

# Design para acessibilidade: inclusão de pessoas com deficiência visual ao serviço de cinema

Dissertação de Mestrado: **Diego Normandi**

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. **Cibele Haddad Taralli**



Diego Normandi

**Design para  
acessibilidade: inclusão  
de pessoas com  
deficiência visual ao  
serviço de cinema.**

Dissertação apresentada à Faculdade de  
Arquitetura e Urbanismo da Universidade de  
São Paulo para obtenção do título de Mestre em  
Arquitetura e Urbanismo.

Área de concentração: Design e Arquitetura

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cibele Haddad Taralli

São Paulo, 2016



---

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, desde que citada a fonte.

E-mail do autor: diegonmd@usp.br / diegonmd@gmail.com  
www.dn.ppg.br

---

N845d Normandi, Diego  
Design para acessibilidade: inclusão de pessoas com deficiência visual ao serviço de cinema / Diego Normandi . -- São Paulo, 2016.  
356 p. : il.

Dissertação (Mestrado - Área de Concentração: Design e Arquitetura) - FAUUSP.  
Orientadora: Cibele Haddad Taralli

1.Deficiência visual 2.Design 3.Cinema 4.Acessibilidade 5.Design de serviços 5.Inclusão I.Título

CDU 7.05

---

DIEGO NORMANDI MACIEL DUTRA

**Design para acessibilidade: inclusão de pessoas com deficiência visual ao serviço de cinema.**

Dissertação apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Banca Examinadora**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

*Dedico a todos aqueles  
que fazem deste planeta  
um lugar mais leve, bonito,  
romântico, divertido,  
saudável, solidário, justo,  
feliz, humano e inclusivo.*



Agradeço, em primeiro lugar, à minha Mãe, pelas oportunidades que sempre me ofereceu ao longo da minha vida, pela sua cumplicidade, pelos conselhos e pelo amor.

A minha família: avó, padrasto, irmã, cunhado, sobrinhas, primos, primas, tios, tias e amigos e amigas, que fazem de minhas visitas a Fortaleza grandes momentos de felicidade.

À minha prima e irmã Flávia e a seu companheiro Lindomar, pelo apoio incondicional, pelos conselhos, pelas conversas e pela hospedagem de sempre.

À minha família catarinense: Marcos, Laura e Andrea, que me acolheram com todo amor e carinho.

À minha linda Karine, que tive a felicidade de conhecer em certa casa – na rua Maranhão, número 88, com quem construo uma relação de amor, amizade, trabalho, estudo e pesquisa.

Agradeço a todos os professores, professoras, servidores e servidoras da Fau Maranhão, com os quais tive a oportunidade de conviver durante os últimos anos, e que fazem dessa casa um lugar mais que especial. Bem como à Universidade Federal do Ceará, onde iniciei minha vida acadêmica e profissional e construí verdadeiros laços de amizade com pessoas queridas de toda a diversidade de sua comunidade acadêmica.

Aos amigos e amigas que conheci na Fauusp, com os quais mantenho uma relação de amizade e ótimas memórias.

À minha orientadora, Professora Cibele, pela dedicação, paciência, competência e pelo constante incentivo.

A todos aqueles que participaram direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho, sobretudo aos entrevistados e entrevistadas, que contribuíram com seus conhecimentos e experiências pessoais.

Design para  
acessibilidade:  
inclusão de  
pessoas com  
deficiência  
visual ao serviço  
de cinema

Este trabalho contou com o apoio financeiro da Capes.

## **RESUMO**

O censo demográfico apresentado pelo IBGE em 2010 apontou cerca de 45 milhões de pessoas com alguma deficiência vivendo no Brasil, dentre as quais 35 milhões são deficientes visuais. Apesar de consistir grande parcela da população, são notáveis as barreiras que esse público enfrenta para ter acesso à cultura e ao lazer, pois as iniciativas de inclusão em ambientes de convívio social são limitadas e muitas vezes inexistentes. Sob o olhar do Design, e com base em métodos relacionados Design de Serviços, este trabalho apresenta uma pesquisa não propositiva sobre acessibilidade daquele público em salas de cinema, considerando toda a complexidade que envolve essa experiência, desde, por exemplo, a produção de filmes até a experiência propriamente dita nos espaços de projeção.

Palavras-chave: Deficiência Visual, Cinema, Acessibilidade, Design de Serviços, Inclusão

## **ABSTRACT**

The census presented by IBGE in 2010 showed about 45 million people with disabilities living in Brazil, of which 35 million are visually impaired. Despite this fact, persons with disabilities face obvious barriers to cultural and leisure services due to the limitation or lack of attitudinal and environmental inclusion initiatives. From a Design perspective, and based on Service Design methods, this paper presents a research on accessibility in cinemas, considering the complexity that surrounds this experience, the production of films, and the experience itself in projection rooms.

Keywords: Visual Disability, Cinema, accessibility, Service Design, Inclusion

## **RESUMEN**

El censo presentado por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) en 2010 mostró que unos 45 millones de personas con discapacidad viven en Brasil, de los cuales 35 millones son discapacitados visuales. A pesar de consistir en gran parte de la población, son notables las barreras que esta gente se enfrenta para acceder a la cultura y al ocio, pues las iniciativas de inclusión en ambientes de socialización son limitadas y mismo inexistentes. Bajo la mirada del Diseño, y en base a métodos relacionados al Diseño del Servicio, este trabajo presenta una investigación no proposicional sobre accesibilidad en los cines, teniendo en cuenta la complejidad que rodea a esta experiencia, desde, por ejemplo, la producción de películas hasta la propia experiencia en los espacios de proyección.

Palabras clave: Discapacidad Visual, Cine, accesibilidad, Diseño del Servicio, Inclusión

# Lista de Figuras

Figura 1. **Publicidade colégio Farias Brito**. Disponível em: < <http://fariasbrito.com.br>>. Acesso em: 01 Fev. 2016

Figura 2. **Publicidade colégio Ari de Sá**. Disponível em: < <http://aridesa.com.br>>. Acesso em: 01 Fev. 2016

Figura 3. **Procedimentos Metodológicos**. Elaborado pelo autor.

Figura 4. **Mapa de stakeholders**. Elaborado pelo autor.

Figura 5. **Escultura tátil com audioguia na Pinacoteca de São Paulo**. Foto do autor.

Figura 6. **Mapa tátil na entrada do Memorial da América Latina**. Foto do autor.

Figura 7. **Hall na entrada do Memorial da Inclusão, em São Paulo**. Foto do autor.

Figura 8. **Área interna do Instituto Benjamin Constant, no Rio de Janeiro**. Foto do autor.

Figura 9. **Área de lazer dedicada a crianças, na Associação Laramara**. Foto do autor.

Figura 10. **Material impresso em braile no parque gráfico da Fundação Dorina Nowill**. Foto do autor.

Figura 11. **Fachada da Gráfica Braile do Governo do Estado do Ceará**. Foto do autor.

Figura 12. **Fita cassete e caneta Bic**. Disponível em: <<http://data.whicdn.com>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 13. **Instrumentos de pesquisa**. Criada pelo autor.

Figura 14. **Exclusivo X Inclusivo**. Criada pelo autor.

Figura 15. **Deficiência no Brasil**. Criada pelo autor.

Figura 16. **Relação entre os diferentes tipos de deficiência no Brasil**. Criada pelo autor.

Figura 17. **Leitura de texto em braile**. Disponível em: <<http://ccmainer.org>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 18. **Reglete Positiva**. Disponível em: <<http://g1.globo.com>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 19. **Modelo de impressora braile para uso doméstico**. Disponível: <<http://capfcee.blogspot.com>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 20. **Exemplo de uso de uma reglete convencional**. Disponível em: <<http://acegosjf.com.br>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 21. **Esquema de composição da "Reglete Positiva"**. Disponível em: <<http://escolaolhardigital.blogspot.com.br>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 22. **Aparelho Braille Lite**. Disponível em: <<http://nanopac.com>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 23. **Aparelho Smart Brailler**. Disponível em: <<http://dara.truelife.com/>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 24. **Aparelho Braille'n Speak**. Disponível em: <<http://everybody.si.edu>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 25. **Modelo de bengala dobrável**. Disponível em: <[http:// assistiva.mct.gov. br](http://assistiva.mct.gov.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 26. **Pessoa caminha com auxílio de piso tátil**. Disponível em: <http://cilel.com.br>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 27. **Deficiente visual utiliza recurso de audioguia, aliado ao tato**. Disponível em: [http:// www. cidadedesao paulo.com](http://www.cidadedesao paulo.com) >. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 28. **Piso tátil errado em calçada**. Disponível em: < [acessibilidadenapratica.com.br](http://acessibilidadenapratica.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 29. **Piso tátil sem contraste**. Disponível em: < [acessibilidadenapratica.com.br](http://acessibilidadenapratica.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 30. **Obstáculos por todo o caminho do piso tátil**. Disponível em: <[acessibilidadenapratica.com. br](http://acessibilidadenapratica.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 31. **TA instalada de forma inapropriada**. Disponível em: <[arquitetesusasideias.wordpress.com](http://arquitetesusasideias.wordpress.com)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 32. **Piso tátil conduz a uma parede**. Disponível em: < [blog.isocial.com.br](http://blog.isocial.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 33. **Piso tátil conduz a uma mureta**. Disponível em: < [www.guiainclusivo.com.br](http://www.guiainclusivo.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 34. **Célio**. Acervo do autor.

Figura 35. **Usuário cego utiliza iPad com recurso de leitura de tela**. Disponível em: < Canal Ponto de Vista/ Youtube>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 36. **Aparelho com teclado em braile**. Disponível em: < <http://macularhope.org>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 37. **Tela inicial do aplicativo Audifotos**. Disponível em: <<http://blogdaaudiodescrição.com.br>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 38. **Tela de créditos do aplicativo Audifotos**. Disponível em: <[http://blogdaaudiodescrição.com. br](http://blogdaaudiodescrição.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 39. **Criança utiliza leitor de telas**. Disponível em: < [www.blogdafloresta.com.br](http://www.blogdafloresta.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 40. **Aplicativo Blind Wallet**. Disponível em: <Google Play>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 41. **Aparelho LookTel em uso**. Disponível em: <[techtudo.com.br](http://techtudo.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 42. **Usuário utiliza leitor Virtual Vision**. Disponível em: <<http://lelefabiane.tripod.com>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 43. **Preferência ao assistir a filmes fora do cinema**. Criada pelo autor.

Figura 44. **Exemplo de sessão de cinema com audiodescrição**. Disponível em: <[http:// deficientesciente.com.br](http://deficientescientificos.com.br)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 45. **Catálogo de filmes do aplicativo MovieReading (Itália)**. Disponível em: < [moviereading. com/it/catalog/](http://moviereading.com/it/catalog/)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 46. **Esquema de instalação e utilização do aplicativo Whatscine**. Disponível em: < [http:// whatscine.es](http://whatscine.es)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 47. **Esquema de modelo de uso da ferramenta Braille Interpreter**. Disponível em: <[http:// yankodesign.com](http://yankodesign.com)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 48 e 49. **Esquema de configuração física da ferramenta Snail**. Disponível em: <[http:// yankodesign.com](http://yankodesign.com)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 50. **Aparelho Thermoform**. Disponível em: <<http://ibc.gov.br>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 51. **Esquema de uso do aparelho Finger Reader**. Disponível em: <[http:// uid. media.mit.edu/ projects/ ngerreader](http://uid.media.mit.edu/projects/fingerreader)>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 52. **Cão-guia em operação**. Disponível em: < <http://meuamigopet.com.br>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 53 e 54. **Protótipo de produto Blitab**. Disponível em: < <http://info.abril.com.br>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 55. **Protótipo da TA Portáctil**. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 56. **Instituto Benjamin Constant**. Foto: Recorte do autor sobre imagem em exibição no Instituto.

Figura 57. **Novas cédulas de Real**. Disponível em: <<http://ogestor.eti.br/>>. Acesso em: 03 Fev. 2016.

Figura 58. **Publicidade no carro Kia Soul**. Disponível em: < <http://chocoladesign.com>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 59. **Publicidade da loja Etna**. Disponível em: < <http://chocoladesign.com>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 60. **Publicidade da loja Pontofrio**. Disponível em: < <http://chocoladesign.com>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 61. **Ford T**. Disponível em: <[wikipedia.com](http://wikipedia.com)>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 62. **Prédio Escola Bauhaus**. Disponível em: <<http://nestmodernndesignculture.com>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 63. **Cadeira Wassily**. Disponível em: <<http://ibdidesign.blogspot.com.br>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 64. **Personagens Joe e Josefine**. Disponível em: <<http://kiersten-nash.com>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

# SUMÁRIO

Figura 65. **Relação Apple e Braun.** Disponível em: <<http://macmagazine.com>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 66 e 67. **Concorrentes Apple TV e Chromecast.** Disponível em: <<http://tecmundo.com.br>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 68. **Fila de pessoas para comprar novo iPhone, em Nova Iorque.** Disponível em: <<http://ipodschool.com>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 69. **Fila de pessoas para comprar novo iPhone, na China.** Disponível em: <<http://magicwebdesign.com.br>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 70 e 71. **Publicidade e ações de marketing de grandes produções cinematográficas de Hollywood.** Disponível em: <<http://sucessobrindes.com.br>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

Figura 72. **Persona Cíntia.** Acervo do autor.

Figura 73. **Persona Maria.** Acervo do autor.

Figura 74. **Persona Lívia.** Acervo do autor.

Figura 75. **Persona Caio.** Acervo do autor.

