

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA  
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM  
PRODUÇÃO AUDIOVISUAL.

DOUGLAS HENRIQUE BARBOZA  
SUSANI HIRLA RAMOS CAVALCANTI  
WESLEY AMARO DA SILVA

**AUDIOVISUAL PARA DEFICIENTES SENSITIVOS**

RECIFE/2019

DOUGLAS HENRIQUE BARBOZA  
SUSANI HIRLA RAMOS CAVALCANTI  
WESLEY AMARO DA SILVA

## **AUDIOVISUAL PARA DEFICIENTES SENSITIVOS**

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo em produção audiovisual.

Professor Orientador: Davi Barboza Cavalcanti

RECIFE/2019

C376

Cavalcanti, Susani Hirla

Audiovisual para deficientes sensitivos . / Susani Hirla  
Ramos Cavalcanti; Wesley Amaro da Silva; Douglas Henrique  
Barboza. - Recife: O Autor, 2019.  
20 p.

Orientador: Mestre Davi Barboza Cavalcanti.

Trabalho De Conclusão De Curso (Graduação) –  
Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA. Tecnológico em  
Produção Audiovisual, 2019.

1. Audiovisual. 2. Deficientes. 3. Produções.  
4. Cinema. 4. Audiodescrição.I. Centro Universitário Brasileiro. -  
UNIBRA. II. Título.

CDU: 778.6

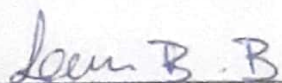
DOUGLAS HENRIQUE BARBOZA  
SUSANI HIRLA RAMOS CAVALCANTI  
WESLEY AMARO DA SILVA

## AUDIOVISUAL PARA DEFICIENTES SENSITIVOS

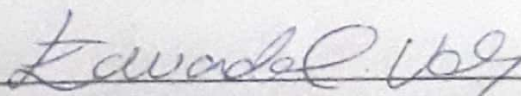
Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Produção Audiovisual, pelo Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:



Prof.º Mestre Davi Barboza Cavalcanti  
Professor(a) Orientador(a)



Prof.ª Lara Barqueta Bione  
Professor(a) Examinador(a)



Prof.ª Mestre Eduarda Cavalcanti Valença  
Professor(a) Examinador(a)

Recife, 01/12/2019

NOTA 10

*Dedicamos esse trabalho a nossos pais.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos a Deus por nos ter dado força, inteligência, saúde e condições de chegarmos até aqui, e alcançarmos nosso propósito. Ele é a razão da nossa existência. Agradecemos a UNIBRA por nos disponibilizar o curso. A todos os nossos professores, em especial nosso fomentador Davi Barboza, por nos auxiliar em tudo, contribuindo desde o planejamento até a conclusão do trabalho, tirando dúvidas e nos dando todo suporte necessário. Aos nossos familiares por nos apoiar em toda nossa jornada e torcerem por nós.

*“A arte é a identidade senso-motora  
expressa de forma audiovisual, para  
agradar, desagradar ou até mesmo se  
insensibilizar com ela.”  
(Hudson Cantuária)*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	07
<b>2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO</b> .....	08
<b>3 RESULTADOS</b> .....	09
<b>3.1 AUDIOVISUAL NO BRASIL E AS LEIS DE ACESSIBILIDADE</b> .....	09
<b>3.2 PRODUÇÕES DE CONTEÚDOS COM ACESSIBILIDADE NOS DIAS ATUAIS</b> .....	10
<b>4 DISCUSSÃO</b> .....	12
<b>4.1</b> Audiodescrição na plataforma NETFLIX.....	12
<b>4.2</b> Canal Rebeca Nemer na plataforma Youtube.....	14
<b>4.3</b> Comercial <i>Burger King</i> com audiodescrição.....	16
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	17
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	19



## AUDIOVISUAL PARA DEFICIENTES SENSITIVOS

Douglas Henrique Barbosa  
Susani Hirla Ramos Cavalcanti  
Wesley Amaro da Silva  
Mestre Davi Barboza Cavalcanti

**Resumo:** Este artigo estuda a inclusão em produções audiovisuais de conteúdos acessíveis para deficientes sensitivos. Para isso, faz uma discussão sobre a criação de produtos visando alcançar todo tipo de público e, assim, trazendo acessibilidade aos deficientes audiovisuais. Metodologicamente, realizaram-se pesquisas através de conteúdos disponíveis em artigos, sites, livros e conteúdos audiovisuais já existentes em plataformas digitais.

