

Organizações nas Redes Sociais: capacitação em recursos de acessibilidade visual¹

Barbara Viotto do Carmo²
Guilherme Ferreira de Oliveira³
Guilherme Mori Magalhães⁴
Tainá Bernardes Esteves Moreira⁵
Suely Maciel⁶

Resumo

O processo de midiatização e a conectividade afeta as organizações, atores sociais que necessitam construir relacionamentos com seus públicos. Entre estes figura o das pessoas com deficiência, que veem tolhido seu direito à informação e à comunicação devido às barreiras de acesso aos ambientes digitais. O trabalho visa apresentar e discutir metodologia e produtos para capacitação sobre os princípios do Desenho Universal e da acessibilidade à comunicação e à informação aplicados às mídias digitais. Método e materiais foram desenvolvidos pelo projeto de acessibilidade comunicacional Biblioteca Falada, com propósito de difusão do conhecimento. Ao todo 11 capacitações foram realizadas em organizações públicas e/ou privadas e se fundamentam em apresentar conceitos teóricos, explicar uso dos recursos, em espacial a hashtag #PraCegoVer e o texto alternativo, e aplicações práticas.

Palavras-chave

Acessibilidade; Redes Sociais; Deficiência Visual; Comunicação Organizacional; Biblioteca Falada.

Introdução

As interações em rede têm um papel fundamental na sociedade (CASTELLS, 2005), como forma de acesso à comunicação e à informação. Assim, organizações dos mais diversos segmentos usufruem disso para a gestão de suas imagem e reputação e, especialmente, para a construção de relacionamentos. Como atores sociais em rede (KAUFMAN, 2015; MONTEIRO; SOARES, 2012) e constituídas por diferentes públicos, elas, no entanto, possuem certas obrigações quanto à forma e ao conteúdo do que veiculam nas redes.

Tais obrigações dizem respeito aos diferentes públicos, entre os quais se destaca o formado pelas pessoas com deficiência, que enfrenta uma miríade de barreiras impostas socialmente, entre elas as de acesso à informação e à comunicação. De acordo com a Lei Brasileira de Inclusão (Lei 13.146, de 2015), em seu artigo 53, “a acessibilidade é direito que

¹ Trabalho apresentado no Espaço de Graduação 2 - Trabalhos Aplicados, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Graduanda do curso de Relações Públicas, Universidade Estadual Paulista (Unesp), barbara.viotto@unesp.br

³ Graduando do curso de Relações Públicas, Universidade Estadual Paulista (Unesp), guilherme.f.oliveira@unesp.br

⁴ Graduando do curso de Relações Públicas, Universidade Estadual Paulista (Unesp), guilherme.m.magalhaes@unesp.br

⁵ Graduanda do curso de Relações Públicas, Universidade Estadual Paulista (Unesp), taina.bernardes@unesp.br

⁶ Orientadora do trabalho. Docente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia e Coordenadora do projeto Biblioteca Falda da Universidade Estadual Paulista (Unesp), suely.macieli@unesp.br

garante à pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida viver de forma independente e exercer seus direitos de cidadania e de participação social”. Diante disso, as organizações têm papel importante na promoção da acessibilidade na sua comunicação para o público das pessoas com deficiência.

No esforço de contribuir para essa discussão e, principalmente, estimular o desenvolvimento de comportamentos organizacionais preocupados com a comunicação acessível, o projeto de extensão Biblioteca Falada, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), promove a difusão do conhecimento sobre acessibilidade para pessoas com deficiência visual. Para tanto, busca realizar diversas ações, entre elas a capacitação para a produção e veiculação de mensagens nas redes sociais, sob os princípios do Desenho Universal e da acessibilidade comunicacional.

A capacitação, dirigida a organizações públicas e/ou privadas, baseia-se em metodologia e materiais próprios desenvolvidos pela equipe de Comunicação Externa do projeto e sistematizados após pesquisa bibliográfica sobre acessibilidade, desenho universal, redes sociais e comunicação organizacional. A capacitação sob tais parâmetros foi realizada 11 vezes, entre 2019 e 2020. O presente trabalho visa apresentar essa dinâmica e os resultados de sua aplicação concreta.

Comunicação organizacional e Redes Sociais

O pensar organizacional, numa perspectiva da comunicação, exige que sejam considerados todos os agentes envolvidos na construção do processo comunicativo e de relacionamento nas organizações, uma vez que eles desempenham um papel importante no seu desenvolvimento e em suas formações. Monteiro e Soares (2012, p. 50-51) afirmam que “a organização se caracteriza, portanto, como um ator social coletivo constituído com base em um objetivo comum e normalmente atende a demandas (latentes ou manifestas) de uma ou mais parcelas da sociedade”.

