

# PRODUÇÃO PARA MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS PAUTADAS NA ACESSIBILIDADE NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA o caso do Instagram @bfalada

PRODUCTION FOR ACCESSIBILITY-BASED DIGITAL SOCIAL MEDIA  
IN UNIVERSITY EXTENSION  
the case of Instagram account @bfalada

Amanda Menezes Farias de Souza<sup>1</sup>  
Guilherme Ferreira de Oliveira<sup>2</sup>  
Suely Maciel<sup>3</sup>

## RESUMO

As mídias sociais digitais permitem a interação entre os usuários e possibilitam a ampla produção de conteúdo para além dos formatos unidirecionais das mídias tradicionais. Contudo, a característica vital dessas plataformas é o formato audiovisual, dificultando o acesso das pessoas com deficiência visual caso a mensagem não tenha equivalentes alternativos para a informação. Para enfrentar essa barreira e garantir a participação desse grupo, é importante o uso de recursos de acessibilidade. Assim, este artigo tem como objetivo descrever a prática de produção de conteúdo para mídias sociais digitais em uma perspectiva inclusiva e de uso de recursos de acessibilidade visual do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada”, da Unesp/SP, instituição que atua no desenvolvimento de projetos de extensão com a sociedade. A análise pode indicar possíveis práticas na produção de conteúdos que considerem as pessoas com deficiência visual como público participante de fato das redes digitais.

**Palavras-chave:** Acessibilidade; Mídias sociais digitais; Deficiência visual; Extensão universitária.

## ABSTRACT

Digital social media allows interaction between users and enables the creation of content that goes beyond the unidirectional formats of traditional media. However, the vital aspect of these platforms is being audiovisual, making it difficult for visually impaired people to access them if the message does not have equivalent alternative information. To overcome this barrier and ensure the participation of this group, it is important to use accessibility resources. This paper therefore aims to describe the practice of producing content for digital social media from an in-

1 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) - Bauru, SP, Brasil. Graduanda em Relações Públicas pela UNESP. E-mail: amanda.mf.souza@unesp.br

2 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) - Bauru, SP, Brasil. Graduado em Relações Públicas pela UNESP

3 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) - Bauru, SP, Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) - São Paulo, SP, Brasil

clusive perspective and the use of visual accessibility resources at the Laboratory for Education, Research and Extension in Media and Accessibility "Biblioteca Falada" at Unesp/SP, an institution that works to develop extension projects with the society. The analysis may indicate possible practices in the production of content that consider visually impaired people as real participants in the digital networks.

**Keywords:** Accessibility; Digital social media; Visual impairment; University extension.

## INTRODUÇÃO

A inclusão de pessoas com deficiência na sociedade é pauta latente das discussões em diversas áreas do conhecimento. A inclusão, segundo Sassaki (2009), envolve diversos aspectos e dimensões que precisam ser pensadas coletivamente para que a cidadania desse coletivo seja garantida. A acessibilidade, entendida como as condições de acesso para fruição autônoma da vida em sociedade (Brasil, 2015), é central para as pessoas com deficiência.

Dentre as dimensões da vida social estão as relações com/nos meios de comunicação, como as mídias sociais digitais. Estas têm ocupado grande espaço na vida cotidiana dos indivíduos, seja para o exercício de atividades de trabalho, para entretenimento ou para interação e outras (e, às vezes, novas) formas de sociabilidade (Jenkins, 2013). Ainda, as formas de interação nesses ambientes são essenciais no consumo de informações e na formação da opinião pública (Saad Corrêa, 2020), de maneira que as relações sociais agora, mais do que nunca, são permeadas pelas mediações técnicas das mídias digitais. Nesses ambientes, por exemplo, o público tem o poder de gerar conteúdo, invertendo a lógica de produção e recepção e, por isso, notam-se “novas relações de poder e de diálogo entre uma organização e seus públicos” (Terra, 2015, p. 106).

Neste cenário, diversas iniciativas extensio-

nistas das universidades brasileiras se utilizam das mídias sociais digitais para o desenvolvimento de projetos e/ou ampliação da visibilidade de assuntos de interesse público desenvolvidos com base em resultados de pesquisa.

A consolidação do conhecimento científico nas universidades brasileiras se dá a partir da relação entre seus três pilares: pesquisa, ensino e extensão. Dentre eles, a extensão desempenha um papel fundamental para o funcionamento de qualidade dos outros dois. Ela, por sua vez, de acordo com o Plano Nacional de Extensão (Forproex, 2012; 2015), é responsável pela articulação entre o ensino, possibilitando que ele seja posto em prática em atividades cotidianas, e a pesquisa, construindo conhecimentos presentes além das portas da universidade, na sociedade. Dessa forma, os ambientes digitais surgem como uma possibilidade de efetivação da difusão do conhecimento.

De forma geral, o espaço ocupado pelas mídias sociais digitais na internet na vida cotidiana é grande, mas é necessário discutir as questões de acesso nesses ambientes, porque, mesmo que existam muitas iniciativas voltadas para a ampliação desse acesso, “grandes desafios na projeção inclusiva e democrática e na participação na tecnologia são evidentes” (Goggin; Ellis; Hawkins, 2019, p. 294).

Por acesso entende-se a possibilidade de receber e compreender informações, inclusive as construídas em formatos baseados na visão.

