Em nossa leitura discursiva sobre a materialidade textual da audiodescrição *#PraCegoVer*, recorremos a Pêcheux (2009), que considera o fato de que a ideologia não é feita de ideias, mas de práticas; ela não se reproduz sobre a forma geral de uma “mentalidade” de uma determinada época, de determinados costumes, mas constitui uma forma de reprodução e transformação dentro de FIs, que comportam as diferentes posições de sujeito, a própria empresa Natura ao adotar o uso da *hashtag*.

Nessa direção, como afirma Medeiros (2014, p. 61): “[...] a mídia atua no social a partir de uma formação ideológica e histórica determinada que delinea a (re) produção de sentidos mobilizadas em suas práticas”. Dentro desse contexto, a prática de descrever imagens nas redes sociais, adotada pelas empresas Natura e O Boticário, é uma forma de se inserir nos discursos políticos de acessibilidade. Os textos audiodescritivos *#PraCegoVer* inserem-se numa FD, que podemos denominar como FD de mercado, em que se constitui a FI da acessibilidade comunicacional, a partir de um sistema de comunicação, que entende a prática de audiodescrever como um serviço, um produto oriundo da demanda social de disseminar a inclusão nas redes sociais. Sob esse viés, conseguimos entender as relações do modo de produção, que instauram a desigualdade social expressa pelo não dito no texto descritivo, e, portanto, a condição da contradição das regras propostas pelas diretrizes normativas da ABNT (2008, p. 32) – na sessão dos requisitos, atitudes e procedimentos. Para que a comunicação se faça eficaz: “A descrição de imagens e sons deve transmitir, de forma sucinta, **o que não pode ser entendido sem a visão**” (ABNT, 2008, p. 32). Dessa forma, no recorte da imagem 1 do print A, o sujeito com deficiência visual fica limitado a uma ideia de “mulher”. Gesto que não somente limita o acesso, mas encaminha para algumas leituras, silenciando outras possíveis.

Em *Os sentidos produzidos a partir do discurso sobre o corpo feminino na publicidade*, Pereira e Próchno (2017, p. 79) asseveram que, pela mídia, “o corpo não reflete só o natural, mas também o construído socialmente, carregando signos que permitem posicionar o indivíduo perante a sociedade e denotam as marcas de uma cultura.” Contudo, a ideologia interpela a formulação do texto do recorte da imagem 1 do *print A* pela forma de representar, na audiodescrição *#PraCegoVer*, o corpo feminino. Traço das FDs que regularizam sentidos sobre a padronização do corpo da mulher; sentidos que se inscrevem em uma memória discursiva de objetificação do corpo feminino, sendo atualizados pela publicidade para vender a idealização desse corpo.

No recorte da imagem 1 do *print B*, a não descrição da cor da pele da mulher é uma marca que silencia sentidos de uma representatividade da mulher negra em posição de consumidora dos produtos de beleza. Uma representatividade que é recente e que vem sendo textualizada (na imagem da mulher) por muitas marcas, como forma de elas se inserirem nessa discursividade do politicamente correto e de marcarem posição em um lugar de aparente inclusão e engajamento social. Nessa medida, Orlandi (2007, p. 14) explica:

Em nossa perspectiva, qualquer modificação na materialidade do texto corresponde a diferentes posições do sujeito, com diferentes formações discursivas, distintos recortes de memória, distintas relações com a exterioridade. Este é um aspecto crucial: a ligação da materialidade do texto e sua exterioridade (memória).

A questão que se apresenta é que a prática da AD, mobilizada por um sujeito, ao não descrever a cor da mulher, silencia uma história de preconceito e ausência da mulher negra nessa posição de consumidora. A prática da AD também é uma forma de abrir caminhos para leituras de mundo pela pessoa com deficiência. Em palavras de Motta (2015): “todas as imagens têm significado, daí a necessidade de fazer a leitura e traduzi-las em palavras, considerando principalmente a diversidade de leitores e as possíveis barreiras comunicacionais”.

Tais barreiras atitudinais e comunicacionais têm historicidade e, muitas vezes, também são silenciadas nos textos pelos não ditos, ressoando efeitos de sentidos sobre o possível, o adaptável, o contraditório da prática que não se sustenta em todos os *posts* veiculados. Pois, há um parâmetro de neutralidade que seleciona, dentro da FD, quais conteúdos serão descritos e quais não serão. Posição que vai contra os princípios da acessibilidade na *web*, correspondentes:

a) ao decreto nº 10.098 de 2 de dezembro de 2004, sobre a obrigatoriedade e garantia do **acesso pleno às informações** (visuais) nos portais e sítios eletrônicos da administração pública na rede mundial de computadores (internet)⁴⁴;

b) e ao decreto 5.296/2004, que determina a implantação de três sistemas para **amplo acesso** das pessoas com deficiência aos produtos audiovisuais: o *closed caption* (legenda), a Libras (Língua Brasileira de Sinais) e a audiodescrição (tradução falada da imagem)⁴⁵.

A não descrição pode ser compreendida, assim, como um entrave, um obstáculo no recebimento da mensagem e interpretação pelo sujeito com deficiência visual.

⁴⁴Informação disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5296.htm>. Acesso em: 24 jun. 2020.

⁴⁵Informação retirada do blog da Audiodescrição. Disponível em: <<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2011/02/acessibilidade-comunicacional.html>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

As barreiras atitudinais na prática da AD surgem para auxiliar os audiodescritores a construir e desenvolver seus roteiros de maneira inclusiva, isto é, “**respeitando e contemplando a diversidade humana** que deles poderão se servir [...]” (LIMA; GUEDES; GUEDES, 2010, p. 13). Seleccionamos uma, de acordo com a proposta de nossa leitura discursiva à luz da prática da AD nos textos *#PraCegoVer*, em busca de mostrarmos as contradições que podem ocorrer durante o processo de tradução. Lembrando que a FD se constitui na relação com o interdiscurso (a memória do dizer), representando, no dizer as formações ideológicas. Ou seja, o lugar do sentido, lugar da metáfora, é função da interpretação, espaço da ideologia (ORLANDI, 2007). E, portanto, a produção de sentido, que toma essas barreiras como significando o oposto de um texto acessível e inclusivo, pode estar sendo reproduzida nas descrições das imagens. Segue abaixo (LIMA; GUEDES; GUEDES, 2008, p. 13): **1 - Barreira Atitudinal de Generalização:** generalizar a forma de realizar a áudio-descrição, baseando suas escolhas e atitudes nas predileções de uma pessoa especificamente ou de um grupo de pessoas com deficiência.

A formulação do texto ainda se apresenta dentro de uma leitura apressada, sem atentar para os elementos-chave, numa transposição de um sentido para outro, sem a preocupação de avaliar se está de acordo com o propósito comunicativo da campanha, se de fato esse texto ajuda a permitir a pessoa com deficiência visual entender, e, a partir disso, interagir e consumir as informações visuais. Quanto à barreira da generalização nos recortes da imagem 1 dos *prints A e B*, ela está marcada na formulação dos sentidos nas descrições por meio de orações curtas, de fácil leitura, sem muita preocupação com detalhamentos na escrita. Isto é, o texto é de linguagem simples, objetiva, sem verbos “vívidos” ou informações que transmitam outros elementos da linguagem criativa, representada pela fotografia publicitária. Isso ocorre, porque está inserido dentro de condições de produção, que tentam imprimir no texto audiodescritivo o discurso da objetividade, o que na perspectiva discursiva não pode ser considerado um processo alheio a uma interpretação. Ainda mais quando nos deparamos com as condições de produção da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência) (2015), que busca oferecer o direito à comunicação e informação, através de serviços de radiodifusão de sons e imagens que devem permitir o uso dos seguintes recursos, entre outros, como: I) subtítuloção por meio de legenda oculta; II) janela com intérprete da Libras; e III)

audiodescrição⁴⁶. O discurso que preconiza a objetividade não vai funcionar plenamente em todos esses contextos e situações.

O trabalho do audiodescritor é marcado muito mais pelo que não deve ser descrito, como pontuado por Lima (2010, p. 20): “Evite a utilização desnecessária de termos técnicos, de palavreado rebuscado e/ou de expressões tendenciosas e ambíguas que dificultem a compreensão do público assistente.” E, também, retomado pelas diretrizes internacionais (VIEIRA, 2007-2009, p.8): “‘Lindo’ diz apenas que alguma coisa não é feia. Mas o que exatamente torna alguma coisa linda? Descreva as coisas observadas de modo que os ouvintes possam tirar a sua própria conclusão”⁴⁷.

Ao lembrarmos o que foi abordado no subcapítulo sobre a formulação do texto audiodescritivo e as condições de produção, por meio de políticas de acessibilidade e diretrizes, buscamos entender em quais critérios isso se encaixa na prática da AD pelas audiodescrições *#PraCegoVer*, dentro de uma concepção de linguagem neutra e transparente. É nas regularidades discursivas, forma como o texto está formulado, que podemos observar as barreiras (históricas, sociais e normativas) na comunicação, que não dá visibilidade aos sentidos que significam no social.