Nesse cenário, têm-se dois agentes importantes: a) as pessoas que possuem um objetivo comum e b) a sociedade. A formação da organização se dá a partir da influência desses agentes, sendo assim, volátil e dependente: “a empresa não é um sistema fechado, um ator isolado; pelo contrário, insere-se num contexto no qual os diversos níveis de experiência humana, processos econômicos, tecnológicos e culturais interagem para compor uma estrutura social particular de cada período histórico” (Kaufman, 2015, p. 144).

Monteiro e Soares (2012, p. 51) afirmam que a comunicação “[...] é o elo que põe em contato interesses comuns”. Ela é responsável pelo compartilhamento de ideias e visões de mundo que unem não apenas os agentes internos, mas também alinham os interesses da organização com qualquer indivíduo/instituição/organização/governo que se relacione com ela. Dessa forma, a organização existe e se organiza pelo alinhamentos nos quadros de sentido do fazer organizacional, estabelecendo certa coerência do cotidiano organizacional e dos produtos/serviços oferecidos com as necessidades dos públicos.

As redes sociais e a atual organização dos processos comunicativos demonstram o que já era abordado pelas teorias da comunicação nos últimos anos: a comunicação deve ser vista de forma relacional. O pensar comunicativo se pauta na interdependência entre os lados, de forma que “é a relação com o outro, portanto, que define quem a organização é, naquela interação, e quem são seus interlocutores” (LIMA, 2008, p. 123), os quais são responsáveis por formar os processos discursivos e operacionais, pela mobilização por um objetivo comum, definindo o que é a organização.

Assim, a comunicação organizacional pode ser compreendida como o estudo dos processos comunicacionais nas e das organizações, em seus ambientes internos e no âmbito da sociedade (KUNSCH, 2003), ou seja, a comunicação com os mais variados públicos. E, como afirmado anteriormente, os públicos são mobilizados e formados por processos comunicativos. Recursivamente, as organizações se formam pela aglutinação de públicos com objetivos comuns quanto às suas atuações e possibilidades de interferência social. Sabe-se que as mudanças nas relações sociais estão relacionadas com o desenvolvimento de novas tecnologias da comunicação. A popularização da Internet promoveu um processo de intensificação da presença das mídias no cotidiano dos indivíduos e das organizações.

Mais recentemente, o advento da Web 2.0 mostrou-se basilar na independência dos públicos diante das mídias tradicionais, uma vez que nesse ambiente as pessoas podem interagir a longas distâncias, produzir conteúdo de entretenimento e informativo, sem a necessidade de utilizar mediadores institucionalizados (CASTELLS, 2005). Dessa forma, a relação da sociedade com as novas tecnologias promove a midiatização de setores que tradicionalmente não eram midiáticos, e intensifica o surgimento de novos processos de interação social. Como explicado por Braga (2012, p. 37), “assim também vemos os processos de interacionalidade midiatizante estimulando os modos pelos quais a sociedade se comunica e, em consequência, tentativamente se organiza”. Portanto, nos estudos comunicacionais, não se fala de mídia como uma instituição separada das demais, como empresas detentoras dos meios de comunicação, mas sim como um ambiente de socialização.

Neste processo de midiaticização, as relações com a mídia perpassam as outras instituições, como a família e o trabalho (HJARVARD, 2014), entrelaçando-se nos costumes, hábitos e valores cotidianos evidentes na interação entre indivíduos.

A constituição das relações sociais nesta perspectiva baseia-se na dinâmica das pessoas com a mídia. Assim, as realidades e vivências das pessoas, individualmente ou em grupos, não podem ser separadas em virtual e físico, visto que a expansão dos meios de comunicação on-line quebraram as barreiras entre essas duas esferas. Com as múltiplas possibilidades nas redes e de inferências dos processos midiáticos no cotidiano, as organizações dos três setores da sociedade (governamentais, privadas e do terceiro setor) encontram oportunidades de atuação. As redes sociais foram de plataformas de “vitrines” para “palcos”. Ou seja, as redes sociais digitais não são apenas páginas de exposição dos produtos/serviços e de comunicação institucional das organizações, mas se converteram também em um ambiente de encenação, aplausos, críticas e, acima de tudo, estabelecimento de relacionamento com os públicos.