Este trabalho se propõe a descrever a prática de produção de conteúdo para mídias sociais digitais em uma perspectiva inclusiva e de uso de recursos de acessibilidade visual do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada” da UNESP, instituição que atua no desenvolvimento de projetos de extensão com a sociedade, além de incentivar o desenvolvimento inclusivo de mídias. A análise indica possíveis práticas na produção de conteúdos que considerem não apenas o público de interesse, mas também toda a diversidade funcional humana a partir dos parâmetros de acessibilidade.

## 2. DEFICIÊNCIA E COMUNICAÇÃO

No decorrer de séculos, a pessoa com deficiência foi vista como uma vítima da sociedade (Diniz, 2007). No período feudal, quando a vida era regida pela religião, a deficiência era uma maldição, um pecado, castigo do Divino. Ao evoluirmos para uma sociedade antropocêntrica, a deficiência se torna sinônimo de patologia, uma perspectiva que ainda perdura. Ambas as perspectivas, no entanto, são fundamentadas na discriminação (Leite; Oliveira, 2019). Contudo, foi quando a sociedade entrou no modo capitalista de produção, após a Revolução Industrial, que a segregação foi intensificada para aqueles com deficiência; afinal, o corpo precisa ser produtivo. Cria-se então uma distinção entre forte e fraco, utilizável e menos utilizável, e o corpo que não produz não é rentável (Piccolo; Mendes, 2013a).

Sob o olhar dos Estudos da Deficiência, a deficiência é, na realidade, um produto da opressão da sociedade sobre um corpo com lesão (Piccolo; Mendes, 2013b):

Lesão é vista como a falta de parte ou da totalidade de um membro, órgão ou sentido não funcional, portanto, refere-se às condições biofísicas do indivíduo, em clara alusão ao modelo individual/médico, enquanto a deficiência trata-se da ‘desvantagem ou restrição de atividade causada por uma organização social contemporânea que não leva em conta as diferenças expressas por pessoas com deficiências, excluindo-as da participação nas atividades sociais’ (UPIAS, 1976, *apud* Piccolo; Mendes, 2013b, p. 300).

Dentre as diversas perspectivas teóricas componentes dos Estudos da Deficiência, tem-se a classificação de modelos de deficiência, as vertentes pós-assistencialistas e de superação de um olhar médico. Piccolo e Mendes (2013b) apresentam algumas maneiras de se compreender a deficiência usualmente discutidas nas últimas décadas: 1) deficiência como restrição corporal, demandando um tratamento médico para melhorar o bem-estar (visão mais patológica); e 2) deficiência como desvantagem social, a qual demanda que o ambiente seja adequado para que todos possam dele fazer uso (Piccolo; Mendes, 2013b).

Ainda sob a influência desta perspectiva, Sasaki (2009, p. 1) define inclusão como “um processo pelo qual os sistemas sociais comuns são tornados adequados para toda a diversidade humana”. Esse processo deve atuar em seis dimensões: arquitetônica, comunicacional, metodológica, instrumental, programática e atitudinal (Sasaki, 2009). A comunicacional, se torna fundamental para a compreensão do cenário de utilização das mídias sociais. Sendo assim, este trabalho dará enfoque à dimensão comunicacional.

A dimensão comunicacional refere-se a qualquer relação interpessoal, incluindo a conversa face a face e a comunicação mediada, como a escrita (livros, jornais, revistas), a eletrônica (radiodifusão sonora e televisiva) e a comunicação digital (Sasaki, 2009).

É fato que a garantia do direito universal de acesso à informação é papel da sociedade, da família e do Estado, a partir da disponibilização de meios e recursos para que todos tenham tal acesso (Brasil, 2015). No Brasil, foi instituída em 2015 a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), para promover, entre tantos direitos, a acessibilidade, que visa garantir que a pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida possa “viver de forma independente e exercer seus direitos de cidadania e de participação social” (Brasil, 2015, n.p.). O Art. 3º, parágrafo I do Estatuto da Pessoa com Deficiência considera acessibilidade como sendo a

possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural” (Brasil, 2015, n.p.).

Sendo assim, todo processo comunicativo deve ser devidamente adequado para que todos possam acessar informações, consumir e produzir conteúdos e formar opiniões. Promove-se esse acesso por meio do uso de tecnologias assistivas (TAs), isto é, “produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência” (Brasil, 2015), alinhadas com recursos de acessibilidade. O objetivo maior das tecnologias assistivas é “proporcionar à pessoa maior independência, qualidade de vida e inclusão social, através da

ampliação de sua comunicação, mobilidade, controle de seu ambiente, habilidades de aprendizado e trabalho” (Bersch, 2017, p. 2).

### 3. ACESSIBILIDADE VISUAL NA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Com a intensificação do uso da internet e o advento da Web 2.0<sup>4</sup>, nota-se uma transformação cultural no que se refere à produção de conteúdo, ou seja, as pessoas, além de interagirem no espaço virtual, também passaram a usá-lo para publicar produções independentes (Jenkins, 2013), especialmente nas mídias sociais digitais. Diversas são as plataformas de mídias sociais, como Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Twitter, Pinterest, etc., com publicações, nos mais variados formatos multimídia, feitas pelos próprios usuários, os quais se tornam produtores e consumidores das mensagens.