Figura 76. **Stakeholders e processos hoje.** Elaborado pelo autor.

Figura 77. **Modelo para proposta inclusiva.** Elaborado pelo autor.

## Capítulo 1

### **SINOPSE /** INTRODUÇÃO

25

Apresentação

26

Síntese dos Capítulos

27

Introdução

31

Justificativa

35

## Capítulo 2

### **ROTEIRO /** MÉTODOS E PROCESSOS

41

Questões e respostas

43

Referências norteadoras para a pesquisa

51

Instrumentos de pesquisa

52

## Capítulo 3

### **BILHETERIA /** ACESSIBILIDADE

85

Acessibilidade

86

Critérios de visão

92

## Capítulo 4

### **LEGENDA /** TECNOLOGIAS ASSISTIVAS

99

Tecnologias Assistivas

100

Leitura e Escrita

101

Locomoção

107

Mídias Digitais

114

Cinema e Audiovisual

124

Outros

131

## Capítulo 5

### **MEIA ENTRADA /** LEGISLAÇÃO PARA ACESSIBILIDADE

139

Legislação brasileira e acessibilidade

140

Capítulo 6	<b>TRAILER /</b> DESIGN	159
	Diálogo com o Design	160
	O termo Design	161
	História do Design	164
	Visão do Design	172
	Design e Acessibilidade	174
Capítulo 7	<b>PIPOCA /</b> DESIGN DE SERVIÇOS	179
	Design de Serviços	180
	Serviços	182
	Design de Serviços como área de pesquisa	184
Capítulo 8	<b>EM CARTAZ /</b> RESULTADOS E DISCUSSÕES	191
	Apresentação e discussão dos resultados	192
	Criação de Personas	193
	Indução de Relatos	211
	Mapa de Espectativas	239
	Entrevistas com Especialistas	249
	Exibidores	250
	Cineastas	265
	Entusiastas	279
	Distribuidores	296

Capítulo 9	<b>A CRÍTICA /</b> CONSIDERAÇÕES FINAIS	311
	<b>CRÉDITOS /</b> REFERÊNCIAS	317
	<b>EXTRAS /</b> ANEXOS	331

“Vivemos em um mundo que perdeu a visão. A televisão nos propõe imagens prontas.”

Eugen Bavcar - Fotógrafo



**Janela da Alma**  
Documentário (2001)  
Direção: João Jardim  
e Walter Carvalho

## Apresentação

A motivação que deu origem a este trabalho nasceu de um projeto de comunicação para a criação de uma campanha publicitária visando à inclusão de pessoas com deficiência e a divulgação de princípios acessíveis à comunidade acadêmica da Universidade Federal do Ceará, em 2011. A então recém-criada Secretaria de Acessibilidade da Instituição buscava ações de comunicação capazes de apresentar suas atividades voltadas ao público com deficiência (inseridos ou não na comunidade acadêmica), bem como sensibilizar a comunidade sobre a necessidade de inclusão. À época, trabalhava na Coordenadoria de Comunicação Social e Marketing Institucional da UFC, que foi acionada para realizar o trabalho de campanha.

Durante a formatação da campanha, intitulada “Acesso a tudo para todos”, foi percebida a dificuldade enfrentada no cotidiano das pessoas com deficiência dentro da Universidade. As ações propostas encontravam dificuldade de implantação de medidas práticas e efetivas, sobretudo quando se desejava propor alguma atividade ao público cego. Esse desafio, de oferecer acessibilidade a pessoas com deficiência visual, foi o que despertou o interesse de desenvolver uma pesquisa voltada a inclusão desse público.

A Universidade Federal do Ceará conta com uma sala de cinema, na Casa Amarela Eusélio Oliveira. Acreditava-se que esse ambiente poderia ser um importante aliado na inclusão de pessoas com deficiência. Era sabido que o grupo Lead – Legendagem e Audiodescrição, vinculado à Universidade Estadual do Ceará, realizava pesquisas voltadas à acessibilidade de cegos a conteúdos audiovisuais. O grupo é da área de Linguística, e seu foco é a tradução intersemiótica de materiais audiovisuais para faixa sonora, no processo conhecido como audiodescrição – AD. No entanto, percebeu-se que somente esse processo não seria suficiente para atender às necessidades do público. Era necessária uma visão mais ampla e integrada de diversos componentes da questão, era preciso responder uma série de perguntas e propor ações nas diferentes áreas do conhecimento que interagissem a fim de

viabilizar este acesso.

Minhas áreas de formação são a Comunicação (com habilitação em Publicidade e Propaganda), o Cinema e o Marketing. O Design, no sentido de discurso e de método de projeto, surgiu concomitantemente ao desafio de lecionar dentro de um curso universitário. Em 2012, fui professor temporário do curso de Design<sup>1</sup> da UFC, o que me aproximou às discussões do campo do Design, bem como me estimularam a buscar nessa área métodos que pudessem oferecer soluções rumo à acessibilidade e a inclusão de pessoas com deficiência visual. Tive, contudo, um maior aprofundamento nas discussões da área ao ingressar no Mestrado da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo – Fauusp, nas diversas disciplinas cursadas durante todo o processo. Foi a oportunidade de integrar os diversos conhecimentos oriundos de minha formação anterior ao amplo leque oferecido pelo Design e investir na proposta interdisciplinar que guiou o desenvolvimento da pesquisa aqui dissertada.

## Síntese dos capítulos

A Dissertação está dividida em 9 capítulos, mais referências e anexos. No primeiro capítulo é apresentada a pesquisa, a introdução, a justificativa e a divisão de todo o conteúdo. No capítulo seguinte encontra-se os procedimentos metodológicos de pesquisa. Do terceiro ao sétimo, são apresentados os conteúdos que envolvem referencial teórico que embasa as discussões. Na sequência, encontra-se o capítulo com discussões e resultados referentes aos dados recolhidos. Por fim, são apresentadas as considerações finais, as referências bibliográficas e todo o material em anexo. A seguir, a divisão de todo o conteúdo.

### **Capítulo 1 – Apresentação, Introdução, Justificativa, Objetivos e Questões e Síntese dos capítulos**

Esse capítulo traz a introdução da pesquisa, onde estão colocados os objetivos, as questões e são elucidados os métodos

1. Na disciplina “Projeto I”, ministrada pela professora Anna Lúcia dos Santos e por mim, uma das atividades que propomos aos estudantes foi a de assistir a um filme, na sala de cinema da Casa Amarela, sem qualquer projeção de imagem, com todas as luzes apagadas e com transmissão de audiodescrição. O filme exibido foi “O Grão”, de Petrus Cariri. Ao final, houve um debate em sala com a participação de um dos audiodescritores responsável pela descrição da obra, Klístenes Braga, integrante do Lead.

Os bons resultados da atividade com os estudantes me inspiraram a estudar os conteúdos sobre a temática da inclusão com mais profundidade e a desenvolver um projeto de pesquisa envolvendo Design, Cinema, Acessibilidade e Inclusão, o que resultou nesta Dissertação de Mestrado, junto à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.

trabalhados, a justificativa, apresentação dos casos estudados e o resumo dos capítulos.

O capítulo apresenta a explanação geral sobre o trabalho desenvolvido. Espera-se que este conteúdo possibilite ao leitor uma maior facilidade em se localizar e aprofundar os assuntos que mais os interessem.

#### **Capítulo 2 - Materiais e Métodos**

Neste são apresentados os métodos de desenvolvimento de todo o trabalho, envolvendo a discussão sobre a interação dos formatos de pesquisa qualitativa e quantitativa, bem como os procedimentos de levantamento de dados primários e secundários.

#### **Capítulos 3 e 4 – Deficiência Visual, Acessibilidade e Tecnologias Assistivas**

Nesses capítulos se encontram as principais definições sobre acessibilidade e deficiência visual que foram consideradas no trabalho. No capítulo 4 se apresenta discussão sobre tecnologias assistivas. Diversas ferramentas foram pesquisadas e são apresentadas, divididas em diferentes categorias relacionadas ao tipo de auxílio que fornecem ao usuário e ao seu entendimento dentro do processo de assistir a um filme em uma sala de cinema.

#### **Capítulo 5 – Legislação Brasileira e Acessibilidade**

Por considerar-se que um dos importantes provedores da acessibilidade e da inclusão são as autoridades, e as instituições públicas, que por meio de leis, decretos, normas, cartilhas, planos de educação inclusiva, entre outros, regulam a sociabilidade da população, é apresentado um levantamento de leis, em vigor no Brasil, que buscam garantir os direitos das pessoas com deficiência visual.

#### **Capítulo 6 – Design**

Nesse capítulo, se encontra a contextualização sobre a história do Design. São discutidas as fases pelas quais já passou a atividade, apresentando-se as mudanças na sua forma de desenvolvimento. Analisa-se os processos que possibilitaram o campo a se desligar da simples criação de produtos industriais e chegar a outro patamar, agora relacionado ao desenvolvimento de serviços e de experiências.

#### **Capítulo 7 – Design de Serviços**

Apresenta-se discussão sobre Design de Serviços. Situa-se a abordagem do tema dentro da história do Design e relaciona-se seu formato às recentes necessidades do mercado de consumo. Também são apresentados seus fundamentos e métodos de apoio e de desenvolvimento. Por fim, se relaciona a importância dessa discussão no que diz respeito à acessibilidade, inclusão e ao atendimento real das necessidades de pessoas com severa deficiência visual.

#### **Capítulo 8 – Resultados e Conclusões**

Por fim, faz-se a discussão dos dados apurados, confrontando dados primários, dados secundários e procedimentos metodológicos.

Neste capítulo, se identificam problemas que dificultem e/ou impeçam a acessibilidade e a inclusão de pessoas com deficiência visual no mercado de cinema, bem como avaliam-se soluções existentes que busquem facilitar a apropriação dos conteúdos culturais e informacionais, com o foco no acesso físico e sensorial.

#### **Capítulo 9 – Considerações Finais**

Nesse capítulo, são apresentadas as últimas considerações do autor em relação ao trabalho apresentado.

### **Referências e Anexos**

Aqui, são expostos todo o material em anexo, bem como as referências bibliográficas utilizadas em toda a pesquisa.

### **Introdução**

Por trás da experiência de assistir a um filme no cinema, existe uma série de serviços e de processos que interagem para torná-la possível. Antes mesmo dos filmes chegarem às salas de cinema, o processo passa por fases de produção, distribuição, publicidade e exibição. Já com o filme em cartaz, outras etapas completam a experiência do espectador: 1. há a publicidade e a exposição de filmes em cartaz e de próximas estreias; 2. há a compra dos ingressos, que pode se dar nas bilheterias, sejam elas automáticas ou com o auxílio de um intermediário humano, ou por meio de navegação via internet; 3. há a fase da compra de pipoca, refrigerantes, sucos, doces, salgados e das guloseimas que são normalmente consumidas no cinema, considerando as que ocorrem dentro do próprio espaço de bomboniere dos cinemas; 4. segue-se com o deslocamento dos indivíduos até às salas de projeção; 5. o percurso interno da entrada até a localização dos assentos previamente escolhidos; 6. a identificação de saídas de emergências; 7. a sinalização de banheiros, entre outras etapas e processos sócio culturais que possam fugir de algum padrão, como o encontro de amigos já dentro das salas ou a compra de produtos relacionados ou não com o filme no ambiente, caso esse possibilite essa prática.

Percebe-se, assim, que o serviço de cinema apresenta um conjunto de ações, de interações de múltiplos agentes, de políticas públicas ou não, de acesso a cultura e educação entre outros aspectos, que o constituem como um sistema com boa carga de complexidade. Aqui, o termo tem como base a definição proposta por Rafael Cardoso (2012) "... um sistema composto de muitos elementos, camadas e estruturas, cujas inter-relações condicionam e redefinem continuamente o funcionamento do todo" (Ibid, p.24). Tais procedimentos tem acompanhado a constante evolução da tecnologia e dos serviços inerentes ao processo. Assim, tem sido padronizado e consolidado ao longo do tempo, bem como tem tornado a atividade de se assistir a um filme no cinema um bem sociocultural bem aceito e inserido em nossa sociedade. No entanto, quando se questiona sobre o acesso a esse tipo de experiência por pessoas com deficiência visual, se percebe que as diversas etapas que compõem esse processo ainda são inacessíveis a esse público.

O fato de tratar-se de uma pesquisa que se propõe a estudar a possibilidade de fazer com que cegos frequentem salas de cinema, se apresenta como algo curioso e que gera estranhamento a grande parte da sociedade, que desconhece como seria possível essa condição. Infelizmente, o sistema educacional brasileiro, sobretudo as grandes escolas privadas, não tem se preocupado em incluir nos seus projetos pedagógicos a temática da cultura inclusiva. A cada ano, a publicidade dessas instituições tem dado mais importância aos números de aprovados em vestibulares e no Exame Nacional do Ensino Médio, o ENEM, que tem ganho espaço como prova de entrada para as grandes universidades públicas do país (Figuras 1 e 2). Em contrapartida, noções básicas da vida em sociedade têm sido postas à margem, e em troca as escolas tem preferido explorar conteúdos específicos como Química Orgânica e Geometria Analítica. Não se pretende desqualificar esses conhecimentos, mas é importante insistir na reestruturação de um sistema educacional, visando, de fato, a melhoria da qualidade de vida da sociedade, com a inclusão de importantes noções de respeito, tolerância e inclusão social. O estranhamento gerado ao se propor cinema para cegos é fruto, senão, desse vácuo proporcionado pelo modelo educacional em prática em todo o Brasil.

