

Projeto #PraTodosVerem e #PraCegoVer: o que dizem os deficientes visuais?

Profa. Esp. Nicéia de Carvalho Betim

Instituto Federal de São Paulo (IFSP), Itaquaquecetuba, SP, Brasil

Prof. David Jonas Souza Ramalho

Instituto Federal de São Paulo (IFSP), Suzano, SP, Brasil

Resumo: A tecnologia assistiva contribui para a independência e inclusão das pessoas com deficiência. No âmbito das redes sociais, as hashtags “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” facilita o acesso à informação de imagens, visto que este meio é grandemente dotado de recursos visuais. Para compreender como este recurso tem se difundido e colaborado para o acesso às informações, é preciso dar vez e voz aos usuários em questão: as pessoas com deficiência visual. Por meio de entrevistas com internautas legalmente cegos ou com baixa visão é possível compreender de que modo esta ferramenta contribui ou pode ser aperfeiçoada para a promoção da inclusão. Os dados obtidos demonstraram que a campanha tem grande aceitação pelos usuários, atingindo bons resultados de acessibilidade e visibilidade, mas ainda é pouco difundida nas redes sociais. Seu potencial de acessibilidade ainda tem muito a ser explorado para a informação e comunicação nas ferramentas da internet.

Palavras-chave: Hashtag. Deficiência visual. Acessibilidade.

Abstract: Assistive technology contributes to the independence and inclusion of people with disabilities. In the context of social media, the hashtags "#PraCegoVer" and "#PraTodosVerem" facilitate access to image information, since this medium is largely endowed with visual resources. To understand how this resource has spread and collaborated to access information, it is necessary to give time and voice to the users in question: people with visual impairments. Through interviews with legally blind Internet users or low vision, it is possible to understand how this tool contributes or can be improved to promote inclusion. The data obtained showed that the campaign is widely accepted by users, achieving good results in terms of accessibility and visibility, but it is still not widespread on social networks. Its accessibility potential still has a lot to be explored for information and communication in internet tools.

Keywords: Hashtag. Visual impairment. Accessibility.

INTRODUÇÃO

Inclusão é um conjunto de ações e programas para que pessoas com deficiência e necessidades especiais, tenham as mesmas oportunidades de acesso a bens e serviços de forma democrática em todos os âmbitos da vida social. (BRASIL, 2008)

A visão é importante para obter informações sobre objetos, posições, noção de espaço, comunicação, entre outros. O dano total ou parcial da visão requer o uso de outros sistemas sensoriais para o acesso ao mundo à sua volta. Mediante alternativas distintas das utilizadas pelos videntes, referindo-se à plasticidade cerebral, é possível construir um sistema psicológico que compense essa deficiência. (COLL; MARCHESI; PALACIOS, 2004)

Segundo Moraes (2018, p. 17) “a acessibilidade no meio digital, significa tornar disponível toda a informação”, além de possibilitar a interação com as interfaces e usuários. É necessário o desenvolvimento de plataformas digitais acessíveis. Com base na lei de acesso universal à informação, isso só será garantido através de políticas públicas específicas. (LIMA, SCHMIDT, 2019)

Para compreender os métodos de acessibilidade aos deficientes visuais, deve ser levada em consideração sua heterogeneidade, sendo uma deficiência sensorial a coleta de informações pode ser totalmente ou parcialmente desfavorecida a depender do seu grau de perda de visão. (COLL; MARCHESI; PALACIOS, 2004)

Uma das vias alternativas é a ampliação, iluminação e contraste da imagem para aqueles que possuem resquícios visuais funcionais (visão residual). O computador pode ser utilizado com impressoras que transcrevem o braile a tinta e vice-versa, como sintetizador de voz, audiolivro, audiodescrição, etc. O leitor de tela¹ pode auxiliar no acesso às informações, no entanto, há limitações quando parte desta informação não é apresentada na forma de texto.

¹ Software que captura qualquer informação apresentada na forma de texto e a transforma em uma resposta falada, utilizando um sintetizador de voz. É utilizado por pessoas cegas para uso do computador, tablet e celular. (CENTRO TECNOLÓGICO DE ACESSIBILIDADE DO IFRS, 2019)

Mas, como quebrar as barreiras de acesso à informação quando se trata de uma imagem? São inúmeros os estímulos possíveis, porém, após uma nova fase das relações humanas frente a internet e ao deficiente visual, as hashtags “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” têm sido um dos recursos utilizados (MOSQUERA, 2012). A campanha “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” é outra alternativa de tecnologia assistiva ainda em busca de espaço, disseminação e conscientização, justamente o recurso a ser estudado.