**Palavras-chave:** Audiovisual. Deficientes. Produções. Cinema. Audiodescrição.

### 1 INTRODUÇÃO

De acordo com a lei de instrução normativa nº 128, de 13 de setembro de 2016, todas as empresas de produção, distribuição e exibição audiovisual devem adaptar suas criações às normas de acessibilidade audiovisual. A criação de conteúdo em todos os ramos do entretenimento de áudio e vídeo visa alcançar e respeitar o indivíduo com deficiência.

A acessibilidade no Brasil funcionou de maneira crescente ao longo dos últimos anos, seja em meios de transporte público, parques, shoppings, estacionamentos e vias públicas que suprem necessidades básicas para qualquer pessoa. A conscientização a respeito da inclusão de deficientes em atividades normais do cotidiano, tanto no âmbito geral quanto no audiovisual, tem sido impulsionada por leis que visam atingir os direitos do deficiente, porém não é tão vigente a produção de conteúdos audiovisuais que se adequam às necessidades dos deficientes audiovisuais.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com base no último censo realizado no Brasil no ano de 2010, existem cerca de 32% da população que apresenta deficiência audiovisual. Com base nesses números, nota-se a grande porcentagem da população brasileira que necessita de acessibilidade e a escassa produção de conteúdo para essa parte da população.

O objetivo geral deste artigo é conscientizar e promover cada vez mais a produção de conteúdos audiovisuais, visando alcançar todo tipo de público, promovendo a acessibilidade ao entretenimento para deficientes audiovisuais.

Atualmente, várias empresas já procuram meios de inserção e adaptação de conteúdos audiovisuais, dando um maior acesso a todos, com mais opções de consumo aos deficientes e maiores inclusão destes no meio audiovisual.

Alguns exemplos de empresas que fazem isso são: o serviço de audiodescrição da plataforma Netflix, o canal da youtuber Rebeca Nemer para deficientes auditivos e a produção comercial para TV aberta da empresa *Burger King*, que apresentou um cliente cego fazendo audiodescrição do produto trazendo, assim, a realidade do público cego para o público comum.

## **2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO**

Este artigo foi realizado através de pesquisa de caráter bibliográfico. Segundo Chiara, Kaimen et al. (2018), “a pesquisa bibliográfica é então feita com o intuito de levantar conhecimento disponível sobre teorias a fim de analisar, produzir ou explicar um objeto sendo investigado.”

Segundo Fonseca (2002, p.32):

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto.

Este trabalho foi baseado em artigos de TCCs e monografias, sites, livros e produções audiovisuais já existentes. Com intenção de ressaltar a importância de produções para deficientes audiovisuais.

## **3 RESULTADOS**

### 3.1 AUDIOVISUAL NO BRASIL E AS LEIS DE ACESSIBILIDADE

O audiovisual está presente em tudo no cotidiano. Em plena era da informação, é crescente o uso de tecnologia nas mídias sociais que facilita o acesso a meios de comunicação e entretenimento audiovisual. De acordo com Alves, Fontoura, Antoniutti. (2008, p. 9), “novas mídias audiovisuais se multiplicam ao mesmo tempo em que mídias tradicionais são convertidas em formato digital.”