Outra regularidade, que marca o nosso objeto de estudo e que está sendo considerada nas análises, é a discursividade que faz significar, também pelo não dito, sentidos sobre diversidade e preconceito, bem como o social do estereótipo. Marcas do social em que estão inseridos os textos audiodescritos. Como é possível percebermos no recorte da imagem 2 do *print C*:

⁴⁶ Informações retiradas da lei destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania. Disponível em: <[⁴⁷Tradução Paulo André de Melo Vieira. Trecho original: “ ‘Beautiful’ says only that something is not ugly. But what exactly makes it beautiful? Instead of saying the person, clothing, object, etc. is beautiful, describe the things observed that caused your conclusion—so listeners may draw their own conclusion”. Disponível em: <\[https://audiodescriptionsolutions.com/wp-content/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf\]\(https://audiodescriptionsolutions.com/wp-content/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf\)>. Acesso em: 03 de ago. 2020.](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2013.146%2C%20DE%206%20DE%20JULHO%20DE%202015.&text=Institui%20a%20Lei%20Brasileira%20de,Estatuto%20da%20Pessoa%20com%20Defici%C3%A9ncia).>. Acesso em 01 de setembro de 2020.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Recorte da imagem 2 do *print C*:



Fonte: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162233487485422>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Descrição da imagem: Montagem com uma imagem colorida de anúncio publicitário *printado* em página do *facebook* da Natura. Dentro de um retângulo em pé, traçado em preto, centralizado, o recorte do *post* com a legenda: “A diferença é um mundo mais bonito. E essa é uma semana especial para falar sobre equidade de gênero, raça, pessoa com deficiência e LGBT+. Fique ligado nas redes! #MundoMaisBonitoComVoce #PorUmMundoMaisBonito”. E, abaixo dela, a descrição #PraCegoVer: “Uma imagem com fundo bege traz duas mulheres, uma de frente e outra de perfil. Nela, está escrito: “Semana da Diversidade”. Logo abaixo, “valorizar o diferente”, “ouvir e acolher”, “ter empatia”, “conhecer todas as formas de amor”. Numa nota de rodapé, um asterisco: “Aqui não entra preconceito, racismo, ódio, violência e machismo”. Abaixo desse texto, o anúncio, em primeiro plano, traz duas mulheres negras, maquiadas e de cabelos curtos, sendo que uma tem o cabelo preto e a outra o cabelo raspado e platinado. Suas tonalidades de pele (negra) são diferentes. As mulheres nuas estão em posições opostas: uma de frente para nós e a outra de perfil para o lado esquerdo. A mulher de frente para nós, com o olhar fixo, traz o semblante sério. A mulher da esquerda olha fixamente para o lado esquerdo e parece abraçar a outra mulher da direita. O fundo do anúncio, com tons de marrom, é traçado por linhas brancas que se cruzam e formam sobreposições. Ele traz, quase que tocando a cabeça da mulher de perfil, em letras garrafais, as datas: “24-28/jun”. E, na frente das mulheres, a chamada, também em letras garrafais: “Semana da” e, em letras vazadas, “Diversidade”. Abaixo, separados por colunas, os ditos: “valorizar o diferente”; “ouvir e acolher”; “ter empatia”; “respeitar todas as formas de amor”. E em nota de rodapé, um asterisco: “Aqui não entra: Preconceito. Racismo. Ódio. Violência. Machismo”.

Recorte 2 do texto audiodescritivo do *print C*

#PraCegoVer uma imagem com fundo bege traz duas mulheres, uma de frente e outra de perfil. Nela, está escrito: "Semana da Diversidade", logo abaixo, "valorizar o diferente", "ouvir e acolher", "ter empatia", "conhecer todas as formas de amor". Nenhum rodapé, um asterisco diz: "Aqui não entra: preconceito, racismo, ódio, violência e machismo"

Fonte: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162233487485422>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Como destacado no texto audiodescrito de nosso recorte do *print C* de análise, novamente, não há nenhuma menção vinculada à cor da pele e do cabelo (marca textual que remete à idade e à identidade afro) das mulheres. Tal apagamento deixa de dizer e, portanto, limita o acesso à leitura proposta pela própria campanha. Há um silenciamento na AD da diversidade, por exemplo. O texto audiodescrito #PraCegoVer menciona a posição das mulheres apenas (uma de frente, outra de perfil). Tal posição, no texto audiodescrito, leva-nos a refletir sobre um dos quatro fundamentos para a formação em audiodescrição de Snyder (2017, p. 97), que enfatiza:

Identificar a etnia e a raça, somente se forem conhecidas e quando forem vitais para a compreensão da obra. Descrita a etnia ou raça, todos os tons de pele dos personagens principais devem ser audiodescritos - de pele clara, de pele escura, de pele morena (Citar raça só de indivíduos não brancos e estabelecer "branca" como um padrão é inaceitável).

O que fica de fora e que é determinante para que se leia a publicidade (dentro das condições históricas e sociais em que ela está inserida) é justamente a cor da pele das mulheres no anúncio. O silenciamento encontra-se, mais uma vez, no não dito na audiodescrição #PraCegoVer, que não contempla a diversidade referente à campanha. Dizer apenas: *duas mulheres* não especifica. Portanto, o texto não funciona dentro do seu objetivo inclusivo. A ausência desses elementos sobre as mulheres negras (de cabelos curtos, por exemplo, sendo que uma delas tem o cabelo raspado e platinado), no texto descritivo, pode ser compreendida como um gesto discursivo que retoma o sentido de censura, pois, em um texto descritivo que visa a qualidade, é necessário a apresentação de todos os atributos. Os audiodescritores não devem censurar informações. "O usuário da áudio-descrição tem o direito de receber todas as informações visualmente disponíveis às pessoas videntes, e os áudio-descritores têm a obrigação de traduzir esse conteúdo" (SNYDER, 2017, p 101).

A legenda do recorte da imagem do *print* C chama a atenção pelos seguintes dizeres e seus efeitos de sentido: “*A diferença é um mundo mais bonito*” e “*Aqui não entra preconceito, racismo, ódio, violência e machismo*”. Observamos que há um dissenso de ideias entre o que se textualiza em imagem e o que não se textualiza na descrição *#PraCegoVer*. Sabendo que a interpretação é constitutiva da língua, passível de jogo e produto da historicidade, a descrição mostra um dos discursos da marca Natura, de acordo com a imagem que ela vem construindo e sustentando. Pistas que servem para identificar as condições de produção dos discursos da campanha sobre diversidade.

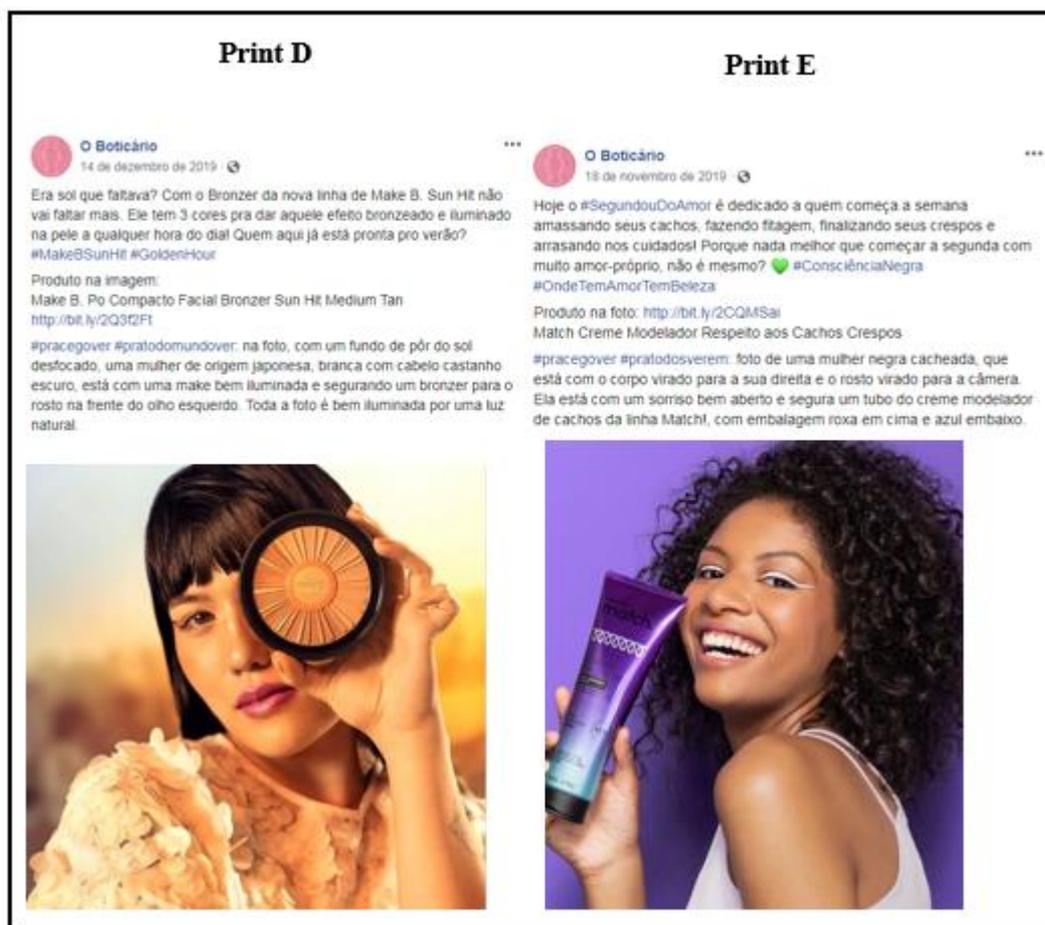
As novas formas de textualizar os sentidos mobilizados pelo discurso da *#PraCegoVer*, mesmo que ainda não institucionalizados, são utilizadas pela empresa Natura – produzindo sentidos a partir de seus discursos, como: “*O mundo é mais bonito com você*”, que contextualiza a campanha sobre diversidade e é constituinte da forma como a marca se coloca em posição-sujeito do/no mercado publicitário. O sujeito, na Análise de Discurso, é posição entre outras, subjetivando-se na medida mesmo em que projeta sua situação (lugar) no mundo para a posição no discurso (ORLANDI, 2008). A Natura, de acordo com informações retiradas do site da marca, objetiva “*combater os estereótipos de beleza e valorizar a identidade de cada um*”⁴⁸. Todavia, a audiodescrição *#PraCegoVer* do recorte da imagem 2 do *print* C mostra-nos aí uma contradição, silenciando as características das mulheres ali presentes e, podemos dizer, um passado histórico e cultural do movimento negro e feminista, que busca a valorização da diversidade dos corpos femininos, combatendo estereótipos de beleza e preconceito. Esse gesto delimita novamente um tipo de leitura de mundo horizontal e homogeneizante pelo sujeito com deficiência visual.