As mídias sociais digitais apresentam-se hoje como importante espaço para participação, tanto no que diz respeito à interação quanto como uma esfera de participação pública e política (Leite; Luvizotto, 2017). Essa participação, segundo Luvizotto e Seridório (2016), é o pleno exercício da cidadania, acesso e autonomia para não apenas fazer parte, mas para “tomar parte” do espaço midiático que, a princípio, seria (ou deveria ser) democrático. A partir disso, a participação plena nas mídias sociais requer minimamente o acesso à rede de internet, tempo livre e aptidão para expressão (Luvizotto; Seridório, 2016, p. 214). Além disso, devem ser consideradas as barreiras presentes nesses ambientes digitais.

Segundo o relatório da Organização das Nações Unidas (ONU, 2018) “*Disability and*

4 Nome dado à segunda geração de serviços on-line, “caracterizando-se pela capacidade de potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (Primo, 2007, p. 2).

*Development*” (“Deficiência e Desenvolvimento”, em tradução livre), pessoas com deficiência apresentam níveis mais baixos de uso da internet quando comparadas a pessoas sem deficiência. O relatório aponta que a falta de acessibilidade na programação e nos conteúdos são fatores determinantes para o baixo número de usuários com deficiência, além dos aspectos de desigualdade digital relacionados ao custo de conexão à internet, à posse de dispositivos celulares e ao baixo nível de competência digital.

Entende-se que outros fatores são limitantes para a participação digital, para além dos mencionados, uma vez que “mesmo se essas pessoas se capacitassem digitalmente, considerando o opaco limite entre habilidade digital e falta de acessibilidade, não há garantia do acesso” (Vicente; Ferreira, 2020, p. 224).

No exemplo específico da pessoa com deficiência visual, a fruição da mensagem por parte do sujeito pode ser insatisfatória ou até mesmo completamente inviabilizada, uma vez que plataformas como Instagram, TikTok e YouTube têm a mensagem visual como componente fundamental de sua conformação. Portanto, plataformas sem recursos que funcionem como alternativas de acesso à dimensão visual das mensagens impedem a participação das pessoas com deficiência visual, justamente em um espaço que tem como principal objetivo a interação e a atuação independente e autônoma dos usuários.

No Brasil, aproximadamente 17 milhões de pessoas possuem algum tipo de deficiência, o que corresponde a 8,4% da população. Dentre elas, 6,9 milhões possuem deficiência visual, em variados graus (IBGE, 2021). Essas pessoas têm seu direito de participação negado diariamente por conta das barreiras de acesso colocadas pela sociedade (Ellis; Kent, 2011), especialmente ao se considerar que

há uma transposição das barreiras do mundo analógico para o digital, uma vez que é a mesma sociedade excludente que agora organiza a comunicação neste outro ambiente (o digital) (Magalhães; Maciel, 2021). É importante reforçar que o direito à informação e à comunicação é garantido por lei, desde a Constituição Federal de 1988 até a Lei Brasileira de Inclusão de 2015. Uma das maneiras de eliminar essas barreiras e garantir o direito de todos à comunicação e à informação é a utilização de Tecnologias Assistivas e recursos de acessibilidade, mencionados anteriormente. O principal objetivo do uso de tais recursos é abrir possibilidades maiores de acesso à cultura e à informação, contribuindo para a inclusão cultural, social e escolar da pessoa com deficiência (Brasil, 2015).

Um estudo de Fuglerud *et al.* (2012) avaliou o uso de mídias sociais digitais por pessoas cegas e com baixa visão e o papel da presença digital na vida desses indivíduos. Dentre os resultados, uma das maiores dificuldades dentro do Facebook, plataforma mais utilizada entre os participantes, estava na navegação, pois os ícones eram constituídos de imagens sem texto alternativo (Fuglerud *et al.*, 2012). Outros empecilhos foram identificados no acesso ao conteúdo, como o fato de que as imagens postadas raramente apresentavam descrição (uma alternativa textual da informação imagética). O estudo ainda concluiu que as mídias sociais eram o principal meio digital de se informar sobre o mundo e sobre os acontecimentos sociais de amigos e familiares, dentre esse grupo (Fuglerud *et al.*, 2012). Assim como este, outros estudos desenvolvidos, como os de Whitney e Kolar (2020) e de Magalhães e Maciel (2021), apontam para os mesmos problemas, mesmo com o passar dos anos, o avanço da legislação e das tecnologias.

Entendendo as mídias sociais digitais como uma das principais formas de interação hu-

mana hoje, Patrícia Silva de Jesus, conhecida como Patrícia Braille, fundadora e produtora de conteúdo da página do Instagram PalavraChave Acessibilidade, iniciou uma campanha denominada #PraCegoVer, com o objetivo de crescer a hashtag seguida de uma simples descrição da imagem postada na rede social, possibilitando o acesso àqueles que não enxergam (Jesus, 2018). As tecnologias assistivas, como os leitores de tela usados pelas pessoas com deficiência visual, leem diretamente na programação do site a descrição inserida no campo destinado à inserção de descrições de imagens, conhecido como Alt (Alternativa Textual). Já as hashtags inclusivas são descrições inseridas no corpo do texto das publicações, também lidas pelos leitores de tela e sinalizadas pelo uso de hashtags. O leitor de tela, como tecnologia assistiva, é a ferramenta que proporciona a autonomia da pessoa com deficiência visual para navegar em dispositivos tecnológicos e consumir conteúdos.

A #PraCegoVer tomou tamanha proporção no Brasil que passou a ser usada em perfis do governo, de grandes corporações e de influenciadores digitais. Hoje, outras hashtags de sinalização de recurso assistivo vêm sendo utilizadas e ganhando força, como #PraTodosVerem, #PraVoceVer, #PraTodesVerem, #DescrevipraVocê, #DescriçãoDaImagem, etc.