Mas nem todo conteúdo publicado nestas mídias alcança todo tipo de público. Deficientes audiovisuais encontram dificuldade em ter acesso a produções que sejam adaptadas, respeitando a acessibilidade. Segundo Alves, Fontoura, et. al. (2008, p.):

O processo de produção audiovisual tem como finalidade principal comunicar algo a alguém. Comunicar é um ato inerente ao ser humano, mas comunicar audiovisualmente é um ato intencional e, como tal, é um fenômeno que precisa ser amplamente analisado.

No Brasil há uma ascensão do mercado audiovisual, com a abertura de projetos de cunho do governo federal, para a elaboração de grandes produções, incentivando produtores de âmbito nacional a produzirem e divulgarem seus projetos. Liberando uma parte da verba para investimentos, que se adequem ao ministério da educação, e que faça ligação ao desenvolvimento social do país e seus habitantes. Com isso a máquina cinematográfica cresceu bastante nos últimos dez anos, com o apoio do maior órgão já criado pelo governo para fomentar, regular e fiscalizar a indústria cinematográfica e videofonográfica nacional, a ANCINE (Agência Nacional do Cinema).

Com a criação da lei de instrução normativa de nº 128, de 13 de setembro de 2016, todas as empresas de produção, distribuição e exibição audiovisual, devem adaptar suas criações às normas de acessibilidade audiovisual. As produções brasileiras têm o dever de incluir a acessibilidade em seus roteiros e fazer adaptações, visando alcançar o público com deficiência audiovisual, porém ainda não é recorrente esse tipo de produção no audiovisual brasileiro.

O audiovisual deve comunicar-se com todos os tipos de pessoas, respeitando suas diferenças e deficiências. A intencionalidade de uma produção comunicar uma mensagem precisa alcançar todo tipo de público e não apenas ouvintes e pessoas com perfeita visão. De acordo com o último censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 32% da população brasileira apresenta

deficiência audiovisual. Baseado nesses dados existe um grande contingente de pessoas que precisam ter acesso a produções que respeitem a lei de acessibilidade e inclusão no audiovisual.

Apesar desse enorme contingente de pessoas, a sociedade contemporânea, ao valorizar maciçamente a cultura visual, comumente acaba excluindo e marginalizando esse grupo, o qual fica impedido de ter acesso à maioria das produções culturais, entre elas as midiáticas. (MACHADO, 2012)

### 3.2 PRODUÇÕES E MÍDIAS COM ACESSIBILIDADE NOS DIAS ATUAIS

O mercado audiovisual brasileiro tem se adaptado de uma forma lenta. No que diz respeito à acessibilidade. A produção de conteúdo para a população comum tem avançado de maneira intensa, por outro lado, não há uma preocupação com esse grande percentual de pessoas com deficiência audiovisual, que precisam ser inseridas dentro da realidade midiática, podendo ter acesso aos conteúdos de entretenimento e arte audiovisual.

Algumas emissoras de TV começaram a utilizar o serviço de *Closed Caption*. Também conhecida pela sigla CC, é um sistema de transmissão de legendas via sinal de televisão. Essas legendas podem ser reproduzidas por um televisor que possua função para tal, e tem como objetivo permitir que os deficientes auditivos possam acompanhar os programas transmitidos. As legendas ficam ocultas até que o usuário do aparelho acione a função na televisão através de um menu ou de uma tecla específica.

De acordo com a portaria 1.220/07 do Ministério da Justiça, a nova classificação indicativa, como forma de inclusão e acessibilidade à comunicação na TV aberta brasileira. Tem como objetivo ajudar pessoas com deficiência auditiva saberem os tipos de classificação de cada programação que será exibida na grade da emissora.

No cinema nacional há uma escassez do uso de legendagem para surdos e audiodescrição para cegos. Fator de suma importância para compreensão dos mesmos a qualquer produto audiovisual, incluindo o cinema. De acordo com Araújo, Vieira et al. (2013. p.285)

A legendagem é um recurso visual que permite aos seus usuários terem acesso aos meios de comunicação e ao entretenimento proporcionado pelos meios audiovisuais. Existem dois tipos de legendas: a interlinguística,

geralmente voltada para espectadores ouvintes, e a intralinguística, normalmente direcionada para pessoas surdas e com baixa audição.

