

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO**

**HELOÍSA PAULUCCI CASONATO**

**COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO  
SOBRE A RECEPÇÃO DE CONTEÚDO  
AUDIODESCRITIVO**

BAURU  
2016

**HELOÍSA PAULUCCI CASONATO**

**COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO  
SOBRE A RECEPÇÃO DE CONTEÚDO  
AUDIODESCRITIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo.

BAURU  
2016

C341c	<p>Casonato, Heloísa Paulucci</p> <p>Comunicação e acessibilidade: um estudo sobre a recepção de conteúdo audiodescritivo / Heloísa Paulucci Casonato. -- 2016. 122f.</p> <p>Orientadora: Profa. M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.</p> <p>1. Acessibilidade. 2. Audiodescrição. 3. Cegueira. 4. Comunicação. 5. Recepção. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.</p>
-------	--

**HELOÍSA PAULUCCI CASONATO****COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO SOBRE A  
RECEPÇÃO DE CONTEÚDO AUDIODESCRITIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo.

Banca examinadora:

---

Profa. M.<sup>a</sup> Daniela Pereira Bochembuzo  
Universidade do Sagrado Coração

---

Profa. M.<sup>a</sup> Mayra Fernanda Ferreira  
Universidade do Sagrado Coração

---

Prof. M.e Claudio José Corradi Junior  
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 08 de dezembro de 2016.

Dedico o presente estudo aos deficientes visuais, que possuem percepções únicas sobre o universo.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Marilda Paulucci e Antônio Henrique Casonato pelo apoio durante o período acadêmico, além das palavras de carinho proferidas a mim nos momentos mais necessários. Agradeço também a Filipe Modolo pela compreensão e parceria durante a execução deste trabalho.

À Professora Mestra Daniela Pereira Bochembuzo, por aceitar orientar o presente tema, inicialmente pouco conhecido, e me guiar de forma inspiradora durante a elaboração do presente estudo.

Aos membros do Lar Escola Santa Luzia para Cegos, da cidade de Bauru (SP), pela recepção calorosa e participação voluntária neste projeto.

“Eis o meu segredo. É muito simples: só se vê bem com o coração. O essencial é invisível aos olhos.” (SAINT-EXUPÉRY, 1973, p. 74).

## RESUMO

Partindo da premissa de que os brasileiros têm direito ao livre acesso à informação, conforme determina a Constituição Federal de 1988, esta pesquisa tem como objetivo analisar qual a eficácia da recepção de um produto audiovisual com audiodescrição, recurso de acessibilidade que descreve imagens aos deficientes visuais. Para isto, foram realizados levantamentos bibliográficos e documentais sobre a legislação brasileira vigente, comunicação, rádio e audiodescrição. A metodologia incluiu, ainda, pesquisa de campo por meio dos métodos quantitativo e qualitativo, aplicados junto a um grupo de deficientes visuais do Lar Escola Santa Luzia Para Cegos de Bauru, tendo como objeto um videoclipe que faz uso de audiodescrição. Com base na pesquisa bibliográfica e nas sugestões e resultados obtidos *in loco*, o produto apresentado aos deficientes visuais foi reformulado, etapa esta que pode ser definida como uma pesquisa aplicada. A seguir, para fins de Estudo de Recepção, o mesmo grupo assistiu ao videoclipe com audiodescrição reformulada e opinou sobre o aprimoramento do produto. Os dados obtidos comprovam que a audiodescrição é mais eficaz quando o recurso é elaborado a partir das características da capacidade auditiva do receptor e demais condicionantes da mensagem em áudio, como a tecnologia disponível ao receptor. Além disso, o trabalho indica que a audiodescrição pode ser aprimorada a partir da intervenção do profissional de Comunicação.

**Palavras-chave:** Acessibilidade. Audiodescrição. Cegueira. Comunicação. Recepção.

## ABSTRACT

Based on the premise that Brazilians have the right to free access to information, as determined by the Federal Constitution of 1988, this research intends to analyze the effectiveness of the reception of an audiovisual product with audiodescription, an accessibility resource that describes images for the visually impaired. In order to do that, bibliographical and documentary surveys were made on current Brazilian legislation, communication, radio and audiodescription. The methodology also included field research using quantitative and qualitative methods applied to a group of visually impaired people from the Lar Escola Santa Luzia Para Cegos de Bauru, having as object a music video that uses audiodescription. Based on the bibliographical research and the suggestions and results obtained *in loco*, the product presented to the visually impaired was reformulated, a step that can be defined as an applied research. Next, for the purpose of Reception Study, the same group watched the music video with reformulated audiodescription and opined on the improvement of the product. The data obtained proves that the audio description is more effective when the resource is elaborated from the hearing capacity characteristics of the receiver and other conditioners of the audio message, such as the technology available to the receiver. In addition, this research indicates that audiodescription can be improved from the intervention of the communication professional.

**Key Words:** Accessibility. Audiodescription. Blindness. Communication. Reception.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - De 1 a 10, como você define a eficácia da audiodescrição?.....	57
Tabela 2 - Ficou clara a temática do produto audiodescritivo apresentado?.....	58
Tabela 3 - De 1 a 10, como você avalia a descrição da porta no início do videoclipe? Como você imagina que ela realmente é? Descreva.....	59
Tabela 4 - Como você imagina que o personagem Chiquinho é fisicamente?.....	60
Tabela 5 - De 1 a 10, qual nota você dá para a descrição da temática da música? A música tem como tema a saudade de uma pessoa. Com a audiodescrição, é possível identificar o sentimento em quais momentos?.....	61
Tabela 6 - Quais considerações você tem a fazer sobre a audiodescrição?.....	62
Tabela 7 - Quais sugestões para melhorar o recurso da audiodescrição você daria a um tradutor que atua na área?.....	63
Tabela 8 - Você considera que a audiodescrição é um recurso de acessibilidade? Por quê?.....	64
Tabela 9 - Você gostaria de ouvir a música que deu origem ao videoclipe para compreender o sentido original da canção? Por quê?.....	65
Tabela 10 - Somente ouvindo a música, a temática da letra torna-se mais clara? Por quê?.....	66
Tabela 11 - É possível perceber outros detalhes da história somente com a letra da música? Quais?.....	67
Tabela 12 - Características do produto original e reformulado.....	76
Tabela 13 - Em maio, a presente pesquisadora trouxe este mesmo videoclipe, no entanto, a locução era diferente. Você se lembra?.....	82
Tabela 14 - Você considera que a nova audiodescrição tornou este videoclipe mais compreensível?.....	83
Tabela 15 - Foi possível identificar mais detalhes das cenas do videoclipe com a nova locução?.....	84
Tabela 16 - É possível compreender a locução com a nova velocidade da narrativa?.....	85
Tabela 17 - O timbre da voz oposto ao do cantor facilita a compreensão da música?.....	86

Tabela 18 - É possível visualizar a aparência do personagem? Como ele é fisicamente?.....	87
Tabela 19 - É possível compreender o tema da música? Qual é?.....	88

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>DIREITO À INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>21</b>
<b>3</b>	<b>RÁDIO: DIFUSOR DE INFORMAÇÃO.....</b>	<b>30</b>
<b>4</b>	<b>AUDIODESCRIÇÃO COMO ACESSIBILIDADE.....</b>	<b>40</b>
<b>5</b>	<b>PERCURSO METODOLÓGICO.....</b>	<b>49</b>
<b>6</b>	<b>ESTUDO DE RECEPÇÃO.....</b>	<b>55</b>
6.1	DISCUSSÕES.....	68
6.2	CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES.....	71
<b>7</b>	<b>PESQUISA APLICADA.....</b>	<b>73</b>
7.1	ETAPA 1.....	77
7.2	ETAPA 2.....	79
7.3	ETAPA 3.....	80
7.4	ETAPA 4.....	81
7.5	CONSIDERAÇÕES SOBRE A REFORMULAÇÃO.....	89
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>91</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>94</b>
	<b>APÊNDICE A – CARTA CONVITE.....</b>	<b>99</b>
	<b>APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO....</b>	<b>100</b>
	<b>ANEXO A – LETRA DA MÚSICA “A CASA É SUA”.....</b>	<b>101</b>
	<b>APÊNDICE C – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA.....</b>	<b>103</b>
	<b>APÊNDICE D – AD DO VIDEOCLÍPE “A CASA É SUA”, DE ARNALDO ANTUNES E ORTINHO.....</b>	<b>107</b>
	<b>APÊNDICE E – AD REFORMULADA DO VIDEOCLÍPE “A CASA É SUA”, DE ARNALDO ANTUNES E ORTINHO.....</b>	<b>114</b>
	<b>APÊNDICE F – NOVO FORMULÁRIO DA ENTREVISTA.....</b>	<b>120</b>
	<b>APÊNDICE G – MÍDIA.....</b>	<b>122</b>

## INTRODUÇÃO

A comunicação não é feita somente por palavras. Olhares, gestos e até mesmo imagens comunicam. “Um olhar ou um sorriso podem dizer muito mais do que palavras. Sem falar dos silêncios, que muitas vezes afirmam o contrário das palavras e dos gestos”. (WOLTON, 2011, p. 18). Quando as informações são compreendidas por aqueles que estabelecem uma relação verbal ou não verbal, aí estamos diante da comunicação, cuja etimologia oriunda do latim significa “tornar comum”.

Entretanto, a atual crescente demanda por informação tem feito com que a comunicação não seja realizada com frequência devido a seu processo mais complexo. A partir deste contexto, a transmissão mais comum torna-se a da informação. Para Wolton (2011, p. 15), “O aumento da circulação de informações, sempre mais rapidamente e da maneira mais igualitária, não aumenta a comunicação e a compreensão”.

O problema acentua-se quando se observa que, apesar da informação estar mais presente no cotidiano dos indivíduos, muitos deles não a recebem de maneira eficaz. Seja por o receptor viver em um lugar remoto do país ou apresentar alguma deficiência que dificulta a recepção da informação transmitida.

Partindo deste pressuposto, produtos que têm o objetivo de facilitar a recepção do conteúdo transmitido estão sendo aplicados em veículos comunicacionais. A partir desse contexto, foi realizada para este Trabalho de Conclusão de Curso a escolha do tema de acessibilidade para deficientes visuais em produtos audiovisuais, algo pouco estudado – cerca de dez anos até hoje, tendo em vista o início da aplicação da audiodescrição (AD) em conteúdos televisivos no Brasil.

Audiodescrição é a narração, em língua portuguesa, integrada ao som original da obra audiovisual, contendo descrições de sons e elementos visuais e quaisquer informações adicionais que sejam relevantes para possibilitar a melhor compreensão desta por pessoas com deficiência visual e intelectual. (BRASIL, 2006).

A audiodescrição é um método recente de acessibilidade para cegos. Ela traduz e descreve imagens com riqueza de detalhes. Atualmente este tipo de acessibilidade está incluído principalmente em exposições de museus e está em

fase de inserção em peças teatrais, filmes e programas veiculados na televisão e *internet*. Para Ventura (2013), há uma boa expectativa de que a quantidade de conteúdos audiodescritivos na TV aberta seja aumentada, principalmente destinada a programas de entretenimento.

No início, a audiodescrição deveria ser oferecida duas horas por dia nas emissoras de televisão, chegando, em dez anos, a 100% da programação. Mas acabou se limitando a, inicialmente, duas horas por semana, chegando a 20 em dez anos. Como parte dessa progressão, no último 1º de julho passou a ser obrigatório, para as emissoras de TV abertas brasileiras, oferecer quatro horas semanais de programação audiodescrita. (STEFANEL, 2013, [s. n.]).

De acordo com a Portaria nº 188/2010 do Ministério das Comunicações, a partir de julho de 2015, as emissoras de televisão tiveram de aumentar duas horas de programas audiodescritivos na programação. Em um cronograma crescente, a meta para o ano de 2020 é atingir a 20 horas por semana de programação audiodescritiva. (BRASIL, 2010).

Contudo, para que a tradução audiodescritiva de um filme, por exemplo, seja realizada, o valor do produto aumenta consideravelmente. De acordo com Stefanel (2013), para Maurício Santana, diretor de uma empresa que produz conteúdo audiodescritivo no Brasil, o valor médio para inserção da audiodescrição em um filme de aproximadamente duas horas varia de três a quatro mil reais. O serviço abrange o processo de roteirização, consultoria de pessoa com deficiência, produção, trabalho do audiodescritor-ator, revisão e finalização.

O presente estudo tem por objetivo demonstrar se existem diversas maneiras de recepção da informação por deficientes visuais sobre um único produto audiodescritivo, além de analisar a eficácia do recurso. No trabalho foram realizadas pesquisas bibliográficas, documental e de campo, além da aplicação e análise de formulário ao grupo focal para posterior obtenção do resultado da pesquisa.

Por ser considerado um método de inclusão social por meio da informação, a audiodescrição facilita a percepção da imaginação do indivíduo, a partir da tradução de imagens transmitidas com mais riqueza de detalhes em sua descrição. Para Ferraretto (2014, p. 35), “A ausência de contato visual leva a uma série de alternativas sonoras para a codificação da mensagem. Resulta daí que a base para a recepção seja a audição”. No rádio, por ser um meio cego, segundo McLeish

(2001, p. 15), a imaginação do ouvinte pode ser estimulada ao ouvir a voz do locutor. A partir daí, imagens são criadas na mente deste receptor da mensagem.

Na audiodescrição, o detalhamento é dado ao descrever uma cena. A descrição não necessariamente precisa ser feita por meio da voz dentro de uma narrativa, mas pode haver a aplicação de outros elementos da linguagem radiofônica. Ainda de acordo com Ferraretto (2010, p. 31), a linguagem radiofônica engloba a voz humana, música, efeitos sonoros e silêncio. Assim, o receptor terá melhor compreensão sobre a mensagem transmitida.

Podem ser utilizados, conforme o contexto, de diversos modos e em diferentes níveis pelo ouvinte, direcionando-se ao seu intelecto, no que se expressa algo mais concreto, e à sua sensibilidade, naquilo que pende para o mais abstrato. (BALSEBRE, 1994 *apud* FERRARETTO, 2014, p. 32).

Por meio dos apontamentos dos autores, as vivências do receptor influenciam na maneira de recepção de uma única mensagem a partir da subjetividade. Guedes (1998, p. 111) retrata que, por meio da interpretação particular do discurso, é possível conhecer o sujeito analisado.

Portanto, para incitar o imaginário, as emoções e as sensações individuais do ouvinte que é convidado a remontar em seu palco interior as cenas, tornando-se coautor da obra; a peça radiofônica ou a arte acústica recorre à audição através da qual é possível acionarem em profundidade diferentes camadas do consciente e subconsciente. (MEDITSCH, 2005, p.195).

A comunicação em áudio, então, tem o objetivo de alimentar a imaginação do indivíduo, além de informar. Por meio das referências apresentadas, fica perceptível o vínculo entre a dignidade da pessoa humana e os direitos fundamentais relacionados ao direito de informação. “O direito constitucional, o termo, quando esculpido dentro do contexto dos princípios fundamentais, diz respeito ao início de todo sistema jurídico, pois se trata de toda a base em que se sustenta e desenvolve”. (AWAD, 2006).

Já a dignidade da pessoa humana é tratada no inciso III, artigo 1º da Constituição Federal de 1988. Nele é reconhecido que todo ser humano deve ser respeitado como pessoa, sem ter sua existência prejudicada.

A dignidade é um valor espiritual e moral inerente à pessoa, que se manifesta singularmente na autodeterminação consciente e responsável da própria vida e que traz consigo a pretensão ao respeito por parte das demais pessoas, constituindo-se em um mínimo invulnerável que todo estatuto jurídico deve assegurar, de modo que, somente excepcionalmente, possam ser feitas limitações ao exercício dos direitos fundamentais, mas sempre sem menosprezar a necessária estima que merecem todas as pessoas enquanto seres humanos. (MORAES, 2002 *apud* AWAD, 2006).

No entendimento dos autores, a lei que defende a dignidade da pessoa humana valoriza e carrega o objetivo de respeitar o ser humano. Contudo, um dos direitos tratado na Constituição Federal acaba não sendo perfeitamente seguido: é o da informação. “O processo de interpretação e codificação da realidade, através do qual um indivíduo consegue transmitir uma mensagem aos possíveis receptores, com todas as características exigidas pelo meio.” (GARCIA, 1992 *apud* CANAVILHAS, 2001).

De acordo com a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, “É dever de o Estado garantir o direito de acesso à informação, que será franqueada, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão”. (BRASIL, 2011).

Contudo, pessoas que possuem restrições físicas, como cegos e surdos, não compreendem uma informação emitida da mesma maneira e com a mesma facilidade que pessoas que não possuem nenhuma deficiência.

Pode-se inferir que a maioria das informações oferecidas a esse grupo de deficientes visuais é proveniente dos meios de comunicação de massa. Neste enfoque informacional, que oferece um universo empobrecido de escolhas, as habilidades nos processos de busca ou pesquisa de informações são limitadas. Quando o usuário não possui os meios e habilidades mínimas de escolha na fonte de informações, ele se torna um agente passivo, tendo que assimilar informações sujeitas à programação das mídias. (PASSOS; VIEIRA, 2008, p. 276).

A acessibilidade na informação para deficientes físicos tem se tornado cada vez mais presente, tanto que, no ano de 2000, foi sancionada a Lei da Acessibilidade no Brasil. De acordo com o dicionário Aulete Digital, acessibilidade é o “caráter ou condição daquilo ou daquele que é acessível” (ACESSIBILIDADE, [2016?]). Assim sendo, é uma facilidade às pessoas que possuem alguma restrição. O documento estabelece normas e critérios para acessibilidade a deficientes, sejam

eles em meios físicos, de transporte ou comunicação. No trecho de acessibilidade na informação, é destacado:

Barreiras na comunicação e na informação: qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens e de informações por intermédio de sistemas de comunicação e de tecnologia da informação. (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2000).

Portanto, o direito à informação é garantido por lei e pessoas com deficiência possuem o direito de receber informações de maneira eficaz e inteligível.

A acessibilidade deve permitir a adoção de inovações tecnológicas e modificações necessárias ao longo do tempo: essa adequação exige uma previsão no projeto inicial, de forma a possibilitar a execução de modificações sem custo excessivo. (BARBOSA, 2003).

Contudo, produtos e serviços destinados a este público restrito acabam extrapolando o valor dos tradicionais devido à sua exclusividade, razão pelo quê algumas organizações da área da comunicação optam em não executar este tipo de trabalho, como jornais diários e programas jornalísticos televisivos.

Para esta pesquisadora, isto ficou patente após pesquisa bibliográfica exploratória realizada por meio da pesquisa em livros, periódicos e artigos, realizada em setembro de 2015, durante a elaboração do pré-projeto destinado à matéria de Projeto de Pesquisa, presente na grade curricular do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração – USC, de Bauru (SP), e que antecipou este Trabalho de Conclusão de Curso. Durante essa pesquisa, foi notada a escassez de estudos e produtos relacionados à acessibilidade de deficientes em veículos tecnológicos, como a *web* e televisão. Utilizando a cidade de Bauru como exemplo, onde há emissoras de televisão abertas, verificou-se que, dentre os programas locais veiculados, nenhum continha conteúdo de acessibilidade. No caso, a audiodescrição. Já os portais de notícia locais também não abrangiam o recurso de acessibilidade para facilitar a navegação do usuário na *web*.

Somado a isso, os poucos estudos relacionados à acessibilidade na informação provocam um atraso na produção de materiais audiodescritivos e poucos projetos na área, o que é temerário tendo em vista o grande número de deficientes no Brasil.

De acordo com a pesquisa do Censo demográfico de 2010, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 45.606.048 milhões de pessoas declararam ter pelo menos uma das deficiências investigadas, correspondendo a 23,9% da população brasileira. Dessas, 38.473.702 se encontravam em áreas urbanas e 7.132.347, em áreas rurais. Já o número de cegos no Brasil é o maior em relação às outras deficiências pesquisadas; e as mulheres acima dos 65 anos ocupam a margem de 51,7% do número total de deficientes visuais.

Por todos os argumentos apresentados anteriormente, evidencia-se que a audiodescrição é considerada um método de comunicação que pode auxiliar na recepção de conteúdo auditivo por deficientes visuais. Contudo, qual a eficácia deste produto? Os indivíduos interpretam a mesma informação de uma única maneira? A respeito desses problemas norteadores, avalia-se como uma das hipóteses que a eficácia do produto existe, porém, cada indivíduo pode receber e entender uma única informação de maneiras diferentes e individuais. Outra hipótese é que a recepção diferenciada da informação se dá devido à subjetividade do sujeito. A terceira e última suposição é que a audiodescrição não é totalmente eficaz por conta da diferença que pode ser gerada na relação entre a realidade transmitida no produto e o entendimento que o receptor tem sobre o mesmo produto. A justificativa para estas hipóteses se baseia no estudo de Thompson (1973), em “Anatomia da Comunicação”. O pesquisador argumenta que as memórias dos indivíduos influenciam na maneira de compreensão de um determinado conteúdo.

Nesse sentido, pesquisas sobre a audiodescrição teriam o objetivo de trazer maior relevância ao assunto estudado, mas estas também são recentes e escassas.

Observa-se que a audiodescrição é um tema não muito explorado nas pesquisas acadêmicas e, por se tratar de assunto emergente no contexto nacional, requer estudos e pesquisas para consolidar a sua aplicabilidade, de modo geral, na mídia e, em especial, na televisão digital, daí a importância e relevância da oferta de parâmetros e subsídios em relação a essa temática. (ISHIKAWA, 2014, p. 15).

O presente estudo traz, portanto, análise da eficácia na recepção de informação, após a aplicação de um único produto audiodescritivo a um grupo focal de deficientes visuais.

A execução deste trabalho exploratório de finalidade social foi realizada por meio de percurso metodológico composto por pesquisas bibliográficas e documentais e pesquisa de campo.

Severino (1979, p.81) entende que a pesquisa bibliográfica pode “[...] desencadear uma série de procedimentos para a localização dos documentos que possam interessar ao tema discutido”. Estes documentos podem ser livros, periódicos, jornais, artigos, entre outros.

Inicialmente, para criar um encaminhamento cronológico no projeto, foi utilizado o Vade Mecum (2011), livro de obra conjunta, que dispõe da legislação brasileira presente na Constituição Federal de 1988, além da obra de Araújo e Nunes Júnior (2010), que explica os direitos em comunicação. O estudo também apresenta como referência trechos de portarias e leis que discutem o direito de informação e acessibilidade, indicando serem necessários estudos na área do direito uma vez que o presente trabalho é integrado pelo tema do direito à informação.

Ainda sobre a investigação bibliográfica, o presente trabalho aborda autores da área da Comunicação: Wolton (2006) em “É Preciso Salvar a Comunicação” e “Informar não é Comunicar”; Ferraretto (2014) em “Rádio: teoria e prática”; Meditsh (2005) na obra “Teorias do rádio: textos e contextos”; McLeish (2001) em “Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica” e Guedes (1998) em sua publicação na obra conjunta “Produção e Recepção de Conteúdos Midiáticos”. Estes autores possuem publicações que auxiliam os estudos sobre recepção e produção radiofônica.

Para o embasamento teórico sobre a audiodescrição, foi utilizado o artigo de Ventura (2013), publicado no jornal “Folha de São Paulo”, que explica sobre a audiodescrição no Brasil, além do estudo de Ishikawa (2014), que aborda a audiodescrição da televisão digital. Também se recorreu a obras de Pozzobon (2011) e Motta; Romeu Filho (2010). A metodologia científica deste trabalho foi embasada em Severino (1979), Ricoeur (1983), Leite (2008), Mello (2010) e Marconi e Lakatos em obra conjunta (2010).

Já a etapa de pesquisa de campo foi composta por pesquisas qualitativa e quantitativa, amparadas pela teoria hermenêutica, que permite entender a linguagem e interpretação de cada indivíduo por meio da compreensão dos sentidos e signos das palavras utilizadas nos resultados obtidos do formulário. A hermenêutica é

aplicada por meio da compreensão das palavras e à correta interpretação que se restringe às experiências do indivíduo.

De origem etimológica grega, *hermeneuein*, é percebida modernamente como a teoria ou a filosofia da interpretação, viabilizando a percepção do texto além de suas palavras, de sua simples aparência. Sua origem grega expressa à compreensão do fato não perceptível. (GRUNWALD, 2010 *apud* MELLO, 2010).

A subjetividade de cada membro do grupo focal analisado é estudada por meio das palavras escolhidas para compor as respostas dos formulários. Os léxicos carregam crenças que foram criadas de acordo com vivências dos indivíduos. De acordo com Krüger (2004) *apud* Leite (2008), as crenças são "conteúdos mentais de natureza simbólica, cuja influência na cognição é manifestada na percepção e na interpretação que o percebido faz de sua experiência social".

Tal aplicação e análise permite que etapa do percurso metodológico seja entendida como de método quali-quantitativo. A compreensão detalhada e aprofundada dos significados e características do entrevistado são aspectos da pesquisa qualitativa. Já a quantitativa é proposta pela preocupação com a quantidade e estatística.

Os estudos da pesquisa de campo foram desenvolvidos a partir de corpus formado por deficientes visuais acima de 18 anos, que possuem cegueira adquirida. Tal decisão amparou-se no entendimento que, de acordo com Ishikawa (2014, p. 33), a compreensão do mundo exterior e da realidade social é realizada principalmente pela visão e, o tipo de deficiência visual, podendo ser congênita ou adquirida, varia de acordo com a causa da cegueira. Desta forma, a seleção de 13 membros foi feita pela pesquisadora com base naqueles que apresentam condições para compreender o produto aplicado e responder as perguntas do formulário de maneira eficaz.

Os membros do grupo a ser analisado fazem parte do Lar Escola Santa Luzia para Cegos, da cidade de Bauru (SP), uma instituição filantrópica mantida por sócios e convênios com organizações da cidade. Para realizar a pesquisa de campo foram necessários alguns cuidados. Foi redigida uma carta-convite que explica qual o objetivo do estudo e solicitado o desenvolvimento da atividade com alunos da instituição. Também foi preenchido e assinado o "Termo de Consentimento Livre e

Esclarecido”, cujo documento notifica a ciência do entrevistado sobre o sigilo das informações obtidas na pesquisa.

Para o projeto, foram analisados documentos, além da aplicação do videoclipe audiodescritivo oficial da música de Arnaldo Antunes e Ortinho, denominada “A Casa é Sua”. A escolha desse objeto se deu por meio da fluidez na história contada e descrição detalhada, clara e objetiva realizada na audiodescrição. O videoclipe ganhou o prêmio de Melhor *Stop Motion* Brasileiro no III Festival Internacional Brasil *Stop Motion*. A arte está disponível na plataforma *YouTube* na *internet* e é dirigida por Carlon Hardt e Lucas Fernandes, que participaram do projeto “3 Clipes - 1 Curta”, por intermédio do Ministério da Cultura. Os videoclipes do projeto envolvem diferentes técnicas de animação – *stop motion*, rotoscopia e 2D que, juntos, formam um curta-metragem. A trama do videoclipe selecionado é contada por meio da história da relação de do sentimento de saudade e amor.