Para criar uma imagem mental pelos traços físicos (etnia, raça, cor do cabelo) dessa mulher, significada pelo discurso da diversidade, a descrição poderia ser elaborada de forma a dar visibilidade aos sentidos que circulam e significam na sociedade e que têm relação com o que faz sentido no texto audiodescrito. Será no recorte da imagem 3 dos *prints* D e E, que adentraremos nas questões da técnica do fazer discursivo pela prática social da AD – que tenta padronizar o texto descritivo sem levar em conta o seu contexto, neste caso, o das redes sociais, os seus objetivos (não só o da inclusão) e a sua pluralidade de leitura – para mostrarmos onde se encontra aí, e nos já destacados recortes, o contraditório.

⁴⁸Informação retirada do site Institucional da marca Natura, disponível em: <<https://www.natura.com.br/relatorio-anual>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

Os dizeres estão destacados em verde, significando de forma diferente o que é visual e levantando questões de como é feita a seleção dos elementos visuais mais importantes para compreensão do anúncio. Como mostra o recorte da imagem 3 dos *prints* D e E:

Recorte da imagem 3 dos *prints* D e E



Fonte: <<https://www.facebook.com/oboticario/photos/a.876270522444579/3326680730736867>>; <<https://www.facebook.com/oboticario/photos/a.199125530159085/3237769366294671>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Descrição da imagem: Montagem com duas imagens coloridas de anúncios publicitários *printados* em página do *facebook* do O Boticário. Dentro de um retângulo, traçado por uma linha preta, os recortes estão lado a lado. Do lado esquerdo, o *post* com a legenda: “Era sol que faltava? Com o bronzer da nova linha de Make B. Sun Hit não vai faltar mais. Ele tem 3 cores para dar aquele efeito bronzeado e iluminado na pele a qualquer hora do dia! Quem aqui já está pronta pro verão? #MakeBSunHit #GoldenHour. Produto na imagem: Make B Pó Compacto Facial Bronzer Sun Hit Medium Tan <http://bit.ly/2Q3f2Ft>”. Abaixo dela, o texto #PraCegoVer: “na foto, com um fundo de pôr do sol desfocado, uma mulher de origem japonesa, branca com cabelo castanho escuro, está com uma make bem iluminada e segurando um bronzer para o rosto na frente do olho esquerdo. Toda a foto é bem iluminada por uma luz natural”. E, abaixo desse texto, o anúncio, em primeiro plano, de uma mulher bronzeada, cabelo castanho escuro, com franjinha e corte chanel, olhos castanhos, delineados e levemente puxados. Ela segura com a mão direita o pó compacto da Make B, trazendo-o para frente de seu olho direito. Veste uma roupa branca bordada em

paetes. Atrás dela, um fundo de pôr do sol, a luz deixa tudo muito iluminado. Do lado direito da montagem, o segundo *post* com a legenda: “Hoje o #SegundouDoAmor é dedicado a quem começa a semana amassando seus cachos, fazendo fitagem, finalizando seus crespos e arrasando nos cuidados! Porque nada melhor que começar a segunda com muito amor-próprio, não é mesmo? (emoji de um coração verde) #ConscienciaNegra #OndeTemAmortemBeleza. Produto na foto: <http://bit.ly//2CQMSai>”. Abaixo dessa legenda, a descrição #PraCegoVer: “foto de uma mulher negra cacheada, que está com o corpo virado para a sua direita e o rosto virado para a câmera. Ela está com um sorriso bem aberto e segura um tubo do creme modelador de cachos da linha Match!, com embalagem roxa em cima e azul embaixo”. Logo abaixo, o anúncio, em primeiro plano, de uma mulher negra, maquiada, de cabelo preto crespo e volumoso, bagunçado, olhos delineados por traços brancos, sorri abertamente. Veste uma regatinha branca. Ela está com o corpo levemente de perfil, inclina a cabeça um pouco para trás, deixando alguns de seus crespos tocarem os ombros, olha para nós, enquanto segura com a mão direita um tubo de creme da linha Match! de embalagem que mescla as cores roxa e azul. O fundo é liso e roxo.

Recorte 3 do texto audiodescritivo do *print D*

#pracegover #pratodomundover: na foto, com um fundo de pôr do sol desfocado, uma mulher de origem japonesa, branca com cabelo castanho escuro está com uma make bem iluminada e segurando um bronzer para o rosto na frente do olho esquerdo. Toda a foto é bem iluminada por uma luz natural.

Fonte: <<https://www.facebook.com/oboticario/photos/a.876270522444579/3326680730736867>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Recorte 3 do texto audiodescritivo do *print E*

#pracegover #pratodosverem: foto de uma mulher negra cacheada que está com o corpo virado para a sua direita e o rosto virado para a câmera. Ela está com um sorriso bem aberto e segura um tubo do creme modelador de cachos da linha Match!, com embalagem roxa em cima e azul embaixo.

Fonte: <<https://www.facebook.com/oboticario/photos/a.199125530159085/3237769366294671>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

Tanto os *prints* quanto os recortes, mostram-nos a complexidade do sentido da visão e do exercício de audiodescrever. Partindo dos pressupostos que ajudam a costurar os textos audiodescritos, Snyder (2017) compreende o olhar numa “literacia visual”, gesto considerado pelo autor determinante para significar o que se está vendo, visando melhores práticas de audiodescrever, já abordadas no referencial deste trabalho. Trazemos, em nossa análise, esses

elementos (o que, quem, onde, como) pelos ditos nos textos audiodescritos #PraCegoVer, agora, veiculados nas redes sociais da empresa O Boticário.

Vislumbrando um trabalho de tradução que ajude a pessoa com deficiência visual contemplar os anúncios publicitários, discorreremos sobre os passos para a escolha do que se deve descrever desenvolvidos por Snyder nos Estados Unidos, em comparação às diretrizes já esboçadas em nosso referencial, na intenção de mostrarmos como a prática da AD é significada no contexto das redes sociais.

Para a construção de um texto coerente, é preciso informar aos leitores com deficiência visual para onde eles devem olhar. À vista disso, os quatro fundamentos de Snyder (2017) são também os nossos guias. Eles nos ajudam a enxergar onde aparecem, nos textos #PraCegoVer, os elementos descritivos. Segundo o autor, o primeiro passo é analisar a obra atentamente e criar uma frase resumo, um contexto para aprimorar a compreensão e ajudar na leitura. “Isso criará uma base na mente do usuário”. Dentro desses elementos, Snyder (2017, p. 89-90) sugere: “usar cores, pois muitas pessoas cegas ou com baixa visão já viram cores e por isso retém a memória visual delas” e sempre incluir informação direcional (à esquerda, à direita, etc.). Isso sem esquecer de “descrever o que é mais essencial para o conhecimento da obra” (Idem).

O Ministério da Educação (MEC) lançou, em 2012, uma nota técnica sobre *Orientações para descrição de imagem na geração de material digital acessível – Mecdaisy*, que determina que texto audiodescrito deve seguir os seguintes requisitos (também abordados pelos países: Espanha, França e Estados Unidos):

1. Identificar o sujeito, objeto ou cena a ser descrita - O que/quem;
2. Localizar o sujeito, objeto ou cena a ser descrita - Onde;
3. Empregar adjetivos para qualificar o sujeito, objeto ou cena da descrição - Como;
4. Empregar verbos para descrever a ação e advérbio para
5. Descrever as circunstâncias da ação - Faz o que/como;
6. Utilizar o advérbio para referenciar o tempo em que ocorre a ação - Quando;
7. Identificar os diversos enquadramentos da imagem - De onde - , tais como:
 - a. Grande plano geral (GPG) - Mostra o cenário todo e é feito de um plano mais elevado, como em imagens aéreas.
 - b. Plano geral - Mostra os personagens e o ambiente no qual estão inseridos.
 - c. Plano americano - Mostra o personagem dos joelhos para cima.
 - d. Plano médio - Mostra o personagem da cintura para cima.
 - e. Primeiro plano - Mostra o personagem do peito para cima.
 - f. Primeiríssimo plano ou close-up – Mostra o rosto do personagem em destaque.
 - g. Plano detalhe - Mostra uma parte do corpo de um personagem ou um objeto.
 - h. Plano plongée ou câmera alta - Enquadramento de personagens ou objetos feito de cima para baixo.
 - i. Plano contra-plongée ou câmera baixa - Enquadramento de personagens ou objetos feito de baixo para cima.