Segundo (ALVES, Ferreira p. 169)

A audiodescrição (AD) é uma modalidade de tradução audiovisual que visa traduzir imagens em palavras para tornar o teatro, o cinema, a TV, as artes visuais e os ambientes públicos em geral acessíveis a pessoas com deficiência visual.

A ausência de audiodescrição no cinema comercial e na maioria das mídias sociais hoje no Brasil, deve-se ao escasso número de profissionais da área que sejam capacitados a fazer uma tradução de qualidade para que um deficiente visual possa ter completa compreensão do que se passa na imagem. Segundo Lucinéia Villela, criadora do MATAV (Mídia Acessível e Tradução Audiovisual) “Não há como pagar pouco por um serviço de excelente qualidade. A AD(Audiodescrição) é um serviço de muita precisão e que só será boa se for feita por profissionais bem formados.” Porém em 2017 foi criada a ABAD (Associação Brasileira de Audiodescrição) por audiodescritores brasileiros com o objetivo de incentivar os produtores culturais a inserir a AD em todas as plataformas de acesso à informação, cultura e entretenimento. A AD é feita em estúdios com o trabalho semelhante às dublagens comuns, porém com um roteiro adaptado. Os editais da ANCINE têm uma consideração elevada para projetos que incluem acessibilidade. Uma iniciativa que pode gerar um incentivo a criações de projetos com inclusão social direcionada ao público deficiente.

A legenda para o público geral não é eficaz para os deficientes sensitivos (surdos e cegos). Tratando-se de cinema, a legendagem intralinguística é também necessária, mas não muito vigente ou quase inexistente, e em outras plataformas midiáticas de entretenimento e informação no Brasil. Segundo (ARAÚJO, V.; MONTEIRO, S et al. p.288)

No que diz respeito aos efeitos sonoros, é preciso transformar os sons em palavras para que o surdo possa associar a trilha sonora ao enredo do filme, já que sabemos que o som no cinema também tem significado dentro do filme. IVARSSON E CARROLL (1998) lembram a responsabilidade das empresas que produzem legendas, utilizadas não só por pessoas com deficiência auditiva, mas também por crianças em fase de aprendizagem da leitura, imigrantes que não dominam a língua e idosos, dentre outros. Trata-se de uma questão de responsabilidade com várias categorias de telespectadores.

No quesito publicidade em TV aberta e plataformas de conteúdo audiovisual como a Netflix e Youtube, a acessibilidade é pouco encontrada, mas as produções existentes trazem um grande incentivo para as grandes produtoras brasileiras

começarem a seguir as leis de acessibilidade e inclusão, visando alcançar este público com um contingente tão alto no país.