Sobre o conteúdo do produto e a importância da audiodescrição, um formulário com perguntas foi aplicado de forma oral e individual a cada membro do grupo focal, em seguida, as respostas registradas foram analisadas para obtenção do resultado do estudo. O formulário foi constituído por 16 perguntas e outras três opcionais, cujo critério de análise foi mensurado a partir de níveis: baixo, regular, bom e muito bom.

O nível de compreensão do produto apresentado individualmente ao voluntário foi arbitrado por meio de notas e também por respostas dos participantes da pesquisa sobre cada questão relacionada à audiodescrição. Os resultados de cada formulário possibilitaram a percepção de grandes diferenças de acordo com as crenças trazidas por vivências culturais, sociais, econômicas, políticas e religiosas de cada membro do grupo focal, devido à subjetividade.

O projeto ora apresentado teve por objetivo demonstrar se existem diversas maneiras de recepção sobre o videoclipe audiodescritivo aplicado ao grupo focal e qual a eficácia da recepção da informação sobre um mesmo produto.

Neste estudo foi possível perceber qual a importância da audiodescrição, a fim de que o método seja melhor compreendido e estudado mais profundamente, além de fomentar reflexões sobre a necessidade de mais investimento a este tipo de acessibilidade.

Os resultados obtidos foram abordados em diferentes capítulos. O primeiro é relacionado à comunicação e o direito da informação. Nele, encontram-se conceitos,

legislação e código de ética que compõem os direitos e deveres dos brasileiros em relação à informação e comunicação. A acessibilidade é abordada no segundo capítulo do estudo, a partir de conceitos, legislação e aplicabilidade da acessibilidade na comunicação. No terceiro capítulo são explicados conceitos do rádio, além da recepção e estímulos causados pelo meio. Já no quarto capítulo aborda-se o histórico e estudos de aplicabilidade da audiodescrição em deficientes visuais. Nos capítulos seguintes, é apresentada a metodologia utilizada e possíveis resultados obtidos por meio das respostas anotadas no formulário aplicado ao grupo focal. A cronologia dos capítulos foi estabelecida para facilitar a compreensão dos assuntos abordados, iniciando-se do mais abrangente até chegar ao assunto mais específico.

## CAPÍTULO 2 – DIREITO DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

A comunicação existe desde os primórdios do período hominídeo, há aproximadamente 70 milhões de anos. Entretanto, é difícil saber como era realizada. A condição cultural humana para aquele período de tempo era diferente da moderna e a capacidade de comunicação trouxe o desenvolvimento de lendas e mitos à atualidade. De acordo com DeFleur e Ball-Rokeach (1993), as etapas do desenvolvimento da comunicação humana foram associadas ao estado da existência e compreensão dos sinais, símbolos, fala, gesto, olhar, e até mesmo vestimenta e a informação veiculada pelos veículos de massa atuais. A primeira das eras foi a dos Símbolos e Sinais, em que a comunicação se dava como a de outros mamíferos, por meio de gestos e sons, a fim de informar um sinal de alerta. Durante o passar dos milhões de anos, os símbolos tornaram-se mais elaborados. Ainda segundo os autores supramencionados, em seguida, os *homo-sapiens*, uma das evoluções do hominídeo, ingressaram na Idade da Fala e da Linguagem, datada há aproximadamente 55 mil anos e baseada na linguagem.

As implicações de viver em uma sociedade onde o processo fundamental de comunicação é a fala não constituem mistério para nós. Ainda hoje existem sociedades não alfabetizadas e que permanecem na tradição oral. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 23).

A partir deste contexto, a velocidade da comunicação aumentou. Em aproximadamente cinco mil anos, adentramos a Era da Escrita, com os sumérios e egípcios. Estas duas eras foram fundamentais para a organização das informações, o que favoreceu a elaboração de mensagens mais complexas e o registro portátil das experiências, por meio de suportes como o papel, a pedra e a argila.

Em 1455, a sociedade ingressou na Idade da Imprensa, quando o primeiro livro foi produzido por uma prensa. “De lá partiu para outras partes do mundo e revolucionou a maneira pela qual desenvolvemos e preservamos nossa cultura”. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 24). A prensa, então, associada a tecnologias de comunicação à distância, fez a cultura evoluir para a Era de Comunicação de Massa, no início do século XIX, caracterizada pela abundância de jornais revistas e pelo uso inicial de telégrafo e telefone, seguidas das invenções do rádio, do cinema e da televisão. A partir de meados do século XXI, a sociedade

deparou-se com a Era dos Computadores, o que favoreceu o maior acesso à informação por conta da transmissão ágil e eficaz ao receptor do conteúdo.

As características das eras reforçam a ideia de que a informação, no entanto, não significa efetivação do processo de comunicação. Para isso, é preciso compreender o que é sinalização.

O tempo todo estamos emitindo sinais. [...] Em todos os formatos está sempre emitindo sinais, difundindo, irradiando, mandando ruídos e imagens. É o que se chama de emissão, processo autônomo e independente, relacionado também com as intenções de intervenção, de manipulação, de sedução, de controle, de administração, de operação sobre o outro. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 63).

Para Marcondes Filho (2009), “uma sinalização pode se tornar uma informação”, quando há intencionalidade na emissão desses sinais. E, se o receptor da informação vai até o transmissor da mensagem, pergunta o que está acontecendo e obtém resposta, há a comunicação. Em uma visão mecanicista: “A comunicação, quando ocorre entre pessoas, animais e mesmo coisas, compreende a transmissão de uma informação de “fontes” para “receptores” e de “receptores” para “fontes”.” (THOMPSON, 1973, p. 11).

Sob essa perspectiva, entende-se que comunicar é tornar uma informação comum a todos os indivíduos. Também é dividir conhecimento e trocar experiências. É compartilhar. E este significado pode ser melhor compreendido quando utilizado o exemplo das redes digitais. Com um simples clique, uma fotografia, um trecho de música ou o *link* de uma notícia veiculada em uma plataforma digital é transmitida para o *feed* de outras pessoas. Logo, elas têm acesso às mesmas informações, que, quando tornadas comuns e levarem ao novo resultam em comunicação.

A comunicação é sempre a busca da relação e do compartilhamento com o outro. Atravessa todas as atividades: lazer, trabalho, educação, política; concerne a todos os meios sociais, a todas as classes sociais, a todas as idades e a todos os continentes, tanto aos ricos quanto aos pobres. É ao mesmo tempo símbolo de liberdade, de democracia, de abertura, de emancipação e de consumo, enfim, de modernidade. (WOLTON, 2006, p. 13).

Isto significa que, para que haja comunicação, o outro é necessário, mas não somente para ouvir. A comunicação existe quando há o compartilhamento de ideias e informações. Ainda segundo Wolton (2006), para garantir que exista comunicação,

não basta nos expressarmos. Comunicar é saber se o receptor da informação está interessado no assunto em questão para que haja diálogo.

Cada um tenta se comunicar para compartilhar, trocar. É uma necessidade humana fundamental e incontornável. Viver é se comunicar e realizar trocas com os outros do modo mais frequente e autêntico possível. Depois vem a sedução, que é inerente a todas as relações humanas e sociais. Enfim, a convicção, ligada a todas as lógicas e argumentação utilizadas para explicar e responder a objeções. (WOLTON, 2011, p. 17).

Para a comunicação existir, também é necessária a presença de um transmissor e um receptor de informação, além de um meio e uma mensagem. Entretanto, para Thompson (1973, p. 16), os significados da informação não estão nas mensagens. “Como a fonte é o nascedouro da mensagem, o receptor é, naturalmente, a fonte dos significados”, exemplifica. Ainda segundo o autor, a compreensão do conteúdo da mensagem se dá de acordo com memórias de acontecimentos já vividos.

Não só um receptor interpreta uma mensagem com base em seus arquivos próprios de conhecimento, mas atribui também significação a fatos, de modo que tendam a perpetuar a estrutura existente de sua organização informativa. (THOMPSON, 1973, p. 16).

Apesar da subjetividade, a melhor compreensão do indivíduo durante a recepção do conteúdo pode ser despertada por meio daquilo que ele se interessa e acredita. “Ir ao encontro, pelo menos parcialmente, das expectativas do receptor é, como se viu, uma forma de assegurar o envolvimento do receptor no processo de comunicação.” (SOUSA, 2006, p. 31).

Por todos os argumentos apresentados, uma mesma mensagem pode ter diferentes significados para variados indivíduos. Deste modo, para que haja compreensão total da mensagem transmitida, a comunicação deve tornar-se um ciclo devido ao *feedback* do receptor. Podemos utilizar como exemplo uma chamada ao telefone: quando uma pessoa atende e diz “alô”, a outra, do outro lado da linha, vai retrucar com alguma mensagem. Em seguida, este bate-papo se tornará um ciclo. Isto é comunicação. Entretanto, se uma mensagem de voz é deixada na caixa postal do número do telefone, o conteúdo torna-se uma informação ao receptor. Agora, se o destinatário da informação possui alguma restrição, pode-se afirmar que

a informação contida neste conteúdo nem sempre será recebida de forma eficaz e, por isso, pode não haver o *feedback* esperado.

Alguns desses limites se dão por meio de barreiras tecnológicas devido ao indivíduo estar em uma área remota, cuja tecnologia não alcança o meio transmissor da informação. Barreiras físicas também dificultam a recepção da informação devido a alguma restrição que o receptor tenha, como a cegueira ou a surdez.

A questão torna-se um problema social, político e afeta os meios de comunicação quando levado em conta o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos:

Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras. (DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS, [s. n.]).

No trecho acima, fica claro que todos os indivíduos do planeta têm o direito de receber e transmitir informações, independentemente das fronteiras existentes, sejam elas físicas ou tecnológicas. Ao ser aplicado ao contexto brasileiro, o assunto torna-se mais restrito, quando se leva em conta o artigo 5º da Constituição Federal de 1988, que prevê o livre acesso à informação. “É dever de o Estado garantir o direito de acesso à informação, que será franqueada, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão.” (BRASIL, 1988).

Isto significa que, apesar do direito à informação ser universal a todo brasileiro, muitos dos indivíduos permanecem restritos à informação devido a transmissões parcialmente eficazes de conteúdo. De acordo com pesquisa do Censo Demográfico realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, em 2010 indicou-se que o percentual da população feminina do Brasil era de 26,5% das deficiências investigadas observadas em pessoas do sexo feminino, representando 25.800.681 de mulheres, e a masculina ocupava a porcentagem de 21,2% ou 19.805.367 homens. Foi constatado também que o gênero feminino ocupa o maior índice geral de deficiências pesquisadas, que foram as capacidades auditiva, motora e visual do indivíduo, dentre as quais o maior número de indivíduos possui cegueira.

Baseando-se nesse contexto, Pereira (1993) afirma que a importância dada à comunicação é falsa.

Estão ali inscritos princípios e normas que, ou foram e continuam sendo ignorados pelos detentores do poder público e de comunicação, ou não são aplicados por falta de regulamentação em legislação complementar. (PEREIRA, 1993, p. 123).

No caso dos direitos à recepção da informação, é claramente expresso nos trechos dos documentos anteriormente mencionados que esta garantia existe, contudo, não é totalmente eficiente, pois, no caso do Brasil, há indivíduos que não compreendem totalmente a mensagem transmitida ou, em outras ocasiões, há casos de mensagens transmitidas em veículos de comunicação que não favorecem a acessibilidade ao longo da programação exibida. Logo, em algumas circunstâncias, é possível que o sujeito não receba totalmente um direito que lhe é garantido por lei.

[...] "o direito à igualdade" —, generaliza uma aspiração bem mais ampla que alcança também as desigualdades de fato, na medida em que desvaloriza a existência de condições empíricas discriminantes e exige equalização de possibilidades. Como tal, o valor igualdade, tomado não apenas como condição para o exercício das liberdades fundamentais — igualdade perante a lei — mas como conteúdo autônomo de um dos direitos básicos [...]. (FERRAZ JUNIOR, 2016).

Ferir a igualdade é atingir, de acordo com o inciso II do artigo 1º da Constituição Federal de 1988, um outro direito fundamental, o da cidadania.

De acordo com a Carta Magna de 1988, cidadão é aquele indivíduo a quem a mesma confere direitos e garantias – individuais, políticos, sociais, econômicos e culturais –, e lhe dá o poder de seu efetivo exercício, além de meios processuais eficientes contra a violação de seu gozo ou fruição por parte do Poder Público. (MAZZUOLI, 2001 *apud* TEZOTO; OLIVEIRA, 2012).

Para usufruir o direito de cidadão, a Carta Magna exige a igualdade a todos os indivíduos, inclusive àqueles que tiveram este direito rompido em algum momento do passado, seja devido à falta de escolaridade ou após acidente que o fez perder parte ou totalidade de um sentido do corpo.

Vinculada à cidadania está a dignidade da pessoa humana, disposto no inciso III também do artigo 1º da Constituição Federal de 1988, que versa sobre “assegurar

o exercício dos direitos sociais e individuais”. Estes fundamentos podem ser definidos como o lazer, a saúde e a educação como parte da dignidade da pessoa humana.

[...] no âmbito da ponderação de bens ou valores, o princípio da dignidade da pessoa humana justifica, ou até mesmo exige, a restrição de outros bens constitucionalmente protegidos, ainda que representados em normas que contenham direitos fundamentais, de modo a servir como verdadeiro e seguro critério para solução de conflitos. (KUMAGAI; MARTA, 2010).

Dentro do exercício presente na Constituição Federal, a dignidade da pessoa humana é o enfoque, pois é mencionada estrategicamente no primeiro artigo do documento, antes mesmo das demais previsões constitucionais. O brasileiro é visto como componente principal quando se trata da Carta Magna. Entende-se, portanto, que assegurar a dignidade da pessoa humana é o princípio da Constituição Federal e esta relação é possível porque a dignidade é aceita como algo que se originou vinculada ao ser humano.

A dignidade da pessoa humana não é uma criação constitucional, pois ela é um desses conceitos a priori, um dado preexistente a toda experiência especulativa, tal como a própria pessoa humana. A Constituição, reconhecendo a sua existência e a sua eminência, transformou-a num valor supremo da ordem jurídica, quando a declara como um dos fundamentos da República Federativa do Brasil constituída em Estado Democrático de Direito. (SILVA, 1998, p. 91).

O conceito da dignidade ramifica-se em valores como justiça, liberdade, vida e verdade, os quais a sociedade não pode corromper. Tendo como enfoque a liberdade, cujo significado é basicamente o poder de escolha, a Constituição apresenta o direito de liberdade de expressão do indivíduo, presente no artigo 5º, inciso IX: “É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”. (VADE MECUM, 2011, p. 10).

Por esse direito, entende-se que o sujeito pode expressar-se livremente, não importando o meio que utiliza para transmitir uma mensagem, acrescido o direito de receber e entender de maneira eficaz o conteúdo transmitido, para que o retorno seja dado de maneira efetiva.

Nesse sentido, percebe-se que as legislações estão vinculadas. Uma pode se ligar à outra na questão dos direitos da pessoa humana e informação. Um indivíduo que não consegue receber um conteúdo informativo por um meio de comunicação não exerce seu direito.

Não há democracia sem que todos os cidadãos, indistintamente, tenham plena e ampla liberdade de expressão e de imprensa, traduzidas no binômio do direito de informar e ser informado - direitos esses inalienáveis de todos os cidadãos. Isto porque a liberdade de imprensa é um bem da sociedade, antes mesmo de ser um direito de profissionais e de empresas ligadas a essa atividade [...]. (DELGADO, 2006, p. 8).

O indivíduo bem instruído e informado atuará, portanto, melhor para a sua comunidade e contribuirá para uma sociedade mais equilibrada, cujo progresso de evolução do meio se dará mais rapidamente. “Só com a livre circulação de ideias e de informações uma nação pode evoluir e construir uma sociedade realmente justa e equilibrada.” (DELGADO, 2006, p. 8).

A informação é uma das ferramentas principais para que haja a transmissão de uma mensagem e seu conteúdo possa instruir o receptor. Entretanto, para que o processo comunicativo seja realizado, são necessários outros componentes. “São quatro, portanto, os elementos fundamentais do processo comunicativo: alguém (transmissor) que tenha algo (mensagem) a transmitir a alguém (receptor) que capta a mensagem através de um veículo (meio)”. (SAVIANI, 2007, p. 132). A informação, quando compreendida, favorece a apreensão de conhecimento pelo sujeito. O processo de apuração de um fato é essencial para que o receptor do conteúdo possua mais chances de entender o sentido e detalhes da mensagem que o transmissor divulgou. A demanda da agilidade por novas informações torna o conteúdo menos apurado e, com isso, menos detalhado devido à produção de conteúdo em larga escala e o baixo custo relacionado ao menor tempo ou espaço destinado à informação, quando poderia ser voltado à publicidade e geração de lucro às organizações jornalísticas.

A crescente produção de informação precisa ser reunida e armazenada de forma eficiente, obedecendo a critérios de produtividade na estocagem, ou seja, o maior número de estruturas informacionais deve ser colocado em menor espaço possível dentro de limites da eficácia e custo. [...] Esta condensação representa uma

diminuição semiótica do conteúdo e da competência das estruturas de informação em gerar conhecimento. (BARRETO, 1994, p. 1).

Logo, quem gera a transmissão do conhecimento condiciona os receptores da informação àquilo que será absorvido pelos indivíduos, para que o conteúdo interfira na vida social do sujeito. Como cada receptor da informação possui diferentes realidades, as organizações jornalísticas produtoras destes conteúdos necessitam aderir a estratégias para que sua mercadoria seja adotada pelo público, visto que estas empresas buscam pela produção de grande quantidade de informação.

Na acumulação da informação estocada, os produtores de informação são pressionados a aumentar, continuamente, o quantum de informação armazenada, para atender a requisitos de novidade, qualidade e abrangência desta informação. O resultado desta política de formação de estoques representa um crescimento contínuo e cumulativo, de grande quantidade de informação produzida. (BARRETO, 1994, [s. n.]).

Mas não basta apenas transmitir o conteúdo. Para que a informação seja repassada, deve-se saber qual é o público receptor e reconhecer que os indivíduos apresentam diferentes condições para compreensão da mensagem transmitida. Ainda segundo Barreto (1994, [s. n.]), o indivíduo deve apresentar condições para entender o conteúdo recebido e transformá-lo em conhecimento para, em seguida, auxiliar o meio em que vive.

Anteriormente, entendia-se que quanto maior o número de informações transmitidas, mais comunicação existiria. Mas não era sabido que a informação traz apenas um fato e que, por muitas vezes, o receptor da mensagem busca a abrangência e aprofundamento do conteúdo.

Tudo se complicou com a generalização da informação, a diversidade dos receptores com senso crítico e a globalização. De qualquer maneira, tinha-se até agora uma visão simples da informação, reduzida a uma mensagem frequentemente unívoca e a um receptor pouco complexo. Propunha-se uma continuidade entre esses dois elementos e alimentava-se a ideia de que quanto maior fosse a abundância de informações rápidas, maior seria a comunicação. Era o modelo universal da comunicação. Não funciona mais assim. (WOLTON, 2011, p. 21).

Com a evolução e desenvolvimento dos estudos teóricos sobre a comunicação, entende-se hoje que a mensagem veiculada necessita ser

aprofundada para que a compreensão do receptor do conteúdo seja efetivamente eficaz e que as dúvidas que surjam sejam sanadas ao decorrer da transmissão da informação. Somado a isso, os veículos comunicacionais precisam se adaptar para que a mensagem chegue com eficácia até o sujeito. No caso dos deficientes visuais, com maior aprofundamento e detalhamento do conteúdo, entende-se que a demanda dos direitos impostos nas leis sobre igualdade, dignidade da pessoa humana, cidadania e liberdade de expressão será atendida.

### **CAPÍTULO 3 – RÁDIO: DIFUSOR DE INFORMAÇÃO**

Para que o ser humano viva em harmonia com o meio, é necessário que os direitos relacionados à dignidade da pessoa humana, igualdade, cidadania e a liberdade de expressão sejam valorizados e acessíveis aos brasileiros. Sob a perspectiva da comunicação de massa, pode-se dizer que o meio que melhor oferece todos estes direitos é o rádio, pois dissemina a informação de maneira coloquial ao público, além de agregar agilidade e eficácia na transmissão, seja de informação, entretenimento ou outro conhecimento.

Mas nem sempre foi assim. Nos anos 20 no Brasil, os equipamentos para transmissão da mensagem no rádio eram acessíveis apenas à população de maior poder aquisitivo. O veículo era considerado um meio para a elite se informar.

Nessa época, as emissoras eram estruturadas em forma de rádio-sociedade. Por meio desse modelo, os associados eram obrigados a patrocinar o veículo com determinadas quantias em dinheiro. Entretanto, nem sempre a verba era paga. Devido à restrição de ouvintes por conta do alto valor monetário de aparelhos receptores e ausência de patrocínio, as emissoras de rádio tinham dificuldade em manter a programação no ar.

As rádios também enfrentavam transtornos relacionados à ausência de veiculação de publicidade no rádio. “É verdade que tal fato não impedia que as emissoras, mesmo não produzindo intervalos comerciais, tivessem seus programas patrocinados por anunciantes específicos.” (CALABRE, 2002, p. 14), no entanto, dificultava a manutenção de equipamentos e mão de obra pela emissora.

A autorização para veiculação da publicidade no rádio ocorreu em 1930, no governo Getúlio Vargas, período em que também se determinou por meio de legislação federal o viés duplo do meio, com subordinação ao Estado e concessão a terceiros. Nesse sentido, o rádio brasileiro é:

[...] um veículo de comunicação privado, portanto subordinado às regras do mercado econômico, mas, ao mesmo tempo, controlado pelo Estado, que é responsável pela liberação da concessão para o funcionamento das emissoras [...] quanto pela cassação das mesmas, caso haja desrespeito às leis do código de comunicação em vigência. (CALABRE, 2002, p. 12).

A entrada das agências norte-americanas na década de 1940 auxiliou o fortalecimento do rádio devido à divulgação da publicidade, gerando receita às emissoras. Segundo Lia Calabre (2002, p. 15), os principais anunciantes do rádio na época foram empresas multinacionais. Essa estrutura financeira auxiliou o rádio a se desenvolver, ampliando a sua programação. Na época, os programas que se destacavam eram radionovelas, programas de auditório, humorísticos, de variedade, além de contar com a presença de cantores nos estúdios.

De acordo com Calabre (2002, p. 32), no final da década de 40 e início da década de 50, as emissoras radiofônicas se realçavam por meio das radionovelas. Já os programas de notícias, inicialmente tinham as informações retiradas de veículos impressos. No final da década houve a expansão na venda de aparelhos de televisão e o rádio teve de reformular a programação devido a uma espécie de crise no meio. “As grandes orquestras, os imensos *casts* de atores e atrizes geravam muitas despesas para as emissoras, que passaram a dividir a verba publicitária com a recém-surgida televisão.” (CALABRE, 2002, p. 49).

Entretanto, a partir da década de 1960, com a criação do Repórter Esso e transmissões de jogos das Copas do Mundo de Futebol, o setor radiofônico foi se ampliando novamente e as emissoras passaram a produzir seus próprios conteúdos jornalísticos.

O Repórter Esso manteve-se como o líder de audiência dos jornais radiofônicos até a década de 1960, quando foi retirado do ar. Sem dúvida, o programa foi um dos principais responsáveis pela criação do hábito cotidiano de se ouvir noticiários, por transformar em necessidade a prática de manter-se informado. (CALABRE, 2002, p. 46).

Apesar do crescimento do jornalismo no rádio, em 1964 ocorreu o golpe militar. Diversos comunicadores e artistas acabaram investigados e cassados, o mesmo se deu com empresas de comunicação. Já algumas rádios fecharam as portas devido ao rigor imposto pelo governo. Apenas no período de 1969 a 1974, no governo Médici no contexto de regime militar, o rádio voltou a ser considerado um forte veículo de comunicação.

No início dos anos 70, as emissões em frequência modulada ainda são incipientes e desorganizadas. É quando o regime militar torna a expansão das FMs uma prioridade com a Portaria nº 333, de 27 de

abril de 1973, do Ministério das Comunicações. São dados incentivos à indústria eletroeletrônica para que produzam transmissores e receptores. (FERRARETTO, 2001, p. 157).

Ainda segundo o autor (2001, p. 155), o retorno das emissoras radiofônicas se deu com o auxílio do público jovem, após a inserção de conteúdos musicais na programação. “Inicia um novo processo que vai se consolidar nos anos 80. Nesta nova realidade, o rádio reestrutura-se e, mesmo sem recuperar o faturamento de outras épocas, reposiciona-se no mercado.” (FERRARETTO, 2001, p. 155). Na década de 1980, o principal cenário político é marcado pelas Diretas-Já em 1984 e, apesar da redemocratização, a censura permanece em menor escala. No ano seguinte, o sistema de comunicação de empresas radiofônicas se dá com o auxílio de um satélite. Já em 1989, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – Abert, modificava a radiodifusão existente no Brasil.

Com o início de operação do serviço Radiosat da Embratel – um sistema de transmissão de rádio via satélite, em estéreo e com alta qualidade de áudio – as grandes emissoras das capitais estão se unindo a pequenas emissoras do interior para a formação de redes nacionais de rádio. Além da cobertura nacional, um custo mais baixo e um som de melhor qualidade, as novas redes prometem oferecer ao público mais informação, porque as pequenas emissoras, que ainda fazem seus noticiários à base da rádio escuta das grandes, agora poderão se dedicar mais ao jornalismo regional. (ODRI, 1991, p. 50 *apud* FERRARETTO, 2001, p. 166).

Nos anos 90, o rádio é resgatado com a ideia da segmentação, cujos conteúdos transmitidos se adequam ao tipo de ouvinte da emissora. Na época, emissoras AMs eram consideradas populares dentre o público, pois a transmissão do conteúdo era considerada popularesca.

Atualmente, as rádios estão em fase de união entre as emissoras AMs e FMs. O meio também abrange o maior número de público, devido à facilidade de acesso. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, realizada em 2015 pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 63% dos entrevistados ouvem rádio em busca de informação e entretenimento e 30% para aproveitar o tempo livre. O meio pode ser considerado como um veículo que transmite conhecimento e proporciona lazer ao público.

A tecnologia e o tipo de público são dois dos condicionantes da mensagem radiofônica, como explica Ferraretto:

O conteúdo e a forma radiofônica, pela ausência de alguns elementos e presença de outros, são condicionados basicamente por seis fatores: a capacidade auditiva do receptor, a linguagem radiofônica, a tecnologia de transmissão e recepção empregada, a fugacidade, os tipos de público e as formas de recepção. (FERRARETTO, 2001, p. 25).

A capacidade auditiva do receptor pode ser entendida como o conjunto de facilidades e dificuldades que o indivíduo dispõe para ouvir e compreender uma mensagem transmitida pelo rádio. Para que a compreensão seja realizada efetivamente, é necessário que a linguagem radiofônica seja utilizada de acordo com o segmento que a rádio propõe. Durante o processo comunicacional, a tecnologia para transmissão e recepção de conteúdo radiofônico é essencial. Segundo Ferraretto (2014), as mensagens são transmitidas a longas distâncias por ondas eletromagnéticas, operando com antenas – as chamadas emissoras hertzianas -, ou pela internet, denominadas rádios na web.