As próprias plataformas de mídia social desenvolveram mecanismos de texto alternativo automático, elaborado por inteligência artificial, mas que não garantem a completa tradução da imagem, podendo ser editados (Facebook, 2023). Diante disso, é importante que usuários de mídias sociais digitais tenham cuidado e atenção para adaptar a descrição automática.

Segundo Jesus (2018), a descrição deve seguir um passo a passo padronizado: colocar a hashtag, informar o tipo de imagem (fotografia, ilustração, etc.), iniciar a descrição da esquerda para a direita e de cima para baixo, informar cores, descrever todos os elementos em uma sequência lógica, com utilização de períodos curtos. Além dos recursos de tradução, a acessibilidade também engloba a escolha de tipografia, contraste de cores, tamanho e disposição dos elementos, que devem seguir certas diretrizes.

Importante diferenciar a prática de inserção de descrições de imagem para hashtags inclusivas e para o Alt de audiodescrição. A audiodescrição é uma modalidade de tradução intersemiótica, do signo visual para o signo verbal/escrito (Naves *et al.*, 2016), um “campo profissional de descrição de imagens estáticas e dinâmicas que leva em consideração critérios técnicos” (MWPT, 2020). A audiodescrição pode ser inserida em áudio de produtos audiovisuais, entre diálogos, diferenciando-se do som original; possui normas específicas (ABNT-NBR 16452, 2016) e elementos formais de redação (ABNT-NBR 16452, 2016; Naves *et al.*, 2016; Maszerovska; Matamala; Orero, 2014; Alves; Teles; Pereira, 2011).

A audiodescrição contempla de fato o formato “imagens estáticas”; porém, a descrição de imagens em mídias sociais digitais é uma prática social em ascensão feita de forma não profissional, que elenca os elementos visuais de uma foto, charge, tirinha, gráfico, ilustração, etc. sem necessariamente se apropriar das mesmas normas da audiodescrição (MWPT, 2020). Considera-se principalmente a diferenciação quando se discute o uso do Alt: de acordo com as diretrizes de acessibilidade na web, ele deve conter somente 200 caracteres e sempre priorizar a informação textual que está contida nas imagens (W3C, 2023; Ferraz, 2020).

#### 4. PERCURSO METODOLÓGICO

O presente trabalho possui uma abordagem qualitativa com caráter descritivo. Realiza-se pesquisa bibliográfica e documental e um estudo descritivo de um caso. A pesquisa bibliográfica baseia-se na técnica de revisão narrativa da literatura, uma vez que a escolha dos materiais que iriam compor o referencial teórico foi arbitrária (Rother, 2007). Além dos materiais bibliográficos utilizados para a discussão teórica sobre deficiência e acessibilidade, o artigo baseia-se também na pesquisa documental em guias, normativas e diretrizes de acessibilidade na web (Ferraz, 2020; W3C, 2023), além de produção de conteúdo com base em parâmetros de acessibilidade comunicacional (Moreira, 2023; Peñas; Hernández, 2019; W3C, 2023; Salton; Agnol; Turcatti, 2017). Em seguida, analisa-se um caso, oriundo de uma instituição acadêmica voltada para a extensão universitária, de desenvolvimento inclusivo de conteúdo para mídias sociais digitais, com a acessibilidade para pessoas com deficiência visual sendo percebida tanto na temática abordada quanto no uso de recursos.

Os estudos de caso descritivos possuem seu valor, não de forma hierárquica com outros métodos científicos e/ou com os estudos de caso exploratórios (Yin, 2001). Os estudos descritivos possibilitam a assimilação de fenômenos e contribuem “[...] para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos” (Yin, 2001, p. 21). Os estudos de caso podem seguir as etapas de definição do escopo, seleção dos materiais, descrição da forma e conteúdo, e síntese da relevância (social, neste caso).

Foram escolhidas quatro publicações das mídias sociais do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade “Biblioteca Falada” (doravante simplesmente

Biblioteca Falada), que tem como uma de suas atividades a produção de mídia acessível para pessoas com deficiência visual, e da qual os autores deste trabalho são integrantes. A escolha deste perfil do Instagram deu-se pelo compromisso que o Biblioteca Falada assume em seu discurso para com as pessoas com deficiência visual. Logo, espera-se que os exemplos sejam condizentes e possam exprimir um padrão positivo de práticas acessíveis em mídias sociais digitais. As postagens objeto de estudo datam entre maio de 2022 e fevereiro de 2023, e foram selecionadas pelo destaque destas no perfil do Biblioteca Falada.

A análise baseia-se na descrição dos recursos utilizados nas publicações, com destaque para a descrição de imagens. Tensionam-se as aplicações práticas no caso apresentado com os referenciais utilizados nas seções anteriores, parte integrante do método de estudo de caso (Yin, 2001). Trata-se, portanto, de um trabalho descritivo e experimental em que se resgatam aspectos teóricos estudados na pesquisa bibliográfica para ilustrar e compreender uma atividade realizada pelos autores no âmbito universitário, através do Laboratório.