## 4 DISCUSSÃO

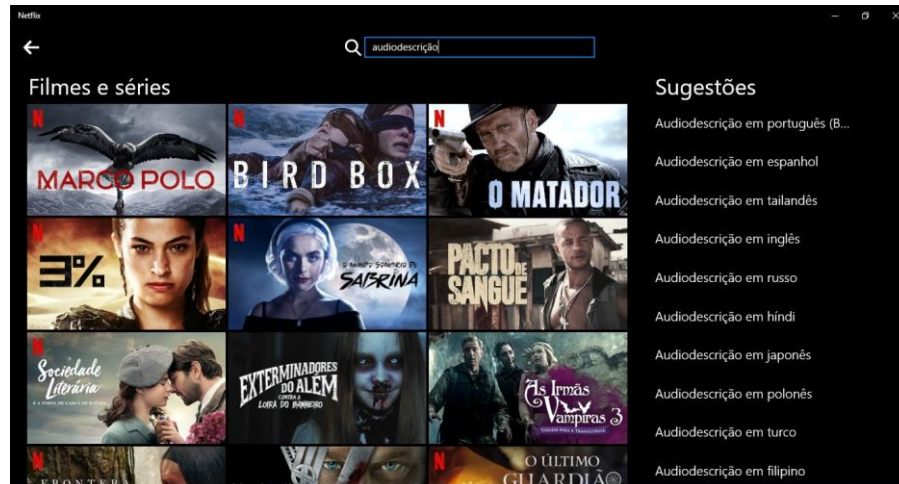
### 4.1 AUDIODESCRIÇÃO NA PLATAFORMA NETFLIX

A Netflix é uma plataforma que oferece produtos audiovisuais diversos como, séries, filmes, documentários entre outros. O serviço de audiodescrição é encontrado através do centro de ajuda, onde é disponibilizado um link que direciona o espectador ao conteúdo da plataforma onde há audiodescrição. Também podendo selecionar a opção da mesma maneira que são selecionados legendas e áudio.

Alguns episódios e temporadas ainda não estão disponíveis com o serviço, porém a Netflix trabalha para que todo o conteúdo oferecido tenha acessibilidade ao público que necessita de audiodescrição. Em parceria com estúdios e proprietários de conteúdo, a Netflix investe para que o conteúdo com audiodescrição também possa ser disponibilizado não apenas em computadores, mas também em aparelhos como *Smart TVs*, *tablets* e *smartphones*. Para assegurar o acesso ao conteúdo com audiodescrição é necessário que o aparelho esteja sempre atualizado. A plataforma também disponibiliza um atendimento ao cliente que estiver com dificuldades de acessar o conteúdo através de *chats* de atendimento e *Call Center*.

O serviço disponibilizado ao público deficiente visual em várias línguas traz um destaque para plataforma, não apenas para cegos brasileiros, mas para cegos de todos os países que a Netflix alcança, mostrando a preocupação dos produtores da plataforma, em trazer acessibilidade a um público que até então não era valorizado no mercado do entretenimento audiovisual, sendo um grande exemplo para outras plataformas semelhantes seguirem em suas produções.

**Figura 1** – Serviço de audiodescrição da Netflix.



Fonte: Plataforma, Netflix, 2019.

**Figura 2 – Serviço de Audiodescrição da Netflix**



Fonte: Plataforma Netflix, 2019.

## 4.2 CANAL REBECA NEMER NA PLATAFORMA YOUTUBE

O Youtube, atualmente uma das maiores plataformas de vídeo na internet, conta com variados tipos de conteúdo onde encontramos alguns canais de acessibilidade como o canal da youtuber Rebeca Nemer, com conteúdo para surdos e ensurdecidos. Rebeca é intérprete de libras desde os 13 anos, já participou de

vários programas de TV levando a linguagem de sinais em programas como o Jô, Hebe, Programa Livre, Eliana, entre outros.

Foi intérprete do hino nacional na câmara federal e atualmente criou um canal no Youtube, onde tem um quadro específico para surdos e ensurdecidos. O quadro chama-se Minuto de Silêncio, onde Rebeca ensina e se comunica através da linguagem dos sinais.

Desde o tempo da TV até os dias atuais, com a facilidade que plataformas como o Youtube trazem, Rebeca se utiliza de variadas formas de propagar a informação através da linguagem de sinais, trazendo acessibilidade a um público que ela conhece tão bem. E com as novas plataformas acessíveis que o audiovisual integra, como redes sociais, a intérprete se utiliza da criatividade para alcançar o público deficiente auditivo assim como ela alcança o público ouvinte em seu canal e em suas redes sociais. Servindo como exemplo para que outros canais e plataformas audiovisuais sejam utilizados para propagar acessibilidade.