O termo genérico *rádio* compreende, portanto, manifestações diversificadas, a saber: (1) *rádio de antena ou hertziano*, correspondendo às formas tradicionais de transmissão por ondas eletromagnéticas; e (2) *rádio on-line*, que engloba todas as emissoras operando via internet, independentemente de possuírem contrapartes de antena ou hertzianas, além de produtores independentes de conteúdo disponibilizado também via rede mundial de computadores. Esta última modalidade, por sua vez, engloba: (1) *rádio na web*, identificando estações hertzianas que transmitem os seus sinais também pela rede mundial de computadores; (2) *web rádio*, para emissoras que disponibilizam suas transmissões exclusivamente na internet; e (3) práticas como o *podcasting*, uma forma de difusão, via rede, de arquivos ou séries de arquivos [...]. (FERRARETTO, 2014, p. 19).

Esta tecnologia evidencia a característica do rádio como um meio fugaz, devido à velocidade com que as mensagens são criadas e transmitidas até alcançar aos receptores. De acordo com Ferraretto (2001, p. 33), a transmissão de uma mensagem pode ser realizada no mesmo momento em que a ocorrência é registrada.

Tais características permitem ao rádio acessar um público heterogêneo, independentemente de classe social, nível cultural ou econômico, o que torna a audiência anônima. Não se pode definir efetivamente qual o padrão de público do meio rádio. Devido a este fator, as empresas de radialismo segmentam sua

programação. É possível encontrar rádios voltadas ao agronegócio, mas também existem as que são destinadas ao público mais jovem. Cabe, então, ao ouvinte, escolher aquela que melhor se adapta ao seu respectivo perfil, em meios como o rádio ou *internet*. Já a audiência do rádio é ampla e pode ser entendida como a extensa abrangência de ouvintes para os quais o conteúdo transmitido é difundido.

Por conta desses condicionantes e características, o rádio proporciona ao ouvinte uma experiência sensorial e racional quando este recebe e compreende uma mensagem de áudio. Quando atua de acordo com seus condicionantes e levando em conta as características dos ouvintes, segundo Barbosa Filho (2009, p. 49), “[...] o rádio possui uma importante função social: atua como agente de informação e formação do coletivo.”.

Tais predicados evidenciam o viés democrático e eficaz do rádio, cujo aparelho pode ser adquirido por um valor acessível aos membros das classes sociais, além de transmitir a informação a uma vasta abrangência de receptores.

Ao receber a mensagem, os indivíduos podem entender o conteúdo de quatro formas diferentes, de acordo com Romo Gil (1994, p. 22 *apud* Ferraretto, 2001, p. 28). São elas: escuta ambiental, escuta em si, atenção concentrada e escuta por seleção. Na escuta ambiental, o conteúdo transmitido permanece como som ambiente, cujo receptor não se atenta à mensagem. A escuta em si representa a atenção parcial sobre o conteúdo transmitido devido a alguma atividade paralela realizada pelo ouvinte. O aumento no volume do rádio para que o som se destaque no ambiente e o receptor se atente à mensagem se dá por meio da atenção concentrada. Por último, a escuta de seleção é quando o ouvinte dedica toda a atenção a um único programa radiofônico.

Por meio dos argumentos apresentados, fica claro que o indivíduo que recebe a mensagem no rádio compreende como e o que deseja devido à atenção dada à mensagem.

Ver algo, além da aptidão visual, exige a disposição do indivíduo para tal. O mesmo não ocorre com o som. A respeito, destaca Maria Cristina Romo Gil: “O som não tem limites nem quanto à sua origem, nem quanto à sua difusão; se expande naturalmente e pode ser percebido tanto voluntária quanto involuntariamente em contraposição ao que ocorre com a visão, completamente sujeita à vontade”. (ROMO GIL, 1994, p. 22 *apud* FERRARETTO, 2001, p. 28).

As mensagens em áudio são compreendidas facilmente devido à composição dos elementos da linguagem radiofônica. “A linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana (em geral, na forma da fala), da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, atuando isoladamente ou combinando entre si.”. (FERRARETTO, 2014, p. 31). Estes componentes podem ser utilizados de diferentes maneiras, sendo, então, possível direcionar a compreensão e imaginação do ouvinte, apesar da ausência das imagens. O invisível torna-se visível com o rádio, por meio da imaginação.

O rádio é um meio cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz. [...] Ao contrário da televisão, em que imagens são limitadas pelo tamanho da tela, as imagens do rádio são do tamanho que você quiser. (MCLEISH, 2001, p.15).

Por meio da atenção concentrada e da escuta de seleção, cujos níveis de atenção sobre um conteúdo são mais aprofundados, pode-se afirmar que o indivíduo compreende a mensagem com o auxílio das vivências e da imaginação, que se encarregam de permitir sob qual aspecto o ouvinte vai captar os detalhes do conteúdo. Para Ferraretto (2001, p. 26), “A ausência de contato visual leva a uma série de alternativas sonoras para a codificação da mensagem. Resulta daí que a base para recepção seja o sentido da audição como, em nível menor - por não ser o único elemento presente -, a fala é a base da transmissão.”. Meditsch (2005) finaliza esse pensamento ao afirmar que, ao ouvir o conteúdo, a imaginação completa o que falta em uma transmissão. Esse envolvimento pode se acentuar com a utilização dos conceitos básicos do discurso, que são linguagem, retórica, estilo, ideologia e audiência, de acordo com Ferraretto (2001, p. 33).

O autor sugere que o discurso seja realizado de maneira precisa, clara e concisa, com a melhor exatidão possível no conteúdo transmitido. A linguagem radiofônica se dá não só por meio da voz, mas também por todos os recursos de sonoplastia. Já a retórica é a maneira em que o locutor utiliza para convencer o ouvinte sobre o assunto. Ela é importante para que a mensagem se torne objetiva; e todos os componentes fazem com que a rádio tenha seu próprio estilo. Já a ideologia envolve o sistema de crenças que a empresa radiofônica crê e transmite ao público. A audiência é conquistada por meio dos conceitos apresentados, sendo

subdividida em classes sociais. Quando se considera o tipo de público para o desenvolvimento de programas e programações, tem-se a segmentação.

Os conceitos apresentados por Ferraretto (2001) indicam que é possível a uma emissora envolver o ouvinte durante a transmissão de conteúdo. Quando o processo é realizado de forma eficaz, alguns receptores podem adquirir a capacidade de visualizar até mesmo o dono da voz que transmite a mensagem, sem nunca tê-lo visto antes. Nesse sentido, o rádio envolve e propõe a liberdade para criar e inventar devido à ausência da visão no meio. As palavras faladas pelo transmissor do conteúdo geram uma espécie de intimidade devido à coloquialidade do meio.

O tom íntimo das transmissões, representado pelas expressões “amigo ouvinte”, “caro ouvinte”, “querido ouvinte”, proporciona uma aproximação e uma intimidade únicas, fazendo do rádio um veículo companheiro. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 47).

Os condicionantes do rádio proporcionam ao ouvinte entretenimento, informação, lazer, cultura e educação. A mensagem pode ser transmitida a longas distâncias e a grupos heterogêneos. Os argumentos dos autores apresentados anteriormente possibilitam afirmar que o rádio é considerado um meio de formação de opinião, educação e cultura à sociedade devido à maneira cujas informações são veiculadas com o auxílio dos respectivos condicionantes do veículo, assim o rádio

[...] Desde a sua gênese vem se firmando como um serviço de utilidade pública, o qual exerce uma comunicação que em muito contribui para a história da humanidade. Deixa como legado princípios como ação, atuação, transformação e mobilização. (BARBOSA FILHO, 2009, p. 49).

Os princípios que Barbosa Filho (2009) aponta se relacionam à disposição causada ao receptor do conteúdo. Ao compreender a mensagem, ele realiza uma ação que se transforma em atuação a partir do momento em há interesse e o sujeito busca por mais detalhes sobre o assunto. A transformação ocorre após o indivíduo se dedicar a uma causa veiculada no meio, utilizando como exemplo a realização de um curso gratuito de idiomas. O ouvinte se interessa pelo assunto, busca por ele, se dedica e começa a participar do curso. A partir daí há a transformação. A mobilização é realizada quando o sujeito se empenha em difundir o conteúdo inicial

para abranger mais estudantes no curso. O exemplo indica que o rádio possui função social relacionada ao progresso dos indivíduos e do país.

Corroborando essa premissa, McLeish (2001) entende que o rádio permite inúmeras funções sociais, dentre elas:

Fornecer informações sobre empregos, produtos e serviços, ajudando assim a criar mercados com o incentivo à renda e ao consumo; atuar como vigilante sobre os que detêm poder, propiciando o contato entre eles e o público; ajudar a desenvolver objetivos comuns e opções políticas, possibilitando o debate social e político e expondo temas e soluções práticas; contribuir para a cultura artística e intelectual, dando oportunidades para artistas novos e consagrados de todos os gêneros; divulgar ideias que podem ser radicais e que levem a novas crenças e valores, promovendo assim diversidade e mudanças – ou que talvez reforcem valores tradicionais para ajudar a manter a ordem social por meio do status quo; facilitar o diálogo entre indivíduos e grupos, promovendo a noção de comunidade; mobilizar recursos públicos e privados para fins pessoais ou comunitários, especialmente numa emergência. (MCLEISH, 2001, p. 24).

Logo, o meio radiofônico incentiva a economia; informação sobre os mais diversos assuntos, desenvolvimento do debate social; contribuição para a cultura e educação; auxílio na formulação de crenças; melhor a sociabilidade; além da capacidade de mobilização em massa. A pesquisadora Lia Calabre (2002, p. 7) acrescenta que o meio favorece a sociabilidade, interatividade e educação e fundamenta sua defesa ao afirmar que rádio inovou e inventou práticas para o cotidiano do público, ampliando maior contato entre os indivíduos.

Ele [o rádio] cumpriu um destacado papel social tanto na vida privada como na vida pública, promovendo um processo de integração que suplantava os limites físicos e os altos índices de analfabetismo do país. (CALABRE, 2002, p. 7).

Zuculoto (2012, p.125) sugere que as informações veiculadas no rádio têm a finalidade de auxiliar a comunidade na prestação de serviços. Entretanto, alerta, a qualidade do conteúdo se dá por meio de técnicas jornalísticas. Corroboram dessa visão Chantler e Harris (1998, p. 183), para quem “o futuro do radiojornalismo está assegurado” devido às inúmeras qualidades do meio, que permite transmissão de informação de maneira precisa.

Em síntese, à luz da acessibilidade, o rádio tem funções sociais e educacionais, conforme exposto por Barbosa Filho (2009), Calabre (2002), McLeish (2001), Meditsch (2005) e Zuculoto (2012). Aos deficientes visuais, o meio oferece maior possibilidade de entretenimento e compreensão das informações transmitidas devido ao detalhamento do conteúdo, por se tratar de um meio “cego”.

Logo, o rádio ratifica a ideia de igualdade de direito por transmitir a mesma informação ao público heterogêneo, além de respeitar os direitos da dignidade da pessoa humana, cidadania e liberdade de expressão, ao favorecer que o sujeito receba a informação em sua melhor maneira, ser considerado um meio destinado às funções sociais e permitir o *feedback* do público, apesar de baixo.

Pode-se considerar, portanto, que o rádio acompanha todo o tipo de ouvinte e presta serviços sociais que podem auxiliar no dia a dia ou, até mesmo, no futuro do ouvinte.

[...] a mensagem radiofônica acompanha o ouvinte, chegando a ele no radiorelógio, que o desperta; no radinho de pilha, enquanto toma banho; no celular, durante o deslocamento por ônibus ou por lotação; no autorrádio do carro, em meio às aguras do trânsito das grandes cidades; via internet, na escuta simultânea ao trabalho; e dezenas de outras formas. Todas conectando o público ao mundo simultaneamente às atividades do cotidiano. (FERRARETTO, 2014, p. 27).

Com base nesses atributos, pode-se afirmar que o rádio é uma instituição midiática sedimentada. De acordo com McQuail (2003, p. 168), a mídia se baseia em três elementos-chave: liberdade, igualdade e diversidade; e o rádio constitui estes componentes: “A liberdade de comunicação tem um aspecto dual; abre-se a uma vasta gama de vozes e responde a uma vasta gama de exigências ou necessidades”. Ou seja, o meio permite liberdade de expressão a uma dada heterogeneidade. E como o público receptor do conteúdo é anônimo, não é possível distingui-lo. Assim, segundo McQuail (2003, p. 171), não há discriminação ou desequilíbrio quando se trata do conteúdo transmitido dos emissores aos receptores.

Outro aspecto ressaltado pelo pesquisador é a diversidade.

O princípio da diversidade (...) é especialmente importante porque aponta processos comuns de mudança progressiva na sociedade. Incluem a substituição periódica das elites dirigentes, a circulação de poder e de cargos, o contra-poder

de diferentes interesses que as formas pluralistas da democracia são supostas tornar possíveis. (MCQUAIL, 2003, p. 172).

Por todos os argumentos apresentados neste capítulo, pode-se verificar que o rádio, o que inclui o áudio, favorece a atenção aos direitos constitucionais e universais da pessoa, representada aqui como o ouvinte. Nesse sentido, um sujeito que possua deficiência visual pode, com o auxílio do meio, entender o conteúdo de maneira eficaz e realizar o *feedback* de forma comum, assim como os outros indivíduos.

## **CAPÍTULO 4 – AUDIODESCRIÇÃO COMO ACESSIBILIDADE**

O meio rádio permite que todos seus ouvintes recebam um mesmo conteúdo durante a transmissão ao mesmo tempo, entretanto, a compreensão sobre o assunto não é a mesma para todos os receptores - apesar da intencionalidade da mensagem. No caso do deficiente visual, o sujeito não possui parâmetro para entender claramente aquilo que foi transmitido devido a sua restrição de vivências relacionadas à visão. Logo, não assimila a mensagem da mesma maneira que um indivíduo que não é cego.

Por conta de casos como o descrito anteriormente, com o objetivo de facilitar a interação do meio com o cego e aproximar o indivíduo em relação ao assunto abordado, em 1975 se deu a primeira aparição da audiodescrição. De acordo com Nunes (2010, p. 2), o recurso foi desenvolvido em um trabalho de pós-graduação defendido por Gregory Frazier, na Universidade de São Francisco, nos Estados Unidos. Entretanto, na época o projeto não prosperou e apenas em 1981 a audiodescrição começou a se espalhar.

O método consiste na tradução detalhada das imagens presentes em um vídeo ou fotografia, com o uso do áudio, seja com a aplicação da voz, música ou efeitos sonoros. Atualmente, o recurso está inserido em variados meios que utilizam recursos audiovisuais e é considerado uma forma de acesso à educação, informação e cultura de indivíduos que possuem restrições físicas.

[...] a narração, em língua portuguesa, integrada ao som original da obra audiovisual, contendo descrições de sons e elementos visuais e quaisquer informações adicionais que sejam relevantes para possibilitar a melhor compreensão desta por pessoas com deficiência visual e intelectual. (NUNES, 2010, p. 4).

De acordo com Motta e Romeu Filho (2010, p. 11), a atividade é considerada como um tipo de tradução, que descreve a mensagem trazida em uma imagem e a transforma em linguagem verbal. Também de acordo com os autores, a audiodescrição auxilia o sujeito ao acesso à informação e cultura, além de permitir a inclusão social de pessoas com deficiência visual, intelectual, disléxicos e idosos. O recurso, portanto, tem como objetivo facilitar a compreensão em transmissões realizadas em meios imagéticos.

Uma pessoa cega que assista, sozinha, ao filme *Náufrago*, por exemplo, sem o recurso da audiodescrição, certamente terá um nível de compreensão muito abaixo do mínimo necessário, haja vista que a maior parte do mesmo não possui qualquer diálogo. (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 154).

Utilizando ainda como exemplo o filme “*Náufrago*”, para realizar a descrição detalhada das cenas, é necessário que os tradutores envolvidos elaborem um roteiro detalhado, por meio de pesquisas relacionadas ao tema. Assim, será possível descrever e trazer a compreensão até mesmo do cenário do filme, além de expressões faciais e corporais.

No *Náufrago*, especial atenção precisou ser dada tanto para os advérbios e adjuntos adverbiais que pudessem qualificar as ações, como para os adjetivos, pois sem eles não haveria como qualificar os olhares e expressões de amor, afeição, dúvida, ansiedade, curiosidade, irritação, paixão, medo ou pavor; as ondas gigantescas e violentas, e por vezes tranquilas, sempre espumantes e vigorosas; o mar bravio, ondulado ou calmo, transparente, azul e por vezes esverdeado, escuro e ameaçador; os coqueiros altos e viçosos, com folhas brilhantes verde escuro, carregados de cocos; o vento que ondula e encrespa o mar e balança vigorosamente as folhas dos coqueiros; a ilha com vegetação exuberante, areias brancas, rochedos escarpados e pontiagudos. (MOTTA, 2011, [s. n.]).

A entonação das vozes para determinar sentimentos de desespero, angústia ou alegria presentes no longa-metragem deve ser estudada e interpretada pelos audiodescritores, que acabam se tornando também atores.

Diaz-Cintaz (2007, p. 50 *apud* Alves; Teles; Pereira, 2011, p. 10) elenca a audiodescrição em três áreas: “1) para programas de televisão, filmes e internet; 2) para museus e espaços temáticos; 3) para espetáculos teatrais, musicais e de dança”. Sob a perspectiva do primeiro item, os filmes são atrações que requerem atenção do espectador deficiente visual. De acordo com David, Hautequestt e Kastrup (2012, p. 127), os cegos com deficiência adquirida optam por assistir a filmes em domicílio, onde algum familiar pode traduzir as imagens de maneira usual. Isto se dá devido às experiências anteriores do sujeito. Se, no caso de um adulto, ele tenha assistido a diversos filmes em casa, ele terá o hábito da atividade. No cinema se trata da mesma maneira.

De fato, muitos expressam o desejo de ir ao cinema. Se tomarmos como exemplo uma pessoa que tenha perdido a visão já na idade adulta e que, até então, tenha cultivado o hábito de ir ao cinema, compreendemos rapidamente a importância dela poder conservar o antigo prazer. Para uma pessoa que nunca tenha ido ao cinema antes, e que se veja lançada na condição da cegueira, o desejo pode não se colocar imediatamente. Mas talvez as oportunidades tenham sido escassas, mesmo quando enxergava. Além disso, é possível que a ausência de filmes audiodescritos nos circuitos de cinema seja uma das fortes causas do desinteresse de muitos cegos por esta arte. (DAVID; HAUTEQUESTT; KASTRUP, 2012, p. 127).

Para assistir a um filme no cinema, o deficiente visual deve utilizar estímulos internos e externos ao conteúdo transmitido, para que a compreensão seja eficaz. Os estímulos internos podem ser caracterizados pelas emoções do próprio sujeito e até mesmo a audiodescrição do filme. Já os externos são os comentários e reações do público, que auxiliam na condução do entendimento do conteúdo.

Uma resposta possível refere-se ao surgimento - anteriormente àquelas duas habilidades - da capacidade de percepção de estímulos externos e de representação, em nível interno, desses estímulos - algo que, com o impacto sensorial, seria capaz de alterar uma dada configuração mental e só então permitir a "classificação" e "designação" (linguagem) - simultâneas daqueles estímulos. A combinação de um estímulo externo, uma reordenação mental (classificação) e uma designação (ainda que articulada apenas em nível de identificação de algo que não o havia sido anteriormente) pode ser vista como a primeira aproximação ao conceito de informação. (BRAGA, 1995, p. 1 *apud* MATTOSO, 2012, p. 57).

Quando o conteúdo audiovisual é assistido via televisão, *internet* ou DVDs, a tradução é considerada mais compreensível, apesar de informal e ser realizada por alguém próximo ao cego. Segundo David, Hautequestt e Kastrup (2012, p. 127), este tipo de tradução ocorre improvisadamente por alguém que também está envolvido no filme. Neste caso, a audiodescrição enseja mais emoção.

Do ponto de vista cognitivo, assistir a um filme é uma experiência que requer uma suspensão da atenção aos estímulos externos e internos referentes à vida prática, como demandas diversas e preocupações cotidianas. Ela envolve um mergulho da atenção nas imagens visuais e auditivas que o filme oferece, e um deixar-se conduzir pela história, pelos personagens e pelas emoções. Tomando como ponto de partida esta ideia, a audiodescrição não deve aparecer como um estímulo externo, que desvia a atenção do filme. Ela deve estar bem integrada às demais imagens auditivas que

constituirão a experiência da pessoa que não dispõe da visão. (DAVID; HAUTEQUESTT; KASTRUP, 2012, p. 128).

Nos produtos audiovisuais é possível, então, que o cego faça uso do recurso. Durante a descrição das imagens são aplicados discursos diretos e indiretos para retratar linguagem corporal, ambiente, figurino e melhor definir alguma expressão ou representação. Já a área da audiodescrição voltada a museus e espaços temáticos se relaciona basicamente à descrição da exposição dos objetos. Próximo à obra exibida há a explicação transmitida em fones de ouvido sobre os detalhes do produto. Utilizando como exemplo um museu, para que haja tradução de uma referida obra de arte, é necessário que o tradutor seja o menos subjetivo possível, entretanto, mais detalhista. Pois, usualmente, o deficiente visual deve manter distância do objeto exposto, não podendo utilizar o sentido do tato. Neste caso, a audiodescrição o permitirá compreender mais detalhes.

A obra de arte é o objeto mais complexo na sua representação, pela carga maior de subjetividade e níveis de abstração e inclui diferentes manifestações, desde as artes plásticas (pintura, escultura, desenho e gravura) e instalações, além de cinema, fotografia, vídeo, teatro, música e dança. (PINHEIRO, 2000, p. 7 *apud* MATTOSO, 2012, p. 54).

Por trazer inúmeros detalhes, o deficiente com cegueira adquirida terá melhor facilidade em compreender a tradução utilizada na descrição das obras por causa do conhecimento prévio que tinha das imagens visuais.

Já a audiodescrição utilizada em espetáculos exibidos em teatros é realizada como uma espécie de tradução simultânea, em que cada trecho em silêncio traz a explicação do conteúdo. “No teatro, utiliza-se equipamento e procedimentos semelhantes ao da tradução simultânea. De uma cabine com isolamento acústico, o locutor da AD fala ao microfone e é retransmitido via sinal de rádio FM ou infravermelho ao equipamento do usuário.” (SILVA, 2010, [s.n.]).

Para tanto, a tradução realizada por meio da audiodescrição é voltada ao deficiente visual de maneira direta, com o auxílio de fones de ouvido – para que outros receptores do mesmo conteúdo não se sintam incomodados – e ocorre simultaneamente, conforme as imagens são exibidas pelo conteúdo audiovisual ou teatral. A diferença se dá apenas nos museus, onde a descrição é gravada anteriormente.

A audiodescrição consiste na transformação de imagens em palavras para que informações-chave transmitidas visualmente não passem despercebidas e possam também ser acessadas por pessoas cegas ou com baixa visão. O recurso, cujo objetivo é tornar os mais variados tipos de materiais audiovisuais (peças de teatro, filmes, programas de TV, espetáculos de dança, etc.) acessíveis a pessoas não-videntes, conta com pouco mais de trinta anos de existência. (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 23).

Segundo Piety (2010) *apud* Nunes (2010), o início das aplicações da audiodescrição em conteúdos audiovisuais se deu após a fundamentação de um trabalho de Margaret e Cody Pfanstiehl, com a inserção do produto em peças teatrais em Washington, nos Estados Unidos, em 1981. O sucesso do recurso no mundo foi rápido. Em pouco tempo foi possível localizar a audiodescrição em mais de 50 unidades culturais daquele país. Já em 1983, a rede de televisão NTV, no Japão, inseriu o produto na programação.

No Brasil, a audiodescrição teve sua primeira aparição em 2003, no Festival Internacional de Cinema “Assim Vivemos”, ainda em atividade, com curadoria e produção de Lara Valentina Pozzobon e Gustavo Acioli. A programação consiste na exibição de filmes brasileiros que fazem uso da audiodescrição, com entrada gratuita do público. Em 2015, o festival chegou a sua sétima edição. Os filmes disponibilizados foram exibidos no Centro Cultural Banco do Brasil de Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo.

[...] mais do que um evento específico sobre o tema da deficiência, é um evento que traz as pessoas portadoras de deficiência para a cena principal para falar, através da Arte, da vida e das questões comuns a todas as pessoas em todas as partes do planeta e que talvez se resumam a uma única questão: a da nossa eterna busca pela felicidade. (FESTIVAL INTERNACIONAL DE FILMES SOBRE DEFICIÊNCIA, 2015).

Após o surgimento da audiodescrição no Festival “Assim Vivemos”, a prática começou a ser distribuída por unidades culturais e educacionais do Brasil. De acordo com Nunes (2010, p. 2), em 31 de outubro de 2005 foi publicada a norma para “Acessibilidade em Comunicação na Televisão”, por intermédio da Associação Brasileira de Normas e Técnicas – ABNT. Segundo o pesquisador, também foi oficializada a Norma Complementar 01, que estabelece recursos de acessibilidade

na programação exibida na televisão aberta. Entretanto, empecilhos vêm sendo registrados em relação à aplicação e oficialização do recurso no Brasil, muito por conta de interesses particulares das emissoras de televisão.

A quantidade de horas diárias deveria aumentar gradativamente para que, num prazo máximo de dez anos, ou seja, 2016, toda a programação estivesse acessível. No entanto, desde que o referido prazo foi vencido, em 27 de junho de 2008, três portarias já foram publicadas, numa clara demonstração de que os interesses das emissoras de TV ainda falam mais alto. [...] No Brasil, portanto, diferentemente da realidade das nações europeias e dos EUA descritas anteriormente, a luta é para que o direito à AD “saia do papel” e que cidadãos brasileiros com deficiência visual também possam ter acesso às produções culturais exibidas em território nacional. (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 33).

Contudo, a partir de 2005, em passos lentos, a audiodescrição tem avançado no Brasil. “[...] Ela surge como uma tecnologia assistiva que busca suprir a lacuna deixada pela comunicação visual, para aqueles que dela não conseguem tirar proveito.” (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 153).

Associando a necessidade de comunicação do ser humano com a teoria da pirâmide de Maslow (1943), denominada como “Teoria da Motivação”, é possível identificar que a interação social é essencial para o indivíduo. Esta afirmação se dá devido ao estudo que divide as necessidades humanas em cinco categorias de maneira hierarquizada: fisiológicas, de segurança, sociais, de ego e de autorrealização.