Empresas e marcas fazem parte das relações sociais que agora, mais do que nunca, são permeadas pela mídia. Nesse ambiente, o público tem o poder de gerar conteúdo, invertendo a lógica de produção e recepção, estabelecida no contexto da mídia de massa, e, por isso, notam-se “novas relações de poder e de diálogo entre uma organização e seus públicos” (TERRA, 2015, p. 106). O relacionamento entre organização e público se complexifica nas redes sociais, ganha novas dinâmicas e funcionamentos, como um ambiente de encontro entre os consumidores e organizações, com a possibilidade de diálogo rápido e direto entre ambos.

As interações no ambiente digital se transformam em dados usados pelas organizações para entender o comportamento de seus públicos e basear as estratégias de comunicação organizacional, considerando os interesses de todos os atores envolvidos. As estratégias para redes sociais objetivam ações como criação de um canal de transparência, gestão de imagem e reputação, relação com a mídia, aumento da visibilidade de projetos sociais, criação de canais de atendimento ao consumidor, entre muitas outras possibilidades.

Por fim, retoma-se que as organizações são e atuam socialmente, no contexto digital e material, sobretudo a partir dos relacionamentos com os públicos de interesse: funcionários, colaboradores, acionistas, clientes etc. E, como apontado por Monteiro e Soares (2012), as demandas sociais de seus públicos influenciam as atuações e exigem novos direcionamentos.

Como afirmado por Oliveira e Paula (2010, p. 10) “estratégia como prática social no âmbito das organizações enfatiza que os significados das ações organizacionais são construídos a partir das interações permanentes da organização com as pessoas e entre elas”,

assim, as estratégias devem se pautar nos relacionamentos. Cabe então compreender as especificidades desses públicos e seus direitos de usufruir dos serviços/produtos das organizações, como o acesso à informação, à educação, à saúde, ao lazer, ao entretenimento etc. E um desses públicos é o de pessoas com deficiência visual.

Acessibilidade para pessoas com deficiência visual e acesso à Web

A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, promulgada pela ONU em 2006 e ratificada pelo Estado brasileiro, levou a uma certa uniformização da discussão sobre deficiência, inclusão e acessibilidade, depois de quase um século de abordagens diversificadas, quando não opostas. No Brasil, a temática já era objeto de numerosas leis, decretos e estudos, mas ganhou envergadura e dimensão ampla depois da Convenção.

Por muito tempo, os estudos sobre deficiência se desenvolveram na área das ciências médicas e biológicas, mas, desde a década de 1970, a luta por direitos e a mobilização crescente das pessoas com deficiência fez com que o debate se ampliasse, trazendo à tona outras reflexões que extrapolaram a centralidade da abordagem médica da deficiência. Leite e Oliveira (2019, p. 5) explicam que os modelos envolvem a representação social de fenômenos, e, “no caso da deficiência, a representação da pessoa a partir desses modelos de perceber, reconhecer e interagir acarreta em como a audiência, a sociedade, lida com tais diferenças”. A ideia de “lidar” transmitida se refere a como as pessoas com deficiência são acolhidas e significadas pelos demais atores sociais (LEITE; LACERDA, 2018).

Cabe, neste contexto, explorar a concepção social da deficiência, que passou a se consolidar a partir dos anos 1980 e compreende a deficiência como resultado de interações entre barreiras sociais e indivíduos (ELLIS; KENT, 2011). Neste caso, como Leite e Lacerda (2018, p. 433) explicam, “não se trata de negar a existência de mudanças orgânicas em função das deficiências, mas de compreendê-la como um fenômeno social, pois são significadas histórica e culturalmente e, por esta razão, deixam de ser exclusivamente um fator natural”. Por isso, é preciso entender que as características individuais só atingem o nível de deficiência a partir do momento que uma barreira social é colocada para as pessoas com deficiência, e não para outras. Assim, a forma de organização da sociedade coloca as pessoas na condição de deficiência (FINKELSTEIN, 1975⁷ *apud* ELLIS; KENT, 2011).

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

⁷ cf. FINKELSTEIN V. To Deny or Not to Deny Disability. **Magic Carpet**, v. 27, n. 1, p. 31–38, 1975.

apresentado, o ciberespaço se consolidou como uma das esferas da vida pública e de interação social. Aqui cabe dizer que, segundo Berners-Lee, um dos criadores da *world wide web*, a universalidade foi uma das principais diretrizes nos estágios iniciais de desenvolvimento do ciberespaço (BERNERS-LEE, 1997) e, por algum tempo, essa universalidade se fez presente.