Muitos cegos e pessoas com baixa visão usam redes sociais como: Facebook, Instagram, YouTube, etc. A leitura de texto não é totalmente eficaz quando não é acompanhada da descrição das imagens e vídeos. Essas redes sociais organizam muitos assuntos pelo símbolo “#” denominado cerquilha, hashtag nas redes sociais e conhecido também como jogo da velha. Com foco na inclusão, a professora Patrícia Silva de Jesus² criou o projeto “#PraCegoVer” que posteriormente contribuiu para o surgimento do projeto “#PraTodosVerem”, estimulando o uso de descrição de imagens, facilitando sua localização com o uso da hashtag e conscientizando os demais usuários que os cegos também estão nessas redes sociais. (MORAES, 2018)

“A audiodescrição consiste na transposição de imagens em palavras; portanto é uma modalidade de tradução intersemiótica que serve para tornar materiais audiovisuais acessíveis a pessoas com deficiência visual” (SILVA 2009, p. 4). Embora o “#PraCegoVer” não seja uma audiodescrição, descrever as imagens em redes sociais possibilita que programas de computador ou aplicativos realizem a leitura, que de certa forma é escrever a audiodescrição.

Morais em sua pesquisa “Cego também usa Facebook #pracegover”, concluiu que o “#PraCegoVer” é importante para a inclusão, melhorando a experiência para os usuários cegos, possibilitando o acesso à informação de forma mais democrática. Todo movimento que promova a inclusão e acessibilidade é válido e surgiu após o “#PraCegoVer”, outra campanha com o mesmo intuito de forma mais ampla, a “#ParaTodosVerem”. Quando se fala em todos, inclui-se pessoas com baixa visão,

² Autora do Projeto #PraCegoVer e do livro Manual do Ledor na Perspectiva da Audiodescrição (Amazon), foi coordenadora da Educação Especial no Estado da Bahia e consultora da UNESCO (2009 a 2013). É formada em Letras Vernáculas (Ucsal) e Especialista em Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva (Uneb); Autora de artigos científicos publicados por renomadas instituições, é atuante na editoração de livros acessíveis digitais, em Braille e com audiodescrição nos mais diversos formatos. (JESUS, Patrícia. Currículo do sistema currículo Lattes, 2020)

dislexia, deficiência intelectual e outros que também não compreendem imagens. Além de mais abrangente, é menos estigmatizante, visto que o conceito de inclusão é englobar todas as deficiências.

Num âmbito mais terminológico, quando citamos “o cego” ou “a pessoa com deficiência visual” há um destaque e delimitação de um público, quando citamos “todos” estamos incluindo e considerando toda a diversidade. Existe uma gama de hashtags que promovem a inclusão, por exemplo “#Inclusão”, “#Acessibilidade”, “#TecnologiaAssistiva” e outros que ao serem utilizados tornam a busca cada vez mais restrita. A mais utilizada é a “#PraCegoVer”, na qual a pesquisa se fundamenta junto com a “#PraTodosVerem”, visto que delimitamos a pesquisa ao público com deficiência visual para levantar pontos de vista particulares desta deficiência.

O presente trabalho tem como objetivo analisar relatos de experiências de pessoas legalmente cegas³ e com baixa visão por meio de entrevistas. O grupo é tratado de forma homogênea, ou seja, sem considerar suas potencialidades visuais, pois nesta campanha é apenas disponibilizada a descrição da imagem. Atualmente, o país está praticando o distanciamento social devido a uma pandemia de covid-19; muitas informações e até mesmo a socialização está ocorrendo por intermédio da tecnologia, como computadores e smartphones, nesse cenário se faz necessário estudos para averiguar se o acesso às informações ocorre de forma democrática.

METODOLOGIA

Além de analisar as publicações disponíveis nas redes sociais, sendo possível fazer buscas com o uso da hashtag nos sites Facebook, no aplicativo Instagram e no mecanismo de pesquisa do Google, é preciso dar vez e voz aos verdadeiros usuários desta ferramenta de busca, analisando as melhorias na acessibilidade obtidas através do projeto.

³ Conforme Conde, 2016, uma pessoa é considerada cega se corresponde a um dos critérios seguintes: a visão corrigida do melhor dos seus olhos é de 20/200 ou menos, isto é, se ela pode ver a 20 pés (6 metros) o que uma pessoa de visão normal pode ver a 200 pés (60 metros), ou se o diâmetro mais largo do seu campo visual subentende um arco não maior de 20°, ainda que sua acuidade visual nesse estreito campo possa ser superior a 20/200.