**Figuras 1 e 2**  
Campanhas publicitárias de escolas particulares de Fortaleza/CE. (Fontes: <http://fariasbrito.com.br> e <http://aridesa.com.br>)



Apesar de existirem diversas ferramentas e Tecnologias Assistivas – TA's para pessoas com deficiência visual, bem como uma legislação que busca garantir a inclusão desse público, as condições de acessibilidade ainda são desconhecidas por grande parte dos atuais frequentadores dos espaços de projeção e por alguns importantes *stakeholders* (agentes e usuários envolvidos no acesso e na apropriação dos conteúdos de cinema) envolvidos na realização do mercado cinematográfico.

Experimentos acessíveis ocorrem no Brasil com certa frequência, mas são ainda pontuais e oferecidos sem regularidade. Grande parte dessas atividades busca apenas sensibilizar para a necessidade de acessibilidade e tem falhado por apresentar um caráter exclusivo, e não inclusivo. A definição desse tipo de experimento como “exclusivo” se dá devido à forma como ocorrem, com sessões isoladas em festivais e eventos específicos. O modo inclusivo, ao contrário, seria aquele pelo qual a sessão de cinema é oferecida em horário e com programação convencional, tal como ocorre hoje em qualquer cinema frequentado por pessoas sem deficiência visual. Em 2014, se pode citar o exemplo do Espaço Itaú de Cinema, localizado no Shopping Frei Caneca, em São Paulo, que ofereceu sessões do filme “Praia do Futuro” com tecnologia inclusiva para pessoas com deficiência visual e auditiva, por meio da utilização da ferramenta *Whatscine* (Ver Capítulo 4). A Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, por meio da Rio Filmes, lançou, no mesmo ano, edital oferecendo financiamento para equipar salas de cinema com recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual. No entanto apesar de cinco salas já beneficiadas, até dezembro de 2015, nenhuma delas contava com oferta de programação continuada de cinema acessível para aquele público.

Pode-se afirmar que há uma série de circunstâncias favoráveis à inclusão de pessoas com deficiência visual no mercado de cinema, mas não parece haver um diálogo entre os diferentes *stakeholders* envolvidos no processo, desde o possível espectador com deficiência visual, até, por exemplo, o funcionário do cinema que vai vender pipoca àquele cliente em potencial, nem ações regulares e coordenadas entre os agentes com competências específicas vinculadas a oferta de programação, e a produção e viabilização de filmes e de tecnologias

acessíveis para todos.

Dessa forma, diversas questões foram levantadas para que fosse possível um enquadramento amplo dessa problemática. Dentre elas:

1. Quais dificuldades um cego enfrenta no processo que envolve a experiência de assistir um filme no cinema?
2. Quais ferramentas assistivas, utilizadas por usuários cegos, podem contribuir no acesso a salas de cinema e na obtenção de informações a respeito de filmes em cartaz?
3. O que diz a legislação brasileira sobre a inclusão de deficientes visuais a conteúdos culturais, educativos e publicitários, em ambientes públicos e privados? Como são fiscalizadas a execução das leis nacionais voltadas a inclusão de pessoas com deficiência?
4. Como se dá o processo de audiodescrição de filmes? Quais seus custos? Quanto tempo é necessário para realizá-lo? Quantas pessoas estão envolvidas neste processo?
5. Quais métodos de Design podem ser aplicados para a formulação de parâmetros que possibilitem a esse público experimentar o cinema em toda sua complexidade?
6. Uma abordagem exploratória, holística, interdisciplinar e colaborativa pode contribuir melhor na definição de parâmetros para permitir ou facilitar a inclusão de cegos em salas de cinema?

Tais questões possibilitaram a construção do objetivo da pesquisa que é o de desenvolver pesquisa não propositiva para explorar dificuldades, facilidades e possíveis soluções que envolvam a problemática de tornar acessível a experiência de cinema a quem não enxerga, facilitando a apropriação dos conteúdos culturais e informacionais, com o foco no acesso físico e sensorial,

facilitado pela abordagem do Design, com a utilização de métodos de Design de Serviços.

A partir desse contexto, **este trabalho busca, por meio de pesquisa com abordagem qualitativa e enfoque exploratório e descritivo, auxiliada por métodos e conteúdos do campo de conhecimentos em Design, aprofundar estudos sobre a temática do acesso e da inclusão de pessoas com deficiência visual em salas de cinema, a partir do levantamento de dados de oferta e de demandas, da busca de opiniões dos diferentes stakeholders agentes envolvidos, estabelecendo diálogos, e trazendo uma discussão inerente à área do Design de Serviços.** Por mais que não se pretenda apresentar proposta definitiva sobre o tema, se almeja apresentar uma nova forma de se analisar essa questão, que tem encontrado abordagens restritas em outros campos do conhecimento, como Educação, Tecnologia da Informação e Arquitetura, por exemplo.

No que se refere aos métodos de Design explorados, há destaque para criação de mapas de *stakeholders* e de expectativas, de personas, de indução de relatos (baseado no método de *storytelling*), e a realização de entrevistas contextuais e individuais.

### Justificativa

A OMS (Organização Mundial de Saúde) identifica que cerca de 10% da população mundial possui alguma deficiência (SONZA, 2008, p.121). No Brasil, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística aponta que no país há uma população de 35 milhões de pessoas com deficiência visual, das quais 6 milhões são cegas (IBGE, 2010). É um grande número de indivíduos que sofre o descaso da sociedade que elegeu a visão como sentido primordial. Pode-se dizer que esse público é excluído do convívio nas mais diversas esferas sociais, sendo que ainda não dispõe de pleno acesso à locomoção nas ruas, às sinalizações de trânsito, às mídias impressas e digitais, ao sistema educacional padrão, às tecnologias de comunicação, à arte, à cultura, ao lazer e mesmo à garantia de seus próprios

direitos como cidadãos.

Apesar do quadro de exclusão, as pessoas com deficiência visual são, em teoria, bem assistidas quanto à legislação brasileira e quanto à oferta de tecnologias assistivas. Sonza (2008) e Bonatti (2009) apresentam uma série de TA's voltadas à acessibilidade e à inclusão de pessoas com deficiência visual, para diferentes necessidades cotidianas, indicadas para a locomoção, passando pela leitura, até à utilização de computadores e de sistemas de comunicação e informação digitais. Quanto à construção de edificações e espaços urbanos de convívio no Brasil, a Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT (NBR 9050, 2004) estabelece uma série de parâmetros técnicos a serem observados no tocante ao projeto, à construção, à instalação e à adaptação de edificações, mobiliário, ambientes e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade tanto do público com deficiência visual quanto àquele com outras necessidades especiais.

Sobre a legislação, desde o período monárquico no Brasil, existem políticas voltadas às necessidades das pessoas com necessidades especiais. No ano de 1854, se deu a criação da instituição que visava promover condições de acesso a pessoas com deficiência visual, o Imperial Instituto dos Meninos Cegos, hoje Instituto Benjamin Constant, no Rio de Janeiro. Séculos mais tarde, muitas foram as Leis e os Decretos que vieram dialogar com a causa da acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência visual. Mais recente, o Plano Nacional de Direitos das Pessoas com Deficiência - Plano Viver sem Limites, sob o Decreto no 7.612, de novembro de 2011, propõe metas visando o pleno exercício da cidadania pelas pessoas com deficiência, com metas definidas com base na Convenção da ONU sobre os direitos das pessoas com deficiência (Deficiência, 2013). Já em 2015, foi sancionada pela Presidente Dilma Rousseff a LBI - Lei Brasileira da Inclusão, que entrou em vigor em 2 de janeiro de 2016, e que se destina a assegurar e promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e liberdades fundamentais pela pessoa com deficiência, visando a sua inclusão social e cidadania.

Turner afirma que “O cinema é uma prática social que produz e reproduz significados culturais; suas narrativas e significados evidenciam como nossa

cultura dá sentido a si própria” (TURNER *apud* VILARONGA, 2010, p. 13).

Entende-se, assim, o cinema como um importante instrumento de comunicação, informação, educação, cultura, entretenimento e lazer em nossa sociedade. É grande a influência que as obras cinematográficas exercem sobre os costumes de um povo. Como dizia Oscar Wild “A vida imita a arte muito mais do que a arte imita a vida...”. Acredita-se, portanto, que a fomentação de políticas de inclusão e de acesso no mercado de cinema pode interferir positivamente na ampliação de medidas inclusivas em outros setores da sociedade, contribuindo assim com a minimização das barreiras atitudinais no acesso ao pleno convívio social daqueles com deficiência visual.

A Agência Nacional de Cinema – Ancine aponta, por meio do sítio digital do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, que, no Brasil, o mercado de cinema está em expansão. Segundo dados levantados no primeiro trimestre de 2015, houve um aumento de 23,2% da renda do setor, o correspondente a 568 milhões de reais. Ao mesmo tempo, o número de salas de exibição expandiu, chegando à quantia de 2.870, que atendeu, naquele período, mais de 43 milhões de expectadores em todo o país. Os dados revelam, portanto, que o cinema apresenta grande potencial de mercado para aqueles que direta ou indiretamente encontram nele sua força de trabalho (OCA, 2015).

A atividade do cinema encontra como principal incentivo o financiamento privado. No Brasil, entretanto, ainda é muito grande a dependência daqueles que realizam filmes (produtores, diretores, cineastas, realizadores) frente aos editais de cultura promovidos pelas instâncias públicas. Um dos vencedores do Prêmio Petrobras de Jornalismo 2014, o documentário “Cinema Brasileiro: Luz, Câmera, Verba” (2013) traz a discussão à tona e demonstra como o cinema brasileiro é sensível às ações do Estado. Se por um lado, essa característica evidencia a fragilidade da produção cinematográfica nacional, por outro alinha esse mercado à forma como o Governo converge ações voltadas ao público.

No que concerne à acessibilidade de pessoas com deficiência visual e auditiva em salas de cinema, a Ancine lançou em 2014 a Normativa 116, que rege sobre as condições de financiamento público na realização de filmes. Segundo o artigo

primeiro da normativa, “Todos os projetos de produção audiovisual financiados com recursos públicos federais geridos pela Ancine deverão contemplar nos seus orçamentos serviços de legendagem descritiva, Audiodescrição - AD\_ e LIBRAS – Língua Brasileira de Sinais.”. Se hoje a pouca oferta de filmes acessíveis ainda é uma das grandes barreiras que impede a inclusão de pessoas com necessidades especiais em salas de cinema, essa condição de financiamento parece uma iniciativa promissora. Mais recente ainda, em abril de 2015, a Agência Nacional de Cinema lançou em Consulta Pública a Notícia Regulatória e o Relatório de Análise de Impacto – AIR, para receber, da sociedade, contribuições para a implementação de ações para regulamentar a promoção da acessibilidade em salas de cinema. A proposta faz parte do Plano de Diretrizes e Metas do Audiovisual de 2013, da própria Ancine, cujas metas de oferta de salas com sistemas de apoio a pessoas com deficiência visual é de 150 para o ano de 2015, e de 400 salas para 2020.

Percebe-se, portanto, que o discurso da acessibilidade faz parte de um movimento que há muito tempo vem ganhando voz e forma, e que encontra, hoje, condições ímpares na história da sociedade para tornar-se mais que um conjunto de textos bem intencionados e transformar-se em práticas reais e cotidianas. A inclusão de pessoas com severa deficiência visual no mercado de cinema, em todas as etapas que envolvem essa experiência, a partir de um sistema de atividades culturais, artísticas e sociais, procedimentos, ações práticas e tecnologias, de alcance integral e continuado que projete e desenvolva um serviço que envolva todos os *stakeholders* é uma proposta com potencial social inovador e necessário.

A temática da acessibilidade de pessoas com deficiência visual está bem presente em pesquisas do campo da Linguística. Por tratar-se de uma modalidade de tradução, o processo de audiodescrição – AD é bem explorado nesse campo de estudo. No que se refere ao desenvolvimento de produtos digitais para esse público, a área de Tecnologia da Informação – TI conta com diversas pesquisas e produtos digitais desenvolvidos, sobretudo na área de Informática Educativa. É possível encontrar na internet diversos artigos e experimentos envolvendo a temática. Contudo, ainda há uma lacuna quando a

temática é considerada no desenvolvimento de serviços. No campo do Design, por exemplo, há poucas pesquisas que trate a questão da acessibilidade e da inclusão sob a ótica dos serviços, mais especificamente do Design de Serviços.

No caso dessa pesquisa, podemos entender o filme a que se assiste, por exemplo, como um produto, cuja utilização em uma sala de cinema se dá por meio de um conjunto de serviços, que, por sua vez, compõem a experiência do usuário. Hollins e Hollins (1991) completam e afirmam que serviços são produtos, e que por isso devem ser projetados sob a visão da gestão de design. Entretanto, por não ser um produto palpável, estaria no projetar a experiência do serviço a oportunidade de idealizar a forma que oferece a melhor utilização e experiência ao usuário.

Dessa forma, esse tipo de abordagem é singular e pode contribuir no desenvolvimento de serviços que favoreçam todos os *stakeholders* envolvidos, seja na própria experiência de cinema ou mesmo em modalidades de serviço que utilizem-se primordialmente da linguagem visual, como teatros, espetáculos, turismo ou restaurantes, por exemplo.

“As flores são de cor passarinho. E existem muitas cores de flores. Por isso há muitos passarinhos. Porque há um passarinho para que cada flor tenha sua cor.”