#### 5. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DO CASO

O Biblioteca Falada é uma unidade do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho, campus de Bauru/SP. Integrado por alunos de graduação e pós-graduação, o laboratório tem suas demandas originadas da necessidade de se olhar para a comunicação como fator importante para a vida em sociedade e promover a inclusão das pessoas com deficiência visual. Com a cooperação do Lar Escola Santa Luzia Para Cegos, em Bauru, o Biblioteca Falada atua há quase vinte anos na produção de mídias sonoras e tecnologias midiá-

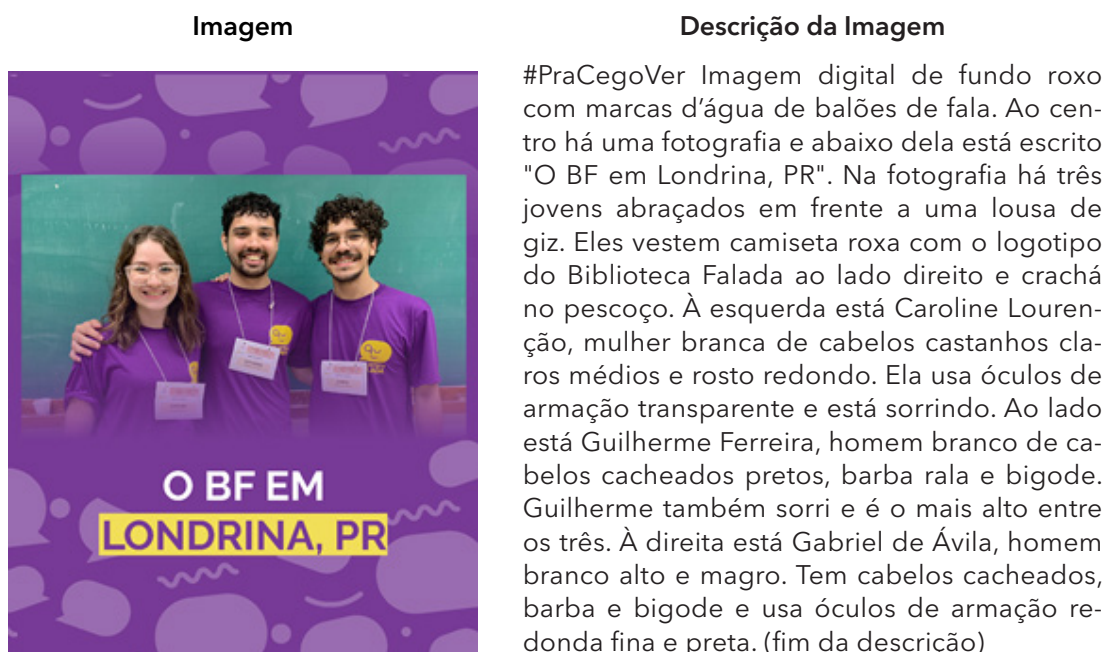
ticas, considerando a centralidade do áudio na ausência da visual.

Dentre as equipes que compõem o Laboratório está a de Comunicação Externa, composta por estudantes de graduação em Relações Públicas, Jornalismo e Design. A equipe é responsável pelas estratégias de relacionamento e interação com os públicos externos, tendo em vista a gestão da comunicação institucional em organizações de caráter social (Peruzzo, 2013). Ainda, a equipe realiza a atividade de produção de conteúdos sobre mídia e deficiência e acessibilidade comunicacional e midiática. Isso é feito principalmente nas mídias sociais digitais, a partir da execução de planejamentos para comunicação digital (Karwahi; Terra, 2021), visando à difusão do conhecimento enquanto autoridade no assunto (uma prática próxima aos princípios do Marketing Digital). Além disso, ter as mídias sociais di-

gitais enquanto *locus* de atuação da equipe de Comunicação Externa é uma forma de atuar na manutenção do relacionamento com os diversos públicos, compreendendo seus comportamentos e características (Terra, 2015). A equipe planeja e produz conteúdo sobre as temáticas mais relevantes para o laboratório, a partir de estudos sobre acessibilidade e inclusão, considerando aspectos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual, como tipografia, contraste e descrição de imagens (como texto alternativo (Alt) ou hashtags inclusivas) (Jesus, 2018).

As produções a seguir foram selecionadas com base na qualidade das descrições das imagens e nos aspectos da acessibilidade visual essenciais para a garantia de compreensão da informação (Salton; Agnol; Turcatti, 2017). Apresentam-se abaixo as publicações selecionadas, destacando essas características.