Para que seja possível se perceber como esses elementos estão organizados e formulados nos textos audiodescritos *#PraCegoVer*, pelo viés do dito e do não dito, no quadro a seguir destacamos (em negrito) as marcas de identificação desses elementos; as quais qualificam o texto como audiodescrito, dentro da prática da AD, nas redes sociais. Para mostrarmos de que maneira os sentidos estão sendo formulados e respondem às questões apontadas como primordiais pelos países na construção de um roteiro acessível (O que/quem; Onde; Como; Faz o quê/como e Quando), separamos as orações de acordo com o elemento que as identifica, na intenção de compreendermos se esse texto da *#PraCegoVer* cumpre seu propósito comunicativo e inclusivo; se nele é possível localizarmos as características citadas anteriormente. Os recortes das imagens 1, 2 e 3 dos prints A, B, C, D e E são denominados na tabela como R1, R2, R3, R4 e R5.

Quadro 2 - Elementos textuais descritivos nos textos *#PraCegoVer*

Recorte	O que/como	Onde	Quem/como	Faz o que/como	Quando	Texto/localização
R1	Não diz	Em um fundo fantasia	Uma mulher sorri e usa um biquíni avermelhado	Sorri enquanto olha para baixo	Não diz	Logomarca da Natura
R2	Não diz	Em um fundo fantasia	“ Uma mulher sorri olhando para frente ao lado de uma cortina e ela parece estar bem confortável e leve . Usa que parece ser uma blusa lilás ”	Olha para frente ao lado de uma cortina e parece estar bem confortável e leve	Não diz	Logomarca da Natura
R3	Em uma imagem com fundo bege	Fundo bege	Duas mulheres, uma de frente e outra de	Não diz	Não diz	“ Semana da Diversidade ”, logo abaixo, “ valorizar o diferente ”,

			perfil			<p>“ouvir e acolher”, “ter empatia”, “conhecer todas as formas de amor”</p> <p>Numa nota de rodapé, um asterisco: “Aqui não entra preconceito, racismo, ódio, violência e machismo”</p>
R4	<p>Na foto, com um fundo de pôr do sol desfocado e toda a foto é bem iluminada por uma luz natural</p>	<p>Fundo de pôr do sol desfocado</p>	<p>Uma mulher de origem japonesa, branca com o cabelo castanho escuro, está com uma make bem iluminada</p>	<p>Segurando um bronzer para o rosto, na frente do olho esquerdo</p>	Não diz	Não tem
R5	<p>Foto de uma mulher</p>	Não diz	<p>Uma mulher negra cacheada que está com o corpo virado para o lado para a sua direita e o rosto virado para a câmera</p>	<p>Ela está com sorriso bem aberto e segura um tubo do creme modelador de cachos da linha match!</p>	Não diz	Não tem

Fonte: Quadro criado pelas autoras

Nas textualidades destacadas no quadro 2, em consonância com o que foi também esboçado no quadro 1⁴⁹, os textos da #PraCegoVer não apontam ditos que identificam as

⁴⁹O leitor pode encontrar o quadro Diretrizes para audiodescrição no subcapítulo 1.1.3 - As condições de produção das políticas de acessibilidade e das diretrizes do texto audiodescritivo.

imagens como se tratando de anúncios publicitários; e as marcas discursivas apontam, em todos os recortes, para a presença de subjetividade/interpretação, quanto às escolhas mobilizadas pelos sujeitos audiodescritores. Assim como já foi abordado, a questão da neutralidade para uma prática acessível de audiodescrever é vista, em nossa leitura discursiva, como parte que integra um gesto interpretativo e uma concepção de linguagem como transparente.

Nos fundamentos de Snyder (2017), principalmente no que diz respeito à observação, o olhar do sujeito audiodescritor não é qualquer um; ele é treinado dentro da técnica da AD e deve ser neutro. Em contraposição a essa visão, a reflexão de Bell Machado (2011, p. 149) é importante; a autora diz ser “impossível a existência de um olhar simplesmente neutro, pelo mesmo motivo que considero ser impossível, por exemplo, para uma pessoa com deficiência visual discorrer, de uma forma neutra, sobre qualquer coisa que conhece pelo tato” (MACHADO, 2011, p. 149). Sendo assim, partindo desse entendimento, não há como realizar uma tradução neutra e objetiva. Os sujeitos, consoante vimos, são ideológicos e inconscientes e, no momento em que se inscrevem em uma FD, assumem uma posição.

Pela leitura discursiva que nos propusemos a fazer, a tradução da personagem, segundo os elementos destacados no quadro 2, do R4, não é neutra. A descrição dá a ver um traço de subjetividade. Como pode ser observado em: “*uma mulher de origem japonesa, branca com cabelo castanho escuro*”. O que, na imagem, indica e significa que a mulher é de uma origem e não de outra? Os olhos delineados e levemente puxados? A cor da pele? Isso marca um imaginário de mulher japonesa, que retoma, pela memória discursiva, sentidos já instaurados; retoma o sentido estereotipado da mulher japonesa. “O imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem” (ORLANDI, 2009, p. 42) e tem um propósito social, constituindo-se no confronto do simbólico com o próprio exercício de traduzir e materializar sentidos. As palavras não significam em si. Elas significam, porque têm textualidade histórica, ou seja, “sua interpretação deriva de um discurso que as sustenta, que as provê de realidade significativa” (ORLANDI, 2009, p. 42). Os sentidos não estão nas palavras, mas, sim, em relação a elas. Eles são retomados pela memória discursiva, relaciona à estrangeira.

Na normativa brasileira (ABNT, 2016), a caracterização dos personagens de uma obra deve atender:

- 1. Identificação de um personagem:** Um personagem deve ser referenciado por uma característica associada a um adjetivo ou um substantivo até a sua identificação nominal. Após a associação da característica ao nome revelado, tal personagem deve ser identificado apenas pelo nome.

2. Aparência física: Na descrição da aparência física de um personagem, é recomendável seguir a sequência: gênero, faixa etária, etnia, cor da pele, estatura, compleição física, olhos, cabelos e demais características marcantes.

Associar um personagem a um adjetivo ou substantivo é permitido pelas diretrizes, desde que isso colabore para a compreensão estética da obra e não transmita um ponto de vista do sujeito audiodescritor. No caso do R5, o emprego do adjetivo “cacheada” marca um gesto de interpretação, mobilizado pelo sujeito audiodescritor, e, dessa forma, não se encaixa na diretriz: de usar apenas adjetivos e advérbios que não ofereçam juízo de valor. Ao significar a mulher negra numa posição de consumidora, a empresa O Boticário reproduz um sentido distinto daquele abordado em nossa análise do R3 pela Natura. Entretanto, a relação do dito com o não dito, no R5, traz a descrição de “mulher negra cacheada”, chamando nossa atenção para a escolha do adjetivo que a caracteriza pela forma do cabelo, fazendo, pela produção de sentido, significar, no texto, o traço descritivo de uma imagem preconcebida, uma marca histórica que se atualiza no dizer. Sentidos socialmente construídos e atualizados sobre a mulher negra e seu cabelo cacheado como marca da identidade afro⁵⁰. Sabemos que existe uma diversidade de corpos negros femininos; e é a linguagem, pela não neutralidade, que vai orientar uma leitura acerca desse corpo (ideologicamente significado) e delimitar/construir um tipo de olhar para o sujeito com deficiência visual; olhar, muitas vezes, preconceituoso e estereotipado. Contudo, por mais que a descrição apresente essa figura feminina um pouco mais “construída”, o texto não está pleno de sentidos. Nem nunca estará.

Sobre isso, também observamos, nas diretrizes dos países citados, a questão da importância de uma descrição “completa de sentidos”, para que, desse modo, o sujeito com deficiência visual tenha um acesso significativo a imagens. Porém, pelo nosso olhar discursivo, essa completude não se concretiza na prática, pois “a ordem significante é capaz de equívoco, de deslize, de falha, sem perder seu caráter de unidade, de totalidade” (ORLANDI, 2007, p. 48).

O próximo passo de nossa leitura discursiva é identificar quais como os outros elementos descritivos aparecem nos textos audiodescritos #PraCegoVer, como são formulados, como funcionam quando postos em circulação. Em primeiro lugar, destacamos das diretrizes propostas alguns dos princípios básicos e regras. São eles: 1) descrever o que é mais importante;

⁵⁰A relação de sentidos mobilizada pela descrição "cabelo cacheado" e "mulher negra" não é direta e nem evidente. Ela é construída e se imbrica com uma memória discursiva responsável por construir um imaginário histórico e depreciativo da mulher negra, a partir de expressões que circularam muito como: "cabelo bombril", "cabelo ruim". Expressões que se atualizam em uma espécie de eufemismo do dizer ("cabelo cacheado") que tem relação com o movimento histórico de sentidos, o qual vem ocorrendo e (des)estabiliza dizeres e sentidos sobre racismo.