Além disso, Maslow afirma que essas cinco categorias de necessidades estão dispostas numa hierarquia, desde as necessidades de ordem mais baixas (as necessidades fisiológicas) até aquelas de mais alta ordem (as de auto-realização): esta hierarquia ou ordenação das necessidades determina a prioridade que estará em vigência, no caso de mais um tipo de necessidade, num determinado momento, insatisfeito. Especificamente Maslow indica que o comportamento é sempre determinado pela categoria de necessidades de mais baixa ordem que permanecer insatisfeita. (BUENO, 2002, p. 12).

Por meio dos argumentos apresentados, percebe-se que a audiodescrição encaixa-se no nível social da pirâmide de Maslow (1943). Logo, infere-se que a audiodescrição facilitaria a interação do indivíduo que possui restrição física com o meio e permitiria que ele interagisse socialmente com um produto midiático. “Neste

sentido, a busca pela igualdade de oportunidades suscita a discussão sobre a diversidade, que torna latente o direito que os diferentes indivíduos ou grupos sociais têm de estarem incluídos na sociedade.” (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 153).

A tradução de um respectivo conteúdo, no entanto, amplia o valor normal do produto, pois envolve roteirização, produção, locução, consultoria com um deficiente visual e finalização. A atividade extra propõe demanda maior de funcionários e trabalho. Devido a este fator, foi criada a Portaria 188 no Ministério das Comunicações, em março de 2010, que indica que até o ano de 2020 sejam exibidas 20 horas semanais de conteúdos com o recurso. O documento obriga, mesmo que lentamente, as emissoras televisivas a inserir o conteúdo audiodescritivo. Já os que necessitam do produto devem investir em uma televisão digital que, atualmente, possui custo elevado. O recurso é disponibilizado apenas neste tipo de televisão brasileira, que suporta quatro canais de áudio. “A audiodescrição, no caso de um conteúdo audiovisual, é um canal de áudio alternativo que pode ser executado em paralelo ao áudio original, podendo dessa forma ser ativado ou desativado ao gosto do telespectador.” (MELO, 2011, [s. n.]). Ainda segundo a publicação de Melo (2011), após a televisão atender aos requisitos específicos, o recurso deve ser ativado por meio da tecla “SAP” de um controle remoto.

A sigla SAP quer dizer Second Audio Program (em português: Segundo Programa de Áudio). Pois bem, ao ativar a tecla SAP o programa ou o filme que você está vendo mudará o áudio principal, normalmente o áudio em português (dublado) para o áudio original, normalmente em inglês. (MELO, 2011, [s. n.]).

O recurso funciona como se fosse um terceiro idioma disponível na tecla “SAP”, em uma televisão digital. Um programa exibido no idioma português do Brasil é considerado um dos canais de áudio. Ao acionar a tecla do controle remoto, usualmente o idioma se altera para o inglês. Pressionando o botão uma terceira vez, o conteúdo transmitido passará a contar com a audiodescrição.

Entretanto, devido ao alto custo para a criação e a obtenção do produto, algumas emissoras televisivas de canais abertos optam por não seguir a Portaria 188. As empresas que divulgam estes conteúdos, de acordo com checagem realizada por esta pesquisadora em novembro de 2015, eram: Globo, às 14h dos

domingos, nos filmes exibidos pela “Temperatura Máxima”, às 22h das segundas-feiras, com os longas-metragens da “Tela Quente”. A MTV exibe às 0h30 das quartas-feiras o “Comédia MTV” com a aplicação da audiodescrição. Às 18h das sextas-feiras e às 6h dos sábados, o SBT exibe o seriado “Chaves”. Às 22h15 também dos sábados, a MTV exibe novamente o programa “Comédia MTV”. Outras emissoras são consideradas irregulares na aplicação desta lei, pois não disponibilizam ou divulgam qualquer programa que utilize a audiodescrição. No total, atualmente são transmitidas menos de 10 horas semanais de programas televisivos com o recurso.

Tal contexto negativo vai de encontro ao estudo realizado em 1998 pela *American Foundation for the Blind*, cujos dados indicaram que o receptor do conteúdo audiodescritivo possui inúmeros benefícios adquiridos com o serviço:

[...] Ficar a conhecer os ambientes visuais do programa, compreender melhor os materiais televisivos, sentir-se independente, sentir-se igual a uma pessoa sem deficiências visuais, sentir satisfação, alívio dos espectadores sem deficiência visual com quem assistiam aos programas. (QUICO, 2005, p. 4).

Mas para que os receptores do conteúdo sintam-se bem informados, o profissional que traduz o conteúdo transmitido deve ser atento e cauteloso. Durante o processo de descrição das imagens, o audiodescritor deve repassar a mensagem de maneira neutra, para que a subjetividade do emissor não seja expressa.

Na prática da AD, o audiodescritor deve tentar ser o mais neutro possível, para possibilitar que a pessoa com deficiência visual possa formar a sua própria opinião a respeito de determinado filme. Não se pode, porém, ignorar o fato de que é por meio do complexo sentido da visão do audiodescritor que esse novo tipo de espectador irá dar significado à sua percepção. (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 140).

Cabe, portanto, aos tradutores que atuam na área da audiodescrição contribuir para a acessibilidade aos indivíduos que necessitam desse recurso, de maneira eficaz e mais neutra possível. Segundo Motta e Romeu Filho (2010, p. 98), o audiodescritor tem o dever de auxiliar o sujeito a realizar a própria interpretação por meio do conteúdo traduzido. Entretanto, sem influências morais do profissional da área.

A AD não é uma transcrição fonética, não é uma verdade absoluta, mas é uma leitura, sim, de um indivíduo diante de uma cena; portanto, não pode ser uma descrição universal. Denis Diderot afirmou que “o olhar engana, o tato não”. Ao se interpretar tal frase, pode-se reconhecer que não é o olhar que engana, mas o juízo que se faz das percepções, as quais nos vêm através de todos os sentidos que possuímos. Cada um percebe de modo próprio, porque seus sentidos lhe fornecem sensações e informações que são processadas de modo diverso. Por isso, cada um estabelece um juízo diferente sobre as coisas, como o gosto e o prazer, por exemplo. (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 144).

Por todos os argumentos apresentados neste trabalho à luz da audiodescrição, torna-se evidente que o recurso favorece a inclusão social, além de estimular que deficientes visuais participem ativamente do convívio social, seja nas áreas da cultura, educação, comunicação e acessibilidade. Logo, o produto é indispensável para que torne evidentes os direitos da igualdade, cidadania, dignidade da pessoa humana e o acesso pleno à informação.

No entanto, grupos empresariais de comunicação dificultam a materialização do recurso, pois são incluídos outros investimentos além dos usuais para elaboração de um produto audiodescritivo. Partindo deste pressuposto, Motta e Romeu Filho (2010, p. 36) atribuem à importância de estudos e pesquisas relacionados à área, pois justificam que quanto maior o número de publicações da temática, mais facilmente a audiodescrição poderá ser aplicada.

Sem engajamento, envolvimento e participação dos principais interessados, bem como vontade política, a acessibilidade por meio de tais produtos poderá não ser uma realidade em nosso país, deixando tão significativa parcela da população sem acesso a um considerável veículo de formação. (MOTTA; ROMEU FILHO, 2010, p. 165).

Para tanto, o atual desafio dos pesquisadores da área, no qual se inclui a Comunicação, é contribuir para que a audiodescrição seja produzida em larga escala para atender o público que necessita deste tipo de conteúdo.

## CAPÍTULO 5 – PERCURSO METODOLÓGICO

O percurso metodológico deste trabalho até este momento envolveu pesquisa bibliográfica exploratória com a utilização de livros, periódicos e artigos. De acordo com Marconi e Lakatos (2010, p. 166), o objetivo deste tipo de método é fazer com que o pesquisador tenha acesso às referências que auxiliem nas respostas às questões-problema, por meio de conceitos e argumentos abordados por autores.

Exploratórios – são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa, ou modificar e clarificar conceitos. (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 171).

Sobre os temas apresentados neste estudo, foram utilizados conteúdos voltados à área da comunicação a partir das contribuições de Defleur; Ball-Rokeach (1993), Marcondes Filho (2009), Wolton (2006 e 2011).

Como se trata de um assunto abordado sob a perspectiva do direito individual, fez-se necessário recorrer a legislações. As legislações, que são documentos de arquivos públicos, foram retiradas da Constituição Federal de 1988, disponível no portal do Palácio do Planalto, na *internet*. Para complementar a abordagem no assunto, também foi utilizado o Vade Mecum (2011). O livro traz elementos constitucionais mencionados em conjunto por autores da área. Ambos os documentos se incluem no método de pesquisa documental, que coleta dados em documentos oficiais, os quais são considerados fontes primárias, como a Constituição, e secundárias, como o livro. Ainda segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 157), “Estas [pesquisas documentais] podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois.”.

As principais referências relacionadas ao tema foram extraídas da Constituição Federal do Brasil (1988), Delgado (2006) e Vade Mecum (2011).

Sobre história e técnicas do meio de comunicação rádio, foram utilizados Barbosa Filho (2009), Ferraretto (2001 e 2014) e Calabre (2002). Os principais estudos voltados à aplicação deste trabalho foram os de Motta; Romeu Filho (2010) e Nunes (2010), para realizar abordagem sobre a história, desenvolvimento e aplicação do recurso da audiodescrição.

Apesar do vasto número de autores que foram utilizados como referência neste trabalho, no quarto capítulo, que se relaciona ao objeto de estudo da presente pesquisadora, torna-se visível de que o único livro localizado, que aborda a audiodescrição, é de Motta e Romeu Filho (2010). O estudo dos pesquisadores foi utilizado como a principal referência. Tal fato se deu devido ao restrito número de pesquisas voltadas ao tema no Brasil.

A terceira etapa do percurso metodológico constitui-se por pesquisa qualitativa combinada à pesquisa quantitativa. Para o prosseguimento deste estudo foi elaborado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – vide Apêndice B, que explica o objetivo do trabalho, visto que não apresenta riscos aos participantes. O documento foi entregue à direção da instituição e aos membros do grupo focal que, após o conhecimento da proposta, assinaram duas vias. Em seguida, a aplicação da metodologia se deu na escolha do corpus e na proposta de análise dos resultados obtidos. Os sujeitos participantes da pesquisa possuem duas condições pré-estabelecidas: têm mais de 18 anos e possuem cegueira adquirida. Estes atributos se relacionam à metodologia quantitativa, que propõe quantidade e estatística no grupo de pesquisa. “Sendo assim, há duas dimensões muito importantes a serem consideradas na metodologia científica: o objetivo que se deseja alcançar com a estatística e o tipo de técnica a ser utilizada.”. (APPOLINÁRIO, 2011, p. 145).

Já a metodologia qualitativa se deu durante as entrevistas realizadas, com o aprofundamento e compreensão das respostas adquiridas. Foi possível analisar as características do indivíduo por meio de suas vestimentas, gestos e palavras utilizadas. “[...] o fato é que a pesquisa qualitativa não busca a generalização. Assim, a análise dos dados terá por objetivo simplesmente compreender um fenômeno em seu sentido mais intenso [...]”. (APPOLINÁRIO, 2011, p. 159).

A metodologia qualitativa foi utilizada como o intuito de se elaborar um Estudo de Recepção, de forma a analisar individualmente a compreensão de um único produto audiodescritivo, com o objetivo de identificar a eficácia do recurso a partir da decodificação realizada pelo ouvinte. Para a elaboração de um Estudo de Recepção, leva-se em conta a ressignificação do público por conteúdos já existentes.

A lógica se aplica tanto à produção jornalística (codificação) quanto aos processos de recepção (decodificação) de leitores, ouvintes ou

telespectadores. Todo jornalista capta algo do mundo pré-significado, ressignificando-o de uma nova maneira. “Se você tem de dizer algo novo, é porque o processo está transformando os significados que já estão lá. Portanto, cada ato de significação transforma o estado efetivo de todas as significações já existentes” (HALL, 2003, p. 363 *apud* GROHMANN, 2009, p. 2).

Ainda segundo Grohmann (2009, p. 2), o receptor do conteúdo é considerado ativo, visto que ele produz seus próprios significados sobre o produto, apesar do codificador da mensagem propor, usualmente, apenas um significado a ela.

Um estudo de recepção leva em conta um objeto a ser recepcionado, decodificado, por um conjunto de receptores. No caso, para analisar o impacto da audiodescrição sobre o público a que se destina, foi escolhido um videoclipe com o recurso da audiodescrição denominado “A Casa é Sua”, dos compositores brasileiros Arnaldo Antunes e Ortinho, lançada em 2009. A escolha do produto se deu por meio da fluidez na história contada através da música, além da precisão do recurso audiodescritivo. O videoclipe venceu o prêmio de “Melhor *Stop Motion* Brasileiro”, no III Festival Internacional Brasil *Stop Motion*. A arte está disponível ao público em geral na plataforma *YouTube*, na *internet*, e é dirigida de Carlon Hardt e Lucas Fernandes, além de contar com o apoio de outros profissionais da área.

Os idealizadores do videoclipe participam do projeto “3 Clipes – 1 Curta”, por intermédio do Ministério da Cultura. De acordo com o canal do projeto na plataforma, todos os produtos são realizados em diferentes técnicas de animação (*stop motion*, rotoscopia e 2D), que juntos formam um curta-metragem. Todas as tramas envolvem como tema algum tipo de sentimento.

No presente videoclipe apresentado aos voluntários do grupo focal, a temática é trazida pelo sentimento da saudade. As imagens são feitas por meio da técnica de *stop motion* em desenho animado. As imagens mostram o lado externo e interno da casa onde o personagem do videoclipe mora e descrevem a história narrada pela letra da música e pelo tradutor na audiodescrição.

No produto, a música original é utilizada como *background* (BG), enquanto a audiodescrição é predominante. Já o personagem, denominado Chiquinho, foi criado por Carlon Hardt e Lucas Fernandes para facilitar o processo de composição da descrição e compreensão por parte do ouvinte sobre a temática da música.

O videoclipe, de duração de 6 minutos e 38 segundos, se inicia com a imagem externa da casa do personagem. Em seguida, Chiquinho chega ao local em

um carro e entra no imóvel. A temática da música transparece quando a maçaneta da porta de entrada da casa some. A partir daí, gradativamente, os demais objetos desaparecem no decorrer da música. Ao final do videoclipe não há qualquer objeto na residência. A audiodescrição foi feita depois da criação do videoclipe. O recurso descreve, principalmente, os cômodos da casa e as ações do personagem. No entanto, não deixa clara qual a temática da música, ou seja, seu sentido figurado, visto que a canção original, que tem como tema a saudade, está presente como BG.

O estudo de recepção sobre esse videoclipe também pode ser entendido como uma pesquisa de campo, a qual, de acordo com Marconi e Lakatos (2010, p. 169), tem como objetivo observar os fatos de maneira instantânea, com a utilização da coleta dos dados para posterior análise. Para tanto, o método será aplicado durante a visita e estudos no Lar Escola Santa Luzia para Cegos, na cidade de Bauru (SP), que se dará por meio de aplicação de formulário, com perguntas abertas e fechadas.

[...] requer a observância de normas precisas, a fim de aumentar sua eficácia e validade. Em sua organização, deve-se levar em conta os tipos, a ordem, os grupos de perguntas, a formulação das mesmas e também “tudo aquilo que se sabe sobre percepção, estereótipos, mecanismos de defesa, liderança, etc”. (AUGRAS, 1974, p. 143 *apud* MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 185).

No documento – Apêndice C, foram inseridas 18 perguntas de temas relacionados aos objetivos geral e específico do trabalho. Dentre as questões, estavam perguntas de fato, ação e opinião. Para Marconi e Lakatos (2010, p. 191-192), as perguntas de fato se relacionam a dados objetivos do entrevistado. As de ação são referentes às decisões e atos tomados pelos sujeitos, e as perguntas de opinião consideram as respostas opinativas do entrevistado.

A ordem das perguntas no formulário se deu de temas gerais aos específicos, respondidas de modo verbal e individual por cada membro do grupo focal. Entretanto, a pesquisadora foi quem realizou as anotações conforme as respostas obtidas sobre as percepções da recepção do conteúdo audiodescritivo e eficácia do recurso, além da identificação do aluno do lar escola para posterior avaliação. Tal proposta se justifica pelo fato de que nem todos os deficientes visuais da escola sabem o braile. “Portanto, o que caracteriza o formulário é o contato face a face

entre pesquisador e informante e ser o roteiro de perguntas preenchido pelo entrevistador, no momento da entrevista.”. (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 195).

Na cidade de Bauru, existe o Lar Escola Santa Luzia para Cegos, situado na Avenida Castelo Branco, 24-09. A escola atende cerca de 50 alunos que possuem deficiência visual congênita e adquirida. O local é mantido por sócios, voluntários e doadores, que auxiliam o lar escola tanto na parte administrativa quanto de arrecadações. No ambiente, são ensinadas atividades cotidianas, bem como as de lazer, artesanato e educacionais, como leitura em braile. O local foi escolhido para a aplicação do estudo pois é o único que trabalha com deficientes visuais em Bauru, cidade na qual a presente pesquisadora reside. Para tanto, a pesquisa de campo deste projeto será realizada no espaço com o intuito de localizar resposta às questões norteadoras: Qual a eficácia do recurso da audiodescrição? Os indivíduos interpretam a mesma informação de uma única maneira?

Para a realização da pesquisa de campo, foi necessária a elaboração de uma carta-convite – Apêndice A, encaminhada à administração do Lar Escola Santa Luzia para Cegos, com as respectivas informações e objetivos da pesquisa a ser realizada no local. Também foi preenchido e devidamente assinado o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” – vide Apêndice B, que notifica a ciência dos elaboradores da pesquisa sobre o sigilo das informações obtidas.

Para esta pesquisa, parte dos assistidos da unidade educacional, que possuem mais de 18 anos, participou de um grupo focal, ao qual foi aplicado o videoclipe audiodescritivo e um formulário que foi preenchido. Os alunos selecionados para auxiliar neste estudo foram escolhidos de maneira aleatória, desde que possuíssem as determinações necessárias para este projeto: ter mais de 18 anos e cegueira adquirida. As determinações se dão devido ao fato de que o local opta por trabalhar com sujeitos maiores de idade. A questão da escolha da deficiência foi arbitrada pelo fator de que o sujeito que possui cegueira adquirida possui vivências visuais e, por isso, tem supostamente mais facilidade na compreensão dos dados transmitidos pela audiodescrição. Os indivíduos que responderam as perguntas do formulário foram os que se fizeram presentes no lar escola durante o período de dois dias, nos quais foi feita a pesquisa de campo.

No total, foram elaboradas 15 perguntas, dentre objetivas e dissertativas, e três questões de uma etapa opcional, com a audição da música original que totalizou 18 questões. As questões de opinião foram respondidas pelo entrevistado e as

respostas basearam-se nos três níveis de eficácia da audiodescrição: baixo, médio e alto. O nível baixo foi mensurado com notas de 1 a 4, a partir de questões respondidas de acordo com a compreensão do videoclipe exibido. Nível considerado médio envolveu a pontuação de 5 a 7, a partir de questões respondidas pelo entrevistado sobre o conteúdo audiodescritivo abordado. O nível alto se relacionou às notas de 8 a 10, com perguntas respondidas de acordo com uma interpretação eficaz. Após a coleta dos dados, foi realizada a análise. Observou-se que cada formulário propiciou diferenças significativas nos resultados, devido ao meio em que o sujeito conviveu.

Nesse sentido, segundo Salomão (2003, p. 59), o dialogismo e a polifonia tornam-se essenciais para que o receptor interprete uma transmissão radiofônica, por exemplo, de diversas maneiras. Logo, o autor antecipa a afirmação de que cada sujeito interpreta o conteúdo de maneiras diferentes, de acordo com suas vivências.

A avaliação das respostas dos membros do grupo focal se deu também por meio da teoria hermenêutica, que se aplica pela técnica de aprofundamento e compreensão das frases mencionadas pelo sujeito. A interpretação do conteúdo transmitido e da maneira cujas palavras são escolhidas em uma respectiva expressão. De acordo com Grunwald (2010, [s.n.]) *apud* Mello (2010, [s. n.]), a teoria basicamente se relaciona à interpretação e percepção do indivíduo sob o que ele permite transparecer por meio da linguagem, vestimenta e gestos. Esta subjetividade, então, foi avaliada na composição do formulário.

Devido a estes fatores, o presente projeto tem por objetivo avaliar se existem diversas maneiras de recepção de conteúdo audiodescritivo por meio do auxílio de deficientes visuais que participaram do grupo focal e investigar qual a eficácia da recepção da informação sobre um mesmo produto.

## CAPÍTULO 6 – ESTUDO DE RECEPÇÃO

A fase anterior à pesquisa de campo foi composta pela elaboração do formulário que, inicialmente, possuía 13 questões, dentre elas objetivas e dissertativas. Quando finalizadas, o formulário foi aplicado no dia 24 de abril de 2016 em forma de teste a um indivíduo cujas características eram compatíveis às dos indicados no grupo focal. Todas as respostas foram anotadas, bem como as sugestões para aprimorar o formulário.

Na versão inicial do formulário foi notada a dificuldade na compreensão da audiodescrição junto da música tocada ao fundo do videoclipe. A concentração do sujeito ficou totalmente voltada apenas à audiodescrição. Com isso, foi criada a segunda etapa da entrevista, composta por três questões após a audição da música que originou o videoclipe. As questões criadas na primeira versão do documento foram mantidas, entretanto, algumas foram reformuladas para ensejar melhor compreensão dos participantes.

No dia 25 de abril de 2016, foi apresentado o resultado obtido no teste à pesquisadora orientadora responsável. Depois da análise e debate sobre o instrumento, algumas questões foram aprimoradas e outras criadas. A versão final do documento apresenta 18 perguntas. Quatro delas são perguntas para registrar informações pessoais do voluntário. Três questões são perguntas de fato, relacionadas ao cotidiano do sujeito quanto ao conhecimento sobre a audiodescrição. Oito perguntas se relacionam à opinião do entrevistado quanto à percepção aos detalhes do produto audiodescritivo apresentado e sobre a eficácia da audiodescrição em geral. Além destas, foi mantida a segunda etapa opcional, relacionada à audição da música “A Casa é Sua”, de Arnaldo Antunes e Ortinho – vide Anexo A.

Em seguida, a presente pesquisadora orientanda entrou em contato com Leila Liz Romani Junqueira, assistente social responsável pelo Lar Escola Santa Luzia para Cegos, *lócus* da pesquisa, para agendar a visita e iniciar a pesquisa de campo. Às 9h do dia 4 de maio, foi feito o contato pessoal com a assistente social, que autorizou a entrada e o estudo *in loco*. Foi elaborada, lida e devidamente assinada a carta-convite – vide Apêndice A, na qual a unidade educacional fica a par da atividade a ser desenvolvida e quais os pré-requisitos necessários para sua elaboração.

Depois, a pesquisadora foi encaminhada ao local onde se encontravam os participantes. Os alunos realizavam atividade em sala de aula, prevista no cronograma da escola. Entretanto, com a autorização da responsável, a presente pesquisadora se apresentou e explicou resumidamente o objetivo da visita e pesquisa, da qual todos aceitaram participar. Apenas seis assistidos com cegueira adquirida, assim como proposto inicialmente, estavam presentes devido à disposição do cronograma da unidade educacional.

Em uma sala isolada, foi apresentado e lido individualmente o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – vide Apêndice B, que propõe o resumo da pesquisa, direito de desistência e consentimento voluntário. Os seis membros do grupo focal acordaram o documento e assinaram duas vias, sendo uma entregue ao voluntário e outra deixada com a pesquisadora. Alguns dos alunos não possuem habilidade para assinar o documento à caneta, então foi inserida a impressão digital do mesmo.

Individualmente, foi apresentado o videoclipe e respondido o trecho obrigatório do formulário – vide Apêndice C. Em seguida, os que se interessassem poderiam ouvir a música – vide Anexo A, através da qual foi criado o produto audiovisual, e responder a outras perguntas opcionais.

A pesquisa durou até às 12h do mesmo dia. Para que houvesse melhor aprofundamento na análise com outros sujeitos, foi agendada uma nova data, prevista para 13 de maio. No dia proposto, foram realizadas as mesmas etapas da visita anterior. Desta vez, foram entrevistados mais sete voluntários. A pesquisa de campo foi finalizada com 13 pessoas.

Após a pesquisa *in loco*, a presente pesquisadora percebeu a necessidade de aprofundar o estudo e, na sequência, realizar a reformulação do produto apresentado com base nas contribuições dos assistidos pela escola, em modo de contribuir com o valor social desta pesquisa – esta etapa não estava prevista no projeto deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Os resultados obtidos na pesquisa de campo realizada no mês de maio serão apresentados, em seguida, com o auxílio de tabelas. Na Tabela 1 será abordada a eficácia do recurso.

Tabela 1 - De 1 a 10, como você define a eficácia da audiodescrição?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“10. Apesar de a gravação estar rachada, deu para entender tudo o que acontecia.”
SUJ 2	“10. Achei excelente.”
SUJ 3	“8. O fato do filme não encaixou. A audiodescrição é boa, mas é muito rápida.”
SUJ 4	“10. Deu para entender tudo da casa. É uma história emocionante e legal. A casa tinha sala, quarto, cozinha, parede e até o relógio.”
SUJ 5	“10. Ele descrevia bem o que acontecia. Achei legal.”
SUJ 6	“6. Porque falta detalhes na descrição e o personagem não fala.”
SUJ 7	“10. Serviço muito bem explicado, mas a velocidade para captar o que se passa é muito rápida.”
SUJ 8	“10. Como você não tá vendo, ela é boa para ajudar a entender o que acontece.”
SUJ 9	“5. Porque sim.”
SUJ 10	“10. É muito interessante, né? É prático.”
SUJ 11	“9. Eu acho que foi muito rápido. Eu consegui entender, mas muitas pessoas não têm só deficiência visual. Então eu acho que poderia ser mais lento.”
SUJ 12	“8. Certas coisas não dá para entender porque precisaria ser mais detalhado.”
SUJ 13	“8. Apesar de chiar, deu para entender.”

Fonte: Elaborada pela autora.

De acordo com o cálculo efetuado para obtenção da nota da eficácia da audiodescrição apresentada no videoclipe, o resultado foi 8,76. Tal média pode ser definida pela descrição da percepção dos membros do grupo focal.

De acordo com o resultado obtido, pode-se definir que a audiodescrição é um bom serviço, que auxilia na recepção e compreensão do conteúdo transmitido, porém o serviço possui falhas. Dentre elas estão ausência de detalhamento das cenas e velocidade rápida na descrição, o que prejudica a compreensão dos

elementos. Sobre a compreensão da temática da música houve a abordagem na Tabela 2.