Personagem Diego



As cores das flores  
Curta (2010)  
Direção: ONCE

Este trabalho se caracteriza por objetivo não-propositivo, com adoção de abordagem qualitativa e enfoque exploratório e descritivo. Para as questões de conceituação e levantamento dos estudos já realizados neste e em temas correlatos foi utilizado método exploratório, baseado em uma ampla revisão da literatura nas diversas áreas que compõem a pesquisa – Acessibilidade, Legislação brasileira, Tecnologias Assistivas, Design, Design de Serviços e Cinema, buscando, sempre que possível, aproximar os diferentes campos.

Considera-se que há grande quantidade de fatores e de pessoas que interferem na possibilidade de oferecer cinema a pessoas com severa deficiência visual, e assim buscou-se, por meio de diferentes modalidades de entrevistas e de utilização de técnicas pertinentes as áreas do Design e do Design de Serviços, explorar processos, hábitos, costumes, situações, instrumentos, tecnologias, leis, normas, dificuldades e facilidades que envolvam a possibilidade de oferecer uma experiência equiparável de serviço de cinema a pessoas com deficiência visual, se considerarmos o serviço já oferecido àqueles sem deficiência visual. Dessa forma, explorou-se, também, práticas comerciais de serviços oferecidos pela cadeia de entidades que envolvem a produção, a distribuição e a exibição de filmes nos espaços de apresentação.

A realização da pesquisa qualitativa não objetivou a generalização de resultados, pois durante o percurso ficou evidente que não se deve entender as necessidades do público com deficiência em unidade, como um conjunto de regras ou procedimentos padronizados. Ao contrário, percebeu-se que há diferenças notáveis dentre as preferências do público.

A amostra de público e de profissionais investigados, foi delimitada a partir do processo de definição de *stakeholders* que atuam no, e para o serviço de cinema. (que será explicitada a seguir).

Aliado ao levantamento de dados primários e secundários buscou-se, por meio de visitas, entrevistas, gravações de áudio, vídeos e fotografias, a imersão na experiência de pessoas e instituições públicas e privadas consideradas referência na acessibilidade do público em questão. Dentre as instituições,

se encontram: Iguale, Mais Diferenças, Laramara, Fundação Dorina Nowill, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Memorial da Inclusão, Centro Cultural São Paulo, Instituto Benjamin Constant, LEAD e Gráfica Braille do Governo do Estado do Ceará.

No tocante ao mercado cinematográfico, foram escolhidos profissionais e empresas que contribuem com a estrutura desse setor: cineastas, distribuidores e exibidores.

Assim, os procedimentos metodológicos foram divididos em sete etapas, sem sequência cronológica. As diferentes etapas ocorreram concomitantemente, ou progrediram independente da conclusão das anteriores, conforme figura na página seguinte.

### Questões e respostas

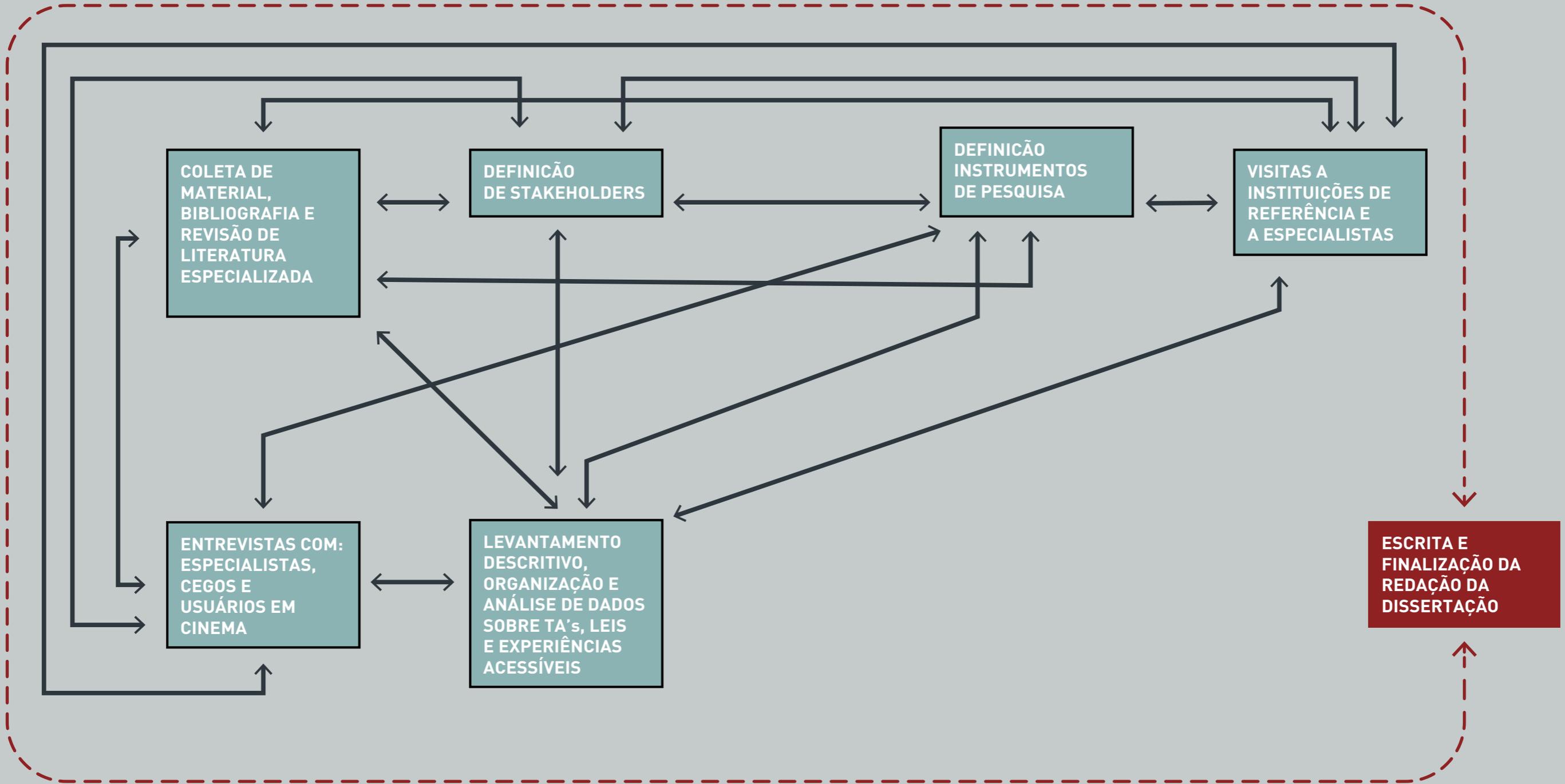
A questão fundamental que orientou os procedimentos metodológicos inerentes a esta Dissertação foi:

No que se refere ao acesso de pessoas com severa deficiência visual a salas de cinema (em toda a complexidade dessa experiência), quais dificuldades enfrentadas por esse público podem ser contornadas ou minimizadas, na apropriação dos conteúdos socioculturais das mensagens audiovisuais, e no uso das condições de acessibilidade física, emocional e informacional, a fim de lhes proporcionar uma experiência equiparável às já experimentadas por àqueles que não têm deficiência visual, por meio de abordagem exploratória e interdisciplinar, com foco na inclusão, e a partir de métodos de Design e de Design de Serviços?

Dessa forma, desmembrando-se tal questão, que é complexa em subquestões, buscou-se proporcionar um conjunto de respostas mais objetivas e passíveis de



PROCEDIMENTOS COM EXECUÇÃO INTERDEPENDENTES



**Figura 3** - Procedimentos Metodológicos. Elaborado pelo autor.

interrelacionamento, facilitando a exploração do tema, bem como a coleta e a análise de dados (ver detalhamento no Capítulo 1).

Para se atingir aos objetivos propostos desenvolveram-se os seguintes procedimentos para alcançar as respostas às questões, conforme pode se ver nas páginas a seguir.

01

Quais dificuldades um cego enfrenta no processo que envolve a experiência de assistir a um filme no cinema?

**DADOS NECESSÁRIOS**

Ponto de vista de pessoas com severa deficiência visual e grupos que busquem incluir esse público ao convívio social.

**TÉCNICAS PARA OBTENÇÃO DE DADOS**

Entrevistas, entrevistas semiestruturadas, criação de personas, indução de relatos, observação.

**FONTES**

Ponto de vista de pessoas com severa deficiência visual e grupos que busquem incluir esse público ao convívio social.

**TÉCNICAS PARA ANÁLISE DE DADOS**

Deteção de principais dificuldades dos usuários, análise de procedimentos, análise de diferentes pontos de vista sobre a questão dentre os envolvidos.

02

Quais ferramentas assistivas, utilizadas por usuários cegos, podem contribuir no acesso a salas de cinema e na obtenção de informações a respeito de filmes em cartaz?

**DADOS NECESSÁRIOS**

Ferramentas assistivas e seus benefícios.

**TÉCNICAS PARA OBTENÇÃO DE DADOS**

Entrevistas, entrevistas semiestruturadas, criação de personas e de indução de relatos, visitas a instituições, observação não participante, levantamento de tecnologias assistivas.

**FONTES**

Deficientes visuais, grupos de auxílio e inclusão desse tipo de público, sites, artigos e demais bibliografias.

**TÉCNICAS PARA ANÁLISE DE DADOS**

Relato de experiências de usuários, desenvolvedores e iniciativas; comparação de benefícios; de restrições e de possibilidades em tecnologias assistivas; definição de objetivo de usos das mesmas, identificação de principais auxílios nas diferentes etapas que compõe a experiência do cinema.

03

O que diz a legislação brasileira sobre a inclusão de deficientes visuais a conteúdos culturais, educativos e publicitários, em ambientes públicos e privados? Como são fiscalizadas a execução das leis nacionais voltadas a inclusão de pessoas com deficiência?

---

**DADOS NECESSÁRIOS**

Leis e normas que buscam facilitar o acesso e a inclusão de pessoas com severa deficiência visual no convívio social.

**TÉCNICAS PARA OBTENÇÃO DE DADOS**

Visitas a instituições, entrevistas com legisladores, consulta em sites e bibliografia.

**FONTES**

Legislação brasileira, legisladores nos diferentes níveis (municipais, estaduais e federais), instituições de apoio à pessoa com deficiência visual, sites na internet e bibliografia.

**TÉCNICAS PARA ANÁLISE DE DADOS**

Identificação das principais leis e normas referentes à inclusão de pessoas com severa deficiência visual na sociedade, relacionamento das leis e normas em relação às reais necessidades identificadas pelo público com deficiência, análise de possíveis falhas e falta de atendimento àquelas necessidades.

04

Como se dá o processo de audiodescrição de filmes? Quais seus custos? Quanto tempo é necessário para realizá-lo? Quantas pessoas estão envolvidas neste processo?

---

**DADOS NECESSÁRIOS**

Entendimento sobre métodos de elaboração de audiodescrição de conteúdos com informações audiovisuais

**TÉCNICAS PARA OBTENÇÃO DE DADOS**

Visitas a instituições e empresas, entrevistas semiestruturadas com profissionais e pesquisadores da área, levantamento bibliográfico em livros, artigos e sites

**FONTES**

Profissionais e pesquisadores que realizam procedimentos de tradução intersemiótica por meio de audiodescrição

**TÉCNICAS PARA ANÁLISE DE DADOS**

Identificação das principais críticas (positivas e negativas) em relação ao procedimento, identificação de custos, prazos e formação de equipes para a realização regular desse tipo de serviço, avaliação da utilização do recurso na vida cotidiana do público-alvo dessa tecnologia, verificação do acesso em função dos custos ou facilidades dos sistemas disponíveis.

05

Quais métodos de Design podem ser aplicados para a formulação de parâmetros que possibilitem a esse público experimentar o cinema em toda sua complexidade?

---

**DADOS NECESSÁRIOS**

Entendimentos sobre métodos de desenvolvimento de produtos e serviços a partir da abordagem do Design e do Design de serviços

**TÉCNICAS PARA OBTENÇÃO DE DADOS**

Levantamento bibliográfico, pesquisa em sites e nos diferentes canais de comunicação oferecidos pela internet

**FONTES**

Livros, artigos, documentários, teses, dissertações, sites

**TÉCNICAS PARA ANÁLISE DE DADOS**

Formalização de processos metodológicos e identificação da relação entre os diferentes conteúdos, avaliação dos métodos utilizados em vista a resolução das questões inerentes à pesquisa

06

Uma abordagem exploratória, holística, interdisciplinar e colaborativa pode contribuir melhor na definição de parâmetros para permitir ou facilitar a inclusão de cegos em salas de cinema?

**DADOS NECESSÁRIOS**

Opinião de pessoas com severa deficiência visual e grupos que busquem incluir esse público ao convívio social

**TÉCNICAS PARA OBTENÇÃO DE DADOS**

Entrevistas, entrevistas semiestruturadas, criação de mapas de expectativas

**FONTES**

Pessoas com severa deficiência visual, profissionais e pesquisadores com experiência e envolvimento com o tema da inclusão desse público na sociedade (e em particular, na acessibilidade a recursos audiovisuais).

**TÉCNICAS PARA ANÁLISE DE DADOS**

Deteção dos principais benefícios que esses procedimentos podem oferecer sob o ponto de vista dos usuários, avaliação sobre a real aplicabilidade dos mesmos, a partir das diferentes perspectivas dos envolvidos no oferecimento de serviços interdisciplinares

**Referências norteadoras para a pesquisa**

Duas importantes referências para o desenvolvimento deste trabalho foram os livros “Isto é Design Thinking de Serviços” (STICKDORN E JACOBS, 2014) e o site “*designing with people*” (<http://designingwithpeople.rca.ac.uk/>), oferecido pelo do Royal College of Art. Os dois oferecem um amplo leque de modelos e métodos de pesquisa em Design.