Contudo, com o aumento da complexidade das plataformas, o uso cada vez maior de informações gráficas e, principalmente, a intensificação da criação de conteúdo pelo usuário, este valor perdeu seu status de “estatuto” e passou a ser mais visto como uma recomendação de boa prática (ELLIS; KENT, 2011). Portanto, “não é de se surpreender que a comunicação virtual não tenha sido projetada pensando na inclusão de pessoas com deficiência” (MAGALHÃES, MACIEL, 2020, p. 5), já que ela foi criada na e pela mesma sociedade que estabelece barreiras de acessibilidade diariamente. Assim, podemos ver que a condição de deficiência presente no mundo analógico foi transportada para o meio virtual, onde permanece de maneira arraigada e ampliada.

Ellis e Kent (2011) comentam a necessidade de se pensar a acessibilidade para cada sujeito como algo, de fato, individual. Ao se considerar a diversidade da deficiência, não é possível encontrar uma solução que seja acessível, ao mesmo tempo e sem adaptações, para todas as pessoas. É preciso, portanto, prover múltiplos produtos, metodologias, estratégias e diretrizes, de forma a garantir a acessibilidade universal. “Você não consegue criar uma página em tamanho único. Mas você pode criar uma página que pode ser adaptada para servir a uma variedade muito ampla de pessoas” (ELLIS; KENT, 2011, p. 14, tradução nossa).

Para que essas adaptações sejam possíveis, é preciso que o conteúdo presente nas plataformas Web seja disponibilizado nos mais variados formatos. Assim, cada usuário pode escolher aquele que mais lhe convém, dadas seus impedimentos e necessidades. A essa possibilidade, Ellis e Kent (2011) dão o nome de acessibilidade 2.0, a qual seria a capacidade de escolher a forma de acesso à informação em um contexto de conteúdo gerado pelo usuário.

Oferecer o conteúdo de diferentes formas proporciona a cada usuário a autonomia de escolher o meio de acesso que mais lhe atende, ou então, que mais lhe convenha para cada situação. Além disso, variedade na oferta de formatos de acesso é benéfica não apenas para pessoas com deficiência, mas para a população como um todo, com suas diferentes idades, graus de instrução, condição econômica etc., já que possibilita maneiras mais confortáveis e adequadas de se consumir informações.

O princípio por trás dessa compreensão é o do Desenho Universal. Desenvolvido por Ron Mace e um grupo de arquitetos americanos em 1987, o Desenho Universal é um conceito que nasce nos campos de arquitetura e design de produtos, mas logo se expande para outros,

como a Comunicação. Mace acreditava que o Desenho Universal tinha como cerne “[...] a percepção da necessidade de aproximarmos as coisas que projetamos e produzimos, tornando-as utilizáveis por todas as pessoas” (CARLETTO, CAMBIAGHI, 2016, p. 12).

A ideia chave do Desenho Universal é pensar a acessibilidade “na origem”, ou seja, construir coisas, criar conteúdos e/ou desenvolver metodologias que sejam naturalmente acessíveis, dispensando a necessidade de serem adaptados ou "remendados" posteriormente. Conforme explicam Carletto e Cambiaghi (2016), também é de extrema importância a ideia de que o Desenho Universal é assim chamado exatamente por pensar em universalidade, ou seja, no atendimento de todos, independentemente de suas características pessoais (como idade, altura, peso, com ou sem deficiência), habilidades e sensibilidades. O Desenho Universal não é necessariamente uma tecnologia assistiva (TA), pois não se direciona apenas às pessoas com deficiência, mas sim busca atender as necessidades de todos em um mesmo processo de criação universalizado. (CARLETTO; CAMBIAGHI, 2016).

De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde ([PNS], IBGE, 2015) de 2013, 6,2% do total da população brasileira, declararam ter algum tipo de deficiência. Dessas, o censo de 2010 do IBGE afirma que 6,5 milhões têm deficiência visual severa (baixa visão e visão subnormal). Diariamente, essa população se depara com barreiras de exercício pleno da vida em sociedade, como o acesso à informação e às mídias, um direito de todos, não sendo sempre garantido como deveria. Essas barreiras também estão na web.

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

Segundo Ferraz (2020), estas são recursos, produtos e equipamentos que possibilitam a participação das pessoas com deficiência, visando à sua autonomia, independência e qualidade de vida. Especificamente para o âmbito digital, as TA são *softwares* e *hardwares* que “possibilitam o acesso de pessoas com deficiência ao dispositivo computacional e à Web” (FERRAZ, 2020, p. 20).