Tabela 2 - Ficou clara a temática do produto audiodescritivo apresentado?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim. Entendi que conforme tudo o que ele falava ele fazia. Acho que o vídeo é com uma coreografia.”
SUJ 2	“Sim. Não entendi muita coisa. A música de fundo era muito alta.” [resposta contraditória].
SUJ 3	“Sim. Principalmente com a narração do carro que é muito boa.”
SUJ 4	“Sim. Ele esperava deitado na cama, no banho e até com as panelas.”
SUJ 5	“Sim. É a primeira vez que ouvi algo assim e entendi tudo porque foi bem descrito. A música é alta, mas apesar disso eu gravei os detalhes.”
SUJ 6	“Sim. Deu para perceber. Chegou na casa e lá passaram coisas do cotidiano da vida do personagem e tudo foi sumindo.”
SUJ 7	“Não. Ouvi tudo, mas não entendi das coisas desaparecerem. Você pode me explicar porque eu realmente não entendi.”
SUJ 8	“Não. Tem vez que não dá para entender por causa da velocidade.”
SUJ 9	“Sim. Porque as coisas que vão sumindo da casa.”
SUJ 10	“Sim. Ficou bom porque é interessante por causa dos detalhes que explicou.” [resposta confusa].
SUJ 11	“Sim. O homem estava em casa e tudo se desfazia.”
SUJ 12	“Sim. O cara chegou, tudo foi caindo e desaparecendo.”
SUJ 13	“Sim. Um pouco, porque fica confuso por ser muito rápido. Precisaria deixar mais lento ou passar mais vezes.”

Fonte: Elaborada pela autora.

De acordo com 11 das 13 respostas, a temática da música é clara para os receptores. Entretanto, três dos entrevistados que afirmaram inicialmente ter entendido o tema apresentaram conclusões contraditórias perante a justificativa da pergunta. Os outros membros do grupo focal perceberam o sumiço dos objetos, mas não ligaram o sumiço ao sentimento de saudade.

A Tabela 3 aborda a subjetividade do sujeito a partir da percepção de uma porta mencionada no início do videoclipe.

Tabela 3 - De 1 a 10, como você avalia a descrição da porta no início do videoclipe? Como você imagina que ela realmente é? Descreva

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“10. A porta eu imagino que é de vidro, sem detalhes, sem nada.”
SUJ 2	“10. De madeira, sem detalhe nenhum.”
SUJ 3	“8. O filme ficou confuso, não deu muitos detalhes, mas imagino marrom escura com maçaneta redonda e sem nenhum detalhe.”
SUJ 4	“10. Quadrada, de madeira e pintada.”
SUJ 5	“10. Uma porta de madeira com batente normal.”
SUJ 6	“7. Porque inicialmente eu não sabia se a maçaneta era da porta do carro ou da casa. Mas imaginei uma porta de madeira, comum.”
SUJ 7	“8. Perdi a noção de lembrar da porta. Mas pelo que me recordo ela não tinha trinco, mas era uma porta bonita, detalhada, grande.”
SUJ 8	“8. Eu lembro mais ou menos. Ela abre certinho... É uma porta de madeira.”
SUJ 9	“10. Ela é pequena e de vidro.”
SUJ 10	“10. É boa. A porta é muito grande, já a maçaneta é normal... A porta é de madeira e lisa.
SUJ 11	“7. A porta era de madeira e estava fechada. Eu entendi que a maçaneta era uma flauta porque falou muito rápido.”
SUJ 12	“Não lembro, mas imagino que seja uma porta de madeira com trinco.”
SUJ 13	“Não prestei atenção. Mas sei que tem maçaneta e é de madeira.”

Fonte: Elaborada pela autora.

A média obtida nesta questão foi 8,9 do total de 11 pessoas que deram nota à descrição da porta. A partir dos resultados obtidos na resposta de cada sujeito, é perceptível que cada indivíduo possui uma imagem pré-definida do objeto em questão. As notas diferentes de 10 podem se relacionar aos poucos detalhes que o audiodescritor dá quando a porta da casa é mencionada no videoclipe abrindo,

portanto, espaço para a imaginação do receptor. A Tabela 4 tem o mesmo objetivo da anterior.

Tabela 4 - Como você imagina que o personagem Chiquinho é fisicamente?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Ah, ele é moreno, usava calça jeans e camisa branca.”
SUJ 2	“É difícil imaginar, mas é branco, de 30 a 32 anos e usava calça e camisa branca.”
SUJ 3	“Magricelo, com 1,80 mais ou menos. Ele é branco e tem cabelo preto.”
SUJ 4	“Jovem alto e magro.”
SUJ 5	“Loiro com cabelo encaracolado. Magro, alto e peralta.”
SUJ 6	“Não deu para imaginar porque tive uma visão de que o videoclipe era em desenho, como em um anime. E esse anime tinha estatura média e era magro.”
SUJ 7	“Não era gente grande. Já pelo nome dá para perceber que ela era de pequena estatura. Minúsculo.”
SUJ 8	“Moreno, estatura média e usava roupa social.”
SUJ 9	“Menino, magro. Ele usava roupa branca.”
SUJ 10	“Baixinho, moreno, cabelo preto e olho azul.”
SUJ 11	“Magro, alto e desleixado. Ele vestia calça jeans, suéter vermelho e sapatênis azul.”
SUJ 12	“Magro e com altura mediana. Não imaginei a roupa que ele usava.”
SUJ 13	“Moreno claro, pouca barba, estatura mediana. Meio “saliente”. Usava calça jeans e camiseta branca.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Com as respostas obtidas nesta questão, é possível verificar com maior clareza que cada sujeito possui uma percepção sobre o personagem em questão, devido às suas vivências anteriores. Entretanto, a maior parte dos entrevistados imaginou que Chiquinho era um personagem magro. Tal fato pode ser confirmado com a ilustração do videoclipe.

É possível identificar o tema apenas na música utilizada como background no videoclipe. A Tabela 5 mostra como foi a percepção do ouvinte sobre a temática.

Tabela 5 - De 1 a 10, qual nota você dá para a descrição da temática da música? A música tem como tema a saudade de uma pessoa. Com a audiodescrição, é possível identificar o sentimento em quais momentos?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“A saudade da pessoa ficou clara quando ele ficou sozinho, fica vazio, né? Fica estranho...”
SUJ 2	“Não sei. Não prestei muita atenção na música porque não gosto desse tipo de música.”
SUJ 3	“Não sei dar a nota. Eu prestei atenção na audiodescrição só, mas pelo que entendi ele era sozinho.”
SUJ 4	“Música boa e suave. Dá para perceber a saudade pelo passado e por estar sozinho na casa.”
SUJ 5	“Eu não consigo lembrar porque a música é alta, mas dá para gravar.”
SUJ 6	“Não prestei atenção na música. Mas o tema dá para relacionar pelas coisas sumindo.”
SUJ 7	“Passei batido. Fiquei preocupado com a audiodescrição e não percebi.”
SUJ 8	“8. Algumas coisas. Não.”
SUJ 9	“10. Sim. Foram muitos.”
SUJ 10	“5. Não percebi.”
SUJ 11	“10. Na hora que ele perde as coisas ele lembra da pessoa amada.”
SUJ 12	“10. Sim, da saudade de uma pessoa. Mas não percebi em nenhum momento.”
SUJ 13	“8. Vai sumindo. Não.”

Fonte: Elaborada pela autora.

É possível verificar que, apesar de a maioria dos entrevistados não saber atribuir nota à temática da música, os sujeitos com menos de 30 anos entenderam que o sumiço dos objetos se relaciona à saudade. Tal argumento se baseia no maior acesso a conteúdos audiodescritivos e meios tecnológicos. Já os mais velhos não

associaram a temática. Na Tabela 6 os sujeitos apontaram considerações à audiodescrição em geral.

Tabela 6 - Quais considerações você tem a fazer sobre a audiodescrição?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Dá para saber tudo o que está acontecendo no vídeo. Há dois anos conheci o recurso aqui no Santa Luzia.”
SUJ 2	“É excelente. Entendi alguma coisa.”
SUJ 3	“A audiodescrição é bem feita, mas a trilha sonora atrapalha a voz se colocar as duas juntas, como no vídeo.”
SUJ 4	“Dá para entender tudo.”
SUJ 5	“É muito bom porque dá para entender detalhadamente.”
SUJ 6	“Assisto muito filme durante a madrugada e em relação à audiodescrição em geral, o volume da descrição não acompanha o do filme. Aí a maioria das vezes a gente presta atenção em uma coisa só.”
SUJ 7	“Excelente. Serviço muito bem explicado, bom demais.”
SUJ 8	“É boa. Fala que ele está deitado e você imagina ele deitado.”
SUJ 9	“É boa, dá para entender mais.”
SUJ 10	“É interessante. Muito legal.”
SUJ 11	“Não.”
SUJ 12	“Nenhuma.”
SUJ 13	“Alguns detalhes ficam perdidos. Prefiro assistir a filmes normais porque pelo menos imagino do meu jeito. Apesar de ser um trecho em silêncio, a gente imagina o que acontece nesse trecho.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Por meio das respostas desta tabela, é possível analisar que os membros do grupo focal concordam que o recurso é bom, pois facilita na compreensão do que é transmitido. Contudo, a audiodescrição pode ser aprimorada, com o melhor detalhamento das cenas e ser explicada com mais tranquilidade. Apenas o sujeito 13 se fez contra a audiodescrição. O indivíduo afirmou que tem preferência por filmes sem o recurso, pois assim tem a liberdade para imaginar a cena como quiser.

A Tabela 7 indica sugestões para que o recurso seja aprimorado.

Tabela 7 - Quais sugestões para melhorar o recurso da audiodescrição você daria a um tradutor que atua na área?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Falar mais devagar. Em vídeos muito compridos eu não entendo. Já quando alguém me conta uma história, eu não consigo contar a mesma história para alguém.”
SUJ 2	“A música fica muito alta e a descrição é muito rápida.”
SUJ 3	“Seria bacana não passar as informações rapidamente para dar para imaginar a situação.”
SUJ 4	“Tem que melhorar bastante. Tem que falar devagar, mas dá para entender.”
SUJ 5	“Teria que ser mais lento. Não dá para entender muito por isso.”
SUJ 6	“Nenhuma.”
SUJ 7	“Minha queixa é só para que fosse mais lento.”
SUJ 8	“Se falar devagar dá para ser melhor.”
SUJ 9	“Tem que melhorar, com mais detalhes apresentar uma música nova.”
SUJ 10	“Poderia melhorar e deixar mais detalhado. A velocidade não atrapalhou.”
SUJ 11	“Falar mais devagar e ser mais dinâmica.”
SUJ 12	“Ser mais detalhado.”
SUJ 13	“Detalhar mais e quando estiver em silêncio poderia falar mais.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Para os entrevistados com idade acima de 70 anos, a descrição deve ser feita mais lentamente. Para os indivíduos com menos de 70 anos, a descrição do recurso se tornaria mais eficiente se fosse mais detalhada.

Por se tratar de uma entrevista com cegos, a Tabela 8 indica se o ouvinte considera que a audiodescrição é um recurso de acessibilidade.

Tabela 8 - Você considera que a audiodescrição é um recurso de acessibilidade?  
Por quê?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim. Quando um filme passar e tem só a música não dá para saber o que a pessoa vai fazer... Se ela dança ou vai embora.”
SUJ 2	“Sim. Facilita um pouco, né? Ficou melhor entendido.”
SUJ 3	“Sim. Porque dá para interagir visualizando mentalmente as imagens.”
SUJ 4	“Sim. Porque dá para entender os detalhes, né?”
SUJ 5	“Sim. Se não tivesse audiodescrição, seria mais difícil saber onde ficam e como são as coisas.”
SUJ 6	“Sim. Porque se tem um filme que o final é só com imagem, a audiodescrição explica.”
SUJ 7	“Sim. É feito na sensibilidade. Para nós é necessário e faz falta. A gente cria a imagem na cabeça.”
SUJ 8	“Sim. Facilita para entender as coisas.”
SUJ 9	“Sim, dá para entender, né?”
SUJ 10	“Sim. Tem que ter força de vontade para entender.”
SUJ 11	“Sim, mas não uso porque os cegos não tem noção daquilo que passa na TV e imaginam coisas muito além das que realmente passaram.”
SUJ 12	“Sim. Porque você sabe o que está acontecendo em um filme, por exemplo.”
SUJ 13	“Sim, porque quem não enxerga pode entender. Até quem nunca enxergou também consegue entender alguma coisa.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Por unanimidade, todos os entrevistados acreditam que a audidescrição é um recurso de acessibilidade, pois facilita na compreensão daquilo que foi transmitido.

A Tabela 9 é um convite. Os deficientes visuais que fizeram parte da pesquisa puderam escolher ou não participar da segunda etapa do estudo.

Tabela 9 - Você gostaria de ouvir a música que deu origem ao videoclipe para compreender o sentido original da canção? Por quê?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim. Para entender melhor.”
SUJ 2	“Sim. Para compreender o sentido dela.”
SUJ 3	“Sim. Para entender melhor.”
SUJ 4	“Sim. Para entender mais.”
SUJ 5	Sujeito não quis participar da etapa opcional.
SUJ 6	“Sim. Para entender melhor.”
SUJ 7	“Sim. Vamos ver o que acontece na música, né?”
SUJ 8	Sujeito não quis participar da etapa opcional.
SUJ 9	“Sim. Para ver se entende alguma coisa diferente.”
SUJ 10	“Sim. Para entender melhor.”
SUJ 11	“Sim. Para entender mais alguma coisa.”
SUJ 12	“Sim. Para compreender melhor.”
SUJ 13	“Sim. Para entender melhor.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Dos 13 sujeitos entrevistados, 11 aceitaram participar da etapa opcional, que consiste na audição da música que originou o videoclipe com audiodescrição. Os sujeitos que aceitaram colaborar com a segunda fase da pesquisa alegaram que gostariam de entender mais detalhes sobre a música e temática, tal resultado foi obtido na Tabela 10.

Tabela 10 - Somente ouvindo a música, a temática da letra torna-se mais clara?  
Por quê?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Ficou muito mais claro. Falou que ele tinha sala, banheiro e até sofá, mas não tinha alguém.”
SUJ 2	“Alguma coisa, mas tem que passar mais de uma vez para entender a música.”
SUJ 3	“Ficou. Ele esperava alguém voltar.”
SUJ 4	“Dá para entender melhor como são os cômodos.”
SUJ 5	Sujeito não quis participar da etapa opcional.
SUJ 6	“Fica diferente a história da música e da audiodescrição. Não tem o mesmo sentido.”
SUJ 7	“Ficou mais clara.”
SUJ 8	Sujeito não quis participar da etapa opcional.
SUJ 9	“Dá para entender melhor. Ficou melhor, mais fácil.”
SUJ 10	“Ficou mais claro, mais bem explicado.”
SUJ 11	“Fica mais clara. A história é que ele está na “fossa” quando perde tudo e, além disso, ele está com saudade da mulher amada.”
SUJ 12	“Ficou porque fala que a casa não tinha nada e só faltava ela.”
SUJ 13	“Achei a música mais rápida e por isso entendi mais ou menos.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Cinco dos 11 sujeitos que participaram da etapa opcional entenderam por meio da música a metáfora utilizada para expressar o sentimento de saudade no videoclipe. Os demais entrevistados afirmaram que depois de ouvir a música compreenderam melhor o tema, entretanto, não souberam explicar o que haviam entendido.

Na Tabela 11, os sujeitos indicam novos detalhes percebidos com a nova audição.

Tabela 11 - É possível perceber outros detalhes da história somente com a letra da música? Quais?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Não.”
SUJ 2	“Não percebi.”
SUJ 3	“Só o teto de ponta cabeça e que faltava alguém na casa.”
SUJ 4	“Sim. Deu para entender melhor com a música.”
SUJ 5	Sujeito não quis participar da etapa opcional.
SUJ 6	“Não.”
SUJ 7	“Cheguei à conclusão de que a casa tem tudo, mas falta você chegar.”
SUJ 8	Sujeito não quis participar da etapa opcional.
SUJ 9	“Percebi. Da cama, do sofá, da cozinha...”
SUJ 10	“Não.”
SUJ 11	“Uma parte que fala do tapete que eu não tinha percebido antes.”
SUJ 12	“Sim. Que falta ela.”
SUJ 13	“Não entendi porque estava muito rápido.”

Fonte: Elaborada pela autora.

Quatro dos 11 sujeitos não perceberam nenhum diferencial na história contada na música quando relacionada à descrição do videoclipe. Dois entenderam que o diferencial era que a casa tinha todos os objetos, diferentemente do que se passa no videoclipe, mas que faltava alguém nela. Um entrevistado alegou que a música era rápida e que não conseguiu compreendê-la. Os demais perceberam outros detalhes relacionados à mobília do imóvel.

Para finalizar a análise das respostas dos entrevistados, é necessário informar que os sujeitos 4 e 9 possuem deficiências cognitivas, além da cegueira, que podem causar ausência de sentido nas respostas das perguntas estabelecidas.

Em síntese, os sujeitos que possuem mais contato com o recurso da audiodescrição têm facilidade em acompanhar e compreender o serviço, como é o

caso dos sujeitos 6 e 11. O indivíduo 6 assiste com frequência a filmes e possui objetos com acessibilidade, como celular. Já o indivíduo 11, apesar da cegueira, é professor de informática. Ele tem contato diário com a atualidade e, por isso, é “antenado” e compreende as referências do videoclipe.

Os sujeitos 2, 4, 8 e 9 apresentaram dificuldade para entender o conteúdo, pois a idade avançada e deficiência cognitiva podem ser consideradas fatores limitantes para a compreensão do conteúdo, devido à velocidade da tradução do recurso apresentado.

Os sujeitos 1, 3, 7 e 12 entenderam o sentido da temática do videoclipe somente após ouvir o áudio que gerou o produto audiodescritivo. Eles possuem menos de 70 anos e nenhuma outra deficiência.

Os indivíduos 5, 10 e 13, apesar de possuírem idades distintas, não conseguiram compreender a temática do videoclipe nem da música. O motivo pode ter sido causado por terem realizado atividades paralelas durante a transmissão dos conteúdos.

## 6.1 DISCUSSÕES

Com base nos resultados obtidos, apesar de a audiodescrição ser um recurso de acessibilidade e ser considerado algo bom pelos entrevistados, o objeto que utiliza a audiodescrição deve ser mais detalhado e descrito mais lentamente para que a compreensão do conteúdo apresente melhor eficácia. Também foi possível verificar que aqueles que possuem maior contato com produtos com audiodescrição entendem com mais facilidade o que é transmitido. Com base nas análises das respostas dos sujeitos, cada indivíduo cria uma imagem diferente baseada em suas respectivas vivências, conforme é feita a descrição, ou seja, o recurso depende, também, de repertório anteriormente formado pelo indivíduo.

Em suma, com a pesquisa de campo foi possível notar que o produto audiodescritivo proporciona informação e as respostas contidas no formulário de cada voluntário indica que a melhor compreensão da informação ocorre de modo eficaz com a aplicação do recurso, portanto, a hipótese é afirmativa. Contudo, a eficácia do conteúdo existe apenas em casos cujo ouvinte permanece atento à mensagem. Em casos em que o voluntário do estudo realizava atividades paralelas durante a audição, foi perceptível a pouca compreensão sobre a temática e detalhes

existentes no produto, como é o caso das respostas obtidas com os indivíduos 5, 10 e 13.

Também procede a afirmação de Thompson (1973) sobre a compreensão do conteúdo transmitido que varia de acordo com as vivências dos ouvintes. No estudo realizado pela presente pesquisadora, todos os sujeitos indicaram olhares diferenciados sobre um único objeto, como é o caso da aparência do personagem Chiquinho.

As respostas também apontaram para a valorização do conteúdo da descrição em detrimento ao conteúdo da composição musical, muito embora a primeira esteja a serviço da segunda. Nesse sentido, uma quarta hipótese surgiu após a finalização da pesquisa de campo, pela qual a audiodescrição deve abordar o sentido figurado da música para estabelecer vínculos mais significativos entre a descrição e a composição musical, bem como sua temática.

Durante a pesquisa, foi notado que idosos e pessoas que possuem deficiências múltiplas não apresentaram o *feedback* esperado, devido à não captação da temática da música “A Casa é Sua”, que é subjetiva. Mas eles perceberam detalhes mais aprofundados sobre a descrição em si. Devido a este fator, é necessário que a descrição do conteúdo seja mais lenta e, se possível, mais detalhada, apesar de a descrição ter de ser resumida no tempo de cada cena. Por isso, o tradutor deve fazer uma boa escolha das palavras utilizadas no produto.

Como sugestão para facilitar a compreensão destes indivíduos, a audiodescrição de uma música pode ser feita por um tradutor que possua timbre diferenciado do cantor da música para que as vozes se distingam e haja melhor entendimento do conteúdo descrito e cantado, respectivamente. Apesar de Ferraretto (2001) afirmar que a compreensão do conteúdo é mais eficaz quando há junção de elementos sonoros, como a voz, música e efeitos, alguns entrevistados alegaram que a união dos elementos é capaz de confundir a compreensão da descrição do videoclipe. Neste sentido, é necessário que a descrição seja em volume maior que a música utilizada como *background* (música de fundo).

Foi percebido também que, para os entrevistados, a audiodescrição é um recurso de acessibilidade, pois auxilia na compreensão dos detalhes das imagens. Entretanto, não é acessível para todos os deficientes visuais devido à inviabilidade de valores para aquisição de uma televisão digital ou de uma rede de *internet*. Dos

13 entrevistados, 11 afirmaram que tiveram pouco ou nenhum acesso a algum produto do gênero.

Com a pesquisa também ficou evidente que a audiodescrição possibilita a inclusão social de deficientes visuais, bem como de idosos e pacientes diagnosticados com dislexia. Também foi confirmada a hipótese de que os deficientes visuais que tinham relatado contato com filmes na infância possuem o hábito de assistir a vídeos ou longas-metragens atualmente e, com isso, têm maior facilidade de captação de conteúdos auditivos. É o caso do sujeito 6.

Diante das considerações obtidas nessa etapa do presente estudo, avalia-se que os tradutores que atuam na área da audiodescrição devem trabalhar para que a descrição do conteúdo não seja tomada pela sua subjetividade, visto que não existe imparcialidade ou neutralidade, de acordo com Bakhtin (2000, p. 320 *apud* MENDONÇA; MUSSALIN, 2011, p. 144):

O enunciado está voltado não só para seu objeto, mas também para o discurso do outro acerca desse objeto. A mais leve alusão ao enunciado do outro confere à fala um aspecto dialógico que nenhum tema constituído puramente pelo objeto poderia conferir-lhe.

Já Genro Filho (2012, p. 194) diz que:

A maioria dos autores reconhece que a objetividade plena é impossível no jornalismo, mas admite isso como uma limitação, um sinal da impotência humana diante da própria subjetividade, ao invés de perceber essa impossibilidade como um sinal da potência subjetiva do homem diante da objetividade.

Para afirmar tal argumento, o sujeito 13 da pesquisa de campo alegou que no recurso audiodescritivo: “Alguns detalhes ficam perdidos. Prefiro assistir a filmes normais porque pelo menos imagino do meu jeito. Apesar de ser um trecho em silêncio, a gente imagina o que acontece nesse trecho.” Devido a tal conclusão do voluntário, é possível afirmar que a audiodescrição induz o ouvinte e, devido a isto, alguns receptores têm preferência por produtos que não fazem uso do recurso para que seja possível visualizar uma imagem mental sem qualquer imposição.

## 6.2 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Por todos os resultados obtidos, pode-se afirmar que o serviço de audiodescrição pode ser prestado por tradutores com formação na área de letras e também por comunicadores visto que, além de ser um produto que traduz, também é um recurso que informa e comunica por meio do áudio e, como tal, deve ser subordinado aos condicionantes desta linguagem específica. De acordo com Ferraretto (2001, p. 25), os condicionantes são “a capacidade auditiva do receptor, a linguagem radiofônica, a tecnologia de transmissão e recepção empregada, a fugacidade, os tipos de público e as formas de recepção.”.

Para este estudo, a capacidade auditiva do receptor é um dos fatores essenciais para definir como a mensagem chega ao ouvinte e como é sua compreensão. Ela pode ser definida também pela faixa etária do ouvinte e suas possíveis deficiências. Para que a compreensão do conteúdo seja eficaz, entende-se ser necessário que a linguagem radiofônica seja composta pela voz, música, efeitos sonoros e silêncio, atuando isoladamente ou em conjunto de modo que não atrapalhe a compreensão do conteúdo original, nem do recurso de acessibilidade.

O tipo de público a quem a mensagem se destina também é um condicionante importante para que o produto audiodescritivo seja melhor elaborado, como a faixa etária e nível socioeconômico. Os condicionantes da mensagem em áudio devem ser considerados para que, a partir deste panorama, se torne mais fácil a criação ou reformulação do produto.

O nível socioeconômico e cultural do ouvinte ao qual se destina a mensagem determina como esta vai ser estruturada. O usual é considerar o público como um todo, mas com a crescente segmentação a forma adapta-se a parcelas mais específicas da audiência. (FERRARETTO, 2001, p. 27).

Logo, se o conteúdo foi criado levando em consideração estes elementos, é possível afirmar que o deficiente visual vai recebê-lo por meio da atenção concentrada e escuta por seleção e, na sequência, compreender não só pelos elementos transmitidos por meio do áudio, mas perceber mensagens não verbais, como é o caso da temática da saudade no videoclipe apresentado aos membros da pesquisa de campo.

Para tanto, de acordo com os resultados obtidos pela presente pesquisadora, é possível afirmar que a audiodescrição é um recurso de acessibilidade e que é eficaz em alguns casos. Com base no que foi descrito, foi possível formular uma quinta hipótese: para que a recepção do conteúdo seja de modo eficaz, é necessário que o produto audiodescritivo considere os condicionantes da mensagem em áudio.

A fim de avaliar tal hipótese e diante de todos os argumentos apresentados, para uma melhor elaboração de um conteúdo audiodescritivo a partir da percepção de novas hipóteses para o problema inicial, a autora propõe a reformulação do conteúdo audiodescritivo apresentado no videoclipe “A Casa é Sua” a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo realizada com o *corpus*. A pesquisa aplicada será apresentada a seguir.

## CAPÍTULO 7 – PESQUISA APLICADA

Para prosseguir a pesquisa aplicada, pesquisou-se na *web*, durante a primeira semana de agosto, a existência de modelos de roteiros para audiodescrição. Nada foi encontrado. Diante disso, foi recebida uma cópia de modelo de roteiro de Flávia Oliveira, jornalista e coordenadora de acessibilidade e multimídia da TV Aparecida, da Rede Aparecida de Comunicação, após uma solicitação intermediada pela coordenação do curso, no dia 15 de agosto de 2016. A partir do roteiro disponibilizado, foi inserida a letra da canção “A Casa é Sua”, como locutor 1, a audiodescrição realizada no videoclipe, como locutor 2, e o detalhamento das cenas por meio da visão da pesquisadora foi encorpado no serviço técnico – Vide apêndice D.

Com a junção dos três elementos no roteiro do recurso, foram percebidas algumas falhas na construção da audiodescrição do videoclipe, como o repertório de palavras cultas, que aparentemente não são utilizadas cotidianamente e até mesmo podem não integrar o vocabulário dos deficientes visuais. Realiza-se esta observação porque, para que a mensagem transmitida seja recebida pelo ouvinte com eficácia, é necessário um repertório adequado de palavras e que seja levado em conta o perfil do público ouvinte, que é uma audiência anônima e heterogênea, de acordo com Ferraretto (2001, p. 23).