2) respeitar a obra e o leitor; 3) linguagem apropriada; e 4) verbos no presente e na terceira pessoa (como forma de afastar o traço da subjetividade). Quanto à prática do audiodescritor temos: 1) não pode editar; 2) não deve censurar informações; 3) evitar gerundismos, regionalismo; 4) evitar cacofonias, redundâncias e linguagem “pobre”; e 5) evitar palavras com sentido dúbio.

Das propostas normativas, segundo o que pode e deve ser dito, temos: a escolha mobilizada por um sujeito; escolha essa caracterizada, por esse sujeito, como a mais importante. O audiodescritor seleciona o que e como vai passar dada imagem ao leitor cego ou com baixa visão. Seleção que determina uma dada direção de sentido em detrimento de outras possíveis. Interpretação.

Concepção imaginária articulada pela ideologia que passa por evidente aquilo que é objeto de interpretação, ou seja, só é assim, para aquele sujeito, naquela situação, com aquela memória, tomado pelos efeitos do imaginário que o convoca (ORLANDI, 2007, p. 150). Em via de regra essa leitura das escolhas se materializa na formulação dos textos R1, R2, R3, R4 e R5. Entretanto, tal leitura não está completa.

O audiodescritor Snyder (2017) diz ser a especificidade da obra capaz de criar imagens. Isto é, dizer quais são as particularidades da obra. Por isso, é necessário especificar que se trata de um anúncio publicitário para sujeitos com deficiência visual. Não se pode apenas agrupar séries de eventos, ações. Pois, isso acaba tornando o texto confuso e, portanto, não inclusivo.

Os itens descritivos (o que, quem, quando, onde) estão agrupados no texto *#PraCegoVer* com o propósito de publicizar um produto, como, por exemplo, o que pode ser lido no R5: “Ela **está** com um **sorriso bem aberto** e **segura** um tubo do **creme modelador de cachos**”. A descrição cumpre o seu papel social de criar uma imagem para o leitor cego ou com baixa visão, trazendo o retrato de uma mulher, aparentemente, feliz, segurando um creme. Ela não está sorrindo apenas. Conforme vemos no R2, a forma como é construída a ação da personagem visa produzir também uma emoção. Contudo, ao se dizer que a mulher é negra, com cabelos cacheados, e feliz, segurando um creme modelador, faz-se ressoar aí sentidos sobre a mulher negra e sua necessidade de modelar o seu cabelo; necessidade de conformar o cabelo segundo o padrão de beleza aceitável. Ao observarmos o substantivo ‘modelar’, veremos que, pela formulação e pela historicidade, ele remete ao sentido de dar forma, adequar-se dentro de um padrão de beleza. Eufemismos que funcionam em um discurso do politicamente correto, uma forma atualizada de significar o cabelo crespo e a necessidade de o deixar dentro do padrão – porém, em um espaço de consumo. Dizer cacheado não significa da mesma forma que dizer crespo.

A relação dessa maneira de ler/interpretar o anúncio resulta na formulação de sentidos no texto. Texto que, ao descrever a mulher e seu cabelo, caracteriza ela, parafrasticamente, pelos diferentes discursos interdiscursivizados. Recordamos: o sentido sempre pode ser outro e o sujeito não tem controle daquilo que está dizendo (ORLANDI, 2007). Não é por acaso que o texto foi traduzido dessa maneira; ele se inscreve na FD da comunicação e do mercado, que é dominante e que, por ser porosa, permite o atravessamento de outros saberes, vindos de outras FDs, em seu interior, como o do politicamente correto, que retoma a questão da representatividade da figura feminina negra na mídia, em circulação na internet. Para Jocélia Neves (2011, p. 49), a produção do roteiro da AD deve estar de acordo com o seu propósito comunicacional: “dependendo da função da imagem, bem como da função da audiodescrição, haverá que selecionar os elementos que contribuam de forma produtiva para a criação dos significados mais relevantes da obra original”.

Voltamo-nos, agora, para a questão da linguagem. Na prática da AD, a linguagem, dita apropriada, é aquela que segue as normativas que visam a um texto acessível e de qualidade. Ou seja, a linguagem deve estar de acordo com o seu público, o vocabulário deve ser coerente com o contexto no qual estão inscritos os textos. Isso se dá porque, assim como a própria prática social da AD, ainda em construção, os sujeitos audiodescritores tateiam a técnica nas redes sociais, adaptando-a a descrições dos anúncios. A historicidade está aí representada justamente por esses deslizos (paráfrases) que instalam o dizer no jogo das diferentes formações discursivas. Fala-se a mesma língua, mas diferente (ORLANDI, 2007).

Outra questão primordial, e traço recorrente nas diretrizes, é a formulação da escrita em terceira pessoa, com verbos “vívidos” no presente, evitando expressões como: “nós vemos”. O que, entretanto, é recorrente nos R1 e R2.

Nas redes sociais, os anúncios têm uma função de engajar e atrair a consumidora de produtos de beleza, despertando um desejo pelo produto. Por isso, no R4, há a descrição do fundo do cenário, onde está a personagem, que ganha vivacidade, não pelo verbal, mas pelos seguintes dizeres: “fundo **pôr do sol desfocado**”. A formulação dos sentidos, perceptíveis pelas cores, significa sobre o produto, que “ilumina” essa mulher. Ou seja, a formulação está diretamente relacionada com o propósito da venda: o bronzer para o rosto. Os efeitos de sentido, construídos pela tradução, conseguem selecionar os elementos de cor e nuances que remetem a sensações de luz, representativa da estação do verão brasileiro. Esses traços ressaltam a obra, o estilo e o ritmo que devem ser respeitados. Na diretriz francesa, isso é pontuado, para que o texto não transmita apenas as informações contidas nas imagens, mas também evoque o seu

poder emocional, estético e poético. O que, nos R1 e R2, também é considerado. Os dizeres sobre o “fundo fantasia” são marcas do criativo, próprio do contexto da publicidade.

A forma como se deve ler e guiar os leitores também é normatizada e produz sentidos sobre a visão. A leitura da imagem é determinada pela forma como o Ocidente lê, da esquerda para direita. E, para se conseguir auxiliar a pessoa com deficiência visual, deve-se descrever do geral para o específico, do principal para o plano de fundo, citar cores e nuances. A respeito da linguagem na prática da AD, mais uma vez introduzimos Neves (2011), que mobiliza a questão da flexibilização da linguagem empregada nos textos audiodescritos. Segundo a autora (2011, p. 55):

Se, perante um determinado produto, for adequado utilizar uma linguagem simples e directa, num outro, poderá ser mais conveniente utilizar uma linguagem mais densa e rebuscada. O nível da linguagem e o estilo a usar em qualquer audiodescrição serão condicionados pela natureza do objecto, a função da AD, o contexto da sua utilização e o público-alvo previsto.

Pela formulação e circulação dos sentidos, em todos os recortes analisados, temos que: os elementos-chave da imagem, muitas vezes, perdem-se, pois, o texto tenta apresentar consistência, mas desliza na decodificação do que é visual e na reprodução de outros discursos sobre acessibilidade por meio da *#PraCegoVer*. Os elementos buscam auxiliar na leitura para/do sujeito com deficiência visual, mas deslizam na tradução, na “transferência” de sentido – da imagem para texto verbal.

O papel social da AD, nas audiodescrições *#PraCegoVer*, perde-se, não se concretiza na prática por meio de uma linguagem sucinta, clara e objetiva, pois o gesto interpretativo permeia o exercício da tradução. Pelo contexto das redes sociais, a prática não consegue atender a todos os principais requisitos normativos para um texto qualitativo e, ao mesmo tempo, acessível. Para uma descrição significativa desses anúncios publicitários, os textos deveriam considerar todos os elementos visuais, o que não ocorre. Gesto que acaba impossibilitando a autonomia dos leitores e, de certa forma, excluindo-os. Lima (2010) destaca que as pessoas com deficiência visual ficam, geralmente, excluídas do direito ao lazer e à educação, devido às barreiras comunicacionais, que impedem o pleno acesso a imagens e a artes visuais. À vista disso, o recurso da AD serve como um instrumento que possibilita a desconstrução dessas barreiras, as quais ainda se encontram nos textos audiodescritos *#PraCegoVer*. A incompletude é parte da linguagem.

Em nossas análises, buscamos desconstruir o imaginário idealista de neutralidade dos textos audiodescritos nas redes sociais pela *#PraCegoVer*. Consideramos que a prática de

audiodescrever é discurso significado pela tradução visual e, assim, entendemos que os ditos e os não ditos significam na produção do sentido sobre inclusão e acessibilidade comunicacional. Além disso, trabalhamos com uma compreensão de linguagem como não sendo transparente, isto é, uma linguagem passível de gestos e leituras, como foi visto durante o trabalho. Assim, como pontua Mittman (1999, p. 223),

O que há não é transmissão de mensagem, ou reprodução da mensagem em outro código, mas produção de discurso, quer dizer, produção de um efeito de sentidos entre os interlocutores. Não há uma via de mão única do autor para o leitor, com o tradutor servindo de instrumento neutro intermediário, capaz de apagar os obstáculos de comunicação, eliminando as diferenças entre os códigos, mas há produção de sentidos pelo autor, pelo tradutor, pelos leitores, ou ainda entre todos os participantes do processo.