Por meio de entrevista com 11 deficientes visuais e com a idealizadora da campanha, que também possui deficiência visual, foram feitas indagações sobre o uso e acesso às informações por meio da hashtag, principalmente a conteúdos educativos e sobre a situação mundial da pandemia de covid-19, no período de Janeiro a Abril de 2020, devido à grande divulgação de informações referente ao assunto nessa época.

As questões aplicadas eram abertas, e organizadas com tendências comuns colocadas em gráficos. Para expressar melhor os posicionamentos dos entrevistados, manteve-se as falas e considerações sobre a pergunta. As entrevistas foram gravadas e transcritas, realizadas por telefone ou áudio via WhatsApp, pois facilita a comunicação para os entrevistados.

As perguntas foram abertas para obter respostas qualitativas e relatos de experiências mais descritivas, enquanto as análises das publicações que utilizam a hashtag foram uma alternativa combinada para confirmação dos relatos dos entrevistados.

Os relatos foram colhidos nos meses de Maio e Junho de 2020, deste modo as informações se referem ao período de Janeiro a Abril de 2020.

Os entrevistados são amigos de um colega jornalista, chamado Felipe Diogo, também deficiente visual e apresentador do programa “Espaço da Inclusão” das rádios Teletema, ADVEG (Associação dos Deficientes Visuais do Estado de Goiás) e Inclusão no meio do mundo.

As questões são apresentadas nos resultados na mesma ordem que foram feitas aos entrevistados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As respostas foram listadas abaixo de cada pergunta e organizadas suas tendências em forma de gráfico.

Você utiliza a internet com frequência?

Figura 1 – Você utiliza a internet com frequência?



Fonte: Própria, 2020

Os entrevistados utilizam a internet com frequência, todos os dias ou pelo menos toda semana.

Quais tipos de linguagens mais utilizam a “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem”?

O termo linguagem aqui utilizado, representa qualquer forma de comunicação verbal ou não verbal sob o suporte da web.

As respostas dos entrevistados foram:

“Notícias de esportes paralímpicos e propagandas são os tipos de linguagem que mais difundem a hashtag na internet.”

“Blogs específicos de notícias e conteúdo para deficientes visuais.

“Grupos de WhatsApp e cartazes de divulgação de eventos geralmente são os meios que mais têm o cuidado de fazer as descrições de imagens.”

“Pesquisas, redes sociais e youtubers.”

“Postagem em redes sociais.”

“Redes sociais, Facebook e Instagram.”

“Redes sociais como Facebook e Instagram. Em outros momentos, já solicitei o uso da “#” em uma cafeteria que frequento, para a descrição dos doces e dou o retorno nos comentários com “#umcegoviu”.”

“No Facebook, publicação de empresas, página da prefeitura; em grupos de WhatsApp e no Jornal Estadão, mas não se encontra com muita facilidade, pois esse tipo de informação ainda peca muito em relação aos cegos.”

“Apenas no Facebook.”

“Vejo mais a hashtag em WhatsApp, principalmente em grupos de apoio à deficientes visuais.”

“Em propagandas de empresas, nas redes sociais de pessoas com deficiência, “Facebook e Instagram.”

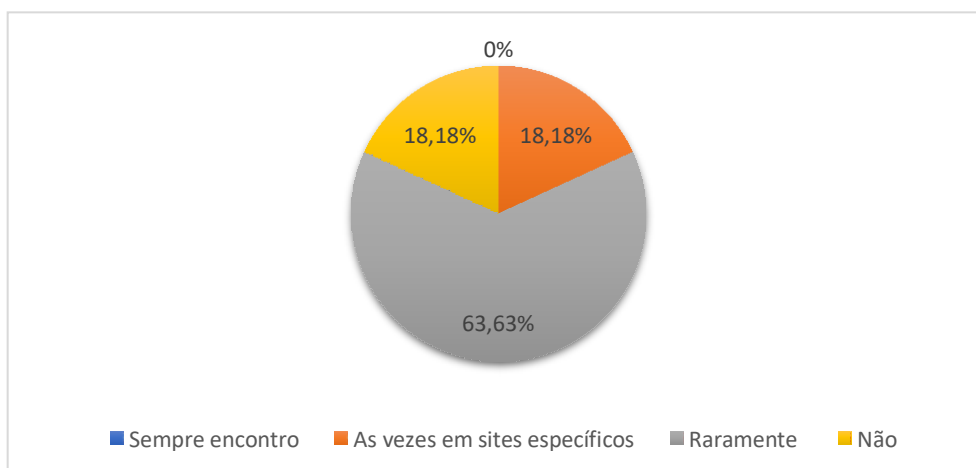
Segundo as respostas, podemos notar que a “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” é usado regularmente pelos entrevistados nas redes sociais. Focando na ideia inicial do projeto, é possível notar que ela se expandiu para aplicativos de comunicação, divulgação, vídeos e outros que geralmente possuem a descrição para aumentar a visibilidade e auxiliar na busca de conteúdos acessíveis por meio da “#”.