Trazendo para a realidade do surdo os mesmos conteúdos disponíveis aos ouvintes, Rebeca investe em traduções de canções conhecidas mundialmente, entrevistas com surdos esclarecendo como é o mundo e realidade de um deficiente auditivo, e aulas de libras (Linguagem Brasileira de Sinais), para ouvintes que queiram aprender e também surdos e ensurdecidos que desejem aprender e se aprimorar na linguagem, deixando mais próximo possível a realidade do surdo para com a de um ouvinte.

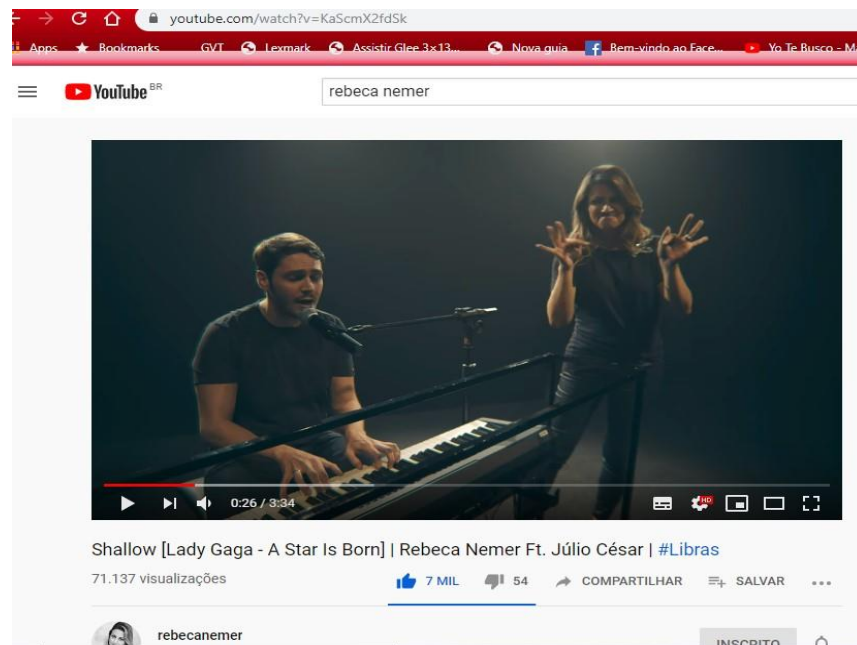
**Figura 3** - Canal Rebeca Nemer Youtube.





Fonte: Youtube,2019.

**Figura 4 – Canal Rebeca Nemer Youtube**



Fonte: YouTube, 2019.

#### 4.3 COMERCIAL BURGUER KING COM AUDIODESCRIÇÃO.

Em julho de 2019 a empresa de *fast food*, *Burguer King* no Brasil, produziu um comercial direcionado a consumidores deficientes visuais. No comercial foi mostrado um cliente cego descrevendo o *hambúrguer* que estava degustando e simultaneamente a audiodescrição sendo feita. Segundo o diretor de *marketing* da empresa, eles estão trabalhando para que todos possam ter o mesmo envolvimento e absorção da campanha.

Lançando a primeira campanha com audiodescrição em rede aberta no Brasil, a empresa demonstrou seu posicionamento a respeito de valorizar o público deficiente visual e não apenas na Tv como em no atendimento ao cliente em suas lojas, com cardápios em braille e em breve, uma parceria com a *Signumweb* – *startup* especializada em comunicação inclusiva. Uma iniciativa para ajudar clientes deficientes auditivos.

A escolha do protagonista do comercial, Eduardo, que apresenta deficiência visual, teve como objetivo conscientizar sobre a importância da representatividade uma vez que, segundo o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), no Brasil há mais de 6,5 milhões de pessoas cegas, o equivalente a 3,5% da população nacional. Foi a primeira vez que cegos e pessoas com visão tiveram acesso ao mesmo filme comercial em Tv aberta, trazendo um grande destaque para empresa *Burguer king* e servindo também como exemplo, não só para empresas do mesmo ramo como para produtores de propaganda audiovisual de todas as modalidades no mercado atual.