A prática social da AD possibilita um gesto de leitura sobre as práticas discursivas da Lei, da Universidade, das diretrizes normativas e da acessibilidade comunicacional. Por essa razão, estabelece-se a reprodução de sentidos, em que se explica os discursos sobre objetividade e neutralidade no texto audiodescrito como constitutivos de uma construção idealizada do fazer acessível e inclusivo. O modo como a formulação dos dizeres é instaurada nos diversos contextos, identificando-se a uma FD, é um fato importante, que permita a nós pensar os sentidos oriundos de outros discursos e construídos a partir do sentido da visão, do olhar do outro, em relação a um público cada vez mais amplo e heterogêneo.

Como já salientamos nas análises, é pelo deslizamento do sentido do acessível e do inclusivo, nos textos audiodescritos *#PraCegover*, que a prática da AD não se concretiza. Ao silenciar, não se está “limpando” o texto, para que ele fique mais “claro”. Muito pelo contrário, está apagando-se o propósito sócio-histórico da AD e o seu papel de propagar a inclusão nas redes sociais pela *#PraCegoVer*. O acesso significativo, proporcionando experiência cultural, sem restringir ao sujeito com deficiência o desfrute de uma leitura capaz de ampliar o seu olhar, entra em conflito, na formulação, com as normativas que não se sustentam em todos os contextos.

Considerando as diretrizes da AD como inseridas em um processo discursivo de acesso e de inclusão, na esfera digital, afirmamos que a *hashtag* é uma forma de dar visibilidade a essa causa e utilizar a ferramenta para disseminar a cultura de descrever imagens para um público determinado, e, como textualidade, também está permeada de sentidos.

Como já foi dito antes, o jogo de palavras, que nomeiam a *hashtag*, é uma tentativa de criar uma ferramenta inclusiva, que dê acesso fácil e fluido ao sujeito com deficiência visual no espaço das redes sociais. E, no caso da *#pratodosverem*, essa surge como uma tentativa de

tornar a ferramenta mais abrangente para abraçar a comunidade como um todo, sem particularizar ou separar os sujeitos. Uma tentativa válida e que merece mais atenção e debate.

Entendemos que o tema abre portas para se repensar como os sentidos sobre a comunidade com deficiência, seja ela visual, intelectual ou sensorial, e a sua forma de consumir informações nas redes sociais, por exemplo, pode estar ressoando um fazer discursivo que reproduz a exclusão, pois os mecanismos sociais utilizados atualmente ainda se formulam dentro de condições de produção de generalidade, como se o texto fosse unívoco e todos os sujeitos envolvidos fossem iguais. Quem está incluso nesse sentido de “todos”? Como traduzir imagens e tornar acessível os conteúdos para um público tão amplo e diversificado? Questões que devem ser consideradas antes, durante e após a produção do texto audiodescritivo da *#PraCegoVer* e também da *#PraTodosVerem*, pois, compreendemos que: o sujeito que descreve nesse contexto das mídias digitais utilizando a técnica, é constituído pelo ideológico e pelo inconsciente, identifica-se em uma FD de mercado. Tal FD é quem determina o que esse sujeito pode ou não dizer, que determina os sentidos do seu dizer.

A tradução intersemiótica é complexa e também precisa ser repensada dentro de suas condições de produção e formulação de sentidos no contexto das redes sociais, abrangendo novas possibilidades de trabalhar esses textos com maior flexibilidade e liberdade estilística. Uma vez sendo a publicidade composta por uma linguagem que tem um forte apelo visual, os anúncios devem sempre conciliar a prática de audiodescrever com o propósito comunicativo de cada campanha, valorizando não só o produto veiculado, mas provocando emoções. Um paradoxo que os tempos atuais nos apresentam, pois também é necessário, e urgente, o debate entre profissionais da área da Comunicação, considerando o sujeito com deficiência visual e a sua opinião sobre como deve ser feita uma AD de qualidade e inclusiva, que contemple não somente o conteúdo visual, mas a intenção dele. Para que somente assim, possa ser possível driblar as barreiras comunicacionais e de informação.

A ajuda de um consultor em audiodescrição capacitado, ou seja, um profissional cego ou com baixa visão, deve somar-se ao trabalho do produtor de conteúdo, no fazer audiodescritivo, também na produção dos textos da *#PraCegoVer*, reconhecendo possíveis falhas e sugerindo adaptações. Pois é ele quem avaliará o que de fato pode vir a ser um texto acessível. Portanto, os profissionais da área da Comunicação precisam se conscientizar e investir num esforço conjunto em prol de garantir a autonomia pelos sujeitos leitores.

A prática de audiodescrever ainda se encontra em construção, e, por isso, a importância de se ampliar olhares sobre os discursos e os sentidos acerca da acessibilidade e inclusão social. Considerando sempre os já ditos na produção, formulação e circulação de sentidos na promoção

de uma vida mais ativa, interativa e participativa desses sujeitos desprovidos de visão pelo recurso da AD. Os discursos, que buscam ampliar o acesso através da prática da AD, tentam encapsular sentidos sobre acessibilidade e inclusão, também nas redes sociais, sem analisar o contexto de uso, sentidos sempre alinhados a FDs de mercado e de comunicação. Os sentidos formulados nos textos audiodescritos *#PraCegoVer* retomam outros discursos históricos, culturais e políticos, em que o recurso da tradução intersemiótica, quando contextualizado e mobilizado por um sujeito, ao significar os anúncios publicitários das marcas Natura e O Boticário, desliza de seu propósito de proporcionar, de fato, a acessibilidade de leitura.

O papel social desempenhado pelas descrições de imagens nas redes sociais precisa ser problematizado e melhor debatido, pois a sua formulação ainda se encontra dentro de uma premissa de objetividade, deixando de fora alguns sentidos do propósito sociocomunicativo dos anúncios e do propósito político da AD. A técnica tenta padronizar uma forma para descrever imagens sem considerar, muitas vezes, o seu contexto em que esses textos vão circular (neste caso, a internet, por meio de anúncios publicitários) e sem refletir sobre a forma como os sujeitos leitores vão produzir suas interpretações e se de fato elas ajudam a ampliar ou capacitar um tipo de leitura, excluindo outras possíveis.

Os sentidos da prática da AD ainda estão em construção, portanto, ainda se tateiam formas de permitir a autonomia, a interação, a comunicação nos diversos contextos e os textos descritivos *#PraCegover* mostram uma necessidade de se institucionalizar o papel social dessa prática nas redes sociais, revelando a importância da flexibilização ao contemplar elementos da linguagem publicitária, numa tentativa de experimentar novas possibilidades de dar acesso e incluir esses sujeitos com deficiência visual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De nossa posição de encerramento (não necessariamente conclusiva) do percurso que construímos de leitura, de aprendizado, de amadurecimento, dizemos que, aqui, apresentamos apenas um caminho possível para se pensar discursivamente a prática da audiodescrição. Por esse caminho, trabalhamos com o imaginário de ser o texto audiodescrito acessível a sujeitos com deficiência visual. Sujeitos, dentro desse imaginário, compreendidos como autônomos e independentes, dotados de capacidade de ler e entender, sem nenhuma falha nesse processo, o conteúdo que se está descrevendo pela AD. Mostramos também aí como a AD está perpassada por sentidos que circulam na mídia digital. Mas não só, porque perpassada também por sentidos que circulam no âmbito da Lei, da Universidade, etc.

Nesta pesquisa, analisamos recortes de textos audiodescritos de produtos de beleza das empresas Natura e O Boticário, veiculados no *facebook* a partir da *hashtag* + *pra cego ver*, a fim de compreendermos quais sentidos foram mobilizados ou deixados de fora no processo de tradução/interpretação das peças publicitárias, em relação ao que se materializou nos textos descritivos direcionados ao leitor.

Nosso objetivo principal foi contemplado, no sentido de que conhecemos mais sobre a prática da AD através de sua contextualização social, histórica e ideológica. E lançamos olhar a uma questão social de acessibilidade por meio da observação e leitura discursiva das audiodescrições de imagens *#PraCegoVer*, referentes aos anúncios analisados.

A maneira como foram construídos e formulados os dizeres faz com que compreendamos a importância da prática da AD, sendo considerada apenas o papel da acessibilidade comunicacional, e não comunicativa, contextualizada pela publicidade nas redes sociais como um meio de veicular sentidos. Ao observarmos, nos textos audiodescritos, como os sujeitos descreveram/formularam as paisagens, cenas, ambientes, objetos, etc., percebemos regularidades discursivas que mostram a forma como o texto foi formulado e como ele significa, tornando possível a visibilidade de barreiras históricas, sociais e normativas – constitutivas da comunicação e, mesmo compreendendo que uma comunicação plenamente inclusiva é imaginária, entendemos que é possível flexibilizá-la em suas normas, já que não há como controlar os sentidos e seus efeitos.

Pelo viés do que não é dito, voltamo-nos para o como a mulher e o seu corpo são significados. Lembrando que: o silêncio é constitutivo da linguagem. Ou seja, voltamo-nos para o que ficou de fora e que foi determinante para dada direção de sentido.

A escolha de descrever (ou não) marca essa questão, que entende o gesto de traduzir, isto é, de ler os anúncios, dentro de condições de produção dadas. O não dizer, em nossa análise, não significa “limpar” o texto, para que ele seja objetivo e mais acessível, mas, sim, silenciar sentidos sobre a mulher e sobre o seu corpo, deixando de falar para “anular” seu efeito por um gesto interpretativo ideologicamente marcado, na “boa” intenção de tornar o texto audiodescrito *#PraCegoVer* o mais acessível possível. Esse gesto delimita e encaminha um tipo de leitura de mundo horizontalizada e homogeneizante para a pessoa com deficiência visual, o que vai de encontro ao seu propósito inclusivo.