Figura 1. Publicação de 9 de fevereiro de 2023



Fonte: Perfil do Instagram @bfalada, 2023



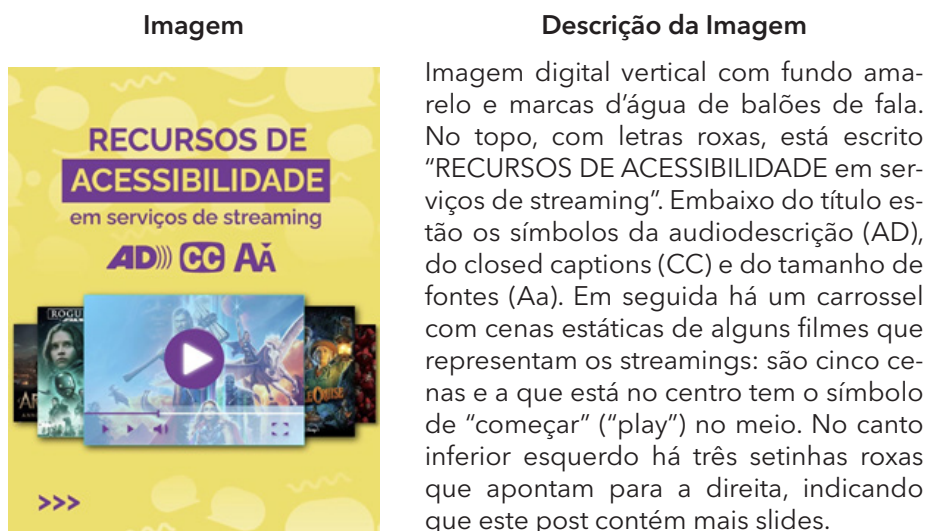
O aspecto que se busca destacar com esta publicação é o contraste, tanto entre a fotografia que compõe a arte gráfica quanto entre o fundo da imagem e o texto inserido, seguindo uma diretriz de acessibilidade essencial para a compreensão da informação por todos (Peñas; Hernández, 2019; W3C, 2023; Salton; Agnol; Turcatti, 2017), em especial pessoas com baixa visão. É importante ressaltar a presença de caixa de texto em amarelo para destacar a escrita e para que esta não entre em conflito com os grafismos do fundo da imagem.

As Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) (W3C, 2023) definem que o contraste das cores deve ser ajustável de acordo com a preferência do usuário. Como não é possível adaptar o contraste em imagens, a produção de artes gráficas deve prever um padrão de conforto de contraste. Ainda, as WCAG apontam que a apresentação visual de texto e imagens de texto tem uma relação de contraste de, no mínimo, 4.5:1<sup>5</sup> (W3C,

2023). Estas questões e as do âmbito da acessibilidade cromática (Pereira, 2021), como a consideração das diversas formas de se enxergar, a exemplo dos casos de daltonismo, devem ser observadas nas etapas de produção de conteúdo. Reconhece-se que dentro do escopo da baixa visão existe uma amplitude de acuidade visual, e as diretrizes desenvolvidas e expostas em normativas já consideram isso (W3C, 2023; Salton; Agnol; Turcatti, 2017).

Em relação à segunda publicação (Figura 2), o texto da imagem possui características fundamentais para a acessibilidade visual: predominância de caixa alta, tamanho que permite fácil leitura, e fonte sem serifa<sup>6</sup>. As questões de escolha tipográfica são muito importantes também para pessoas com baixa visão: o uso de letras com bons contornos, sem serifas, e de formatos que não são confundíveis (como acontece com a letra “I” maiúscula e a letra “L” minúscula em algumas fontes) (Salton; Agnol; Turcatti, 2017; Scudeler, 2013).

Figura 2. Publicação de 9 de novembro de 2022



Fonte: Perfil do Instagram @bfalada, 2023

5 Para o Critério de Sucesso 1.4.5, esta técnica atenua o requisito de proporção de contraste de 7:1 para texto com pelo menos 18 pontos (se não estiver a negrito) ou pelo menos 14 pontos (se estiver a negrito). Ao avaliar este critério de sucesso, o tamanho do tipo de letra, em pontos, deve ser obtido a partir do agente do utilizador ou calculado com base nas métricas do tipo de letra, da mesma forma que os agentes do utilizador o fazem. Os tamanhos em pontos baseiam-se nos valores CSS pt size CSS3. O tamanho em pontos e em pixels CSS é 1pt = 1,333px, pelo que 14pt e 18pt são equivalentes a aproximadamente 18,5px e 24px.

6 Traço ou barra que remata cada haste de certas letras, de um ou de ambos os lados.

Na terceira publicação (Figura 3) busca-se destacar a ordem de construção da descrição da imagem. A descrição segue uma linha de raciocínio no texto com base na posição dos elementos da imagem e na ordem das informações. Em primeiro lugar, descreve-se o tipo de imagem e a base desta: “Imagem digital com fundo amarelo, com marcas d’água

de balões de fala”; posteriormente, o tema, que é essencial para a identificação dos elementos dispostos em seguida e também para um melhor engajamento com a publicação: “#IndicaçãodoBF”, na cor branca. No centro, a frase “Influenciadores com deficiência visual para você seguir”, escrita em amarelo sobre uma caixa de texto roxa.

Figura 3. Publicação de 27 de maio de 2022

Imagem	Descrição da Imagem
	<p>Imagem digital com fundo amarelo, com marcas d’água de balões de fala. No canto superior esquerdo um retângulo roxo e sobre ele a hashtag “#IndicaçãodoBF” na cor branca. No centro, a frase “Influenciadores com deficiência visual para você seguir”, escrita em amarelo sobre uma caixa de texto roxa. Abaixo, fotos dos influenciadores, contornadas por uma sombra roxa, e figuras de coração, curtida e surpresa estão espalhadas. Da esquerda para a direita, respectivamente, está Marcos Lima, homem branco, com rosto oval, cabelo preto, lábios grossos e barba. Na foto ele está sorrindo. Ao lado dele, estão Mel e seu cão guia Hilary. Mel é uma mulher branca, com o cabelo castanho claro, rosto retangular, olhos castanhos e lábios finos. Hilary é uma cachorra de porte grande com os pelos pretos. Na foto, Mel está sorrindo ao lado de Hilary. Ao lado direito da imagem, está Mayra, mulher branca, com o cabelo preto e cacheado, rosto oval e lábios grossos. Na foto ela usa aparelho nos dentes e está sorrindo.</p>