**Figura 4** Comercial Burguer King com Audiodescrição



Fonte: YouTube, 2019.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ascensão dos conteúdos audiovisuais no mercado comum é constante nos últimos anos, com um avanço e crescimento diferente de outros segmentos tecnológicos, o audiovisual mostrou-se forte e capaz de romper barreiras que em tempos de poucas tecnologias não seria possível, isso se dá, também, por conta do avanço da internet. Tendo a mesma como parceira, os conteúdos audiovisuais passaram a ser distribuídos em vários tipos de plataformas, de várias formas diferentes, atingindo diferenciados públicos.

Como uma parcela desses vários tipos de público, que recebeu um acervo de conteúdos audiovisuais em tão pouco tempo, está inserido o público de pessoas com algum tipo de deficiência, tratados neste artigo os deficientes sensitivos, cegos e surdos. Esse público passou a receber maior inclusão, quando passou a ter conteúdos audiovisuais disponíveis para o consumo, como as pessoas comuns já possuíam.

Este artigo mostra como pode ser feita a inclusão dessa parte da sociedade atualmente, demonstrando algumas iniciativas já existente no que diz respeito a produções audiovisuais com inclusão, já disponíveis para o público de deficientes auditivos e visuais. O estudo mostra a aplicação dos métodos de inclusão nos dias

atuais, garantindo conteúdo acessível a pessoas com deficiência audiovisual, porém, ainda é pouca a produção de conteúdo que seja adaptado para esse tipo de público, desde que a ascensão não se deu apenas para as produções, mas, também para o crescimento no número de pessoas com deficiências nos últimos anos.

Com base no que foi mostrado neste artigo, foi visto que é preciso obter formas melhores de acessibilidade ao público aqui tratado, e que é possível fazer isso de forma abrangente, com maior apoio embasado em leis governamentais e produções privadas, gerando conteúdos de inclusão e acessibilidade no mercado.

## REFERÊNCIAS

ALVES,N.M. FONTOURA,Mara. ANTONIUTTI,C.L. . A mídia e a produção audiovisual uma introdução. Ibipex, Curitiba, 2008. p.5

ALVES,N.M. FONTOURA,Mara. ANTONIUTTI,C.L. . A mídia e a produção audiovisual uma introdução. Ibipex, Curitiba, 2008. p.6

ALVES,F.S. TEIXEIRA,R.C. Audiodescrição para pessoas com deficiência visual: princípios sociais, técnicos e estéticos. Realizado na disciplina Tradução e Semiótica do Curso de Letras da Universidade Estadual do Ceará - UECE, sob orientação da Profa. Dra. Soraya Ferreira Alves, no 2º Semestre de 2008. P.169-190.

ARAÚJO,S.L.V. VIEIRA,A.P.MONTEIRO,M.M.S. Legendagem para surdos e ensurdecidos (LSE): Um estudo de recepção com surdos da região Sudeste. TradTerm, São Paulo, v. 22, Dezembro/2013, p. 283-302.

ARAÚJO,S.L.V. VIEIRA,A.P.MONTEIRO,M.M.S. Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE) Um estudo de recepção com surdos da região Sudeste. TradTerm, São Paulo, v. 22, Dezembro/2013, p. 283-302

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002.

MACHADO, M.P. Como “veem” os cegos: uma análise sobre o universo sensorial na cegueira representado pelo Jornal Nacional. In: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, 2012.

PESQUISA BIBLIOGRÁFICA, O que é. Disponível em: Disponível em: <https://guiadamonografia.com.br/pesquisa-bibliografica/>. Acessado em 10.10.2019

VILLELA, Lucinéia. Acessibilidade audiovisual,Web para todos. Disponível em: <https://mwpt.com.br/acessibilidade-audiovisual-entenda-a-importancia-dela-nos-seus-conteudos/>. Acessado em 05.11.2019