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

Por isso, faz-se necessário o uso de Texto Alternativo, um equivalente textual verbal que pode acompanhar imagens e vídeos, realizando a tradução intersemiótica destes (imagem para texto verbal). Esse recurso pode ser disponibilizado de duas formas: no próprio corpo da mensagem ou como atributo, que fica ‘oculto’, mas é acessado pelos leitores de tela e permite que a informação visual traduzida seja ouvida pelo usuário.

A fim de manter a coerência entre seus objetivos (defesa da comunicação acessível e produção de conteúdos com esse perfil) e a maneira como fazia suas publicações em rede, o projeto Biblioteca Falada buscou se qualificar em termos de tradução intersemiótica, dentre elas a produção de equivalente textual acessível. Nessa busca, acabou desenvolvendo métodos próprios que, depois, passaram a ser também compartilhados com outras organizações. Assim, a difusão desse conhecimento tornou-se uma importante faceta das atividades do projeto, a se somar à produção de formatos acessíveis em áudio e audiodescrição.

Percurso Metodológico

Para o desenvolvimento dos métodos e técnicas da capacitação, foi realizada pesquisa bibliográfica sobre comunicação organizacional no ambiente digital, acessibilidade, desenho universal e comunicação acessível, em especial uso da hashtag #PraCegoVer e elaboração de texto alternativo. Para compreender o percurso é necessário conhecer por quem as capacitações foram realizadas: o Biblioteca Falada e a equipe de Comunicação Externa.

O Biblioteca Falada é um projeto de extensão da FAAC, da Unesp de Bauru. Seu principal público de interesse são as pessoas com deficiência visual, como os alunos do Lar Escola Santa Luzia para Cegos (LESL), de Bauru. As principais atividades desenvolvidas são a produção de Mídia Sonora Acessível (MSA) e de audiodescrição (AD) e a difusão de conhecimentos sobre Desenho Universal, Tecnologia Assistiva e comunicação acessível.

A equipe de Comunicação Externa integra o organograma do projeto e é responsável pela gestão da imagem e reputação dele, realizando atividades como assessoria de imprensa e gestão de mídias sociais. A criação de conteúdo e as campanhas realizadas estão alinhadas com os estudos realizados no Biblioteca Falada, promovendo o debate nas redes e instigando

os seguidores a pensar a acessibilidade. Além disso, é praxe nesse gerenciamento e produção para as redes a utilização de formatos acessíveis, como a hashtag #PraCegoVer e a inclusão de Textos Alternativos como atributo nas publicações.

Uma vez que estas publicações têm público irrestrito, teve início, em 2019, uma série de pedidos de organizações internas e externas à Unesp, as quais, vendo as publicações do projeto nas redes, queriam saber “como se faz”. Estes pedidos resultaram em convites para a realização de treinamentos para a utilização desses recursos. Com vistas a atender essas demandas, a equipe de Comunicação Externa deparou-se com a necessidade de aprimorar os conhecimentos em acessibilidade, Tecnologia Assistiva e Desenho Universal, uma vez que, para além de elaborar os textos alternativos, passaria agora a também ‘ensinar’ como se faz. Além desse aprofundamento, atentou-se ainda para a pertinência da elaboração de um modelo de capacitações de acessibilidade visual em redes sociais destinadas ao público externo ao projeto, de maneira a padronizar essa difusão do conhecimento.

Assim, o material desenvolvido foi testado, reorganizado e aplicado três vezes, em 2019, e oito vezes, em 2020. A cada capacitação realizada, eram feitas adaptações, de acordo com os *feedbacks* de cada público da capacitação, os quais suscitaram pensar o modelo de acordo com as exigências de cada organização que receberia a capacitação, como empresas privadas, ONGs, instituições sociais e estudantis. Os *feedbacks* foram coletados por meio de questionários aplicados ao final do evento, e que revelou a preferência do público por um tempo de duração de 90 a 120 minutos, além de considerar o aprofundamento teórico adequado para a finalidade da capacitação. De posse desses dados e em diálogo com os fundamentos teóricos reunidos na pesquisa bibliográfica, chegou-se ao modelo de capacitação e aos recursos e estratégias desenvolvidos para a mesma, conforme apresentado a seguir.

Resultados e Discussão

O modelo de capacitação utilizado atualmente pelo projeto tem, em média, duas horas de duração e se concentra num tripé: 1) fundamentação teórica sobre Desenho Universal, acessibilidade web, tradução audiovisual acessível e tecnologias assistivas; 2) parâmetros de produção textual acessível, incluindo características de imagem e de texto alternativo e escolha de tipografias; e 3) apresentação de exemplos e discussão. Ao longo da discussão, este tripé se efetiva em três momentos principais da capacitação, que podem trazer aspectos de um ou mais elementos do tripé.