Fonte: Perfil do Instagram @bfalada, 2023

Seguindo a ordem de apresentação dos elementos na imagem, a descrição das fotografias na arte digital é feita na posição em que se encontram. Nota-se que cada elemento é construído separadamente, ou seja, a pessoa na fotografia é apresentada e descrita para então a próxima ser apresentada: “Da esquerda para a direita, respectivamente, está Marcos Lima, homem branco, com rosto oval, cabelo preto, lábios grossos e barba. Na foto ele está sorrindo. Ao lado dele, estão Mel e seu cão guia Hilary. Mel é uma mulher branca, com o cabelo castanho claro, rosto retangular, olhos castanhos e lábios finos. Hilary é

uma cachorra de porte grande com os pelos pretos. Na foto, Mel está sorrindo ao lado de Hilary. Ao lado direito da imagem, está Mayra, mulher branca, com o cabelo preto e cacheado, rosto oval e lábios grossos. Na foto ela usa aparelho nos dentes e está sorrindo.” É importante que a descrição dos traços físicos das pessoas seja sempre sucinta, cobrindo os elementos mais marcantes de cada um; afinal, o foco da mensagem não está nos traços, mas na informação da publicação – a ocupação de cada pessoa apresentada e os motivos pelos quais é interessante acompanhar o trabalho desses influenciadores.

A temática central da publicação abaixo (Figura 4) é também uma das principais características de acessibilidade do perfil, que é a ausência de recursos de acessibilidade nos stories, ferramenta da plataforma Instagram. Todos os elementos visuais, ainda que sejam textos, são transformados em imagem quando publicados e não há a opção de acrescen-

tar alternativa textual. Sem esta alternativa, os leitores de tela não conseguem processar o conteúdo, sendo então impossível de ser consumido por usuários que dependem desta tecnologia para o recebimento da mensagem. Pelo fato de os stories não serem acessíveis de forma alguma, o Biblioteca Falada optou por não utilizar a ferramenta.

Figura 4. Publicação de 20 de junho de 2022



Fonte: Perfil do Instagram @bfalada, 2023

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a descrever a prática de produção de conteúdo para mídias sociais digitais em uma perspectiva inclusiva e de uso de recursos de acessibilidade visual do Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade "Biblioteca Falada". Acredita-se que a inclusão digital não deve ser reduzida somente a uma questão de literacia e habilidades dos usuários para acessar a informação. Nas produções do Biblioteca Falada, percebe-se a consideração de questões fundamentais de democratização do acesso para toda a população, garantindo o acesso à informação e difundindo o

conhecimento desenvolvido no âmbito universitário com toda a sociedade.

O trabalho atinge seu objetivo ao traçar os principais recursos de acessibilidade presentes nas publicações, tais como atenção à tipografia, cor, contraste, presença de descrição da imagem, etc., ressaltando a necessidade da aplicação destes recursos. A produção de conteúdo com o olhar para a acessibilidade é fundamental quando pensamos que o ambiente digital é constituinte do espaço público (ONU, 2006), logo todos precisam ter acesso a este espaço. Os apontamentos realizados destacam as características da acessibilidade 2.0 (Ellis; Kent, 2011): a possibilida-

de de acesso à informação de outras formas (neste caso, não a visual) e a partir de outros formatos, de acordo com as necessidades, capacidades e vontades do público.

Todavia, este trabalho se limita a apenas um caso: uma instituição voltada para a extensão universitária, cuja produção de mensagens para as mídias sociais digitais faz o pleno uso dos recursos de acessibilidade em todas as publicações. Sabe-se que, em geral, a realidade das páginas nas mídias sociais di-

gitais não é a mesma. O propósito da descrição do caso foi apresentar um exemplo que possa servir de modelo para outras iniciativas e produtores de conteúdo, inclusive para outros projetos de extensão universitária. Espera-se que estes reconheçam a importância das condições de acesso, de forma que construam uma comunicação digital mais inclusiva e que, de fato, proporcionem a transmissão de informações e conhecimentos produzidos no âmbito acadêmico também para a sociedade com deficiência.

## REFERÊNCIAS

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 16452: Acessibilidade na Comunicação – Audiodescrição**. Rio de Janeiro, 2016.

ALVES, Soraya Ferreira; TELES, Veryanne Couto; PEREIRA, Tomás Verdi. Propostas para um modelo brasileiro de audiodescrição para deficientes visuais. **Tradução & Comunicação**, [S. l.], n. 22, p. 9-29, 2011.

BERSCH, Rita. **Introdução à tecnologia assistiva**. Porto Alegre, 2017. Disponível em: [https://www.assistiva.com.br/Introducao\\_Tecnologia\\_Assistiva.pdf](https://www.assistiva.com.br/Introducao_Tecnologia_Assistiva.pdf). Acesso em 24 out. 2023.

DINIZ, Debora. **O que é deficiência**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

ELLIS, Katie; KENT, Mike. **Disability and New Media**. Nova Iorque: Routledge, 2011.

FACEBOOK. **Accessibility**. Disponível em <https://www.facebook.com/help/273947702950567> Acesso em 3 mar. 2023.

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

FORPROEX. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Manaus: 2012; Florianópolis: UFSC - Imprensa Universitária, 2015.