Alguns conteúdos típicos e específicos das redes sociais não são citados, como: memes, quizzes e jogos. Além das redes sociais, apenas conteúdos restritos (grupos de Facebook, WhatsApp e outros) ou propagandas fazem uso.

A pergunta se refere a linguagens como maneira de se comunicar e os recursos necessários para que ela ocorra. Há também de se considerar a linguagem como uso de códigos e expressões de certos grupos. A disputa pelo espaço das redes envolve diferentes identidades e grupos sociais. Nestas linguagens envolve-se a própria identidade, a diversidade cultural, popularização das informações e de seus impactos nas sociabilidades que também ocorrem fora da internet. (AMARAL, 2011)

Você encontra imagens educativas ou vídeo aulas com descrição de imagens ou “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem”?

Figura 2 – Você encontra imagens educativas ou vídeo aulas com descrição de imagens ou “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem”?



Fonte: Própria, 2020

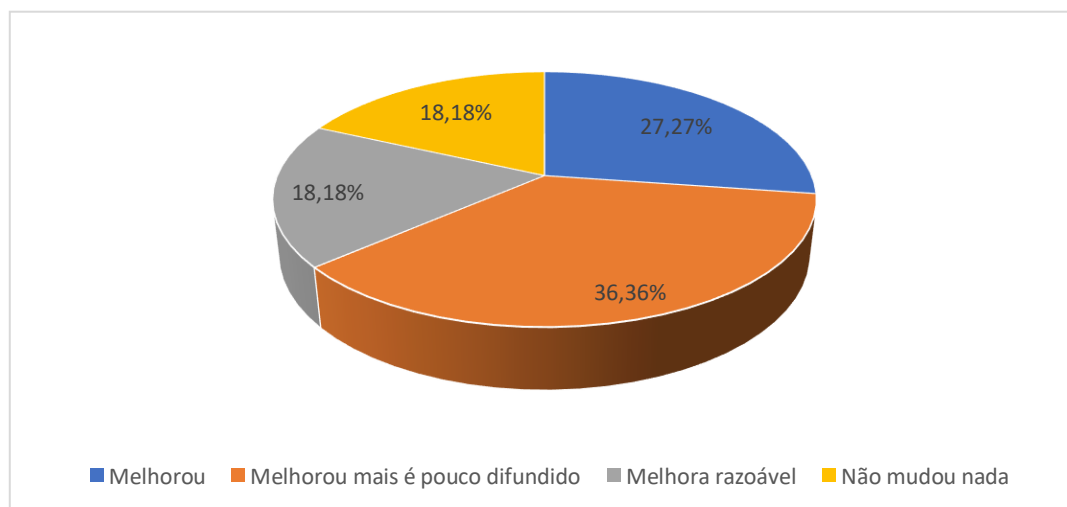
Muitos destacaram que apenas em locais específicos é possível encontrar, 0% dos entrevistados não possui dificuldade em obter esta acessibilidade.

A biblioteca tradicional tem seu espaço físico delimitado. Com a implantação das tecnologias de informação e comunicação, foi possível fornecer e fazer promoção de informações, estabelecer comunicação, instruir, pesquisar e alcançar um maior número de usuários em menos tempo e com custos razoáveis. Para desempenhar a função educacional existem bibliotecas virtuais, sites educacionais, cursos, vídeos e muitos outros recursos que permitem garantir maior grau de confiabilidade das informações (AMARAL, 2013).

Vemos um grande avanço no acesso à informação aliado à internet, como por exemplo, conteúdos educativos online são ferramentas confiáveis e de conscientização, mas para os cegos ainda há grandes obstáculos devido a não adaptação destes conteúdos. No momento atual e principalmente neste período de quarentena foi grandemente utilizado no ensino formal e regular. É de extrema importância que ocorra a acessibilidade aos conteúdos educativos, pois a falta de acesso à informação é um dos maiores agravantes na desigualdade social. Sorj (2003) aponta que a falta de acesso a qualquer informação estimula essa desigualdade. Políticas públicas deveriam estimular conteúdos educativos mais acessíveis.

A acessibilidade às informações na internet melhorou significativamente após a campanha?

Figura 3 – A acessibilidade às informações na internet melhorou significativamente após a campanha?