Acrescenta-se como importante tornar coloquial a linguagem da audiodescrição do videoclipe, bem como corrigir a velocidade e detalhamento da descrição, timbre da voz do locutor e volume da música utilizada como *background* para que o videoclipe apresentado aos cegos esteja de acordo com os apontamentos obtidos no estudo de recepção, relatados no capítulo anterior. Avalia-se que as falhas apresentadas podem ser corrigidas com a revisão das palavras, melhor detalhamento das cenas, menor velocidade na descrição, mudança no timbre da voz do locutor, tornando-a mais grave ou aguda e a alteração do volume da música “A Casa É Sua”, por meio da reformulação da audiodescrição inserida no videoclipe em uma pesquisa aplicada.

A reformulação da audiodescrição do videoclipe tem o objetivo, portanto, de solucionar o problema detectado por meio deste estudo. A reformulação compõe-se de nova escolha de palavras, melhor detalhamento e lentidão da descrição, mudança do timbre da voz do locutor e mudança do volume da música utilizada

como *background*. Acredita-se que tais alterações devem facilitar a compreensão do conteúdo transmitido pela média de público ouvinte, ou seja, torna-lo comum – premissa da comunicação – entre o emissor e o receptor.

Reforça-se que o desejo de tornar comum envolve intencionalidade e, mais ainda, conhecimento sobre o que condiciona uma dada mensagem em um determinado meio, determinando as características da forma e do conteúdo. No caso de um produto audiovisual cujas imagens não são vistas, como um videoclipe, cabe levar em conta os condicionantes de uma mensagem sonora, listados por Ferraretto (2014), e ora rememorados: linguagem radiofônica, formas de capacidade auditiva do receptor, tecnologia de transmissão e recepção, tipo de público e fugacidade, que estão atrelados a uma mensagem imagética.

Segundo Ferraretto (2001, p. 26), “A linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinados entre si de diversas formas”. Já sobre o tipo de público ouvinte, o pesquisador afirma que o receptor é quem determina como uma mensagem radiofônica será estruturada por meio de seu nível socioeconômico e cultural. A partir destes argumentos, pode-se sustentar que os cegos compreenderão mais profundamente as cenas descritas no videoclipe após a alteração de algumas palavras desde que eles, como receptores, façam uso da atenção concentrada ou escuta por seleção, de acordo com o condicionante relacionado às formas de recepção.

Uma notícia muito importante faz com que esta pessoa focalize seu interesse na transmissão que, momentaneamente, interrompe a programação musical (atenção concentrada). O anúncio de que o fato relatado será ampliado em um outro horário pode fazer com que o ouvinte torne a ligar o rádio mais tarde (escuta por seleção). (FERRARETTO, 2001, p. 29).

Nesse sentido, cabe ressaltar que, mesmo no caso de uma mensagem estar adequada ao ouvinte, há a possibilidade de que a informação não seja compreendida pelo fato de que o ouvinte é quem escolhe qual o tipo de atenção dará ao conteúdo, ainda mais que algumas formas de recepção não são eficazes perante o interesse do sujeito. Segundo Kurt Schaeffer (*apud* ROMO GIL, 1994, p. 22 *apud* FERRARETTO, 2001, p. 29), no caso da audiodescrição, os modos que carregam eficiência na transmissão da informação são o de prestar atenção, que

tem implícita uma dose de intencionalidade do ouvinte, e a compreensão, que tem a finalidade de assimilar o conteúdo.

Ainda de acordo com os autores, os sujeitos retêm de maneira reduzida uma mensagem quando esta é realizada de modo verbal. Segundo dados, três horas após a transmissão do conteúdo, o ouvinte vai se recordar de 60% da mensagem e, após três dias, vai se lembrar de apenas 10%. Já em um recurso audiovisual, a retenção da mensagem três dias após a transmissão do conteúdo é de 65% (ROMO GIL, 1994, p. 22 *apud* Ferraretto, 2001, p. 29). Portanto, deve-se levar em conta que a mensagem em áudio varia de acordo com a recepção e atenção do ouvinte.

A capacidade auditiva do receptor também é relevante neste estudo. Ainda segundo Ferraretto (2001, p. 26), “A ausência de contato visual leva a uma série de alternativas sonoras para a codificação da mensagem.”. Por não enxergarem, os deficientes visuais desenvolvem os demais sentidos de forma mais aguçada, caso do estímulo à audição, o que permitiria ao cego compreender com mais facilidade uma mensagem em áudio.

A despeito dessa capacidade, para que o receptor compreenda e interprete uma mensagem de modo eficaz, é necessário que haja uma tecnologia de transmissão e recepção do conteúdo. No caso da audiodescrição, é recomendável que o áudio esteja em boa qualidade e que não apresente interrupções ou chiados.

A maior ou menor quantidade de recursos técnicos influenciará ainda na diminuição ou no aumento da eficácia do processo comunicativo, não só na transmissão em si, mas também no entendimento da mensagem (esta pode ganhar clareza em termos de conteúdo pelo uso de recursos sonoros permitidos por equipamentos em constante aprimoramento). (FERRARETTO, 2001, p. 27).

Neste sentido, um tipo de tecnologia de transmissão eficaz para o produto já gravado, como é o caso do videoclipe, seria a caixa de som ou os fones de ouvido. Assim, a atenção do ouvinte estaria propensa a ser concentrada ou realizada mediante escuta por seleção, sem interferências.

A fugacidade é outro condicionante da mensagem radiofônica, cuja agilidade e instantaneidade a compõem significativamente. No entanto, no caso deste projeto, a fugacidade não se aplica, pois a descrição do videoclipe é gravada.

Os condicionantes da mensagem, aplicados ao produto de audiodescrição, refletiriam nas mudanças elencadas na Tabela 12.

Tabela 12 – Características do produto original e reformulado

<b>Condicionantes</b>	<b>Roteiro original</b>	<b>Roteiro reformulado</b>
Capacidade auditiva	Descrição e música atuam juntas no produto.	Descrição e música devem atuar separadamente ou o <i>background</i> deve apresentar menor volume em relação ao anterior.
Linguagem radiofônica	No item Texto, utilizam-se algumas palavras consideradas da forma culta. Também pode ser considerada a velocidade rápida da locução e o timbre da voz, de acordo com os condicionantes da mensagem radiofônica.	Nova composição de palavras coloquiais.
Tecnologia	Disponível na plataforma <i>YouTube</i> , na <i>internet</i> .	Audição por meio de caixas de som ou fones de ouvido.
Tipos de público	Deficientes visuais.	Deficientes múltiplos e idosos.
Formas de recepção	Recepção pode ser pela escuta ambiental, em si, atenção concentrada ou escuta por seleção.	Recepção deve ser por meio da atenção concentrada ou escuta por seleção.
Fugacidade	Não se aplica.	Não se aplica.

Fonte: Elaborada pela autora com base nos condicionantes da mensagem de Ferraretto (2001).

De acordo com os dados obtidos na pesquisa de campo e analisados para posterior reformulação do produto audiodescritivo, foi realizada a pesquisa aplicada. Segundo Ander-Egg (1978, p. 33 *apud* MARCONI; LAKATOS, 1999, p. 22), a pesquisa aplicada é caracterizada por meio da aplicação dos resultados obtidos para que os problemas e hipóteses sejam solucionados. O método parte do referencial teórico.

Na maioria dos casos, as pesquisas aplicadas exigem e partem de estudos teóricos. Na Academia poucos são os casos de pesquisas de campo que não estejam fundamentadas ou discutidas com base na literatura existente. A teoria não deve, portanto, ser considerada como aspecto restrito às pesquisas bibliográficas. Na sua estruturação mais comum, uma pesquisa aplicada apresenta: a) fundamentação teórica; b) metodologia de pesquisa; c) Análise e discussão dos dados. Neste caso, a fundamentação teórica serve, entre outras possibilidades, de referencial para a análise dos dados, dados estes que foram coletados por meio de uma metodologia compatível com os objetivos de pesquisa e as características do objeto de estudo e do contexto de investigação (NUNAN, 1997 *apud* VILAÇA, 2010, p. 65).

A partir da ideia indicada no referencial teórico de que a audiodescrição é um recurso informativo, de acessibilidade e tem o objetivo da neutralidade na descrição das imagens, a pesquisa de campo apontou que há pontos a serem melhor explorados nas traduções audiodescritivas, como na tentativa de descrever mais detalhada e lentamente as cenas, bem como a escolha de palavras que façam parte do repertório e do meio do ouvinte. Esta última necessidade foi percebida posteriormente à análise dos resultados obtidos na pesquisa de campo e apontada como detalhe que pode ser aprimorado.

A seguir, serão descritas as etapas de mudança do produto de audiodescrição. A primeira foi focada na linguagem radiofônica, por meio do que foi criado um novo roteiro e apontadas quais mudanças ocorreram na reformulação do produto, incluindo a voz, a música e o silêncio. A segunda etapa da alteração foi elaborada a partir da capacidade auditiva do receptor, que se relaciona com a edição do produto para que apresente o resultado desejado. A tecnologia de transmissão e recepção sustenta o meio pelo qual o videoclipe será transmitido. A reformulação permite que o ouvinte tenha acesso ao produto por meio de caixas de som ou fones de ouvido e, assim, a forma de recepção da mensagem se dá por meio da atenção concentrada ou pela escuta por seleção. Por fim, com as mudanças, o recurso é destinado a deficientes múltiplos e idosos.

## 7.1 ETAPA 1

A alteração do repertório de palavras no texto do roteiro inicia a etapa de reformulação do produto apresentado aos deficientes visuais do Lar Escola Santa

Luzia Para Cegos. Tal etapa segue recomendação do pesquisador e documentarista Sérgio Puccini:

O texto da proposta é resultado de uma primeira etapa de pesquisa. Sua função é garantir condições para o aprofundamento dessa pesquisa para então ser iniciada a etapa de filmagem. Trata-se de um documento que serve apenas para os propósitos da pré-produção e não como um guia para a orientação da filmagem. (PUCCINI, 2009, p. 180).

O roteiro é imprescindível ao acompanhamento do locutor; sem ele, torna-se inviável a gravação correta de um produto em áudio, pois se pode causar ruídos - termo que designa a informação aperiódica, não prevista, indesejável, interferências e até mesmo a inserção de palavras que não condizem com o objetivo do material. Por isto, esta é a etapa inicial da proposta.

A partir da leitura e seleção de frases e palavras que devem ser alteradas, foi analisado qual termo melhor se encaixa no trecho selecionado, de acordo com cada cena transmitida no videoclipe. Segundo Ferraretto (2001, p. 35), a retórica de uma mensagem se dá na linguagem de um discurso, com o poder de se expressar e convencer o ouvinte.

Além do repertório adequado, uma mensagem em áudio deve prezar pela vibração (FERRARETTO, 2001). Por esta razão, optou-se pela locução feminina, aguda e mais pausada em comparação com a audiodescrição original.

O timbre da voz escolhido é oposto ao do cantor Arnaldo Antunes, cuja música está presente como *background* do videoclipe, além da velocidade da locução ser um pouco mais lenta que a original. Tais mudanças também foram propostas na reformulação do produto.

Avalia-se preliminarmente que estes aspectos podem facilitar a compreensão do áudio perante o ouvinte, tornando a mensagem mais clara, detalhada e adequada à proposta deste estudo. Ainda de acordo com Ferraretto (2001, p. 310), “Também não existe um padrão genérico no rádio como um todo, ao qual o indivíduo tem de se adaptar. O que ocorre é uma adequação ao estilo e ao público [...]”, o que foi feito.

## 7.2 ETAPA 2

Em uma produção audiovisual, depois de alterar o roteiro de acordo com a proposta e gravar o áudio em uma nova locução, realiza-se a audição do novo conteúdo e selecionam-se quais trechos estão inadequados à proposta original ou apresentam ruídos que podem interferir na compreensão da mensagem. Feito isso, o resultado é consertado ou aprimorado por um operador de áudio ou sonoplastia. Segundo Curado (2002, p. 59), este profissional é quem “Abre o som dos microfones e os modula para a exibição. Material gravado é modulado no momento da exibição e a captação do áudio ao vivo é testada minutos antes da entrada”.

O sonoplasta é quem também edita o material com ajustes técnicos, como o volume, corte de áudios indesejados, inserção de efeitos, música e vinhetas e finalização do produto. No caso deste estudo, houve apenas a edição da locução e do volume do áudio utilizado como *background*.

Como o material a ser reformulado envolve um videoclipe e, portanto, contém imagens, é necessário sincronizar o áudio com cada cena durante a edição das imagens, com um técnico de vídeo. Desta forma, o sonoplasta também ajusta volumes, qualidade da imagem e finaliza o produto, que é o caso deste trabalho. Portanto, somente o som do videoclipe “A Casa É Sua” foi alterado.

A gravação do áudio reformulado ocorreu no dia 26 de setembro de 2016. A presente autora gravou a locução e o produto foi editado por Leandro Cayres Zacarim, técnico do Laboratório de Rádio da USC.

A gravação foi precedida por um teste de velocidade e, em seguida, a locução foi feita cena a cena, conforme previsto no novo roteiro – vide apêndice E. Em aproximadamente duas horas o produto foi finalizado. Na sequência, o conteúdo reformulado foi apresentado como pré-teste ao mesmo indivíduo cujas características eram compatíveis às dos selecionados no grupo focal e ele foi questionado quanto à reformulação do produto. Houve um *feedback* positivo por parte do entrevistado-teste em relação às mudanças realizadas no produto audiodescritivo. Os apontamentos foram registrados para o aprimoramento do novo formulário – vide Apêndice F, que foi apresentado pela segunda vez aos mesmos sujeitos do Lar Escola Santa Luzia Para Cegos no dia 19 de outubro de 2016.

### 7.3 ETAPA 3

A terceira etapa da pesquisa aplicada envolve reflexão sobre a tecnologia de transmissão e recepção do conteúdo. O produto original foi localizado na plataforma *Youtube*, na *internet*, que pode ser assistido em computadores, *tablets* ou *smartphones* e a transmissão do áudio realizada por meio de amplificadores disponíveis nestes aparelhos.

De acordo com Ferraretto (2001,p. 69), o processo de transmissão e recepção envolve os sistemas de preparação, transmissão e recepção. Nessa preparação, informa o autor, as vibrações sonoras da voz humana são captadas, amplificadas e equalizadas. No caso do presente estudo, a transmissão ocorreu primeiro por meio da gravação deste áudio, cujo som foi transformado em impulsos elétricos a partir de um microfone. Em seguida, a mesa de áudio o equalizou, amplificou e gravou. De forma a permitir, de acordo com Ferraretto (2001, p. 70), que o receptor tenha acesso à mensagem por meio de vibrações sonoras emitidas por um alto-falante.

Para a reformulação do produto, por ocasião do grupo focal, foi selecionada a transmissão em caixas de som e também fones de ouvido, a critério do entrevistado. Tal escolha amparou-se na decisão de tornar o áudio mais claro para o ouvinte, dificultando a percepção de ruídos em um ambiente externo. O modelo de fone utilizado foi o *headset*, que é externo. Este tipo é menos danoso à audição se comparado com o fone de inserção auricular.

Além da capacidade sonora aumentada desses equipamentos, outro agravante refere-se ao tipo de fone de ouvido utilizado. Os fones de inserção no ouvido potencializam os sons, portanto, são mais danosos que os tradicionais fones externos, que cobrem a orelha e amenizam o volume do som, minimizando também os ruídos externos. (SWENSSON *et al.*, 2009, p. 4).

A utilização frequente de fones de ouvido pode causar danos à audição do ouvinte. Entretanto, o volume da transmissão do videoclipe, tanto na aplicação inicial do produto quanto na reformulação, se deu de modo que o receptor compreendesse a mensagem de modo eficaz, também por meio de caixas de som, que têm o mesmo objetivo de potencializar o som.

#### 7.4 ETAPA 4

Com a potencialização do áudio, permitiu-se possível que o ouvinte fique mais atento ao teor do conteúdo transmitido. A partir das características das formas de recepção, que é um dos condicionantes da mensagem radiofônica de Ferraretto (2001), pode-se afirmar, que com a reformulação do conteúdo e novo método de transmissão da mensagem, a audição do ouvinte possibilitará atenção concentrada ou escuta por seleção. Tais formas de recepção se caracterizam pela atenção predominante à mensagem transmitida. As reformulações também visam a idosos e pessoas com deficiências múltiplas, além dos cegos, para compreender o conteúdo de modo eficaz.

Para tornar o projeto de reformulação compreensível ao leitor, foram selecionadas algumas palavras utilizadas na descrição do videoclipe “A Casa é Sua”, como “subitamente”, “dissipa”, “pertences” e “atônito”. Estas são consideradas palavras cultas, de acordo com a média de público feita com base no nível de escolaridade dos entrevistados na pesquisa de campo, que foi composta por 11 dos 13 sujeitos. A média foi feita de acordo com o nível de escolaridade dos entrevistados. Para isto, foi realizada a reformulação da descrição do roteiro com alteração de frases e palavras, tornando o texto mais coloquial e a locução mais lenta e detalhada.

Em seguida, são apresentados os resultados da segunda etapa da pesquisa de campo realizada no mês de novembro de 2016 para obtenção dos resultados relativos à reformulação da locução do videoclipe.

A primeira questão envolveu questionamento sobre a locução anterior. As respostas são indicadas na Tabela 13.

Tabela 13 – Em maio, a presente pesquisadora trouxe este mesmo videoclipe, no entanto, a locução era diferente. Você se lembra?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim.”
SUJ 2	“Sim.”
SUJ 3	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 4	“Sim.”
SUJ 5	“Sim.”
SUJ 6	“Sim.”
SUJ 7	“Sim.”
SUJ 8	“Sim.”
SUJ 9	“Sim.”
SUJ 10	“Sim.”
SUJ 11	“Sim.”
SUJ 12	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 13	Entrevistado não estava presente na pesquisa.

Fonte: Elaborada pela autora.

Na primeira pergunta do formulário, por unanimidade, os entrevistados responderam que se lembravam do videoclipe original, que foi transmitido em maio.

A seguir foi questionado sobre a compreensão sobre a audiodescrição, como aponta a Tabela 14.

Tabela 14 – Você considera que a nova audiodescrição tornou este videoclipe mais compreensível?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim. Ficou melhor porque deu para a gente entender melhor. Gostei deste novo porque tinha mais detalhes.”
SUJ 2	“Sim. Deu uma melhoradinha porque era uma mulher narrando com uma voz mais suave.”
SUJ 3	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 4	“Sim. A primeira é ótima, mas a segunda é muito melhor porque estava mais explicado.”
SUJ 5	“Sim. Aquela outra narrativa parece mais vazia e esta tem mais detalhes.”
SUJ 6	“Sim. Porque tem mais detalhes que o outro.”
SUJ 7	“Sim. Com a explicação da voz feminina ficou melhor compreensível e explícito.”
SUJ 8	“Sim. A segunda gravação deu para entender melhor por causa dos detalhes e deu para ouvir a música.”
SUJ 9	“Sim. Deu mais detalhes e falou mais devagar.”
SUJ 10	“Sim. O segundo é melhor explicado porque tem mais conteúdo e fala mais devagar, então é melhor para entender.”
SUJ 11	“Sim. A nova audiodescrição tem mais informações, como as cores das paredes, o teto que some, o passarinho que vai no ombro de Chiquinho e as roupas do Chiquinho.”
SUJ 12	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 13	Entrevistado não estava presente na pesquisa.

Fonte: Elaborada pela autora.

Dos dez entrevistados, oito afirmaram que o produto reformulado é mais compreensível devido ao detalhamento das cenas. O que mais chamou a atenção dos entrevistados foi a descrição da cor da parede de cada cômodo, que não existia anteriormente. Já dois dos voluntários afirmaram que a voz suave na locução permitiu a melhor compreensão da narrativa em comparação com o videoclipe

original. A questão do detalhamento foi abordada na terceira pergunta, cujos resultados são transcritos na Tabela 15.

Tabela 15 – Foi possível identificar mais detalhes das cenas do videoclipe com a nova locução?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim. Detalhou mais sobre as paredes que sumiram, o relógio que desapareceu e o Chiquinho deitado de ponta-cabeça na poltrona.”
SUJ 2	“Sim. Deu para imaginar as paredes da casa porque a mulher fala mais lentamente.”
SUJ 3	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 4	“Sim. Eu vi tudo porque a casa tinha tudo, como o livro, a parede e a cortina no quarto.”
SUJ 5	“Sim. Detalhou mais o relógio e as paredes da casa.”
SUJ 6	“Sim. Falar sobre as cores dos cômodos foi interessante. Também entendi melhor sobre quando ele estava deitado de cabeça para baixo na poltrona.”
SUJ 7	“Sim. Entendi melhor quando ele corre para pegar o relógio que cai, além de outros detalhes de objetos da casa que sumiram, como os passarinhos, a casa que é branca e a maçaneta que some.”
SUJ 8	“Sim. O sofá era de couro, as cores das paredes que sumiram e também o relógio. Naquela primeira música não dava para entender bem.”
SUJ 9	“Sim. Eu entendi mais detalhes da casa, como as cores, mas acho que ela é assombrada porque tudo desaparece. Mas lembro do detalhe do despertador da cama, do telefone, fogão, janela e porta sumindo.”
SUJ 10	“Sim. Eu percebi melhor quando ele cai da cama, as cores outras coisas da casa sumindo.”
SUJ 11	“Sim. Como as cores da parede, o teto que some, o passarinho no ombro e as roupas do Chiquinho.”
SUJ 12	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 13	Entrevistado não estava presente na pesquisa.

Fonte: Elaborada pela autora.

Todos os entrevistados afirmaram que foi possível identificar novos elementos das cenas com a nova locução. Os dez voluntários afirmaram que as cores das paredes da casa de Chiquinho não eram narradas no videoclipe original e, com a reformulação, se tornou mais perceptível. Eles também perceberam outros detalhes, como o relógio que cai da parede da sala e o porte físico de Chiquinho. Os resultados indicam melhora qualitativa do conteúdo abordado na audiodescrição, o que também ocorre em relação ao questionamento sobre a locução, como apontado na Tabela 16.

Tabela 16 – É possível compreender a locução com a nova velocidade da narrativa?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim.”
SUJ 2	“Sim.”
SUJ 3	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 4	“Sim.”
SUJ 5	“Sim.”
SUJ 6	“Sim.”
SUJ 7	“Sim.”
SUJ 8	“Sim.”
SUJ 9	“Sim.”
SUJ 10	“Sim.”
SUJ 11	“Sim.”
SUJ 12	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 13	Entrevistado não estava presente na pesquisa.

Fonte: Elaborada pela autora.

Por unanimidade, os entrevistados afirmaram que foi possível compreender melhor os detalhes das cenas do videoclipe com a nova locução, que é mais lenta se comparada com a original. Sobre a voz, os participantes foram questionados

quanto ao timbre escolhido na nova audiodescrição. Os resultados estão na Tabela 17.

Tabela 17 – O timbre da voz oposto ao do cantor facilita a compreensão da música?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim.”
SUJ 2	“Sim.”
SUJ 3	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 4	“Sim.”
SUJ 5	“Sim.”
SUJ 6	“Sim.”
SUJ 7	“Sim.”
SUJ 8	“Sim.”
SUJ 9	“Sim.”
SUJ 10	“Sim.”
SUJ 11	“Não. Porque por ser uma voz bem aguda, ela acabou destoando. Talvez se a voz fosse ainda de uma mulher, mas mais grossa, ficaria melhor.”
SUJ 12	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 13	Entrevistado não estava presente na pesquisa.

Fonte: Elaborada pela autora.

Nove dos dez entrevistados afirmaram que o timbre da locução ser oposto à voz do cantor Arnaldo Antunes permite maior compreensão da narrativa. No entanto, o sujeito 11 alegou que “[...] Por ser uma voz bem aguda, ela acabou destoando. Talvez se a voz fosse ainda de uma mulher, mas mais grossa, ficaria melhor.”. A partir dos resultados, é possível afirmar que a alteração do timbre da voz permitiu uma maior percepção do áudio por parte dos ouvintes, inclusive em relação à descrição do personagem, como apontado na Tabela 18.

Tabela 18 – É possível visualizar a aparência do personagem? Como ele é fisicamente?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim. Ele é moreno claro e baixo. Imagino um homem magro e jovem, vestido de branco com calça social.”
SUJ 2	“Sim. Moreno, 1,50 metro e com uns 35 anos. Não me lembro da descrição da roupa, mas imagino ele de camiseta, bermuda e tênis, já que estava em casa.”
SUJ 3	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 4	“Sim. Alto, magro, com calça e camisa social e imagino que seja mais novinho.”
SUJ 5	“Sim. Imagino ele baderneiro, com cabelo ‘voador’ que ‘chega chegando’, vestido com camisa branca e calça, mas bem meninão.”
SUJ 6	“Sim. Ele é magro e alto e estava vestido com roupa social.”
SUJ 7	“Sim. Ele é magricelo e miúdo.”
SUJ 8	“Sim. Ele é magro, moreno e usa óculos. Ele usa roupa jeans.”
SUJ 9	“Sim. Lembro que ele é magro e alto, mas não lembro qual a roupa.”
SUJ 10	“Sim. Na descrição fala que ele era alto e magro.”
SUJ 11	“Sim. Ele é magrelo e alto com cabelo escuro e vestido com roupa do tipo <i>nerd</i> .”
SUJ 12	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 13	Entrevistado não estava presente na pesquisa.

Fonte: Elaborada pela autora.

Por cada indivíduo possuir sua respectiva subjetividade, os entrevistados imaginaram o personagem do videoclipe de maneiras diferentes. No entanto, a breve descrição de Chiquinho no início da locução permitiu a visualização padrão do personagem, que é magricelo e vestia roupa social.

A pesquisa também incluiu questionamento sobre o tema da música. As respostas são transcritas na Tabela 19.

Tabela 19 – É possível compreender o tema da música? Qual é?

<b>Sujeito</b>	<b>Resposta</b>
SUJ 1	“Sim. Deu para entender melhor. A casa estava inteira e no fim ela foi desmanchando em um passeio mental, como se fossem lembranças, saudade.”
SUJ 2	“Sim. É um sentimentalismo. Faz lembrar a saudade.”
SUJ 3	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 4	“Sim. Dá para ouvir bem.”
SUJ 5	“Sim. Para mim está bom, tinha hora que eu fiquei longe da música, mas eu percebi que tudo sumia e ele esperava alguma coisa.”
SUJ 6	“Sim. É a saudade, não é? Marcada pelas coisas sumindo.”
SUJ 7	“Sim. Saudade.”
SUJ 8	“Sim. Tudo o que fala na descrição fala na música. Fala da saudade das coisas desaparecendo. É igual quando uma pessoa morre e deixa um vazio.”
SUJ 9	“Não.”
SUJ 10	“Não.”
SUJ 11	“Sim. A casa que é dele se desfaz aos poucos. É como se o Chiquinho gostasse de alguém que não retribuísse.”
SUJ 12	Entrevistado não estava presente na pesquisa.
SUJ 13	Entrevistado não estava presente na pesquisa.