FUGLERUD, Kristin Skeide; TJOSTHEIM, Ingvar;

GUNNARSSON, Birkir; TOLLEFSEN, Morten. Use of Social Media by People with Visual Impairments: Usage Levels, Attitudes and Barriers. MIESENBERGER, Klaus *et al.* (Org). **Computer helping people with special needs**. Oslo: Noruega Springer Berlin Heidelberg, 2012, p. 565-572.

GOGGIN, Gerald; ELLIS, Katie; HAWKINS, Wayne. Disability at the centre of digital inclusion: assessing a new moment in technology and rights. **Communication Research and Practice**, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 290-303, 2019.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional de saúde 2019 - ciclos de vida: Brasil e grandes regiões**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101846>. Acesso em 11 out. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2013.

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

KARHAWI, Issaaf; TERRA, Carolina Frazon. Planejamento estratégico em comunicação digital: apontamentos e

possibilidades entre a teoria e a prática. **Comunicação & Inovação**, [S. l.], v. 22, n. 49, 2021.

LEITE, Flávia Piva Almeida; LUVIZOTTO, Caroline Kraus. Participação, Acessibilidade Digital e a inclusão da pessoa com deficiência. **CONPEDI Law Review**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 240-261, jul/dez. 2017.

LEITE, Lúcia Pereira; OLIVEIRA, Taize. A concepção social de deficiência sendo superada pelo entendimento biológico ou metafísico. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL EM EDUCAÇÃO E FILOSOFIA, 8, 2019, Marília. **Anais [...]**. Marília: FCC - Unesp, 2019.

MAGALHÃES, Guilherme Mori; MACIEL, Suely. Parâmetros de Acessibilidade nas Redes Sociais: consumo das marcas por pessoas com deficiência visual no Facebook. **Culturas Midiáticas**, [S. l.], v. 15, p.168-188, 2021.

MOREIRA, Tainá Bernardes Esteves. **Modelo de oficina para capacitação de acessibilidade visual em mídias sociais**. 2023. 31. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Relações Públicas) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru/SP, 2023.

MOTTA, Livia Maria Villela; ROMEU FILHO, Paulo. (Org.). **Audiodescrição: transformando imagens em palavras**. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, 2010.

MASZEROVSKA, Anna; MATAMALA, Anna; ORERO, Pilar (eds.). **Audio Description: new perspectives illustrated**. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2014.

MWPT. Movimento Web para Todos. **Aprenda por que e como você deve descrever imagens no digital**. Disponível em: <https://mwpt.com.br/aprenda-por-que-e-como-voce-deve-descrever-imagens-no-digital/>. Acesso em: 15 mai. 2024.

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

ONU. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Convention on the Rights of Persons with Disabilities**. Department of Public Information © United Nations. 2006. Disponível em: <http://www.un.org/disabilities/convention/conventionfull.shtml>. Acesso em 09 jan. 2020.

ONU. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **UN Flagship Report on Disability and Development: Realization of the sustainable development goals by, for and with persons with disability**. 2018. Disponível em: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/publication-disability-sdgs.html>. Acesso em: 8 fev. 2021.

PEÑAS, Esther; HERNÁNDEZ, Paz. **Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación**. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad, 2019.

PEREIRA, Thiovane. **Guia de acessibilidade cromática para daltonismo: princípios para profissionais da indústria criativa**. Santa Maria: UFSM, 2021.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Fundamentos teóricos das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional no terceiro setor: perspectiva alternativa. **Famecos**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 89-107, 2013.

PICCOLO, Gustavo Martins; MENDES, Enicéia Gonçalves. Contribuições a um pensar sociológico sobre a deficiência. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 34, n. 123, p. 459-475, abr.-jun. 2013a.

PICCOLO, Gustavo Martins; MENDES, Enicéia Gonçalves. Sobre formas e conteúdos: a deficiência como produção histórica. **PERSPECTIVA**, Florianópolis, v. 31, n. 1, 283-315, jan./abr. 2013b.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, [S. l.], v. 9, 2007.

ROTHER, Edna Terezinha. Systematic literature review X narrative review. **Acta paulista de enfermagem**, [S. l.], v. 20, p. v-vi, 2007.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. A comunicação das organizações diante de públicos, esfera pública e opinião pública: como as plataformas sociais digitais se encaixam nisso?. **Organicom**, [S. l.], v. 17, n. 33, p. 39-48, 2020.

SALTON, Bruna Poletto.; AGNOL, Anderson Dall.; TURCATTI, Alissa. **Manual de acessibilidade em documentos digitais**. Bento Gonçalves, RS: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, 2017.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão: Acessibilidade**

no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (Reação)**, São Paulo, Ano XII, mar./abr. 2009, p. 10-16.

SCUDELER, Flávia. Acessibilidade Web - Tipografia. **Princi Agência Web Blog**, Campinas, 16 de maio de 2013. Disponível em <https://www.princiweb.com.br/blog/busca/?palavraChave=acessibilidade>. Acesso em 7 de nov. 2023.

TERRA, Carolina Frazon. Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da mídiatização das relações públicas?. **Organicom**, [S. l.], v. 12, n. 22, p. 103-117, 2015.

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

WHITNEY, Gill; KOLAR, Irena. Am I missing something? Experiences of using social media by blind and partially sighted users. **Universal Access in the Information Society**, [S. l.], v. 19, p. 461-469, 2020.

W3C. WORLD WIDE WEB. **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2**. 2023, 05 out. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>. Acesso em 10 maio 2024.

Recebido em: 12.04.2024

Revisado em: 07.05.2024

Aprovado em: 17.05.2024