A prática discursiva da AD retoma outras discursividades, como, por exemplo, a da Lei, da sociedade preconceituosa, da Universidade, do mercado, do que é criativo, etc. Sentidos já instaurados e que se mostram em funcionamento no gesto de (des)construir barreiras comunicacionais e significações, pois é por meio da linguagem que a humanidade e a relação natural e social acontece, e o discurso torna possível a existência e a retomada desses sentidos acerca de discursividades (re)produzidas pela mídia sobre a padronização do corpo feminino e a homogeneização dos efeitos de leitura.

As discursividades, presentes nos textos *#PraCegoVer*, encontram-se dentro de contextos amplos, fazendo circular sentidos que não são sempre os mesmos aos veiculados em outros contextos – priorizados pelas Leis e normativas (como os da televisão, cinema, teatro e museu). Os contextos marcam a relação do sujeito com o sentido. E, como visto, as palavras significam de acordo com a FD em que estão inseridas. Esse modo de descrever imagens entra em conflito na produção do sentido, quando comparado a FIs dadas, no caso, as FIs capitalista e patriarcal, que constituem os anúncios publicitários e são marcadas no dizer. Os sentidos discursivizados pelas diretrizes e normas propostas por outros países (Europa, Estados Unidos, Espanha, Brasil) versam sobre a linguagem como acessível e objetiva, simples e clara. O que garante a inclusão – que, segundo explicitamos, é da ordem do impossível.

Pelo panorama histórico da AD no mundo e no Brasil, a técnica da AD, quando considerada pela comunicação uma tecnologia assistiva, é vista apenas como um produto, um recurso, uma metodologia, uma estratégia, uma prática e um serviço, que objetiva promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação de sujeitos com deficiência visual em ambientes diversos, sem, de fato, analisar em que condições de produção e circulação esses textos são acessíveis. Dessa forma, as audiodescrições *#PraCegoVer* e *#PraTodosVerem*, são significadas pelo deslize, não só do seu objetivo inclusivo, como também marcam uma generalização na forma de produzir esses dizeres no contexto das redes sociais, visando um

imaginário social preconceituoso acerca da pessoa com deficiência e a sua capacidade de ler o mundo.

Em nossa leitura e análise, os textos audiodescritos *#PraCegoVer* marcam um lugar social de interpretação, tendo funcionalidade pela visibilidade, crescente dia após dia, sendo apenas um mecanismo de acessibilidade comunicacional e não comunicativo adotado pelas empresas Natura e O Boticário como forma de inserção nessa discursividade do politicamente correto. E esse formato de linguagem, entendemos, aproxima-se da proposta social e cultural da AD, porque se trata de uma prática que constitui uma forma de reprodução e transformação que comporta diferentes posições de sujeito, em prol da garantia de que seus conteúdos nas redes sociais abracem a causa da acessibilidade.

Os estudos desenvolvidos, em âmbito acadêmico, traçam esse panorama discursivo da AD por diferentes olhares. A forma como os sentidos vêm sendo tomados (como evidentes) afeta o fazer discursivo da acessibilidade e da inclusão em termos de produção de linguagem; e mostra a necessidade da flexibilidade no exercício de traduzir imagens em seus diferentes contextos de uso – como foi possível percebermos durante nossas análises. Porém, a FD das diretrizes normativas ainda tenta silenciar, na prática, outros sentidos possíveis e legíveis, expressos pelos não ditos nos textos descritivos *#PraCegoVer*. Como ferramenta digital, o uso da *hashtag + pra cego ver* insere-se no discurso da tecnologia assistiva e tem função metodológica, em busca de um fazer acessível e inclusivo no *facebook*. E as normativas propostas pelas diretrizes nem sempre estão de acordo com esse contexto. Isso porque, se levarmos em consideração a plataforma das redes sociais, os sentidos não são transparentes. A linguagem é tecida pela história e os discursos são atravessados pela FD de mercado e, sendo assim, o processo de tradução e acessibilidade, vislumbrado pela audiodescrição, não se concretiza somente por “palavras certas”, sucintas e imagéticas. Essa busca é imaginária.

Ao propormos uma nova formulação dos textos audiodescritos dos anúncios analisados, nos preocupamos em mostrar outras possibilidades de traduzir as imagens, contemplando também aspectos e elementos da linguagem publicitária e o contexto imediato. A nossa construção foi uma tentativa de fazer visível um gesto de interpretação, explorando um formato estilístico e criativo para tornar, também acessível, as marcas discursivas, sobre a mulher e o seu corpo, destacadas em nossa análise. E a importância de realizar uma AD de acordo com o seu propósito sócio comunicativo.

Também foi possível questionarmos o quanto os sentidos, discursivizados pelos sujeitos que estudam e trabalham com a AD, em diversos contextos de uso, intervêm no modo de funcionamento do imaginário desses sujeitos. Ainda muito pouco se sabe sobre a

funcionalidade da comunicação e dos sentidos considerados essenciais para um evento audiovisual, pois também há outros sentidos que uma pessoa desprovida de visão explora para compreender, ler e interpretar o que é visual. O essencial para a compreensão estética numa obra é subjetivo. Sempre passível de equívoco, contradição, deslize. No funcionamento da linguagem, o sujeito é constituído por gestos de interpretação que concernem sua posição. Ou seja, pelo gesto de interpretação, há a exposição de uma posição em relação à determinada FD.

O exercício de traduzir imagens é embasado nos Estudos da Tradução, que concebe essa prática por três mecanismos: o interlinguístico ou tradução propriamente dita; o intralinguístico ou reformulação; e o intersemiótico ou transmutação, texto de partida e de chegada em meios semióticos diferentes, do visual para o verbal e vice-versa. Esse entendimento, acreditamos, precisa ser revisto pelos profissionais da comunicação da atualidade, para que o texto dê abertura a outros modos de ler e interpretar, segundo suas condições de produção.

Pois, os textos audiodescritos *#PraCegoVer* marcam uma necessidade sociocomunicativa emergente em contextos diferenciados como: cultura, educação e lazer. Assim, os anúncios publicitários veiculados pela Natura e O Boticário, dentro de condições de produção determinadas por um sistema de comunicação, poderiam trabalhar melhor a sua formulação no sentido de ampliar outras possibilidades de traduzir imagens. Considerando sempre um trabalho conjunto entre os profissionais da área e os sujeitos leitores, de acordo com a realidade. Fazendo-se valer a importância de dar espaço para que eles possam atuar como protagonistas na produção de textos para AD.

Em vista dessas considerações, entendemos que a publicidade poderia repensar também o seu papel de mediadora dessa prática inclusiva nas redes sociais, reconhecendo, na ferramenta digital, uma janela de possibilidade de leitura para os sujeitos. Debatendo alternativas para sanar essa demanda, reconhecendo os sujeitos com deficiência visual como consumidores que merecem respeito e atenção. Nesse sentido, do nosso lugar de observação e prática, compreendemos que quanto maior a flexibilidade e a diversidade estilística da escrita melhor pode ser a experiência de leitura, de interação, de autonomia, nos mais diversos contextos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, T. S.; ARAÚJO, F. V. Diferenças experienciais entre pessoas com cegueira congênita e adquirida: uma breve apreciação. **Revista Interfaces: Saúde, Humanas e Tecnologia** da Faculdade Leão Sampaio, Ceará, PE, v. 1, n. 3, p. 1-21, jun. 2013. Disponível em: <<https://interfaces.leaosampaio.edu.br/index.php/revista-interfaces/article/view/24>>. Acesso em 22 jul. 2020.
- ARAÚJO, V. L. S. A formação de audiodescritores no Ceará e em Minas Gerais: uma proposta baseada em pesquisa acadêmica. In: MOTTA, L. M. V. M.; FILHO, P. R. (Org.) **Audiodescrição: transformando imagens em palavras**. São Paulo: Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com deficiência, 2010.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS: **NBR 15599**: acessibilidade - comunicação na prestação de serviço. Rio de Janeiro, RJ: ABNT, 2008.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN. **UNE 153020: 2005**: audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripción y elaboración de audioguías. Disponível em: <<https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?c=N0032787>>. Acesso em: 03 de ago. 2020.
- AUDIO DESCRIPTION COALITION, **Standards for Audio Description and Code of Professional Conduct for Describers**. Trad. VIEIRA, Paulo André de Melo. Estados Unidos, EUA, Third Edition, June, 2009. Disponível em: <https://audiodescriptionsolutions.com/wp-content/uploads/2016/06/adc_standards_090615.pdf>. Acesso em: 03 de ago. 2020.
- BLOG DA AUDIODESCRIÇÃO. **Descrição de imagem na geração de material digital acessível, mecdaisy e audiodescrição**. Disponível em: <<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2013/11/descricao-de-imagens-na-geracao-de-material-digital-acessivel-mecdaisy-audiodescricao.html>>. Acesso em: 2 jun. de 2020.
- BRAILLE, P. Patrícia Braille, criadora do projeto #PraCegoVer, incentiva a descrição de imagens na web. [**Entrevista disponibilizada em 15 de maio de 2019, a Internet**]. Disponível em: <<http://cadernodenoticias.com.br/criadora-do-projeto-pracegover-incentiva-a-descricao-de-imagens-na-web/>>. Entrevista concedida a Luciano Barreto. Acesso em 16 jun. 2019.
- BRASIL. **Lei n. 10.098**, de 19 de dezembro de 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L10098.htm>. Acesso em: 05 de ago. 2020.
- _____. **Lei n. 13.146**, de 6 de julho de 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/13146.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2013.146%2C%20DE%206%20DE%20JULHO%20DE%202015.&text=Institui%20a%20Lei%20Brasileira%20de,Estaduto%20d%20Pessoa%20com%20Defici%C3%Aancia>. Acesso em 01 de set. de 2020.