Fonte: Elaborada pela autora.

Oito dos dez entrevistados pela pesquisadora afirmaram que, com a reformulação da locução, foi possível compreender melhor a temática da música “A Casa é Sua”. Os outros dois sujeitos não compreenderam que o tema proposto na canção é a saudade, demonstrado como uma metáfora a partir do sumiço dos objetos da casa nas cenas do videoclipe.

Cada voluntário assimilou o tema de modo individualizado, contudo, sete das dez respostas se relacionavam à existência do sentimento de saudade na música. Um dos entrevistados possui deficiência múltipla e o *feedback* não foi claro, um

segundo voluntário é idoso e não se atentou à música e um terceiro sujeito não soube responder a questão.

## 7.5 CONSIDERAÇÕES SOBRE A REFORMULAÇÃO

Na primeira etapa da pesquisa de campo, realizada em maio, foram entrevistadas 13 pessoas. A segunda etapa ocorreu no dia 19 de outubro de 2016 e contou com apenas seis dos participantes anteriores. A direção do Lar Escola Santa Luzia Para Cegos de Bauru informou que as ausências podem ocorrer por parte dos alunos devido a compromissos agendados previamente pela família. Então, uma nova entrevista com os demais voluntários foi agendada para o dia 28 de outubro. Na segunda etapa, foi entrevistado o total de 10 das 13 pessoas abordadas na primeira etapa.

Na pesquisa, cada sujeito ouviu individualmente a locução do videoclipe reformulado com o auxílio de uma caixa de som e respondeu às questões elaboradas pela autora em um novo formulário. A partir dos resultados obtidos, que foram apresentados nas tabelas anteriores, foi possível identificar que a reformulação do produto elaborada com base nas sugestões dos ouvintes foi eficaz para a recepção e compreensão da mensagem transmitida, apesar de alguns sujeitos possuírem dificuldades de compreensão da temática do videoclipe, que é composta por uma metáfora do sentimento de saudade.

Tais considerações foram obtidas a partir das afirmações dos deficientes visuais de que a nova velocidade, mudança do timbre da voz, detalhamento e repertório de palavras contribuíram para uma melhor percepção sobre o conteúdo transmitido. Este argumento pode ser amparado pelo *feedback* dos ouvintes sobre questões como a aparência de Chiquinho e a compreensão sobre a temática da música “A Casa é Sua”, que fazem com que indivíduo responda de acordo com sua percepção e também subjetividade a partir de um padrão.

A Tabela 18 mostra as respostas dos ouvintes relacionadas à aparência física de Chiquinho. A partir do detalhamento das cenas foi possível descrever um padrão do personagem, que é considerado um homem magricelo que vestia roupa social. A partir daí, os sujeitos imaginam os demais detalhes, no entanto, de forma padronizada.

Já com a Tabela 19 foi possível notar que a maioria dos deficientes visuais compreendeu a temática da música, que é presente como BG do videoclipe, diferentemente do registrado na primeira etapa da pesquisa de campo. Os sujeitos afirmaram que tal fator foi possível a partir da nova velocidade da locução. Entende-se que, com a audiodescrição mais lenta que a original, é possível que o ouvinte compreenda a música utilizada no segundo plano. Além disso, a compreensão do tema também foi possível devido à edição do volume da música: nas pausas da locução, o volume da música aumentava. Apesar de alguns dos sujeitos não conseguirem perceber a temática da música, a maioria dos ouvintes apresentou *feedback* positivo em relação à reformulação da locução.

Os resultados indicam que, assim como os tradutores que atuam na área da audiodescrição, os comunicadores também estão habilitados a exercer essa função, desde que realizem estudo do áudio e do *corpus* de análise, do perfil do receptor ao qual se destinará a mensagem, e estejam amparados em teorias e técnicas de comunicação e de linguagem radiofônica.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A temática deste trabalho foi escolhida a fim de colaborar com a sociedade na tentativa de aprimorar a comunicação aos deficientes. Assim, foi analisado como os deficientes visuais compreendem a transmissão de um produto audiovisual a partir da aplicação da audiodescrição, recurso criado em 1975, mas que prosperou em 1981. O recurso foi regulamentado no Brasil em outubro de 2005 e, a partir de então, os estudos voltados ao tema começaram a avançar no país.

Isto posto retoma-se que o objetivo do estudo foi investigar, como questão norteadora, se os cegos possuem diversas maneiras para a recepção de um mesmo conteúdo, além de analisar a eficácia de um videoclipe audiodescritivo, a partir de aplicação a um corpus formado por grupo de cegos do Lar Escola Santa Luzia Para Cegos de Bauru. O *feedback* destes indivíduos em relação ao produto apresentado foi analisado a partir de Estudo de Recepção, realizado por meio dos métodos quantitativo e qualitativo, em etapas que envolveram a análise do produto original e do produto adaptado por esta pesquisadora.

A partir dos resultados, foi confirmada a hipótese de que a audiodescrição é eficaz em relação à compreensão da descrição das cenas. No entanto, o recurso é efetivo se o indivíduo se atentar à transmissão, se o conteúdo for o mais detalhado possível e se a velocidade da locução for adequada à capacidade auditiva do receptor, além da utilização de palavras coloquiais e diferença no timbre da voz do locutor – caso haja música como BG.

Também foi confirmada a hipótese de que a recepção do conteúdo se dá de forma individual e diferenciada devido à subjetividade do sujeito, bem como foi confirmada a suposição de que a descrição das cenas permite que os sujeitos imaginem parcialmente, a partir de um padrão, a imagem transmitida. Tais confirmações se deram com base no *feedback* dos participantes em relação à aparência do personagem.

Neste sentido, ao decorrer da pesquisa, foi confirmada uma nova hipótese: caso exista e seja possível, o locutor deve abordar o sentido figurado de uma música para que haja vínculos mais significativos entre a descrição e a música, bem como sua temática, visto que, no caso deste estudo, a temática da saudade presente na canção não ficou clara a todos os ouvintes porque se dá como uma metáfora, figura de linguagem que depende do repertório do receptor para ser compreendida.

Sobre a última hipótese, formulada após a investigação bibliográfica, para que a recepção do conteúdo se dê de modo eficaz, confirmou-se a necessidade de que os condicionantes da mensagem em áudio sejam considerados durante a descrição das imagens em um produto audiodescritivo. O produtor e locutor devem se lembrar de que a linguagem radiofônica, a capacidade auditiva do receptor, tecnologia de transmissão e recepção, formas de recepção e fugacidade (FERRARETTO, 2001, p. 25) devem ser levados em conta para uma melhor compreensão do conteúdo transmitido.

Com base nos resultados obtidos na segunda etapa da pesquisa de campo, foi possível considerar que idosos e deficientes múltiplos têm mais dificuldade para compreender o conteúdo audiodescritivo, portanto, a locução deve ser mais detalhada e lenta. Já os jovens que possuem contato com filmes e *internet* têm facilidade para entender o produto transmitido, efetivando-se, inclusive, a compreensão de metáforas presentes na transmissão. Também foi possível identificar que os sujeitos imaginam as cenas de forma padrão, de acordo com a descrição, mas a atribuição de características aos detalhes descritos é diferente entre um indivíduo e outro, pois envolve diálogo com repertórios individuais.

A esta pesquisadora, trouxe imensa alegria perceber que os entrevistados esboçaram reações positivas – mesmo que tênues – ao participar da segunda etapa da pesquisa de campo envolvendo o produto reformulado. Ao ser retomada a música anteriormente transmitida, alguns ouvintes sorriram e acenaram com a cabeça de acordo com o ritmo da canção. Já na aplicação do conteúdo reformulado, alguns sujeitos sorriram e comentaram sobre a satisfação de perceber que a locução foi aprimorada.

Diante do processo de estudo, pesquisa e análise dos resultados obtidos em campo, pode-se afirmar que o Estudo de Recepção permite o contato direto com os sujeitos e, com isso, há o maior aprofundamento dos estudos na área da comunicação, visto que há envolvimento mais efetivo do pesquisador com os participantes, que são os destinatários dos conteúdos informativos e de comunicação.

Por meio deste estudo foi possível, ainda, aprimorar o recurso da audiodescrição, levando em conta o Estudo de Recepção feito com sujeitos das mais variadas idades e meios sociais. Nesse sentido, como pesquisadora, recomendo que, antes de a descrição ser elaborada, o locutor deve analisar a qual

tipo de grupo a mensagem será destinada e, assim, descrever as cenas de acordo com a capacidade de recepção dos indivíduos.

Este projeto também permite sustentar que os estudos relacionados à audiodescrição devem ser mais aprofundados e viabilizados, pois proporcionam maior inserção da acessibilidade em produtos audiovisuais, programas televisivos, peças teatrais e outras atividades culturais e de lazer. No entanto, para que a audiodescrição apresente maior eficiência na transmissão e recepção do conteúdo, recomenda-se que comunicadores também atuem na área da audiodescrição, assim como os tradutores.

Por fim, avalio, ao encerrar esta trajetória como acadêmica e pesquisadora, que há necessidade de que a comunicação se torne ainda mais acessível, independente do tipo de público, corroborando a Constituição Federal de 1988, que prevê o direito do livre acesso à informação. Nessa perspectiva, a audiodescrição deve ser ampliada na programação da televisão aberta e fechada, seja na inserção em telejornais, novelas e programas televisivos.

Como comunicadora, acredito que esta pesquisa realiza tal contribuição, uma vez que o trabalho ora apresentado confirma ser possível aprimorar o recurso da audiodescrição, tornando-a mais eficaz aos indivíduos com deficiência visual e efetivando, realmente, a ideia de que comunicar é tornar comum.

## REFERÊNCIAS

ACESSIBILIDADE. Aulete Digital. [s. l.]: Lexikon Editora Digital, [2016?]. Disponível em <<http://www.aulete.com.br/acessibilidade>>. Acesso em 30 out. 2016.

ALVES, Soraya Ferreira; TELES, Veryanne Couto; PEREIRA, Tomás Verdi. Propostas para um modelo brasileiro de audiodescrição para deficientes visuais. **Tradução & Comunicação**: Revista Brasileira de Tradutores, nº 22, 2011.

ANTUNES, Arnaldo; ORTINHO. **A Casa É Sua**. Disponível em <[http://www.arnaldoantunes.com.br/new/sec\\_discografia\\_sel.php?id=678](http://www.arnaldoantunes.com.br/new/sec_discografia_sel.php?id=678)>. Acesso em 16 ago. 2016.

APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da Ciência**: Filosofia e Prática da Pesquisa. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

ASSIMVIVEMOS, Festival. Disponível em <<http://www.assimvivemos.com.br/2015/pt/programacao/>>. Acesso em 22 mar. 2016.

AWAD, Fahd. **O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana. Justiça do Direito**, Passo Fundo, v. 20, n. 1, p. 111-120, 2006.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2009.

BARBOSA, Maria Beatriz. **Elaboração de normas técnicas voltadas à acessibilidade na comunicação. Anais do II Seminário ATIID**, São Paulo-SP, 23-24/09/2003.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. **A questão da informação. Revista São Paulo em Perspectiva**. Fundação Seade, v. 8, n. 4, 1994.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 1988.

BRASIL. **Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L10098.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L10098.htm)>. Acesso em 10 fev. 2016.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm)>. Acesso em 21 fev. 2016.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Portaria nº 188, de 24 de março de 2010**. Brasília, DF, 2010. Disponível em <<http://www.mc.gov.br/portarias/26611-portaria-n-188-de-24-de-marco-de-2010>>. Acesso em 12 fev. 2016.

BUENO, Marcos. **As teorias de motivação humana e sua contribuição para a empresa humanizada: um tributo a Abraham Maslow. Revista do Centro de Ensino Superior de Catalão - CESUC - Ano IV - nº 06 - 1º Semestre - 2002**.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

CANAVILHAS, João. **O domínio da informação-espetáculo na televisão**. Universidade da Beira Interior, 2001.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DAVID, Jéssica; HAUTEQUESTT, Felipe; KASTRUP, Virginia. **Audiodescrição de filmes: experiência, objetividade e acessibilidade cultural**. *Fractal: Revista de Psicologia*, v. 24 – n. 1, p. 125-142, Jan./Abr. 2012.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Rio de Janeiro, 2009.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

DELGADO, José Augusto. **A liberdade de imprensa e os princípios aplicados ao direito de informação**. *Revista de Direito Renovar*. Rio de Janeiro: Editora Renovar Ltda, 2006, p. 9-42.

DE MELO, Ricardo. **Fundação de Articulação e Desenvolvimento de Políticas Públicas para Pessoas com Deficiência e com Altas Habilidades no Rio Grande do Sul FADERS**. Disponível em: <<http://www.portaldeacessibilidade.rs.gov.br/servicos/21/1403>>. Acesso em 3 abr. 2016.

FERNANDES, Lucas; HARDT, Carlon. **A Casa é Sua**. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=qCngBU7VBel>>. Acesso em 12 nov. 2015.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio – O Veículo, a História e a Técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

FERRAZ JUNIOR, Tercio Sampaio. **Direito e Cidadania na Constituição Federal**. Disponível em: <<http://www.pge.sp.gov.br/centrodeestudos/revistaspge/revista3/rev1.htm>>. Acesso em 28 fev. 2016.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2012.

GROHMANN, Rafael do Nascimento. **Os Estudos de Recepção Nos Últimos Trinta Anos: revisão e perspectivas**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Rio de Janeiro, 7 a 9 de maio de 2009.

GUEDES, Olga *et al.* (org.). **Produção e Recepção de Conteúdo Midiáticos.**

Petrópolis, Rio de Janeiro, 1998.

IBGE, Censo Demográfico 2010. **Distribuição percentual da população residente, por tipo de deficiência, segundo o sexo e os grupos de idade.** Disponível em <[http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf)>. Acesso em 12 fev. 2016.

ISHIKAWA, Maria Inês Garcia. **Audiodescrição:** um recurso de acessibilidade na televisão digital, 2013. Dissertação Trabalho de Conclusão (Mestrado em TV Digital: Informação e Conhecimento) - FAAC - UNESP, 2014.

KUMAGAI, Cibele; MARTA, Taís Nader. **Princípio da dignidade da pessoa humana.** In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIII, n. 77, jun 2010. Disponível em: <[http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7830](http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7830)>. Acesso em 1 mar. 2016.

LEITE, Francisco. **Comunicação e cognição:** os efeitos da propaganda contra-intuitiva no deslocamento de crenças e estereótipos. **Ciência & Cognição**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 131-141, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro (org). **Dicionário da comunicação.** São Paulo: Paulus, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. Atlas: São Paulo, 1999.

MASLOW, Abraham Harold. Uma teoria da motivação humana. In: BALCÃO, Y. F.; CORDEIRO, L. L. **O comportamento humano na empresa:** uma antologia. Rio de Janeiro: FGV, 1975. p.337-366.

MATTOSO, Verônica de Andrade. **Ora, direis, ouvir imagens?** Um olhar sobre o potencial informativo da áudio-descrição aplicada a obras de artes visuais bidimensionais como representação sonora da informação em arte para pessoas com deficiência visual. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2012.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio:** um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005.

MELLO, Bianca Vieira. **Hermenêutica**: origem, significado e atuação. Disponível em <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/5707/Hermeneutica-origem-significado-e-atuacao>>. Acesso em 20 fev. 2016.

MENDONÇA, Marina Célia; MUSSALIN, Fernanda. **Apontamentos acerca da crença a neutralidade do discurso: em pauta a problemática da produção de sentidos**. Coleção Mestrado em Linguística. Unifran: Franca, 2011.

MOTTA, Livia Maria Villela de Mello; ROMEU FILHO, Paulo (orgs.), **Audiodescrição Transformando Imagens em Palavras**. São Paulo: Secretaria de Estado das Pessoas com Deficiência, 2010.

MOTTA, Livia. **Audiodescrição do filme Náufrago**. Disponível em <<http://www.vercompalavras.com.br/blog/audiodescricao-do-filme-naufrago/>>. Acesso em 5 abr. 2016.

NUNES, Elton Vergara *et al.* (orgs.), (2010), **Mídias do conhecimento**: um retrato da audiodescrição no Brasil. **Data Grama Zero** - Revista de Ciência da Informação, v.11, n.6, p. 2-9.

PASSOS, Jeane dos Reis; VIEIRA, Ricardo Quintão. **Desenvolvendo competências em informação para deficientes visuais**: um estudo de caso. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v.13, n.1, p. 276-281, jan/jun, 2008.

PEREIRA, Moacir. **O direito à informação na nova lei de imprensa**. São Paulo: Global, 1993.

PINTO, Antonio Luiz de Todelo; WINDT, Márcia Cristina Vaz dos Santos; CÉSPEDES, Livia. **Vade Mecum**. São Paulo: Saraiva, 2011.

PUCCHINI, Sérgio. **Introdução ao roteiro de documentário**. Universidade Estadual de Campinas – Unicamp. Doc. On-line disponível em <[www.doc.ubi.pt](http://www.doc.ubi.pt)>, n. 6, p. 173-190, agosto, 2009. Acesso em 13 set. 2016.

QUICO, Célia. **Acessibilidade e Televisão Digital e Interactiva**: O caso particular do serviço de Áudio-Descrição destinado a pessoas invisuais ou com deficiências visuais graves. Artigo para livro da pós-graduação “New Media Authoring and Production: iTV and Mobile”. Lisboa: Universidade de Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2005.

SAINT-EXUPÉRY, Antoine de. **O Pequeno Príncipe**. Rio de Janeiro: Livraria Agir Editora, 1973.

SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: Annablume, 2003.

SAVIANI, Dermeval. **Educação**: Do senso comum à consciência filosófica. Campinas: Coleção Autores Associados, 2007.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA.  
**Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília, 2015.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** São Paulo, 1979.

SILVA, Andreza da Nóbrega Arruda. **Caminhos para Inclusão:** Refletindo sobre a Áudio-Descrição no Teatro para Criança Cega. Programa de Pós-Graduação em Educação - Universidade Federal de Pernambuco. VI Congresso de Pesquisa e Pós Graduação em Artes Cênicas. Pernambuco: UFPE, 2010.

SILVA, José Afonso da. **A dignidade da pessoa humana como valor supremo da democracia.** *Revista Direito Administrativo.* Rio de Janeiro, 212: 89-94, abr./jun. 1998.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media.** 2ª edição revista e ampliada. Porto, 2006.

STEFANEL, Xandra. **Chega de shhh! A acessibilidade vai muito além de rampas.** *Revista do Brasil.* Julho, 2013. Disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/85/chega-de-shhhhh-6717.html>>. Acesso em 12 fev. 2016.

SWENSSON, João Renato; SWENSSON, Renato Poli; SWENSSON, Rubem Cruz. **Ipod®, mp3 players e a audição.** *Revista da Faculdade de Ciências Médicas de Sorocaba,* v. 11, n. 2, p. 4 - 5, 2009.

THOMPSON, James J. **Anatomia da comunicação.** Rio de Janeiro: Edições Bloch, 1973.

TEZOTO, Edenise Leite; OLIVEIRA, Renata Domingues de. **O princípio da cidadania na Constituição Federal de 1988.** *Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da FAIT.* Itapeva, n. 1, 2012.

VENTURA, Luiz Alexandre Souza. **Audiodescrição chega a 4 horas semanais na TV aberta.** Disponível em <<http://brasil.estadao.com.br/blogs/vencer-limites/audiodescricao-chega-a-4-horas-semanais-na-tv-aberta/>> *Jornal O Estado de São Paulo.* São Paulo: 2013. Acesso em 10 set. 2015.

VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa. **Pesquisa e ensino: considerações e reflexões.** escrita: *Revista do Curso de Letras da UNIABEU Nilópolis,* Unigranrio, v. 1, n. 2, p. 59-74. Mai./ago. 2010.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar:** a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.

## APÊNDICE A – CARTA-CONVITE



### CARTA-CONVITE

A Professora Mestra Daniela Pereira Bochembuzo vem solicitar à diretora desta instituição a autorização para realizar a pesquisa “Comunicação e acessibilidade: um estudo sobre a recepção de conteúdo audiodescritivo”, a ser desenvolvida nesta escola, localizada na Avenida Castelo Branco, nº 24-09 - Bairro Popular Ipiranga, Bauru, cujo objetivo é investigar o consumo de conteúdo audiovisual com recurso de audiodescrição pelos alunos.

A pesquisa consiste em levantamento bibliográfico sobre o direito de informação, acessibilidade e estudo sobre a recepção de conteúdo audiodescritivo por deficientes visuais. O método para aplicação do material será por meio de pesquisa quali-quantitativa: um formulário com perguntas sobre o produto assistido e sobre a eficácia da audiodescrição a serem respondidos por um grupo focal, acima dos 18 anos, que participem de atividades no Lar Escola Santa Luzia para Cegos, em Bauru (SP), de forma individual.

A pesquisa tem como objetivo estudar qual a eficácia na recepção da informação por meio do conteúdo audiodescritivo.

O projeto terá como pesquisadora a aluna Heloísa Paulucci Casonato, do quarto ano do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração.

Atenciosamente,

Prof<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Mestra Daniela Pereira Bochembuzo  
Pesquisadora responsável

Heloísa Paulucci Casonato  
Aluna orientada

De acordo:  
Cargo: Assistente Social

Bauru, 4 de maio de 2016.

## APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**Título do projeto:** “Comunicação e acessibilidade: um estudo sobre a recepção de conteúdo audiodescritivo”.

**Endereço completo e telefone:** Rua Irmã Arminda, 10-50 - Jardim Brasil, Bauru - SP, 17011-160 - (14) 2107-7000

**Pesquisador responsável:** Daniela Pereira Bochembuzo

**Local em que será desenvolvida a pesquisa:** Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas (CCESA) – Campus Universidade Sagrado Coração

**Resumo:** Esta pesquisa é uma contribuição voluntária, livre de qualquer recompensa aos participantes. O objetivo é realizar um estudo sobre a eficácia da recepção de conteúdo audiodescritivo por deficientes visuais. A pesquisa será realizada pela aplicação de formulário com indivíduos acima dos 18 anos, os quais participarão de um grupo focal, que consiste em entrevistas a partir de perguntas pré-definidas sobre o tema em questão.

Eu, \_\_\_\_\_, certifico que as informações obtidas através dessa pesquisa serão confidenciais. Também atesto que os registros da pesquisa estão disponíveis para revisão dos pesquisadores. As identidades serão preservadas e não serão publicadas; desta forma, os dados coletados serão destinados apenas a propósitos científicos.

#### Direito de Desistência

Todo e qualquer voluntário é livre para recusar a participação neste estudo ou para desistir a qualquer momento. A decisão do sujeito não afetará adversamente ou causará perda de benefícios para os quais poderá ser indicado.

#### Consentimento Voluntário

Eu certifico que foi-me lido o texto de consentimento e que entendi o conteúdo. Uma cópia deste formulário será fornecida a mim como demonstração de que concordei livremente em participar deste estudo.

Eu certifico que expliquei a(o) Sr. (a) \_\_\_\_\_, a natureza, o propósito, benefícios e possíveis riscos associados à sua participação nesta pesquisa, que respondi todas as questões que me foram feitas e que testemunhei a autorização.

Assinatura do Pesquisador Responsável: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura do Entrevistado: \_\_\_\_\_

**ANEXO A – LETRA DA MÚSICA “A CASA É SUA”**

A casa é sua  
Arnaldo Antunes / Ortinho

não me falta cadeira  
não me falta sofá  
só falta você sentada na sala  
só falta você estar

não me falta parede  
e nela uma porta pra você entrar  
não me falta tapete  
só falta o seu pé descalço pra pisar

não me falta cama  
só falta você deitar  
não me falta o sol da manhã  
só falta você acordar

pra as janelas se abrirem pra mim  
e o vento brincar no quintal  
embalando as flores do jardim  
balançando as cores no varal

a casa é sua  
por que não chega agora?  
até o teto tá de ponta-cabeça porque você demora

a casa é sua  
por que não chega logo?  
nem o prego aguenta mais o peso desse relógio

não me falta banheiro quarto  
abajur, sala de jantar  
não me falta cozinha  
só falta a campainha tocar

não me falta cachorro  
uivando só porque você não está  
parece até que está pedindo socorro  
como tudo aqui nesse lugar

não me falta casa

só falta ela ser um lar  
não me falta o tempo que passa  
só não dá mais para tanto esperar

para os pássaros voltarem a cantar  
e a nuvem desenhar um coração flechado  
para o chão voltar a se deitar  
e a chuva batucar no telhado

a casa é sua  
por que não chega agora?  
até o teto tá de ponta-cabeça porque você demora

a casa é sua  
por que não chega logo?  
nem o prego aguenta mais o peso desse relógio

**APÊNDICE C – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA****COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO  
SOBRE A RECEPÇÃO DE CONTEÚDO  
AUDIODESCRITIVO****FORMULÁRIO DA ENTREVISTA**

(A ser respondido oralmente com o auxílio do pesquisador)

**INFORMAÇÕES PESSOAIS**

1- Identificação do entrevistado: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2- Idade: \_\_\_\_\_ anos

3- Sexo:

Feminino

Masculino

4- Grau de escolaridade:

Ensino básico

Ensino Fundamental

Ensino médio

Ensino superior

Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**PERGUNTAS DE FATO**

5- Costuma assistir a filmes ou programas de TV?

Sim

Não. Por quê? \_\_\_\_\_

6- Você conhece ou já ouviu falar do recurso da audiodescrição?

Sim

Não

7- Assiste com que frequência a produtos audiodescritivos?

Diariamente

De duas a três vezes na semana

Ocasões esporádicas

Outro. Qual? \_\_\_\_\_

### PERGUNTAS DE OPINIÃO

1: Irrelevante

6: Razoável

2: Péssimo

7: Satisfatório

3: Muito ruim

8: Bom

4: Ruim

9: Muito bom

5: Regular

10: Excelente

8- De 1 a 10, como você define a eficácia da audiodescrição?

( ) Por quê? \_\_\_\_\_

---

---

---

---

9- Ficou clara a temática do produto audiodescritivo apresentado?

Sim

Não

Por quê? \_\_\_\_\_

---

---

---

---

10- De 1 a 10, como você avalia a descrição da porta no início do videoclipe? Como você imagina que ela realmente é? Descreva.

( ) \_\_\_\_\_

---

---

---

---

11- Como você imagina que o personagem Chiquinho é fisicamente?

---

---

---

---

---

12- De 1 a 10, qual nota você dá para a descrição da temática da música? A música tem como tema a saudade de uma pessoa. Com a audiodescrição, é possível identificar o sentimento em quais momentos?

( ) \_\_\_\_\_

---

---

---

---

13- Quais considerações você tem a fazer sobre a audiodescrição?

---

---

---

---

---

14- Quais sugestões para melhorar o recurso da audiodescrição você daria a um tradutor que atua na área?

---

---

---

---

---

15- Você considera que a audiodescrição é um recurso de acessibilidade? Por quê?

---

---

---

---

---

### **SEGUNDA ETAPA: OPCIONAL**

16- Você gostaria de ouvir a música que deu origem ao videoclipe para compreender o sentido original da canção?