Fonte: Própria, 2020

Alguns entrevistados ainda fizeram alguns destaques:

"Ainda estamos distantes do ideal. Enquanto não for feita uma campanha publicitária mais forte de conscientização, de que todos temos direito de acesso à informação, porém de modos distintos de acessá-los, isso não vai mudar, temos que mudar a cabeça das pessoas e o resto é consequência."

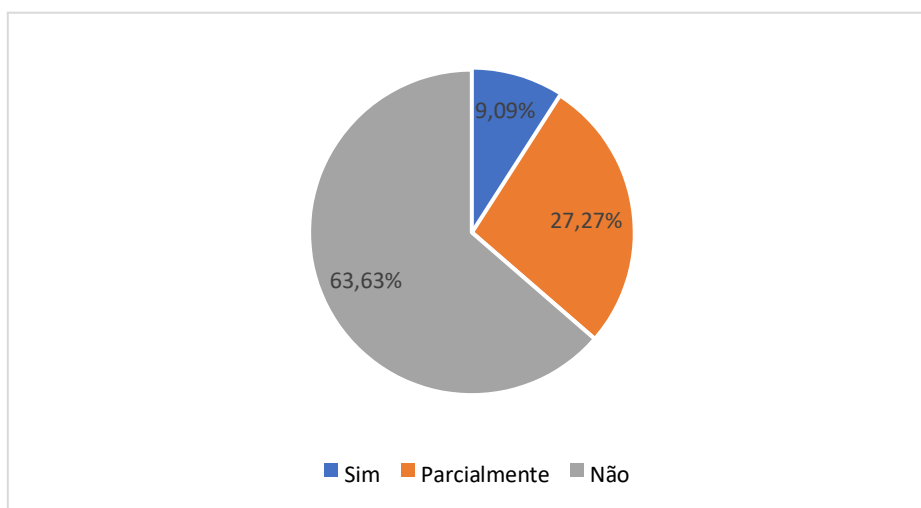
"Grandes empresas foram incentivadas a desenvolverem melhorias, como o sistema do Google com imagens descritas."

"Quando há a descrição, nós nos sentimos dentro daquele mundo, há muitos memes, fotos, etc. É difícil entender tudo, a descrição faz a gente se sentir incluído."

Quase todos os entrevistados notaram uma melhora significativa, contudo, é importante ressaltar que ainda não é o ideal. O fato de poucos relatarem que não melhorou demonstra que nem todos têm o mesmo acesso, sendo justificado pela localização, ferramentas disponíveis nas redes sociais, o grupo social no qual está inserido, etc. Aqueles que têm experiências positivas, corroboram e evidenciam a conscientização do público em geral, pois a "#" é inserida pelos usuários das plataformas.

O “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” estavam presentes em alguma informação referente a situação do país no período de Janeiro a Abril?

Figura 4 – O “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” estavam presentes em alguma informação referente a situação do país no período de Janeiro a Abril?



Fonte: Própria, 2020

Alguns entrevistados ainda fizeram alguns comentários:

“Utilizo mais o programa Audima⁴, a “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” ainda estão limitadas aos jornais.”

“Quando foi divulgado sobre a pandemia coronavírus, os vídeos que ensinavam como lavar as mãos não tinham descrição, solicitamos a ajuda de uma amiga para divulgar com descrição. Sobre auxílio emergencial, o vídeo era uma música com escritos, a Organização Nacional de Cegos do Brasil (ONCB) entrou com ação⁵ e posteriormente o vídeo estava no formato acessível.”

A lei já assegura esse direito, mas, enquanto as pessoas não se conscientizarem não vai mudar, já deveriam saber que vivemos numa sociedade

⁴ Conversor automático dos textos do site para áudio contratado pelos sites que buscam a inclusão de pessoas com deficiência visual, analfabetos e semianalfabetos, presbiopia e até mesmo aqueles que apontam a falta de tempo como principal barreira para ler. Página oficial do software: <<https://audima.co/>>

⁵ Há uma nota de repúdio na rede social da organização, porém não foi encontrado o processo. A postagem da organização encontra-se disponível em: <<https://www.facebook.com/533720863342900/videos/233238011418799/>>

diversa. Quem não sabe como fazer, deve perguntar sem tirar suas próprias conclusões e quando perguntam, não perguntam para os deficientes visuais.”

“Em sites governamentais não tive acesso com descrição, no próprio enunciado do governador há gráficos, prints de tela, vídeos de campanha e outros sem descrição ou sem um texto alternativo.”

As respostas esclarecem muito o cenário, podemos associar ao próprio mecanismo de acesso à informação. Alguns cegos usam jornais online, outros utilizam redes sociais; é possível que aqueles que usam as redes sociais para obterem informações visualizem mais com a “#”, comparado aos que usam os jornais, que fazem uso de uma linguagem mais formal.