O livro foi escrito a várias mãos, por meio de uma plataforma online onde designers do mundo inteiro relataram experiências e discutiram os métodos que utilizam no cotidiano de trabalho. O tema em destaque que orienta as discussões no livro é o Design de Serviços, que é discutido, apresentado e conceituado dentro do cenário atual. Conceitos relacionados ao tema são esmiuçados e propostos. Na última parte do livro, são apresentados métodos e modelos de problematização de Design, sob o enfoque do serviço e das pessoas. Eles são apresentados e tem seus principais objetivos esclarecidos. Em seguida, relatos de casos são expostos e comentados.

No caso do site “*Designing with people*”, desenvolvido pelo Royal College of Art, é apresentado uma série de métodos de design para a exploração de problemas que envolvam a necessidade das pessoas. Gratuitamente, são oferecidas ferramentas que possibilitam a resolução de problemas, por meio de uma abordagem centrada no humano. Os métodos propostos são expostos por meio de uma didática simples, que revelam suas características, seus objetivos, suas melhores aplicações etc. Todas as ferramentas são exemplificadas e tem seus referenciais teóricos apresentados.

No que concerne aos métodos de pesquisas, tomou-se como referência alguns livros de metodologia científica do campo da pesquisa qualitativa, que colaboraram para organizar as técnicas de investigação. As obras utilizadas foram “Introdução a Pesquisa Qualitativa”, de Uwe Flick (2009), “Pesquisa no Mundo Real”, de David Grey (2012) e Quivy, R. e Campenhoudt (1998), com “Manual de investigação em ciências sociais”.

## Instrumentos de pesquisa

A seguir, são apresentados, conceituados e contextualizados os instrumentos de pesquisa utilizados para a realização deste trabalho.



### Mapa de stakeholders

#### CONCEITO

Consiste em uma representação visual (ilustração, desenho, fotográfica etc) do conjunto de indivíduos que se relacionam, de alguma forma, a um processo, fenômeno, ou evento pesquisado. A esses sujeitos, atribuímos a expressão *stakeholders* (STICKDORN e SCHNEIDER, 2014).

O termo *stakeholder* tem origem na área da Administração e seu significado abrange todos os indivíduos e grupos dos quais as empresas dependem para existir. Freeman (1984) define o termo como indivíduos e/grupos que afetam e são afetados pela organização.

#### ONDE FOI UTILIZADA

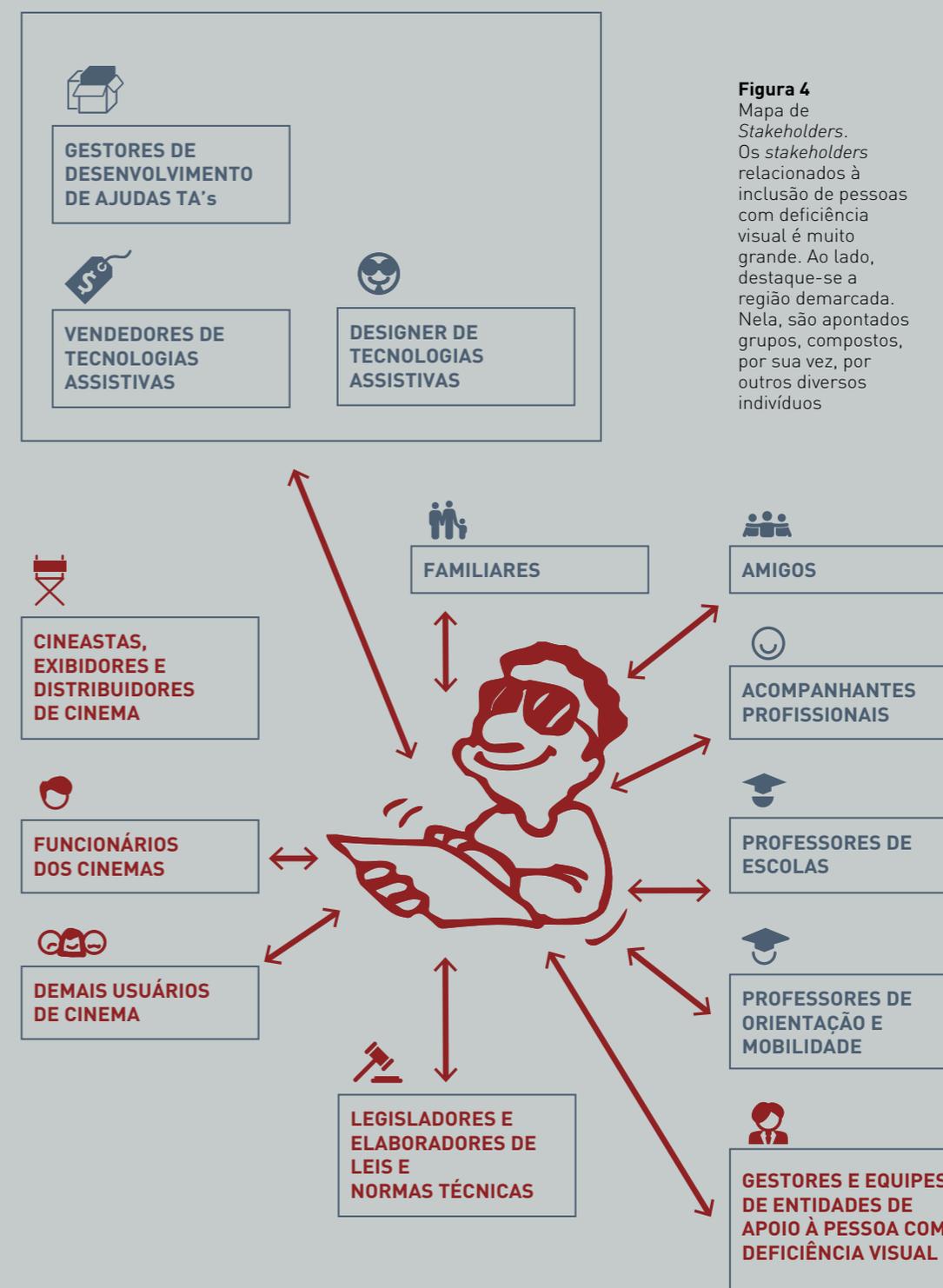
O mapeamento de *stakeholders* está apresentado na figura da página seguir. Esse procedimento, conforme, apontado no item “processos metodológicos”, foi a primeira atividade prática que resultou em dados primários.

No mapa apresentado, o número de indivíduos envolvidos em uma possível prestação de serviço de cinema inclusivo para pessoas com severa deficiência visual representa parte de todos os atores que colaboram e agem neste serviço, sendo considerado significativo para contemplar os objetivos deste trabalho.

#### COMO FOI UTILIZADA

O desenho do mapa levou em consideração o levantamento situações relacionadas ao oferecimento de um serviço inclusivo de cinema sendo

## REPRESENTAÇÃO DO MAPA DE STAKEHOLDERS



**Figura 4**

Mapa de Stakeholders. Os stakeholders relacionados à inclusão de pessoas com deficiência visual é muito grande. Ao lado, destaque-se a região demarcada. Nela, são apontados grupos, compostos, por sua vez, por outros diversos indivíduos

identificados indivíduos que interferem ou poderiam interferir com o objetivo, de forma positiva, neutra ou negativa.

Como pode se observar na ilustração, optou-se por dividi-los em grupos, a fim de se facilitar o procedimento de mapeamento. Eles foram agrupados a partir de sua relação com o tema: usuários de cinema, educadores para integração social, familiares e amigos, profissionais da área do cinema, legisladores e elaboradores de normas técnicas e profissionais da área do desenvolvimento de produtos e tecnologias assistivas.

Outros indivíduos que compõem esse processo, como responsáveis pelo setor de transporte público, de planejamento urbano, de veículos de comunicação de massa, vendedores e representantes de tecnologias assistivas, entre outros, não foram incluídos nesta dissertação, por ampliarem a demanda se tempo e de ações de investigação, tratamento e análise de dados.

Por fim, o procedimento de mapeamento de *stakeholders* permitiu a definição de sujeitos a serem convidados a participar no desenvolvimento e da compilação de dados primários neste trabalho: cegos, legisladores, entusiastas da promoção da acessibilidade de pessoas com deficiência visual, cineastas, distribuidores e exibidores de filmes.



## Visitas a instituições

A partir do mapeamento de *stakeholders*, identificaram-se importantes instituições entendidas como referência na inclusão e reabilitação de pessoas com deficiência, que foram contatadas, bem como realizou-se o agendamento de visitas.

Foram visitadas as seguintes instituições:

**Mais Diferenças:** localizada na cidade de São Paulo, é uma associação qualificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), cujo trabalho foca a articulação e a parceria com os setores público, privado e terceiro setor, com o objetivo de promover a acessibilidade de pessoas com deficiência.

**Associação Laramara:** Associação Brasileira de Assistência à Pessoa com Deficiência Visual, sediada na cidade de São Paulo, cuja missão é “apoiar o desenvolvimento humano e a inclusão social efetiva da pessoa com deficiência visual atuando em parceria com a família, escola, empresa e comunidade em geral” (LARAMARA, 2015), e é referência no auxílio a pessoas com deficiência visual, bem como no desenvolvimento e em pesquisa na área.

**Instituto Benjamin Constant:** Localizado na cidade do Rio de Janeiro/RJ, é um Centro de Referência nacional para questões relacionadas à deficiência visual. Atua na formação e capacitação de profissionais (com ou sem deficiência visual) e na reabilitação de pessoas com esse tipo de deficiência. A instituição também assessora escolas e outras instituições (públicas e privadas), bem como realiza consultas oftalmológicas e produz material especializado. Foi a primeira instituição voltada àquele público criada no Brasil, ainda em 1854, pelo então Imperador Dom Pedro II.

**Fundação Dorina Nowill:** com sede na cidade de São Paulo, há mais

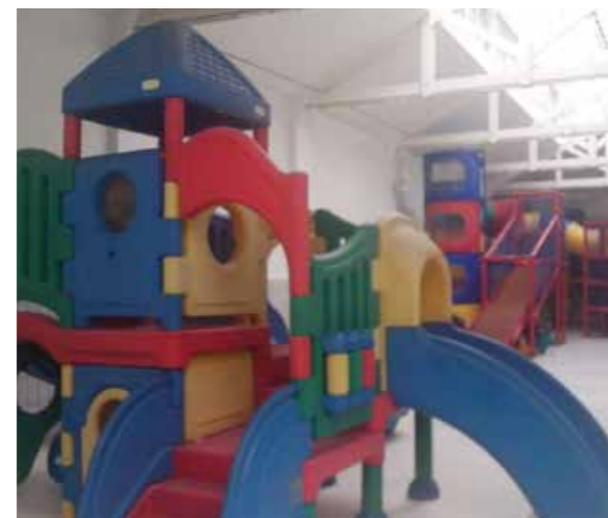


**Figuras 5,6,7 e 8**

À esquerda, acima, escultura tátil, com recurso de audioguia, na Pinacoteca de São Paulo. À direita, mapa tátil na entrada do Memorial da América Latina, em São Paulo.

Abaixo, à esquerda, *hall* na entrada do Memorial da Inclusão, na capital paulista. À direita, área interna do Instituto Benjamin Constant, no Rio de Janeiro.

(Fotos do autor)



**Figuras 9, 10 e 11**

Acima, à direita, área de lazer dedicada a crianças, na Associação Laramara, em São Paulo. À direita, material impresso em braille no parque gráfico da Fundação Dorina Nowill, na capital paulista.

Abaixo, fachada da Gráfica Braille do Governo do Estado do Ceará, em Fortaleza.

(Fotos do autor)

de 60 anos se dedica à inclusão de pessoas com deficiência visual, por meio da produção e distribuição gratuita de livros em braille, falados e em formato digital. A instituição atende todo o país e conta com um amplo parque gráfico responsável pela produção de diversos materiais em braille.

**Pinacoteca do Estado de São Paulo:** trata-se de um dos museus de artes visuais mais importantes e famosos do Brasil. O que estimulou a visita ao local foi a existência de um percurso destinado a pessoas com deficiência visual. Por meio de mapas táteis, descrição via áudio e peças que permitem o toque ao usuário, a Pinacoteca espera promover a visita de pessoas com severa deficiência visual ao seu acervo. No entanto, o espaço destinado a esse público é restrito e delimitado no edifício. Da mesma forma, mesmo o espaço acessível àquele público não pode ser experimentado por pessoas sem a deficiência, o que o desqualifica como uma experiência inclusiva.

**Memorial da Inclusão:** localizado na cidade de São Paulo, no Memorial da América Latina, trata-se de um espaço de exposição permanente de materiais diversos sobre a temática da inclusão e da acessibilidade para pessoas com as diversas deficiências. Nele, o visitante tem acesso a livros, fotografias, vídeos e equipamentos que compõem a história dos diferentes meios acessíveis desenvolvidos pelo homem. No espaço, há amplo conteúdo voltado a pessoas com deficiência visual, além de uma sala completamente escura onde pode-se simular a experiência de quem é cego ao tatear e tentar identificar produtos que estão pendurados à parede, como telefone, vassoura, pá etc.