O primeiro terço da capacitação consiste numa exposição de princípios teóricos relacionados à acessibilidade e à deficiência visual. Após uma breve apresentação do projeto

Biblioteca Falada e da sua produção de mídia sonora acessível, as temáticas abordadas são a definição legal de acessibilidade, segundo a Lei Brasileira da Inclusão (LBI), o direito de acesso à cultura, ao lazer e à informação sob a perspectiva da comunicação acessível e o Desenho Universal, além de uma breve explicação sobre o que é deficiência visual.

O intuito desse primeiro momento é fornecer ao público um repertório de informações que possa servir de base para o entendimento do uso de recursos de acessibilidade e da produção de conteúdo acessível. Afinal, a criação de qualquer estratégia organizacional, sobretudo na área da comunicação, depende da percepção das necessidades, dos objetivos e do contexto no qual um público de interesse está envolvido (OLIVEIRA; PAULA, 2010). Logo, introduzir questões relacionadas às pessoas com deficiência e ao acesso à informação por essas pessoas é de extrema importância, pois, mesmo que questões de equidade de acesso no contexto de raça, gênero, idade, renda e localização geográfica recebam relativamente maior visibilidade à luz do debate público, as barreiras enfrentadas por pessoas com deficiência tendem a ser invisibilizadas com maior facilidade (ELLIS, KENT, 2011).

Em paralelo, a apresentação desse contexto teórico serve para dar sentido e valor à promoção da acessibilidade nos pontos de contato entre a organização e seus públicos. Isso porque o conhecimento dessas temáticas, por mais básico que seja, pode evitar que esses recursos sejam utilizados de maneira errada. Um outro entendimento é o de que é mais vantajoso considerar a acessibilidade e o Desenho Universal já nos estágios iniciais de planejamento do que aplicar esse tipo de princípio a um conteúdo já finalizado. Esse ponto é elucidado por Ferraz (2020, p. 166):

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

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

Figura 1 - Instruções de cores e tipografia



Fonte: autoria própria, 2021.

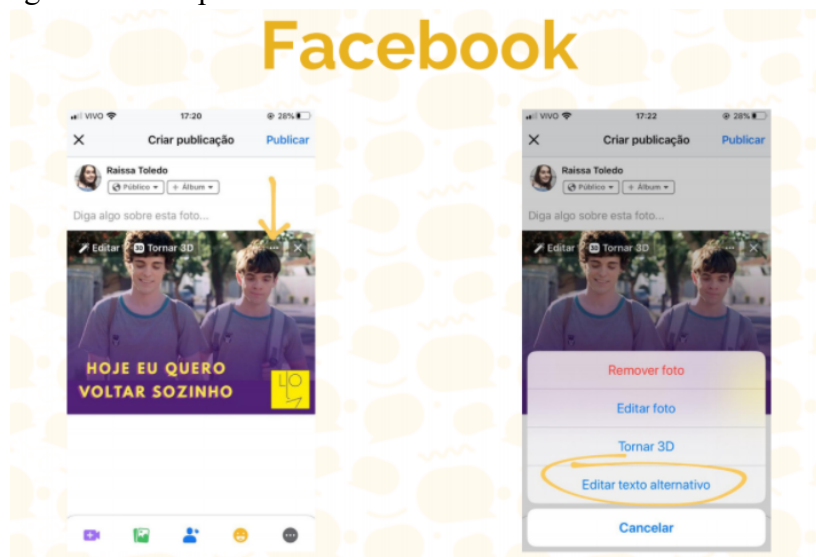
Este segmento conversa diretamente com a discussão sobre o que é deficiência visual, apresentada no primeiro momento da capacitação. Ele reforça a compreensão de que, para acessibilizar conteúdos, é preciso estar atento a diversos grupos e não realizar as adaptações restringindo-as a uma única parcela de público. Deve-se considerar também a importância do olhar atento dessas especificidades para a comunicação organizacional, considerando que o relacionamento com os públicos caracteriza a formação da organização e dos seus produtos/serviços (LIMA, 2008).