Outro fator a ser considerado é a informação textual ser considerada completa e suficiente, imagens sempre enriquecem o texto, apesar disso, alguns abrem mão deste recurso. Quando utilizada a imagem, alguns identificam as informações como acessíveis, não notando a falta de descrição ou o uso da “#”. Isso demonstra que nem todos tiveram o devido acesso, sendo necessário mais ferramentas de acessibilidade principalmente na descrição de figuras, gráficos, diagramas, etc.

O número de postagens sobre a situação pandêmica com a “#” é baixo nesse período nas redes sociais. É possível encontrar todas as postagens através do motor de busca, porém a quantidade é pequena se comparado a gama de informações sobre este assunto para os que não possuem deficiência visual.

De modo geral acha suficiente a descrição das imagens?

“De modo geral, é muito raro ter descrição de imagens, mas quando possui é suficiente. O entrevistado alegou seguir descritores de imagens específicos, pois descrevem com detalhes e minuciosidades interessantes.”

“Para a descrição das imagens ser suficiente, depende mais do interesse da mídia em utilizar o mecanismo no quesito quantidade. Em qualidade nem sempre é suficiente, acho importante os deficientes visuais entrarem em contato e pedir mais detalhes das imagens, tanto para aperfeiçoar as informações, quanto para o canal entender os pontos que devem ser melhorados.”

“Meu grupo de trabalho atua com educação especial, estou lá há 10 anos e só agora estão adotando a descrição de imagens. Mesmo assim, ainda postam sem a informação da descrição ou dão informações rasas, desconexas, inferindo uma visão pessoal do que acha importante na descrição. A exposição deve ser feita de modo imparcial. Fazer a descrição dá trabalho, por isso muitos a deixam de lado, porém existem as exceções.”

“Foram poucas as oportunidades de utilizar esse recurso.”

“Embora muitas descrições não sejam feitas por profissionais, ou por pessoas que tem conhecimento de como se deve fazer, auxiliam na inclusão através da boa vontade. Porém, muitas vezes o trabalho se torna raso; em outros casos a descrição é tão ruim que seria melhor a pessoa não ter feito. Falta interesse da pessoa em realizar a descrição.”

“Acredito que tem uma questão de gosto para as descrições detalhadas, mais ricas e as mais simples.”

“Na maioria dos casos não são suficientes, mas, fico muito feliz quando encontro, pois tem o caráter funcional e também filosófico, percebemos que existem os deficientes visuais na internet. O Instagram é predominantemente visual e quando vejo que querem me incluir fico muito feliz, mas sinto falta de descrições minuciosas, como por exemplo noção temporal.”

“É suficiente, tem um padrão de descrição, mas eu colocaria outras informações, se a fotografia é panorâmica, se a pessoa está centralizada, etc.”

“Acho que deveria ter muito mais descrições, a imagem poderia ter mais informações. Eles acham que falar três coisas já está bom, mas ainda não é o suficiente.”

“Tem que ter mais representação, é raro ver algo que realmente é descrito.”

“Algumas são superficiais, outras são muito boas, deve ser algo pré-produzido (planejado).”

É nítida a insuficiência de imagens com descrição, o principal ponto a ser considerado na questão é a qualidade da descrição, embora relatado que às vezes depende do gosto pessoal. Há técnicas e métodos para se utilizar, porém muitas das pessoas que produzem as descrições não possuem tal conhecimento, apenas a “boa

vontade”. A acessibilidade poderia ser ampliada, caso esse conhecimento fosse mais difundido.

A descrição de uma imagem é bastante complexa, não basta descrever o que se vê, mas englobar o que é relevante e transpor a sensibilidade composta na figura. Existem parâmetros para um modelo de audiodescrição, que servem de apoio para uma descrição efetiva de imagens. (ALVES, 2011)

CONCLUSÃO

Pode-se apontar que o projeto proporcionou acessibilidade e visibilidade para os cegos, baixa visão, disléxicos e outros com dificuldades em visualizar imagens nas redes sociais, sendo importante levar a pesquisa adiante na criação de novas ferramentas.

A opinião dos entrevistados não representa a opinião dos deficientes visuais em sua totalidade, mas nos fornece alguns parâmetros sobre o uso da ferramenta. Seus gostos, opiniões pessoais e características peculiares implicam nas respostas, que embora não sejam unanimemente aplicáveis para todo o público com deficiência visual, ainda são dados a serem considerados, podendo pontuar algumas reflexões acerca do acesso às informações pela ferramenta.