**Gráfica Braille do Governo do Estado do Ceará:** localizada na cidade de Fortaleza, trata-se de um projeto do Governo do Estado do Ceará que oferece, gratuitamente, a possibilidade de impressão em braille àqueles que dela necessitarem. Para utilizar os serviços

da Gráfica, basta o envio de arquivos em formato de texto (doc, pdf e txt) e de papéis, de gramatura larga para impressão. Apesar de não ser muito divulgada pelos meios de comunicação locais, a Gráfica Braille tem atendido restaurantes da capital cearense, que se aproveitam do serviço para oferecer cardápios diferenciados aos seus clientes com deficiência visual.

**Centro Cultural São Paulo:** com sede na cidade de São Paulo e anexo à estação de metrô Vergueiro, o Centro Cultural conta com a Biblioteca Louis Braille, que dispõe de grande acervo dedicado a pessoas com deficiência visual: livros em braille, audiolivros, filmes com audiodescrição, computadores acessíveis. Além disso, oferece serviços de transcrição de livros para o formato de áudio e de leitura para cegos. Para atender o público que se cadastra na biblioteca (no geral, cegos), o espaço também conta com profissionais deficientes visuais, o que sugere maior empatia entre usuário e prestador de serviço.



## Entrevistas contextuais

### CONCEITO

Essa técnica etnográfica consiste em entrevistas realizadas no ambiente onde se dá o serviço, o processo ou fenômeno estudado (STICKDORN e SCHNEIDER, 2014). Para realizá-la é necessária a presença dos pesquisadores no local, munido de conhecimento sobre as questões analisáveis, bem como de equipamentos que permitam a captação das informações, que podem ser canetas e papéis, máquinas fotográficas e de vídeo ou gravadores de áudio. A técnica foi selecionada para que os entrevistados tenham mais facilidade em lembrar-se das questões que lhes são apresentadas.

### ONDE FOI UTILIZADA

As entrevistas contextuais foram utilizadas com o público frequentador de salas.

Os espaços de cinema foram escolhidos pela sua representatividade no cenário de cinema comercial em cada uma das capitais. Cine Caixa Belas Artes, Cine SESC e espaço de cinema do Shopping Center 3, em São Paulo/SP; Beiramar Shopping e Shopping Iguatemi, em Florianópolis/SC; e Shopping Iguatemi e Shopping Benfica, em Fortaleza/CE.

#### COMO FOI UTILIZADA

Devido à complexidade que envolveria o procedimento de recrutamento especializado, optou-se por visitar os espaços apresentados e abordar, no local, pessoas que estivessem à espera do início de sua sessão de cinema.

Após definidos os locais de exibição, em *loco*, foram abordadas pessoas nas filas das bilheterias ou que estivessem esperando sua sessão começar buscando-se variando entre sexo e idade. Assim, se observava a movimentação e se dirigia às pessoas que parecessem estar a aguardar e que não estivessem ocupadas. Os objetivos eram de não ser inconveniente, não incomodar o entrevistado, ser o mais breve possível e não interferir nas respostas.

Apesar de constituir um trabalho orientado a uma pesquisa qualitativa, as entrevistas contextuais, realizadas com o público sem deficiência visual e presentes em espaços de cinemas, foram construídas com princípios quali e quantitativos. No que concerne aos objetivos quantitativos, ressalta-se a necessidade em quantificar as preferências e hábitos quanto ao consumo de filmes. No tocante aos aspectos qualitativos, foram colhidas informações que buscassem *insights* qualificados e diferentes percepções que contribuíssem com o ideal de incluir pessoas com severa deficiência visual no serviço de cinema. Contudo, apenas as questões quantitativas tiveram real serventia à pesquisa. O conteúdo qualitativo, nesta etapa, não se revelou interessante. Ao final deste trabalho, na sessão anexos se encontra a tabulação dos dados obtidos com esse procedimento (Anexo I).

Dessa forma, optou-se por usar uma base de entrevista semiestruturada, impressa, com opções objetivas e subjetivas. As entrevistas foram gravadas por meio de áudio.

Foram realizadas vinte e duas entrevistas durante os meses de setembro e outubro de 2014.

#### PROCEDIMENTO DE ENTREVISTA

Iniciou-se por cinemas de rua da cidade de São Paulo. Na cidade, foram selecionados o Cine Caixa Belas Artes – rua da Consolação, o Cine Sesc – rua Augusta, e um terceiro, também localizado nessa rua, mas que não autorizou a pesquisa em seu espaço. Em seguida, definiu-se uma sala de cinema localizado no shopping Center 3. Nesse último caso, não foi solicitada autorização.

Os procedimentos foram:

Antes das entrevistas, realizou-se testes para avaliar a duração da aplicação dos questionários. O tempo ficou entre 4 (mínimo) e 13 minutos (máximo), utilizados como referência na duração do procedimento. O objetivo era incomodar o mínimo os entrevistados.

Já no local, observou-se, à distância, os usuários que compravam ingressos. Em seguida, essas pessoas eram abordadas sutilmente. Os entrevistados eram e questionados se haviam comprado ingressos para algum filme. Caso afirmativo, perguntava-se se a sessão começaria logo em breve, se estavam com pressa, e se poderiam responder uma entrevista.

Aos que concordavam realizar a entrevista, se informava que a mesma seria gravada em áudio. Em seguida, se questionava se haveria alguma objeção em relação ao procedimento e se explicava tratar de uma pesquisa acadêmica. Foi estabelecido que caso algum entrevistado questionasse sobre a intenção da pesquisa, não se poderia revelar a instituição, o curso,

ou os objetivos. Pretendia-se com isso evitar qualquer influência nas respostas. Afirmava-se, contudo, que ao final do processo seria possível esse tipo de resposta. Nenhum entrevistado foi contrário à gravação do áudio.

A entrevista foi totalmente conduzida pelo pesquisador, que era responsável pela leitura do conteúdo, preenchimento dos itens objetivos e escrita de sínteses das respostas subjetivas. Quando necessário, também esclarecia alguma questão que gerasse algum possível mal-entendido. Durante todo o procedimento, o gravador de áudio permaneceu ligado.

#### ELABORAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

O questionário contou com 17 pontos, dos quais 4 são objetivos, 4 podem ser respondidas com “sim” ou “não”, 3 aceitam “sim” ou “não” como respostas mas pedem complemento, e outras 6 são totalmente subjetivas. Para melhor organizá-lo, optou-se por dividi-lo em blocos.

O primeiro bloco (três itens) abordava hábitos sobre “onde” ver filmes. Partiu-se da hipótese de que a experiência de ver um filme na sala de cinema traz consigo características mais enriquecedoras e prazerosas que em outros meios, como internet, TV aberta etc.

No segundo bloco (seis itens) se abordou questões ligadas especificamente à forma como se dá o consumo de cinema. Partiu-se da hipótese de que se vai ao cinema movido por algum motivo, ou uma soma deles, que pode envolver questões de divulgação e propaganda, pertencimento a uma “tribo”, interesses pessoais, curiosidade, passatempo etc.

O terceiro bloco (três itens) foi inserido na hipótese de encontrar, por acaso, alguém com grave deficiência visual no circuito de cinema. Foram elaboradas questões referentes a identificação de deficiência visual. Esse conjunto de

itens também dialoga com a primeira questão do bloco seguinte, que avalia as legendas (tamanho e cor) em filmes.

O quarto e último bloco (cinco itens) é o mais variado e aborda a experiência do usuário no próprio espaço de cinema, além de transporte ao local.

Além dos blocos apresentados, a entrevista inicia com um pequeno cabeçalho que conta com: [1] local de entrevista; [2] data; [3] horário; [4] número da entrevista (ficha); [5] nome do entrevistado; [6] idade; [7] sexo; [8] escolaridade; e [9] profissão.



## Criação de personas

### CONCEITO

Trata de um procedimento que consiste na criação de personagens – daí o nome personas, com características físicas ou comportamentais particulares. Para Stickdorn e Schneider (2014), são perfis fictícios que servem para representar um grupo específico de pessoas, com base em interesses (ou condições) comuns.

Dessa forma, a utilização de personas no desenvolvimento de produtos e serviços facilitam o envolvimento entre criadores e usuários (personas).

Segundo os autores citados acima, as personas fictícias apresentam vantagens quanto a trabalhar com pessoas reais porque, mesmo não sendo reais, são formuladas a partir de motivações reais. Assim, para se construir uma persona eficiente é necessário contar com bom nível de veracidade, o que pode ser transmitido por meio de imagens e dados detalhados.

### COMO FOI UTILIZADO

Sakurai (2012) recomenda que a construção de personas deve ser baseada na

representação de objetivos e comportamentos de grupos reais. Dessa forma, é necessário que seus desenvolvedores disponham de dados oriundos do público que deseja representar. Para isso, portanto, a construção de personas necessita de procedimentos anteriores capazes de recolher tais informações. No caso, deste trabalho, utilizaram-se as técnicas de entrevistas contextuais, com os usuários nos cinemas e as entrevistas individuais, realizadas com os deficientes visuais.

Foram estabelecidas assim, quatro personas ao todo, sendo duas delas com severa deficiência visual, e outras duas sem essa deficiência. No capítulo 8, as personas serão apresentadas e analisadas.



## Indução de Relatos

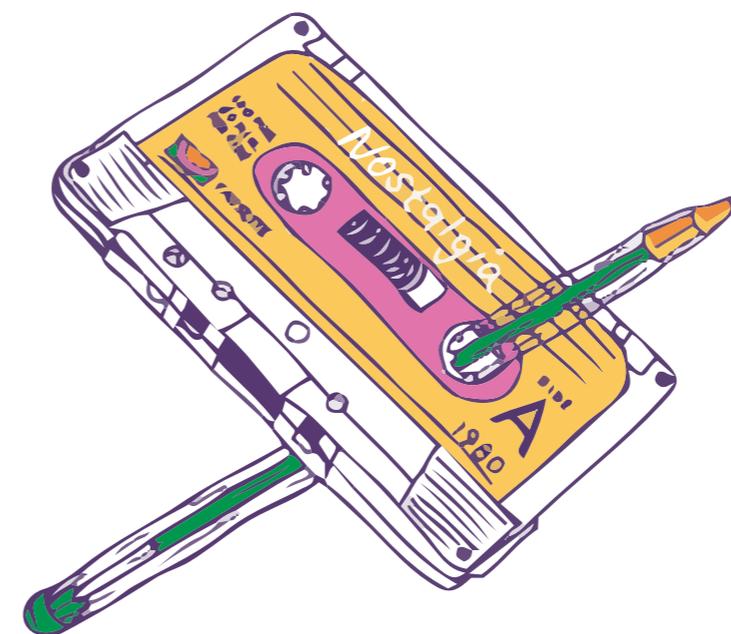
### CONCEITO

Trata-se de um procedimento de coleta, nomeado pelo autor, para a coleta de informações baseado na técnica tradicionalmente conhecida como *storytelling*. Segundo Stickdorn e Schneider (2014), o *storytelling* é um modelo para compartilhamento de *insights*, a partir da construção de narrativas. Katja Battarbee (2003) ressalta que o método facilita e amplia a compreensão sobre a relação entre usuário e produtos, sobretudo quando seu desenvolvimento conta com a utilização de imagens. Um exemplo que a autora traz é o álbum de fotografias, que pode servir como uma ferramenta de auxílio para recordação de fatos e, conseqüentemente, a elaboração de um relato mais fidedigno. Além disso, pode-se deduzir, por exemplo, que o *storytelling* é capaz de revelar facetas de utilização de artefatos ou de experiências não imaginadas a quem os projetou. Um exemplo é a relação entre uma caneta esferográfica comum e uma fita cassete.

Sakurai (2012) aponta que, atualmente, os *storytellings* tem ganhado bastante popularidade devido à sua intensa utilização na área da propaganda e do Marketing. A linguagem da propaganda, que visa seduzir o público, encontra

na utilização da ferramenta uma boa forma de aproximar seus clientes (anunciantes) à sua audiência. De acordo com Batista (2008), “É a palavra, a narrativa ganhando um formato industrial e, muitas vezes, performático para convencer, seduzir, vender, não apenas um produto, como também um estilo de vida e até mesmo uma leitura histórica” (p.84).

Neste trabalho, não foi possível a utilização da técnica de *storytelling* tal como recomenda a literatura especializada. O distanciamento geográfico entre entrevistados (de três diferentes capitais) e pesquisador e o fato de realizar-se o processo com indivíduos cegos foram questões decisivas para a adaptação da ferramenta e proposição de um método aqui classificado como Indução de Relatos.



**Figura 12**

Fita cassete e caneta Bic. A fita cassete e o walkman são símbolos da indústria, do design e da juventude dos anos 80 e 90, somente sendo abandonados com a chegada do dispositivo com CD, do iPod e dos pequenos tocadores de mp3 e mp4 que marcaram o início deste século. Quando ainda eram best sellers, era comum os usuários utilizarem de uma caneta Bic para avançar ou retroceder suas fitas, girando as canetas dentro de um dos dois buracos encontrados ao centro da fita, o que, certamente, não estava nos planos daqueles que idealizaram e projetaram as canetas.

(Imagem: <http://data.whicdn.com>)

## COMO FOI UTILIZADO

O desenvolvimento da técnica do *storytelling*, além de constituir um bom instrumento de coleta de informações, contribui com a percepção do usuário sobre o processo ao qual o estudo se dedica. No caso deste trabalho, a ferramenta Indução de Relatos, na medida que propõe a escrita de experiências, sugere a reflexão do *stakeholder* sobre a temática da inclusão de cegos em cinema.