Na sequência, antes de abordar as instruções relativas à descrição de imagens, é retomado o eixo de contextualização teórica, trazendo informações técnicas sobre o que são Tecnologias Assistivas, leitores de tela e textos alternativos. Dessa forma, os participantes podem compreender a necessidade de criar condições propícias ao uso dessas ferramentas por pessoas com deficiência para o acesso à *web* (FERRAZ, 2020), de maneira que seja o dever das organizações proporcionar o conteúdo em multiformatos. O intuito de apresentar essas informações é criar repertório para os participantes e afinidade com as ferramentas, a fim de que eles entendam como os recursos de acessibilidade promovidos chegam até seu consumidor final e tenham dimensão da importância dessa ferramenta no processo de consumo e de repertório informacional da pessoa com deficiência (HAAGE, 2020)

Por fim, são expostas as instruções para a criação de um texto alternativo funcional e completo. Essas instruções foram elaboradas a partir do estudo sobre tradução intersemiótica e os diversos recursos em tradução audiovisual acessível (TAVA) (ARAÚJO; ALVES, 2018), em especial a descrição de imagens e vídeos (BRAILLE, 2012). Por se tratar de um conteúdo extenso, nesse segmento da capacitação os participantes são incentivados a interagir com os facilitadores e a tirar suas dúvidas, construindo assim um ambiente de aprendizado conjunto.

Após essa contextualização da descrição de imagens, a capacitação segue com a exposição de exemplos, comparando descrições adequadas, que estão de acordo com os princípios das descrições conversados durante a capacitação, a descrições inadequadas, isto é, que não estão apoiadas nos conceitos apresentados. Em seguida, apresentam-se os processos para incluir as descrições no texto alternativo de imagens nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn (Figura 2).

Figura 2 -Exemplo de como Inserir texto alternativo no Facebook



Fonte: autoria própria, 2021.

A capacitação é concluída com uma dinâmica para os participantes colocarem em prática o que foi aprendido. Há, no entanto, duas opções de dinâmica, sendo que a escolha por uma ou outra se dá a partir do tamanho do público e disponibilidade de tempo. As dinâmicas são as seguintes: a) para grupos de até 10 pessoas e com 2h de tempo total da capacitação; e b) para públicos de mais de 10 pessoas e até 1h30 de tempo total de capacitação.

A dinâmica A consiste na divisão dos ouvintes em pequenos grupos, de duas a quatro pessoas. Cada grupo recebe uma imagem para descrever e, posteriormente, apresentar o texto alternativo criado, o qual é avaliado pelos demais participantes da dinâmica. Em seguida, os membros do projeto fazem correções e/ou sugestões, com base no conteúdo apresentado. Já a dinâmica B consiste na apresentação de duas descrições de uma mesma imagem, feitas pela equipe, uma simples e uma mais detalhada. Os participantes, então, debatem qual das duas está mais adequada à imagem e melhor se encaixa nos propósitos da publicação.

A metodologia da capacitação é revista periodicamente. Em 2020, foram feitas três revisões, baseadas em pesquisa de satisfação realizada com o público participante. Os dados foram levantados por meio de questionário, aplicado ao final do evento, com quatro perguntas

e um espaço para sugestões. As perguntas se referem à quantidade de informação apresentada, a como o respondente se sente em relação a fazer suas próprias descrições, à adequação do aprofundamento teórico e à duração da capacitação. Nas três aplicações, os respondentes consideraram a quantidade de informações e o aprofundamento teórico adequados, assim como julgaram ideal uma duração de 90 a 120 minutos. As pesquisas de satisfação revelaram também que, após ter participado da capacitação, a maioria dos respondentes se sentia pronta para publicar suas próprias descrições de imagens em publicações nas redes sociais.

Considerações Finais

Ao se reconhecer o modelo social e o papel da sociedade enquanto reprodutora da condição de deficiência (ELLIS; KENT, 2011), conclui-se que encontrar formas de eliminar as barreiras de acesso e participação deve ser uma responsabilidade de todos. Isso inclui o Estado, com o dever de criar políticas públicas para a inclusão das pessoas com deficiência, mas também as organizações que, como agentes sociais (KAUFMAN, 2015), devem promover a acessibilidade dentro dos relacionamentos com cada um de seus públicos.

Em especial, no atual contexto da mídia como processo de influência e formação da vida em sociedade (BRAGA, 2012), as organizações precisam fomentar estratégias para a construção de relacionamentos com os seus públicos nas redes sociais (TERRA, 2015), uma vez que eles são os responsáveis pela validação das atividades organizacionais.

Assim, acredita-se que a metodologia utilizada pelo projeto Biblioteca Falada na difusão de conhecimento sobre acessibilização de conteúdos foi adequada no sentido de capacitar organizações para a aplicação dos princípios da acessibilidade para pessoas com deficiência visual e do desenho universal em suas redes sociais. As pesquisas de satisfação ratificaram a pertinência da metodologia e das técnicas e produtos empregados, uma vez que o público manifestou competência e segurança em produzir conteúdos acessíveis, após as dinâmicas promovidas pelo projeto.