O acesso às informações implica também na disponibilidade e variedade de canais e meios de acesso. As respostas demonstram que há fatores limitantes na maioria dos canais utilizados ou não com frequência pelos usuários, pois parte deles ainda não adotou o uso da “#PraCegoVer” e “#PraTodosVerem” e assim reduz o proveito dos dados pelos deficientes visuais.

Canais específicos para este público têm aderido fortemente à causa, mas ainda existe a limitação do uso dessa iniciativa para outros fins, o que demonstra que a democratização do acesso às informações ainda necessita de vários passos para ser aprimorada e consumada.

Há necessidade de ampliar a descrição para conteúdos educativos, o qual os entrevistados relataram a ausência desta elaboração. O ensino público ocorreu de forma remota em algumas regiões do país após início da quarentena, sendo necessário a inclusão das descrições em vídeos e imagens educativas.

As notícias sobre a situação mundial da pandemia e campanhas de conscientização faziam uso de imagens, gráficos, etc. Segundo os entrevistados, muitos não possuíam a descrição, inclusive nos sites governamentais.

Mesmo que as informações em texto fossem suficientes para compreensão da situação, isso não é inclusão ou acessibilidade para deficientes visuais, já que são impedidos de compreenderem essa forma de comunicação (comunicação não verbal) por falta da descrição.

A qualidade das descrições nem sempre são adequadas, as políticas públicas sobre a lei de acesso à informação possibilitam uma divulgação mais ampla referente às técnicas de descrição de imagens onde é possível encontrar manuais de técnicas de descrição se o mesmo for pesquisado.

É possível concluir que esta ferramenta melhorou e aumentou a acessibilidade nas redes sociais, entretanto, ainda se faz necessário a ampliação e aperfeiçoamento deste recurso, para:

- Facilitar o acesso;
- Ampliar o repertório lexical;
- Promover a inclusão e interações;
- Melhorar a qualidade da educação promovida por ensino a distância;
- Universalizar e democratizar saberes;
- Romper fronteiras;
- Respeitar a diversidade;
- Amplificar a busca para os deficientes.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A PATRÍCIA SILVA DE JESUS

A entrevista foi conduzida virtualmente pelos autores Nicéia e David, com a idealizadora do projeto Patrícia Silva de Jesus no dia 29/04/2020 e obteve as seguintes indagações e respostas:

Qual o impacto inicial esperado para o projeto (#pracegover)?

Eu esperava incentivar o meu círculo imediato de amigos e, a partir deles, a ideia ir se expandindo. Aconteceu assim, mas não deixou de ser surpreendente ver grandes marcas nacionais e internacionais aderindo ao movimento. Eu pretendia alcançar os mais próximos e vejam: países como Portugal, Paraguai e Austrália já registram a hashtag em suas publicações. Agora existe uma maior consciência sobre a urgência da acessibilidade nas redes sociais e tenho recebido muitos convites para ministrar treinamentos e palestras. Treinei as equipes de marketing da Revlon, O Boticário, Lee Stafford, Quem disse Berenice? Etc. Uma das maiores conquistas foi #PraCegoVer ter virado lei no Ceará e em Salvador e também ter recebido indicação do Itamaraty para concorrer ao Prêmio UNESCO-Hamad Bin Isa Al Khalifa-2017. (JESUS, 2020)

Cegos chegaram a relatar sobre melhorias causadas pelo seu projeto?

Sim, eu recebo muitas mensagens na página de pessoas cegas agradecendo por agora poderem apreciar um simples símbolo de “like”. Coisas que são tão cotidianas para quem enxerga e eram uma novidade para o cego, simplesmente porque a essas pessoas era negado o direito de navegar na internet em condições de acessibilidade. Não é por maldade dos videntes, e sim por ignorância, por um tipo de cegueira que nos impede de ver a necessidade do próximo. (JESUS, 2020)

Acha que está suficiente a propagação do projeto?

Não é o suficiente, mas já temos uma conquista gigantesca. A ideia é fazer isso crescer a tal ponto que não seja mais uma novidade. Acessibilidade deve ser a regra, não a novidade.”

“#PraCegoVer é um trocadilho e se relaciona ao caráter bidimensional do projeto, que é educar a sociedade e incluir quem tem deficiência ou alguma limitação sensorial/intelectual. “Cego” aqui é quem não enxerga ou quem não tem acesso fácil a alguma informação nas redes sociais, mas é também aquele que, mesmo possuindo o sentido da visão, não percebeu ainda a necessidade da acessibilidade. Eu precisava criar uma hashtag impactante, curiosa, mas tinha que ser curtiua. Como o público principal atendido pelo projeto é constituído de pessoas cegas, optei por #PraCegoVer, mas aqui cabem todos: pessoas com baixa visão, com deficiência intelectual, disléxicos ou quem não tem nenhuma dessas necessidades, mas precisa despertar o olhar para a inclusão.”