Vale ressaltar que neste trabalho é abordado um serviço que ainda é inexistente no Brasil. No entanto, entrevistas realizadas pelo pesquisador, com exibidores de filmes na cidade Florianópolis (ver capítulo 8), revelam que não é incomum a presença de pessoas com deficiência visual no cinema. Mesmo assim, compreende-se que ainda que exista a possibilidade dessa experiência, ela se dá sem os instrumentos ou cuidados no serviço necessários ao atendimento satisfatório da pessoa com deficiência. Contudo, há uma onda no país que vem tentando transformar essa realidade, por meio de eventos pontuais e estabelecimento de condições que promovam a acessibilidade desse público em cinemas e em outros eventos culturais.

A proposição da técnica de Indução de Relatos como instrumento de coleta de informações e aproximação com os *stakeholders* cegos inspirou-se em dois textos postados no Blog da Audiodescrição<sup>2</sup> (ver capítulo 8). Neste material são apresentados relatos de experiências pessoais com audiodescrição em cinema, por meio da utilização dos aplicativos MovieReading e Whatscine (ver capítulo 4). São depoimentos ricos em detalhes inerentes à percepção do usuário cego quanto à possibilidade de assistir a um filme em uma sala de projeção, com condições sensoriais e informacionais orientadas ao atendimento das necessidades desse público.

A escrita dos relatos encontrados no blog não parece ter seguido algum protocolo de pesquisa, sendo mais uma ação de interesse particular do respondável, apesar de contar com uma organização muito bem elaborada. Dessa forma, optou-se pela utilização do método baseado em técnicas de

2. Trata-se de um blog cujo objetivo é coletar, catalogar e divulgar notícias sobre acessibilidade de pessoas com deficiência, sobretudo a visual. Pode-se ter acesso ao conteúdo por meio do endereço virtual [www.blogdaaudiodescricao.com.br](http://www.blogdaaudiodescricao.com.br) ou pelo perfil do blog na rede social Facebook: <https://pt-br.facebook.com/Audiodescricao/>

*storytelling*, Indução de Relatos, que tem como características próprias a formalização de um roteiro pré-estabelecido com questões inerentes aos objetivos de pesquisa e o contato virtual.

Os entrevistados foram contatados previamente. Neste momento, se apresentou a proposta de pesquisa e solicitou-se suas participações. Posteriormente, foi enviado o roteiro via e-mail para cada um deles, que, por sua vez, utilizaram do mesmo método para envio dos relatos.

## CONSTRUÇÃO DO ROTEIRO

A utilização de Indução de Relatos neste trabalho se deu por uma série de fatores. Primeiro, como apontado, a inspiração no Blog da Audiodescrição. Outro motivo foi o de buscar *insights* e informações sobre as experiências dos entrevistados com o cinema, mesmo que no modelo convencional e sem adaptação sensorial e informacional. A decisão por seguir este caminho se deu após realizadas as primeiras entrevistas individuais com pessoas com deficiência visual, nas quais uma das entrevistadas, Lia (25 anos), afirmou que gosta muito de cinema e que frequenta esse tipo de ambiente desde criança, mesmo nascida cega. Mais uma razão que motivou a utilização do procedimento foi o de incentivar o entrevistado a uma reflexão sobre o tema, estimulando-o, assim, à construção do mapa de expectativas, conforme será apresentado a seguir.

O roteiro para guiar o entrevistado na construção dos relatos tem objetivos específicos, como: instigá-los a refletir sobre diferentes aspectos que envolvem a experiência de assistir a um filme no cinema e relacioná-los às suas necessidades pessoais; estimulá-los na construção do mapa de expectativas; e para evitar o desvio do relato para conteúdos que pudessem ser desnecessários aos objetivos de pesquisa, como relatar o enredo do filme assistido, por exemplo.

Alguns dos tópicos relacionam-se com o roteiro elaborado para a entrevista contextual realizada com usuários sem deficiência visual no cinema. Ressalte-se que este trabalho não tem como objetivo elaborar uma proposta de cinema exclusivo a pessoas com deficiência visual. Pelo contrário, a proposta é incluir

em um único ambiente pessoas com diferentes condições físicas e sensoriais. Assim, esse procedimento de Indução de Relatos busca obter informações das diversas etapas que envolveram a inclusão de pessoas com deficiência visual no cinema, onde se consideraram fatores como o despertar do interesse por determinado filme, o deslocamento até os ambientes de projeção, a compra de ingressos, o percurso até as cadeiras, entre outros. No entanto, era esclarecido ao entrevistado a possibilidade de considerar o texto apenas como referência, ficando ele livre para discorrer sobre o que lhes fosse mais conveniente e que estivessem à vontade para incluir ou excluir percepções diferentes, sem interferência do entrevistador no processo. Também se oferecia a possibilidade de relatos por meio de textos escritos ou gravação de áudio.

Na sessão anexos, ao final da Dissertação, encontra-se o roteiro enviado via e-mail às pessoas com deficiência visual (Anexo B).



### Mapa de expectativas

#### CONCEITO

Consiste no mapeamento de expectativas de usuários na utilização de determinado serviço (STICKDORN e SCHNEIDER, 2014). Pode ser elaborado em formato de imagens, vídeos, fotografias ou documentado por escrito.

#### COMO FOI UTILIZADO

O procedimento foi realizado de maneira online, por meio da troca de e-mails. No entanto, realizou-se contato prévio. Aproveitou-se do mesmo contato realizado para a Indução de Relatos. A construção do mapa foi realizada pelos *stakeholders* cegos por meio da escrita de textos enviados por e-mail.

Por tratar-se de público cego, houve a necessidade de adaptação do método de emprego da ferramenta. Normalmente, o procedimento envolve a utilização de imagens, fotografias e ilustrações que representem as etapas que envolvem algum serviço. Da mesma forma, é habitual que o pesquisador interaja com

os *stakeholders* durante a realização do procedimento. Assim, é possível realizar a atividade com vários deles ao mesmo tempo. No entanto, a distância geográfica entre os entrevistados (São Paulo, Rio de Janeiro e Fortaleza), aliada ao fato de tratar-se de sujeitos com deficiência visual foi decisiva para a personalização do procedimento.

Aproveitou-se do material enviado para a realização da técnica Indução de Relatos para incluir itens que permitissem aos entrevistados esboçar um mapa de expectativas, com textos ou áudios. Como o método teve como objetivo estimular o público a descrição de experiências em cinema ou com conteúdos audiovisuais, acreditou-se que tal procedimento seria capaz de despertá-los a apontar expectativas sobre um serviço novo, acessível, inclusivo e baseado em suas próprias necessidades. Assim, esperava-se colher *insights* interessantes, com destaque a áreas com maior necessidade de atenção.

#### CONSTRUÇÃO DA PROPOSTA

Como já explanado no item anterior, a proposta de formatação do mapa de expectativas foi anexada ao roteiro da Indução de Relatos e enviado aos entrevistados. Ao final do documento, solicitava-se ao leitor que, baseado nas experiências descritas no bloco anterior, relatasse as expectativas que tem ao utilizar-se do serviço de cinema hoje, bem como as experiências que gostaria de experimentar e que ainda não lhes são oferecidas. Para ajudá-los no processo e para obter respostas mais objetivas aos interesses de pesquisa, solicitou-se que os mesmos avaliassem características que considerassem boas, más e inaceitáveis no serviço de cinema atual.

Ressalte-se que o roteiro foi utilizado apenas para facilitar a compreensão dos objetivos inerentes ao procedimento e que os *stakeholders* estavam à vontade para descrever seus pontos de vista da maneira que mais lhes conviessem e abordassem quantos temas desejassem. Além disso, foi informado que se poderia construir o relato por meio de texto escrito ou gravado em vídeo ou áudio. Todos os que fizeram o relato, optaram pela escrita de texto.



## Entrevistas individuais e exploratórias

### O QUE SÃO

A entrevista é um dos métodos mais clássicos de se obter informações dentro das Ciências Sociais. Consiste em um diálogo formal entre pesquisador e entrevistado. É um método de muita utilização em pesquisas exploratórias, o que é o caso deste trabalho. Arksey e Night (1999, p.32 *apud* GRAY, 2002) ressaltam o poder da entrevista na medida em que ajuda a explicitar coisas ainda não explicitadas na mente das pessoas, bem como na formulação de percepções e no enriquecimento de conhecimentos por parte dos entrevistados.

Optou-se pela realização de procedimentos de entrevistas semi-estruturadas individuais aplicadas a especialistas (FLICK, 2009) e semi-estruturadas exploratórias (QUIVY e CAMPENHOUDT, 1998) com pessoas com deficiência visual.

Segundo Meuser e Nagel *apud* Flick (2009), entrevistas com especialistas se destacam por ter menos interesse com a pessoa do sujeito entrevistado, mas sim com o que o faz especialista em determinado assunto. No caso, os entrevistados enquadrados nessa tipologia não representam a si mesmo em uma pesquisa, mas a um grupo específico do qual ele faz parte. No caso das pesquisas exploratórias, para Quivy e Campenhoudt (1998, p.69) "*Leituras e entrevistas exploratórias devem ajudar a constituir a problemática da investigação. (...) as entrevistas servem para descobrir os aspectos a ter em conta e alargam ou ratificam o campo de investigação das leituras*".

Ainda segundo os autores, as entrevistas exploratórias podem ajudar a reduzir o tempo investido em leituras pelo pesquisador, na medida em que o procedimento o oferece importantes referências que o permitem programar-se de forma mais eficiente para um próximo momento de trabalho e de leitura, que a partir dos dados obtidos na fase de exploração são mais focados em conteúdos específicos que, muitas vezes, poderiam até passar despercebido por esse indivíduo.

### ONDE E COM QUEM FOI REALIZADA

Como já abordado, foram realizadas entrevistas contextuais com frequentadores sem deficiência visual em cinemas. Além desses, realizou-se entrevistas exploratórias com deficientes visuais por meio de chamada telefônica. Por fim, a partir do estabelecimento dos *stakeholders* selecionados para compor a amostra envolvida neste trabalho, selecionou-se diferentes profissionais especialistas para a realização das entrevistas individuais com especialistas: cineastas, exibidores de cinema, distribuidores de filmes e entusiastas da área da audiodescrição de conteúdos audiovisuais.

Um dos cineastas foi entrevistado pessoalmente, em seu escritório na cidade de Fortaleza/CE; o outro realizou a entrevista por chamada telefônica. Os representantes de distribuidores de filmes realizaram o procedimento por meio do aplicativo e rede social de comunicação Skype. Os exibidores, por sua vez, foram entrevistados em seus ambientes de trabalho, no hall de espera dos espaços de cinema pelos quais respondem, ambos na cidade de Florianópolis/SC. Por fim, um dos entusiastas, Maurício, concedeu entrevista por meio do aplicativo Skype, o outro, Luís, foi entrevistado em seu escritório, na capital paulista e a Professora Vera Lúcia participou do procedimento presencialmente, no laboratório de pesquisa que coordena na Universidade Estadual do Ceará.

### PROCEDIMENTOS DE ENTREVISTAS

Os primeiros a serem entrevistados foram os deficientes visuais, que por sua vez participaram do processo após as entrevistas contextuais realizadas com os indivíduos em cinemas. Esse procedimento teve como objetivo o levantamento de dados que possibilitassem a construção de personas, bem como a validação ou não de hipóteses sobre suas formas de inserção social cotidiana. O desenvolvimento da estrutura dessa entrevista baseou-se em hipóteses levantadas sobre quais seriam as principais dificuldades e facilidades de acesso, em condições de equivalência ou de igualdade à experiência proposta aos usuários presentes em cinemas.

Buscou-se incomodar o mínimo possível as pessoas com deficiência visual.

Dessa forma, foi realizado, primeiramente, um contato telefônico no qual foi explicado tratar-se de uma pesquisa acadêmica sobre acessibilidade de pessoas com deficiência visual. Nesse caso, não foram explicados os objetivos da entrevista antes da finalização do procedimento. Caso o respondente questionasse a respeito, o pesquisador se comprometia a maiores esclarecimentos ao final da entrevista. Concordando-se em participar da pesquisa, o próximo passo consistiu no agendamento de data e horário para conclusão do procedimento.

As entrevistas foram realizadas via contato telefônico. Essa opção foi escolhida por resolver o problema da distância geográfica. Todo o processo foi conduzido pelo pesquisador e gravado, com consentimento prévio dos entrevistados, por meio do *software* Automatic Call Recorder. As entrevistas duraram, em média, de 20 a 40 minutos.

O primeiro especialista a ser entrevistado foi o entusiasta entrevistado em São Paulo, Luis. Tal procedimento teve como objetivo explorar a realidade que envolve a acessibilidade de cegos em cinema, conhecer as especificidades do trabalho profissional de audiodescrição, o histórico do processo no Brasil, as técnicas e tecnologias que facilitam e a permitem, bem como o de vislumbrar as tendências para esse mercado.

Na sequência, entrevistou-se o primeiro cineasta, Clébio, via chamada telefônica. Buscou-se explorar a realidade do cineasta, compreendido como aqueles que realizam um filme (diretor, produtor) dentro do mercado cinematográfico, bem como suas relações com os espectadores, exibidores e distribuidores, o governo, a legislação nacional e suas fontes de financiamento públicas ou privadas. Por fim, questionou-se sobre seu entendimento sobre sistemas e processos de acessibilidade nas salas de exibição e na produção de conteúdo, realçando-se a questão da deficiência visual.