Deve-se considerar que a acessibilidade e a aplicação desses princípios não se pautam apenas na descrição de imagens e no uso das Tecnologias Assistivas supracitadas. A jornada pela promoção da autonomia dessas pessoas, em especial na *web*, implica no uso de mais recursos e mudanças comportamentais e estruturais nas redes.

Nesse sentido, as organizações devem procurar iniciativas como a do Biblioteca Falada e, constantemente, serem capacitadas para a promoção da acessibilidade. Vale ressaltar que, em todas as dimensões de atuação das organizações com os seus públicos, a promoção da inclusão deve ser coerente: promovendo acessibilidade nas redes, mas também incluindo

peessoas com deficiência no quadro de funcionários e alinhando os seus valores. Por fim, ainda que a adoção desses recursos para a criação de conteúdos em redes sociais não seja suficiente para tornar toda uma organização acessível, pode-se reconhecer que esta é uma medida inicial para se enfrentar as barreiras de acesso na experiência entre cidadão e organização.

Referências

ARAÚJO, V. L. S.; ALVES, S. F. Tradução Audiovisual Acessível (TAVA): audiodescrição, janela de libras e legendagem para surdos e ensurdecidos. **Trab. linguist. apl.**, Campinas, v. 56, n. 2, p. 305-315, 2017.

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

BRAGA, J. L. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Orgs.). *Mediação e Mdiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 31-52.

BRAILLE, P. Pra Cego Ver: uma proposta de descrição de imagens para o Facebook. 2012. **Blog da Audiodescrição**. Disponível em: <<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2012/06/pra-cego-ver-uma-proposta-de-descricao.html>>. Acesso em 25 mar. 2021.

BRASIL, **Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência)**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm>. Acesso em 06 mar. 2021.

CARLETTTO, A; CAMBIAGHI, S. **Desenho universal: um conceito para todos**. São Paulo: Instituto Mara Gabrilli, 2016. Disponível em https://www.maragabrilli.com.br/wp-content/uploads/2016/01/universal_web-1.pdf. Acesso em 5 jul. 2020.

CASTELLS, M. A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Orgs.). **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**. Belém, Portugal: Imprensa Nacional, 2005, p. 17-30.

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

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

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

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

HJARVARD, S. Mdiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Revista MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010**, 2010. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/ed_2010_religiao_deficiencia.pdf. Acesso em: 21 mar. 2020.

_____. **Pesquisa nacional de saúde 2013 - ciclos de vida :Brasil e grandes regiões**. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94522.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2021.

KAUFMAN, Dora. **O despertar de Gulliver: os desafios das empresas nas redes digitais**. Tese de Doutorado (Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, Escola de Artes e Comunicação. 2015.

_____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. ed. revis. e ampliada. São Paulo: Summus, 2003.

LIMA, F. P. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, I. L.; SOARES, A. T. (Orgs.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, p. 102-127.

LEITE, F.; LACERDA, C. A construção de uma escala sobre as concepções de deficiência. **Psicologia USP**, v. 29, n. 3, p. 432-441, 2018.

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

MAGALHÃES, G. M.; MACIEL, S. Uso do facebook por pessoas com deficiência visual: validação de parâmetros de acessibilidade em publicações. In: XIV CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS “COMUNICAÇÃO, INOVAÇÃO E ORGANIZAÇÕES”, 2020, online. **Anais [...]**. São Paulo: ABRAPCORP, 2020.

MONTEIRO, L. S.; SOARES, A. T. N. O contexto das organizações: uma leitura sobre suas configurações e seus processos comunicacionais. In: LIMA, F. P.; OLIVEIRA, I. L. (Orgs.). **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2012, p. 49-66.

OLIVEIRA, I. L.; PAULA, M. A. Para além das ideias e planos: processos e estratégias de comunicação. In: IV CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 2010, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: ABRAPCORP, 2010.

PRIMO, A. Industrialização da amizade e a economia do curtir: estratégias de monetização em sites de redes sociais. In: OLIVEIRA, L.; BALDI, V. (Orgs.). **A insustentável leveza da web: retóricas, dissonâncias e práticas na sociedade em rede**. Salvador: EDUFBA, 2014, p. 109-130.

TERRA, C. F. Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da midiatização das relações públicas?. **Organicom**, v. 12, n. 22, p. 103-117, 2015.

UNITED NATIONS. **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.