“#PraCegover é um trocadilho. Como esta hashtag tem uma função educativa e inclusiva, ela se refere aos videntes que não enxergam o cego e nunca se dão conta de que pessoas com deficiência visual usam redes sociais. Ela existe para impactar, para despertar o olhar de quem lê e se pergunta: “Ué, pra que raios esta descrição está aqui?”. Então vai pesquisar mais um pouco e... Zaz! Mais um vidente deixou de ser “cego”. Existe, principalmente, para o cego ou pessoa com deficiência visual/baixa visão

que, pela falta de acessibilidade, não podia apreciar as imagens publicadas. (JESUS, 2020)

O projeto logrou resultados além do esperado e pode ir além. Patrícia Silva de Jesus, relata conforme o apêndice “A” a importância de todos se sentirem incluídos no projeto e não apenas os cegos, levando a visibilidade em redes sociais a todo o público com deficiência visual.

REFERÊNCIAS

ALVES, Soraya Ferreira; TELES, Vervanne Couto; PEREIRA, Tomás Verdi. **Propostas para um modelo brasileiro de audiodescrição para deficientes visuais**. Tradução & Comunicação, v. 22, 2011. Disponível em: <<https://revista.pgsskroton.com/index.php/traducom/article/view/1811>> Acessado em: 5 de abril de 2020.

AMARAL, Adriana. **Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas**. ComCiência, Campinas, n. 131, 2011

AMARAL, Sueli Angélica do. **Web sites: uso de tecnologias no cumprimento das funções da biblioteca**. Informação & Sociedade, João Pessoa, v. 15, n. 2, p. 15-40, jul./dez. 2005. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/30>. Acesso em: 1 jul. 2013. Disponível em <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700009&lng=es&nrm=iso>. Acessado em: 5 de abril de 2020.

BRASIL. **Decreto Legislativo nº 186/2008**. Diário Oficial da União - Seção 1 - 20/8/2008. Página 1. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/CONGRESSO/DLG/DLG-186-2008.htm>. Acesso em: 06 de fevereiro de 2020.

CENTRO TECNOLÓGICO DE ACESSIBILIDADE DO IFRS. **Softwares Leitores de tela**. 2019. Disponível em: <<https://cta.ifrs.edu.br/recurso-ta/software-leitores-de-tela/>>. Acessado em: 7 de dezembro de 2020.

COLL, César; MARCHESI, Álvaro; PALACIOS, Jesús. **Desenvolvimento psicológico e educação: transtornos de desenvolvimento e necessidades educativas especiais**; v.3. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004. 368 p.

CONDE, Antônio João Menescal. **Definição de cegueira e baixa visão**. Instituto Benjamin Constant, nov. 2016. Disponível em: <<http://www.ibr.gov.br/educacao/71-educacao-basica/ensino-fundamental/258-definicao-de-cegueira-e-baixa-visao>>. Acessado em: 10 de dezembro de 2020.

JESUS, Patrícia. **Currículo do sistema currículo Lattes**. [Brasília], 23 out. 2020. Disponível em: < <http://lattes.cnpq.br/9270615740740774> >. Acesso em: 7 de dezembro de 2020.

JESUS, Patrícia. **Entrevista concedida** a Nicéia de Carvalho Betim e David Jonas Souza Ramalho, 29 de abr. 2020. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “A” deste artigo]

LIMA, Ronaldo Vieira; SCHMIDT, Cristina. **Acessibilidade informações publicadas na internet como política de participação social**. Diálogos interdisciplinares, vol. 8 nº 3. 2019.

MORAES, Catieli Pereira. **Cego também usa Facebook #pracegover**. Monografia curso de publicidade e propaganda, Universidade de passo fundo. 2018. 51 p. Disponível em:

<<http://repositorio.upf.br/bitstream/riupf/1505/1/PF2018Catieli%20Pereira%20Moraes.pdf>> Acessado em: 18 de abril de 2020

MOSQUERA, Carlos Fernando França. **Deficiência visual na escola inclusiva**. Curitiba: Intersaberes, 2012. 162 p.

SILVA, Manoela Cristina correia Carvalho da. **Com os olhos do coração: estudo acerca da audiodescrição de desenhos animados para o público infantil**. Monografia (mestrado) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, da Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador. 2009. 216 p.

SORJ, Bernardo; **A luta contra a desigualdade na sociedade da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Brasília: UNESCO, 2003. p. 59-90.