_____. **Decreto n. 5.296**, de 02 de dezembro 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5296.htm>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

_____. **Decreto no 8.954**, de 10 de janeiro de 2017. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D8954.htm>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

_____. MEC, Ministério da Educação. **Orientações para descrição de imagem na geração de material digital acessível** – Mecdaisy. Secretaria de Educação Continuada alfabetização, diversidade e inclusão. Nota Técnica, n. 21 de abril de 2012. Brasília, DF, 2012.

_____. **Lei n. 13.143**, de 06 de julho de 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Especial. **Programa de capacitação de recursos humanos do ensino fundamental**. Deficiência visual. Vol. 1. Série atualidades pedagógicas. Brasília, DF, 2001.

CASADO, A. B. La audiodescripción: Apuntes sobre el estado de la cuestión y las perspectivas de investigación. **Revista Tradterm**, São Paulo, p. 151-169, 2007. Disponível em:<<http://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/47471>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

COSTA-MOURA, F. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. **Ágora**. Rio de Janeiro, v. XVII, número especial agosto, p. 141-158, 2014. Disponível em:< <https://www.scielo.br/pdf/agora/v17nspe/12.pdf>>. Acesso em 03 de ago. 2020.

FRAZIER, G. **The autobiography of miss Jane Pittman**: an all-audio adaption of the teleplay for the blind and visually handicapped, 1975. Thesis (Faculty San Francisco State University) San Francisco, California, 1975.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. **Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Elaborado no Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C - 3 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

L’AUDIODESCRIPTION. **Principes et orientations**. Trad. VIEIRA, Paulo André de Melo, novembro, 2010. Tradução para fins educacionais. Disponível em:<<https://cdn.websitestart.de/proxy/apps/z4fpz3/uploads/gleichzwei/instances/8273DB73-CEFA-43BE-85D5-377815BE9EA4/wcinstances/epaper/870a5871-4c46-4944-afdd-729a5f7630aa/pdf/Charte-de-laudiodescription.pdf>>. Acesso em 03 de ago.2020.

LANNA JÚNIOR, M. C. M. **História do movimento político das pessoas com deficiência no Brasil**. Brasília: Secretaria de Direitos Humanos. Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência, 2010.

LIMA, F. J. Introdução aos estudos do roteiro para áudio-descrição: sugestões para a construção de um *script* anotado. In: **Associados da Inclusão**: Revista Brasileira de Tradução Visual, vol. 2, p. 1-31, 2010. Disponível em:

<<http://www.associadosdainclusao.com.br/enades2016/sites/all/themes/berry/documentos/08-introducao-ao-estudo-do-roteiro.pdf>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

MACHADO, I. P. R. **A parte invisível do olhar**. Audiodescrição no cinema: A constituição das imagens por meio das palavras - uma possibilidade de educação visual para a pessoa com deficiência visual no cinema. 2015. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Multimeios do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2015.

MEDEIROS, C. **Sociedade da Imagem**: a (re)produção de sentidos da mídia do espetáculo. 2010. Tese (Doutorado em Letras). Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2010.

MITTMANN, S. Heterogeneidade e função tradutor. In: **Cadernos de Tradução**. Periódicos da Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Santa Catarina, v. 1. n. 4, p. 221-237. 1999. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/traducao/article/view/5533/6575>>. Acesso em 05 de ago. 2020.

MOTTA, L. M. V.; ROMEU FILHO, P. **Audiodescrição**: transformando imagens em palavras. Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com deficiência. São Paulo, 2010.

_____. A audiodescrição na escola: abrindo caminhos para leitura de mundo. In: **Blog Ver com palavras**. Disponível em: <<http://vercompalavras.com.br/pdf/a-audiodescricao-na-escola.pdf>>. Acesso em 10 jun. 2020.

NATURA. **Faça as pazes com o seu corpo**. São Paulo, SP, 24 jun. 2019. Facebook: naturabrofficial. Disponível em: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162229944750422>>. Acesso em 20 mar 2020.

_____. **Que tal ser mais gentil com o seu corpo?**. São Paulo, SP, 27 jun. 2019. Facebook: naturabrofficial. Disponível em: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162229952545422>>. Acesso em 20 mar 2020.

_____. **A diferença é um mundo mais bonito**. São Paulo, SP, 25 jun. 2019. Facebook: naturabrofficial. Disponível em: <<https://www.facebook.com/naturabrofficial/photos/a.10150160433790422/10162233487485422>>. Acesso em 20 mar 2020.

_____. **Relatório anual**. Disponível em: <http://www2.natura.net/web/br/relatorios_anuais/src/perfil.asp>. Acesso em 2 jun. 2020.

_____. **Apresentação**. Disponível em: <<https://www.natura.com.br/consultoria/necessairedebeleza>>. Acesso em 10 mai 2020.

NEVES, J. **Imagens que se ouvem**. Guia de audiodescrição. Lisboa e Leiria: Instituto de Reabilitação e Instituto Politécnico de Leiria, 2011.

NOWILL, D. **Estatísticas da deficiência**. Fundação Dorina Nowill. Disponível em: <<https://www.fundacaodorina.org.br/a-fundacao/deficiencia-visual/estatisticas-da-deficiencia-visual/>>. Acesso em: 6 jul. 2020.

O BOTICÁRIO. **Era sol que faltava?**. Curitiba, PR, 14 dez.2019. Facebook: oboticario. Disponível em: <<https://www.facebook.com/oboticario/photos/a.876270522444579/3326680730736867/>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

_____. **Hoje o #SegundouDoAmor é[...]**. Curitiba, PR, 18 de nov. 2019. Facebook: oboticario. Disponível em: <<https://www.facebook.com/oboticario/photos/a.199125530159085/3237769366294671/>>. Acesso em 05 de ago. 2020.

_____. **Apresentação**. Disponível em: <https://www.boticario.com.br/?ds_rl=1270144&ds_rl=1270144&gclid=Cj0KCQjw14v4BRDaARIsAFjATPnBUyTgNBKrzZ84EWQPMvdJLIECTyoskqd-oFk3GKruIpSB23sSB9IaApJ9EALw_wcB&gclid=aw.ds>. Acesso em 10 mai. 2020.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 8.ed, Campinas, SP: Pontes, 2009.

_____. **Discurso e texto: formulação e circulação de sentidos**. 3. ed, Campinas, SP: Pontes Editores, 2008.

_____. **Interpretação, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. 5. ed, Campinas, SP: Pontes Editores, 2007.

_____. **Discurso e Leitura**. São Paulo: Cortez, 1988.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi et. al. 4.ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

PEREIRA, A. A. S.; PRÓCHNO, C. C. S. C. Sentidos produzidos a partir do discurso sobre o corpo feminino na publicidade. Relatos de Pesquisa. **Revista Subjetividades**, Fortaleza, 17 (2): p. 76-86, ago. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.unifor.br/rmes/article/view/5177/pdf>>. Acesso em: 05 de ago. 2020.

PRAXEDES FILHO, P. H. L.; OLIVEIRA JUNIOR, J. N. A (não) neutralidade em roteiro de audiodescrição-AD de filmes de curta-metragem via sistema de avaliatividade. In: CARPES, D. S. (Org.). **Revista Audiodescrição: Práticas e reflexões**. Santa Cruz do Sul: Editora Catarse, 2016.

SANTOS, F. T. et al. Reflexões sobre o pilar da áudio-descrição: “Descreva o que você vê”. **Revista Brasileira de Tradução visual (RBTv)**, on-line, 1 de mar, 2010. Disponível em: <<https://audiodescriptionworldwide.com/associados-da-inclusao/rbtv/reflexoes-sobre-o-pilar-da-audio-descricao-descreva-o-que-voce-ve/>>. Acesso em 16 jul. 2020.

SNYDER, J. **Construindo imagens com palavras: manual de treinamento abrangente e guia sobre a história e aplicações da áudio-descrição**. Tradução de Andrea Garbelotti. Recife, PE. UFPE, 2017.

STOCKEY, D. C. **Audiodescrição**: práticas e reflexões [recurso eletrônico]. 1.ed. Santa Cruz do Sul, RS: Editora Catarse, 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Minimanual acessibilidade comunicacional**. Santa Maria: UFSM, 2019.

VIEIRA P. A. M.; LIMA F. J. A teoria na prática: áudio-descrição, uma inovação no material didático. **Revista Brasileira de Tradução Visual (RBTv)**, on-line, 1 de set. 2010.

Disponível em: < <https://audiodescriptionworldwide.com/associados-da-inclusao/rbtv/>>.

Acesso em 6 de jun. 2020.