Sim

Não



## **APÊNDICE D – AD DO VIDEOLIPE “A CASA É SUA”, DE ARNALDO ANTUNES E ORTINHO**

### **Glossário**

AD: audiodescrição

BG: background

CLOSE: imagem fechada; próximo ao objeto

LOC: locutor

TÉC: técnico

### **CENA 1:**

**00’01” – 00’16”**

LOC 2: Logotipos e letreiros sobre animação de céu amanhecendo com poucas nuvens. Lei de incentivo à cultura, Ministério da Cultura e Tradener apresentam Projeto 3 Clipes – 1 Curta em “A Casa É Sua”, Arnaldo Antunes.

TÉC: Desenho gráfico do céu com duas nuvens brancas na diagonal. A primeira do lado esquerdo inferior e a segunda do lado direito superior. Em seguida surge letreiro do Ministério da Cultura e logotipo da empresa Tradener. Depois, o céu inicia sua fase de crepúsculo e no centro da tela surgem em letras brancas a frase “Projeto 3 Clipes – 1 Curta em “A Casa É Sua”, Arnaldo Antunes.”

### **CENA 2:**

**00’17” – 00’29”**

**\*\*BG INSTRUMENTAL\*\***

LOC 2: A câmera se movimenta para baixo até chegar à frente de uma casa em meio a alguns prédios. O dia amanhece ensolarado. Um Fiat 147 estaciona em frente à residência que possui um pequeno jardim.

TÉC: A imagem clareia ainda mais e fica no tom alaranjado. Todas as imagens do videoclipe possuem tom amarelado ou alaranjado. A câmera se movimenta para baixo e surge uma casa aparentemente branca em meio a prédios. Em seguida um Fiat 147 amarelo estaciona do lado esquerdo da casa. Mostram detalhes arredondados no muro da residência.

### **CENA 3:**

**00’30” – 00’38”**

**\*\*BG INSTRUMENTAL CONTINUA\*\***

LOC 2: Chiquinho fica surpreso ao perceber a falta da maçaneta na porta. Ele a empurra, entra na casa e deixa a maleta em cima da mesa da sala.

TÉC: Em seguida um close é dado na região dos olhos do personagem Chiquinho, que usa um óculos de armação preta e quadrada. Ele tenta abrir com a mão direita a porta de madeira da frente do imóvel, mas não há maçaneta.

Todo o corpo de Chiquinho é mostrado quando ele entra na casa. Ele veste uma camisa branca, calça preta, gravata vermelha, sapato preto e tem cabelos castanhos e lisos. A parede do fundo da sala é vermelha com desenhos também circulares e tem diversos retratos pendurados. A maleta que ele deixa em pé sobre a mesa de madeira é preta.

#### **CENA 4:**

**00'38" – 00'49"**

**\*\*BG INSTRUMENTAL CONTINUA\*\***

LOC 2: A câmera se movimenta sempre na altura da cintura do homem, que passa pela cozinha, pelo quarto e pelo banheiro.

TÉC: As imagens dos cômodos são feitas na altura da cintura do personagem. A cozinha tem as paredes com tijolos amarelos e alguns deles possuem desenhos. O fogão também é amarelo. O quarto é de tom marrom e preto, nele, há uma cômoda de madeira e um gramofone. A parede do banheiro também é de tijolos, mas de cor verde clara.

#### **CENA 5:**

**00'50" – 00'59"**

LOC 1: Não me falta cadeira; não me falta sofá.  
Só falta você sentada na sala; só falta você estar.

LOC 2: Chiquinho senta no sofá em frente à TV. Subitamente o móvel some e ele cai no chão.

TÉC: Chiquinho senta no sofá da sala. Ele é branco com textura parecida com couro; coloca os pés sobre uma pequena mesa de vidro de formato triangular e, de repente, o sofá some e Chiquinho cai no chão.

#### **CENA 6:**

**01'00" – 01'12"**

LOC 1: Não me falta parede e nela uma porta pra você entrar.  
Não me falta tapete, só falta o seu pé descalço pra pisar.

LOC 2: Confuso, ele levanta coçando a cabeça. Chiquinho tenta ir para outro cômodo, mas bate a cara na parede ao tentar passar por uma porta que também some.

TÉC: Chiquinho fica sentado no chão coçando a cabeça com um joelho apontando para cima e outro encostado no chão apontado para o lado direito. Ele se levanta e caminha devagar em direção à porta, que também some. Com a força, ele dá alguns passos para trás e é mostrado o corpo inteiro do personagem. Em seguida é exibido um tapete redondo e colorido.

### **CENA 7:**

**01'13" – 01'36"**

LOC 1: Não me falta cama; só falta você deitar.

Não me falta o sol da manhã; só falta você acordar.

Pra as janelas se abrirem pra mim e o vento brincar no quintal;  
embalando as flores do jardim, balançando as cores no varal.

LOC 2: Deitado na cama do quarto ele lê um livro. A cortina da janela some. Um clarão toma conta do cômodo e repentinamente a cama desaparece. O personagem levanta do chão e vai até a janela, que também se dissipa, deixando um pé de vento entrar, balançando as coisas do quarto.

TÉC: Chiquinho está no quarto, deitado na cama com colcha azul marinho com pequenas bolinhas brancas lendo um livro. A imagem é de cima. Ao lado há uma persiana amarela. É dado um close na cortina e ela some. O clarão da luz do sol toma conta do quarto e volta a imagem de Chiquinho visto de cima, mas desta vez caído no chão após a cama sumir. Ele se levanta e vai até a janela do quarto, que é de madeira. Um clarão bate em seu rosto, mostrado de perfil e o vento balança objetos de sua prateleira e roupas penduradas no guarda-roupas.

### **CENA 8:**

**01'36" – 02'03"**

LOC 1: A casa é sua.

Por que não chega agora?

Até o teto tá de ponta-cabeça porque você demora.

A casa é sua.

Por que não chega logo?

Nem o prego aguenta mais o peso desse relógio.

LOC 2: Na TV ligada na sala o músico Arnaldo Antunes canta. Chiquinho observa o teto que parece estar ao contrário, mas na verdade ele que está sentado de ponta-cabeça na poltrona. Ele se ajeita e observa o relógio pendurado por um prego na parede. Ele se atira para apanhar o objeto que caiu, mas o objeto desaparece.

TÉC: Imagem aberta da sala com janela ao fundo e, ao centro, a televisão antiga está ligada com Arnaldo Antunes cantando. O chão parece ser o teto, mas é

Chiquinho que está sentado de ponta cabeça em uma poltrona preta. Ele senta de forma correta de frente para um relógio preto em formato de losango, que cai repentinamente. Chiquinho se levanta e salta para tentar pegar o relógio, que some. Livros em uma prateleira também somem simultaneamente.

**CENA 9:**

**02'04" – 02'25"**

**\*\*BG INSTRUMENTAL\*\***

LOC 2: Em situações cotidianas, Chiquinho coloca um disco de vinil no gramofone, mexe a panela, fala ao telefone e toma banho. Agora Chiquinho está com expressão entediada. O gramofone, a panela, o telefone e o chuveiro desaparecem. O disco cai sobre a mesa, a comida queima espalhada no fogão e ele está com espuma de sabão por todo o corpo.

TÉC: Chiquinho mexe em um disco de vinil e o coloca em um gramofone, mexe uma panela prateada na cozinha, tira o telefone do gancho e disca e lava a cabeça durante o banho, onde há uma cortina com círculos transparentes. Ele fica parado em frente ao gramofone que desaparece, mexe a comida ser haver panela, segura o gancho do telefone, que some, e fica parado no chuveiro com espuma escorrendo pelo corpo.

**CENA 10:**

**02'26" – 02'42"**

LOC 1: Não me falta banheiro quarto  
abajur, sala de jantar.  
Não me falta cozinha  
só falta a campainha tocar.

LOC 2: Um a um, poltrona, mesa, cadeiras, discos, chaleira e outros pertences do personagem somem. Os cômodos se esvaziam aos poucos.

TÉC: Chiquinho vai até a frente do espelho do banheiro, que some. A poltrona preta da sala também some, junto dos demais objetos espalhados pela casa.

**CENA 11:**

**02'43" – 03'03"**

LOC 1: Não me falta cachorro  
uivando só porque você não está.  
Parece até que está pedindo socorro;  
como tudo aqui nesse lugar. Não me falta casa

só falta ela ser um lar.  
 Não me falta o tempo que passa;  
 só não dá mais para tanto esperar.

LOC 2: Desolado, Chiquinho senta no chão da sala quase vazia. Com as costas apoiadas na parede ele fica cabisbaixo. A casinha de madeira de um passarinho desaparece e, para não cair, a ave voa para longe.

TÉC: Chiquinho aparece sentado no chão da sala. Ele está cabisbaixo encostado na parede. A casa de madeira de m pássaro vermelho desaparece e, para não cair, a ave voa para fora da casa, em um céu de tom alaranjado.

**CENA 12:**  
**03'04" – 03'14"**

LOC 1: Para os pássaros voltarem a cantar;  
 e a nuvem desenhar um coração flechado.  
 Para o chão voltar a se deitar e a chuva batucar no telhado.

LOC 2: Ele se junta a outros pássaros no céu, atravessa uma nuvem com forma de coração e desaparece. Pela janela, Chiquinho olha a chuva que começa a cair, mas o teto some e chove sobre sua cabeça.

TÉC: O pássaro vermelho se junta a outros pássaros da mesma espécie e voa em grupo. O pássaro de Chiquinho atravessa uma nuvem em formato de coração. O personagem observa tudo pelo vidro de uma janela de madeira e, em seguida, seu rosto fica molhado com as gotas de chuva.

**CENA 13:**  
**03'15" – 03'24"**

LOC 1: A casa é sua.  
 Por que não chega agora?  
 Até o teto tá de ponta-cabeça porque você demora.

LOC 2: A decoração da residência continua a desaparecer.

TÉC: Na TV da sala da casa Arnaldo Antunes continua cantando. Na cozinha, pratos de enfeite espalhados em uma prateleira desaparecem um a um.

**CENA 14:**  
**03'25" – 03'39"**

LOC 1: A casa é sua

Por que não chega logo?  
Nem o prego aguenta mais o peso desse relógio.

LOC 2: Deitado no chão do quarto, Chiquinho se irrita com o despertador que está tocando. Quando ele vai dar um tapa no relógio, o objeto some e ele bate a mão na mesa de cabeceira.

TÉC: Chiquinho aparece deitado no chão do quarto apoiado em seu braço direito enquanto um despertador preto toca. Quando o personagem vai dar um tapa no relógio, ele desaparece e ele bate a mão na mesa de cabeceira de madeira.

**CENA 15:**  
**03'26" – 04'46"**

**\*\*BG INSTRUMENTAL\*\***

LOC 2: A TV na sala vazia continua a transmitir Arnaldo Antunes cantando. Chiquinho levanta e quase é atingido por um lustre que despenca do teto. Pequenos retratos vão sumindo da parede. O relógio cuco também desaparece. O pássaro de madeira voa e pousa no ombro de Chiquinho, que observa a tudo atônito. Agora, até mesmo algumas paredes começam a se desmaterializar, abrindo caminho para um forte clarão que toma vários cômodos. Com a ausência de armários, portas e janelas, os aposentos se desfazem aos poucos. Chiquinho observa parado a luz intensa que toma conta da sala quase desfeita. Sob o forte clarão, a casa inteira desaparece. Restam apenas Chiquinho e a TV envoltos pela intensa luz branca. A câmera se afasta. A televisão que toma toda a imagem é desligada. A tela fica branca. Letreiros: A Casa É Sua, autores: Arnaldo Antunes e Ortinho. Agora, os créditos de produção aparecem um a um, escritos em molduras espalhadas entre objetos e cômodos da casa. As molduras duram alguns segundos e desaparecem. Direção: Carlon Hardy. Produção: Márcia Kohatsu. Roteiro: Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Direção de arte: Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Fotografia: Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Animação: Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Pesquisa: Carlon Hardt, Lucas Fernandes e Márcia Kohatsu. Consultoria arquitetônica: Marlos Hardt. Maquete externa: Fabiano Fausto. Maquete interna: Joel Rocha. Mobiliário: Lucas Bond Schwartsburd, Mônica Quaggio Augusto, Joel Rocha, Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Criação do personagem: Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Modelagem e construção: Coala Filmes, Cláudio Silva e Carlon Hardt. Pós produção: Henrique Newman, Magno Borgo, Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Tratamento de cor: Carlon Hardt e Lucas Fernandes. Storyboard: Carlon Hardt. Sonoplastia: André Nigro e Carlon Hardt. Assessoria jurídica: Letícia Borges. Captação de recursos: Sunset Cultural. Os créditos de agradecimento aparecem sobre a imagem da rua da casa a noite. Patrocínio: Tradener. Apoio: Sunset Cultural e Mo Mini Brasil. Realização: Secretaria do Audiovisual, Ministério da Cultura. Logotipo: Companhia de Canalhas.

TÉC: Imagem da sala vazia com a imagem de Arnaldo Antunes na TV. No quarto, Chiquinho se levanta do chão e, ao dar um passo para a frente, um lustre de vidro cai no chão. Em uma parede branca, pequenos retratos em molduras de madeira somem, um a um. Um relógio cuco pendurado na mesma parede também desaparece, mas o pássaro do relógio voa e pousa no ombro do personagem, que observa o sumiço dos objetos de modo atônito. As paredes do banheiro começam a sumir, uma a uma, e a luz branca toma conta da casa. Depois, as paredes da cozinha somem. Em seguida, o quarto e, por último, a sala. Do lado de fora da casa, há um forte clarão e só resta Chiquinho em frente a televisão. A câmera se afasta do personagem e da televisão. A televisão de Chiquinho ocupa toda a imagem e é desligada. A tela fica branca. Ainda na tela branca, créditos aparecem gradativamente em letras pretas.

## APÊNDICE E – AD REFORMULADA DO VIDEOCLÍPE “A CASA É SUA”, DE ARNALDO ANTUNES E ORTINHO

### **Glossário**

AD: Audiodescrição

BG: background

LOC: locutor

TÉC: técnico

### **CENA 1:**

00'01" – 00'16"

LOC 2: As imagens são em animação e amareladas. Surge o céu azul com duas nuvens e os símbolos: Lei de Incentivo à Cultura, Ministério da Cultura e Tradener apresentam Projeto 3 Clipes – 1 Curta em “A Casa É Sua”, Arnaldo Antunes e Ortinho.

TÉC: Desenho gráfico do céu com duas nuvens brancas na diagonal. A primeira do lado esquerdo inferior e a segunda do lado direito superior. Em seguida surge letreiro do Ministério da Cultura e logotipo da empresa Tradener. Depois, o céu inicia sua fase de crepúsculo e no centro da tela surgem em letras brancas a frase “Projeto 3 Clipes – 1 Curta em “A Casa É Sua”, Arnaldo Antunes.”

### **CENA 2:**

00'17" – 00'29"

**\*\*BG INSTRUMENTAL\*\***

LOC 2: O céu fica ensolarado. A câmera se movimenta para baixo até chegar em frente a uma casa branca entre alguns prédios. Chiquinho estaciona seu Fiat 147 amarelo em frente ao local que tem um jardim.

TÉC: A imagem clareia ainda mais e fica no tom alaranjado. Todas as imagens do videoclipe possuem tom amarelado ou alaranjado. A câmera se movimenta para baixo e surge uma casa aparentemente branca em meio a prédios. Em seguida um Fiat 147 amarelo estaciona do lado esquerdo da casa. Mostram detalhes arredondados no muro da residência.

### **CENA 3:**

00'30" – 00'38"

**\*\*BG INSTRUMENTAL CONTINUA\*\***

LOC 2: O homem magricelo, vestido com roupa social fica surpreso ao dar falta da maçaneta na porta de madeira. Ele a empurra, entra na casa e deixa uma maleta em cima da mesa da sala.

TÉC: Em seguida um close é dado na região dos olhos do personagem Chiquinho, que usa um óculos de armação preta e quadrada. Ele tenta abrir com a mão direita a porta de madeira da frente do imóvel, mas não há maçaneta. Todo o corpo de Chiquinho é mostrado quando ele entra na casa. Ele veste uma camisa branca, calça preta, gravata vermelha, sapato preto e tem cabelos castanhos e lisos. A parede do fundo da sala é vermelha com desenhos também circulares e tem diversos retratos pendurados. A maleta que ele deixa em pé sobre a mesa de madeira é preta.

#### **CENA 4:**

**00'38" – 00'49"**

**\*\*BG INSTRUMENTAL CONTINUA\*\***

LOC 2: A câmera se movimenta na horizontal, na altura da cintura do homem, que passa pela cozinha amarela, pelo quarto marrom e pelo banheiro verde.

TÉC: As imagens dos cômodos são feitas na altura da cintura do personagem. A cozinha tem as paredes com tijolos amarelos e alguns deles possuem desenhos. O fogão também é amarelo. O quarto é de tom marrom e preto, nele, há uma cômoda de madeira e um gramofone. A parede do banheiro também é de tijolos, mas de cor verde clara.

#### **CENA 5:**

**00'50" – 00'59"**

LOC 1: Não me falta cadeira; não me falta sofá.  
Só falta você sentada na sala; só falta você estar.

LOC 2: Em frente à TV, Chiquinho senta no sofá de couro. De repente o móvel some e ele cai no chão.

TÉC: Chiquinho senta no sofá da sala. Ele é branco com textura parecida com couro; coloca os pés sobre uma pequena mesa de vidro de formato triangular e, de repente, o sofá some e Chiquinho cai no chão.

#### **CENA 6:**

**01'00" – 01'12"**

LOC 1: Não me falta parede e nela uma porta pra você entrar.

Não me falta tapete, só falta o seu pé descalço pra pisar.

LOC 2: Ele levanta, coça a cabeça e tenta ir para outro cômodo, mas bate a cara na parede ao tentar passar por uma porta que também some.

TÉC: Chiquinho fica sentado no chão coçando a cabeça com um joelho apontando para cima e outro encostado no chão apontado para o lado direito. Ele se levanta e caminha devagar em direção à porta, que também some. Com a força, ele dá alguns passos para trás e é mostrado o corpo inteiro do personagem. Em seguida é exibido um tapete redondo e colorido.

### **CENA 7:**

**01'13" – 01'36"**

LOC 1: Não me falta cama; só falta você deitar.

Não me falta o sol da manhã; só falta você acordar.

Pra as janelas se abrirem pra mim e o vento brincar no quintal;  
embalando as flores do jardim, balançando as cores no varal.

LOC 2: Deitado na cama do quarto ele lê um livro. A cortina da janela some. Um clarão entra no cômodo e a cama desaparece. Chiquinho cai, mas levanta e vai até a janela, que também desaparece. O vento entra e balança as coisas do quarto.

TÉC: Chiquinho está no quarto, deitado na cama com colcha azul marinho com pequenas bolinhas brancas lendo um livro. A imagem é de cima. Ao lado há uma persiana amarela. É dado um close na cortina e ela some. O clarão da luz do sol toma conta do quarto e volta a imagem de Chiquinho visto de cima, mas desta vez caído no chão após a cama sumir. Ele se levanta e vai até a janela do quarto, que é de madeira. Um clarão bate em seu rosto, mostrado de perfil e o vento balança objetos de sua prateleira e roupas penduradas no guarda-roupas.

### **CENA 8:**

**01'36" – 02'03"**

LOC 1: A casa é sua.

Por que não chega agora?

Até o teto tá de ponta-cabeça porque você demora.

A casa é sua.

Por que não chega logo?

Nem o prego aguenta mais o peso desse relógio.

LOC 2: Arnaldo Antunes canta em uma TV na sala. Chiquinho se senta de ponta-cabeça em uma poltrona e vê o teto ao contrário. Ele senta certo e observa um relógio pendurado na parede cair. Ele corre para segurar, mas o objeto também

some.

TÉC: Imagem aberta da sala com janela ao fundo e, ao centro, a televisão antiga está ligada com Arnaldo Antunes cantando. O chão parece ser o teto, mas é Chiquinho que está sentado de ponta cabeça em uma poltrona preta. Ele senta de forma correta de frente para um relógio preto em formato de losango, que cai repentinamente. Chiquinho se levanta e salta para tentar pegar o relógio, que some. Livros em uma prateleira também somem simultaneamente.

**CENA 9:**

**02'04" – 02'25"**

**\*\*BG INSTRUMENTAL\*\***

LOC 2: Chiquinho coloca um disco de vinil no gramofone, depois mexe uma panela, fala ao telefone e, por último, toma banho. Agora Chiquinho está com a cara entediada. O gramofone, a panela, o telefone e o chuveiro somem. O disco cai sobre a mesa, a comida queima espalhada no fogão, o banho é interrompido e ele fica com espuma no corpo.

TÉC: Chiquinho mexe em um disco de vinil e o coloca em um gramofone, mexe uma panela prateada na cozinha, tira o telefone do gancho e disca e lava a cabeça durante o banho, onde há uma cortina com círculos transparentes. Ele fica parado em frente ao gramofone que desaparece, mexe a comida ser haver panela, segura o gancho do telefone, que some, e fica parado no chuveiro com espuma escorrendo pelo corpo.

**CENA 10:**

**02'26" – 02'42"**

LOC 1: Não me falta banheiro quarto  
abajur, sala de jantar.  
Não me falta cozinha  
só falta a campainha tocar.

LOC 2: Um a um, poltrona, mesa, cadeiras, discos, chaleira e outros objetos da casa somem e os cômodos se esvaziam aos poucos.

TÉC: Chiquinho vai até a frente do espelho do banheiro, que some. A poltrona preta da sala também some, junto dos demais objetos espalhados pela casa.

**CENA 11:**

**02'43" – 03'03"**

LOC 1: Não me falta cachorro  
uivando só porque você não está.  
Parece até que está pedindo socorro;  
como tudo aqui nesse lugar. Não me falta casa  
só falta ela ser um lar.  
Não me falta o tempo que passa;  
só não dá mais para tanto esperar.

LOC 2: Triste, Chiquinho senta no chão da sala quase vazia e apoia as costas na parede. A casinha de madeira de um passarinho some e, para não cair, a ave voa.

TÉC: Chiquinho aparece sentado no chão da sala. Ele está cabisbaixo encostado na parede. A casa de madeira de um pássaro vermelho desaparece e, para não cair, a ave voa para fora da casa, em um céu de tom alaranjado.

**CENA 12:**  
**03'04" – 03'14"**

LOC 1: Para os pássaros voltarem a cantar;  
e a nuvem desenhar um coração flechado.  
Para o chão voltar a se deitar e a chuva batucar no telhado.

LOC 2: Ele se junta a outros pássaros no céu, atravessa uma nuvem em forma de coração e desaparece. Pela janela, Chiquinho vê a chuva, mas o teto some e chove em sua cabeça.

TÉC: O pássaro vermelho se junta a outros pássaros da mesma espécie e voa em grupo. O pássaro de Chiquinho atravessa uma nuvem em formato de coração. O personagem observa tudo pelo vidro de uma janela de madeira e, em seguida, seu rosto fica molhado com as gotas de chuva.

**CENA 13:**  
**03'15" – 03'24"**

LOC 1: A casa é sua.  
Por que não chega agora?  
Até o teto tá de ponta-cabeça porque você demora.

LOC 2: Os objetos domésticos e a decoração da casa continuam a desaparecer.

TÉC: Na TV da sala da casa Arnaldo Antunes continua cantando. Na cozinha, pratos de enfeite espalhados em uma prateleira desaparecem um a um.

**CENA 14:****03'25" – 03'39"**

LOC 1: A casa é sua

Por que não chega logo?

Nem o prego aguenta mais o peso desse relógio.

LOC 2: Deitado no chão do quarto, o despertador toca e Chiquinho se irrita. Ao dar um tapa, o relógio some e ele bate a mão na mesa de cabeceira.

TÉC: Chiquinho aparece deitado no chão do quarto apoiado em seu braço direito enquanto um despertador preto toca. Quando o personagem vai dar um tapa no relógio, ele desaparece e ele bate a mão na mesa de cabeceira de madeira.

**CENA 15:****03'26" – 04'46"****\*\*BG INSTRUMENTAL\*\***

LOC 2: Arnaldo Antunes continua cantando na TV da sala vazia. Um lustre cai do teto e quase atinge Chiquinho. Pequenos retratos somem da parede. O relógio cuco também desaparece e o pássaro de madeira voa e pousa no ombro de Chiquinho, que observa a tudo confuso. As paredes do banheiro somem e depois somem as paredes da cozinha. Um clarão toma conta dos cômodos. Sem armários, portas e janelas, a casa se desfaz aos poucos. Chiquinho vê tudo parado sob a luz branca que toma conta da sala vazia. Sob o clarão, a casa desaparece. Sobram apenas Chiquinho e a TV envoltos na luz branca. Uma televisão que toma toda a imagem é desligada. A tela fica branca.

Agora aparecem os créditos. A Casa É Sua, autores: Arnaldo Antunes e Ortinho. Roteiro, produção, animação, edição e finalização, Carlon Hardt e Lucas Fernandes.

TÉC: Imagem da sala vazia com a imagem de Arnaldo Antunes na TV. No quarto, Chiquinho se levanta do chão e, ao dar um passo para a frente, um lustre de vidro cai no chão. Em uma parede branca, pequenos retratos em molduras de madeira somem, um a um. Um relógio cuco pendurado na mesma parede também desaparece, mas o pássaro do relógio voa e pousa no ombro do personagem, que observa o sumiço dos objetos de modo atônito. As paredes do banheiro começam a sumir, uma a uma, e a luz branca toma conta da casa. Depois, as paredes da cozinha somem. Em seguida, o quarto e, por último, a sala. Do lado de fora da casa, há um forte clarão e só resta Chiquinho em frente a televisão. A câmera se afasta do personagem e da televisão. A televisão de Chiquinho ocupa toda a imagem e é desligada. A tela fica branca. Ainda na tela branca, créditos aparecem gradativamente em letras pretas.

## APÊNDICE F – NOVO FORMULÁRIO DA ENTREVISTA



### COMUNICAÇÃO E ACESSIBILIDADE: UM ESTUDO SOBRE A RECEPÇÃO DE CONTEÚDO AUDIODESCRITIVO

#### NOVO FORMULÁRIO DA ENTREVISTA – SEGUNDA ETAPA

(A ser respondido oralmente com o auxílio do pesquisador)

#### INFORMAÇÕES PESSOAIS

1- Identificação do entrevistado: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

#### PERGUNTAS DE OPINIÃO

2- Em maio, a presente pesquisadora trouxe este mesmo videoclipe, no entanto, a locução era diferente. Você se lembra?

Sim

Não. (Se a resposta for “não”, sujeito deve ouvi-lo novamente.)

3- Você considera que a nova audiodescrição tornou este videoclipe mais compreensível?

Sim.

Não.

Por quê? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4- Foi possível identificar mais detalhes das cenas do videoclipe com a nova locução?

Sim.

Não.

Quais? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5- É possível compreender a locução com a nova velocidade da narrativa?

Sim



## APÊNDICE G – MÍDIA