Seguindo as entrevistas com especialistas, os terceiro e quarto foram os exibidores da cidade de Florianópolis/SC: Fernando e Leandro. O objetivo de pesquisa foi muito semelhante ao buscado com o cineasta. Procurou-se

explorar a realidade do exibidor dentro do mercado cinematográfico, bem como suas relações com os espectadores, com o governo e com a legislação nacional. Por fim, questionou-se sobre seu entendimento sobre sistemas e processos de acessibilidade nas salas de exibição, realçando-se a questão da deficiência visual.

O quinto a ser consultado foi o entusiasta de São Paulo que cedeu a entrevista via Skype, Maurício. Como objetivo de pesquisa, buscou-se orientação semelhante às dos exibidores e cineastas. O roteiro que guiou o procedimento pretendeu entender os procedimentos técnicos e profissionais que definem o trabalho de audiodescrição, os custos envolvidos no procedimento, bem como conhecer os indivíduos e entidades que os custeiam. Investigou-se sobre a realidade desse mercado no país e no mundo, e também se questionou sobre questões relacionadas às tecnologias assistivas envolvidas no procedimento. Outra temática presente durante a entrevista consistiu na reflexão sobre expectativas e tendências em relação ao tema.

Fechando a lista de entusiastas, realizou-se a entrevista com a professora Vera Lúcia Santiago, no laboratório que coordena pesquisas sobre audiodescrição, na Universidade Estadual do Ceará. Com ela, utilizou-se do mesmo roteiro de pesquisa trabalhado com os demais entusiastas, com a inclusão de questões realizadas a pesquisa acadêmica na área da audiodescrição – com estreita relação com a Linguística, bem como excluiu-se perguntas de cunho mercadológico.

Na sequência, foram entrevistadas representantes de importantes distribuidoras de filmes dentro do Brasil, uma destaca-se pela distribuição de filmes nacionais e a outra pela variedade de material comercial, ambas sediadas no eixo sul-sudeste do país, mas com atuação nacional: Eliete e Cristiana. Como objetivo de pesquisa, buscou-se referências semelhantes às dos cineastas e exibidores. Explorou-se, assim, a realidade do distribuidor dentro do mercado cinematográfico brasileiro e sua afinidade com o material importado, bem como suas relações com os espectadores, cineastas e exibidores. Também foram incluídas questões que exploraram sua aproximação com ações do governo e

com a legislação nacional. Por fim, questionou-se sobre o entendimento sobre sistemas e processos de acessibilidade nas salas de exibição, realçando-se a questão da deficiência visual.

O último que realizou a entrevista foi o cineasta cearense entrevistado em seu escritório em Fortaleza/CE. Para ele, utilizou-se o mesmo roteiro de entrevista utilizado com o primeiro. A diferença é que se incluiu no material uma questão na qual era solicitada a descrição de sua relação com distribuidores de filmes. Além disso, se buscou comparar e confrontar as respostas com as do outro cineasta, também brasileiro e cearense.

#### CONSTRUÇÃO DOS ROTEIROS DE ENTREVISTAS

Foram desenvolvidos diferentes roteiros, relacionados a cada grupo de entrevistados e sua relação com o cinema. A seguir, se apresenta a estrutura de cada modelo utilizado:

#### *Com deficientes visuais*

**01** Para o desenvolvimento da estrutura dessa entrevista, baseou-se nos pressupostos levantados a partir das entrevistas contextuais realizadas com usuários sem deficiência visual no cinema. Buscou-se contextualizar e identificar possíveis facilitadores e barreiras vivenciadas pelas pessoas com grave deficiência visual em seu dia-a-dia, no que se refere às questões relacionadas ao processo de assistir a um filme no cinema. O roteiro de entrevista contou com 16 pontos, distribuídos em quatro blocos assim ordenados:

**02** Histórico e quadro clínico (2 itens). Considerou-se importante saber se o entrevistado convive com sua dificuldade visual desde o nascimento e como se deu a evolução do quadro. Partiu-se da hipótese<sup>3</sup> de que há diferença entre conviver com deficiência congênita ou adquirida, e que isso afeta de forma bem distinta no comportamento e nos hábitos dos indivíduos.

3. Essa hipótese é fruto de pesquisa sobre a circulação de pessoas cegas no sistema Metrô São Paulo, realizada em 2013 (MACIEL DUTRA, MARIANI, DAYE, 2014). No caso, percebeu-se que a entrevistada L, cega congênita, tinha mais dificuldade de locomoção do que o entrevistado R, cego adquirido. L tinha muito medo do "desconhecido" vão do metrô por onde passam os trens. R, que tinha a memória visual do mesmo cenário, não apresentava receio algum sobre o local.

L e R são iniciais dos nomes dos entrevistados, mantidos sobre sigilo

**03** Independência e uso de ferramentas assistivas (4 itens). Buscou-se identificar elementos que facilitassem e/ou dificultassem a independência do indivíduo em momentos cotidianos, em casa e na cidade. Não foram apresentadas opções objetivas. Todos os itens dependiam da indicação dos entrevistados.

**04** Estímulos sensoriais. Com um item nesse bloco, partiu-se do pressuposto de que poderia haver um sentido preferencial na substituição da visão (no caso, por exemplo, de o indivíduo preferir ouvir sons ou tatear objetos para melhor conhecê-los).

**05** Relação com meios de comunicação e consumo (3 itens). Partiu-se da compreensão de que a inclusão de pessoas com deficiência em salas de cinema dialoga com questões de acesso ao mercado de consumo e da propaganda<sup>4</sup>, sejam elas de TV, de rádio, impressa ou mesmo o boca a boca.

**06** Inserção em atividades culturais (3 itens). Considera-se a atividade de ir ao cinema uma experiência de enriquecimento cultural. Assim, como existem diversas outras atividades culturais, como teatro, exposições, shows etc, os objetivos desses itens são confrontar a participação, ou não, dos entrevistados nestas atividades com as respostas dos blocos anterior e posterior (4 e 6).

**07** Experiência em cinema (3 itens). Por fim, buscou-se saber se os entrevistados já haviam participado de sessões convencionais de cinema, bem como de sessões inclusivas. Pediu-se, também, que eles relatassem alguma experiência que os tenha marcado, ou simplesmente que lhes fizessem recordar.

Além desses blocos, a entrevista inicia com um pequeno cabeçalho que conta com: [1] local de entrevista; [2] data; [3] horário; [4] número da entrevista (ficha); [5] nome do entrevistado; [6] idade; [7]

4. O mercado cinematográfico, aliás, é um poderoso anunciante, sobretudo quando se refere aos grandes filmes "hollywoodianos".

sexo; [8] escolaridade; e [9] profissão.

### Com entusiastas

Para a entrevista com essa modalidade de especialistas, foi elaborado um roteiro com aproximadamente treze itens, buscando orientar e não engessar as respostas. À medida que o diálogo foi prosseguindo, o pesquisador mesclava os pontos que interessavam, omitindo algumas questões e incluindo outras que achasse pertinentes. O tempo de entrevista foi variado, com duração de cinquenta minutos a pouco mais de duas horas.

O roteiro de entrevista foi distribuído em blocos assim organizados:

01

Aproximação com o especialista. Buscou-se conhecer um pouco sobre o que levou o indivíduo a dedicar esforços à causa da acessibilidade de pessoas com deficiência visual. Acreditava-se que seria importante entender os motivos envolvidos nessas ações. Da mesma forma, se utilizou desse método para desmontar alguma barreira entre entrevistado e entrevistador em sentido de se estabelecer uma atmosfera agradável (HERMAN *apud* FLICK, 2009).

02

Projetos e trabalhos. Explorar as experiências profissionais do especialista, bem como o de entender os procedimentos de trabalho, os custos de produção e os financiadores de projetos.

03

Relação com o mercado e com as diferentes esferas governamentais. Buscou-se identificar as relações que os especialistas mantêm tanto com o setor privado quanto com o público no que diz respeito às ações para a acessibilidade de pessoas com deficiência visual em cinemas e em outras atividades

culturais que envolvem características audiovisuais. Esperava-se obter informações sobre as recentes discussões que envolvem o setor, sobretudo nas relacionadas ao conjunto de orientações que compuseram a Lei Brasileira da Inclusão – LBI, bem como as recém normativas da Ancine, que visam promover o acesso de pessoas com deficiência visual em salas de cinema.

04

Tecnologias assistivas. Procurou-se levantar como os diferentes entusiastas de São Paulo utilizam e promovem diferentes tecnologias assistivas em seus projetos. À professora Vera Lúcia Santiago, foi questionado sobre seu nível de conhecimento e avaliação dos diferentes produtos. (ver a informações sobre os diferentes aplicativos de audiodescrição – Whatscine e MovieReading, no capítulo 4).

05

Perspectivas e orientação. Por fim, se questionava sobre a viabilização de cinema inclusivo nos próximos anos, tendo-se como referência as pessoas com deficiência visual, bem como os principais empecilhos e maiores incentivos.

### Com cineastas

Para esses especialistas, foi elaborado um roteiro de aproximadamente quinze questões, que foi utilizado como ferramenta para guiar o procedimento. O tempo de entrevista foi variado, com duração de uma a duas horas.

Salienta-se que os roteiros que orientaram as entrevistas com entusiastas, cineastas, exibidores e distribuidores tiveram uma construção bastante semelhante, diferenciando-se apenas no que diz respeito às particularidades que envolvem as características profissionais de seus trabalhos.

O roteiro de entrevista foi distribuído em blocos assim organizados:

- 01 Aproximação com o especialista. Buscou-se conhecer um pouco sobre sua relação com o cinema; e como foi criado o vínculo afetivo e profissional com a área. Questionou-se, por exemplo, sobre as primeiras memórias em salas de cinema. Nesse bloco, o objetivo foi o de criar uma atmosfera agradável e estabelecer empatia entre entrevistado e entrevistador, propiciando uma entrevista mais fluida e rica.
- 02 Atividades no cinema. O objetivo foi explorar as experiências profissionais do especialista; entender em quais das diferentes áreas do cinema se dá o seu trabalho, bem como quais as relações de interdependência sua atividade profissional estabelece com às demais relacionadas à área.
- 03 Relação com o mercado e com as diferentes esferas governamentais. Buscou-se identificar as relações que os especialistas mantêm tanto com o setor privado quanto com o público; quais as normas e leis que envolvem seu trabalho; quais são os princípios éticos inerentes ao fazer-se um filme. Também foi solicitada a caracterização das diferentes relações que a atividade do cineasta, enquanto o criador da matéria prima do filme estabelece com outros setores do mercado cinematográfico: distribuidores, exibidores e espectadores. Por fim, esse bloco questionou sobre o relacionamento da atividade profissional do cineasta frente à necessidade de financiamento de seu trabalho, ao qual pode se dar via entidades públicas ou privadas, buscando-se entender essa interdependência e como esse fato pode interferir nos resultados.
- 04 Os números do cinema. Conhecia-se as avaliações relacionadas ao

mercado do cinema no Brasil, divulgadas anualmente pela Agência Nacional de Cinema – Ancine. No entanto, buscou-se captar a percepção dos cineastas. Nesse bloco, se questionou sobre a fase pela qual passa o cinema no Brasil, tanto como mercado de exibição quanto de criação.

- 05 Acessibilidade. Buscou-se saber se de alguma forma os cineastas mantinham algum tipo de preocupação com questões ligadas a acessibilidade de pessoas com deficiência tanto em seu trabalho como em sua forma de perceber o mercado de cinema.
- 06 Perspectivas e orientação. Por fim, se questionava sobre a crença em um cinema inclusivo nos próximos anos, tendo-se como referência as pessoas com deficiência visual, bem como os principais empecilhos e maiores incentivos.

#### Com exibidores

Para esses especialistas, foi elaborado um roteiro de aproximadamente vinte questões. Aqui também o roteiro apenas foi utilizado como ferramenta para guiar o procedimento de entrevista. O tempo de conversa se aproximou a uma hora nos dois procedimentos.

O roteiro de entrevista foi distribuído em blocos assim organizados:

- 01 Características do cinema. No primeiro bloco, o objetivo foi o de levantar informações capazes de caracterizar o espaço de cinema em questão. Itens como número de assentos, salas e tipos de projeção, bem como a quantidade e a distribuição de sessões. Também se buscou conhecer sobre a capacidade de atendimento de público nos cinemas em questão.

- 02 Relação espaço e espectadores. Nesse momento, o objetivo foi explorar as formas de relacionamento que o espaço de cinema tem com seus clientes e se interferem na definição de programação, na execução de promoções e se há procedimentos de aproximação com o público.
- 03 Relação com distribuidores e mercado. Era sabido que a programação de cinemas, sobretudo em cinemas identificados como “*blockbusters*” ou “*hollywoodianos*” tem estreita dependência com o material distribuído pela grande indústria de cinema dos EUA. Assim, questionou-se a respeito de como se dá essa relação e como isso interfere no oferecimento de material cinematográfico. Da mesma forma, procurou-se identificar as normas e leis que envolvem o setor de exibição de filmes. Também se solicitou a caracterização das diferentes relações estabelecidas com os demais setores do mercado cinematográfico: cineastas e distribuidores.
- 04 Relação com as diferentes esferas governamentais. Nesse bloco, se questionou sobre as diferentes regras e leis que os exibidores de cinema devem cumprir para estabelecer seus serviços de acordo com a legislação nacional vigente. Aqui se buscou explorar o conhecimento específico do entrevistado e colher alguma crítica em relação a benefícios e barreiras que tais questões podem apresentar.
- 05 Acessibilidade. Buscou-se levantar que tecnologias para acessibilidade são oferecidas ou conhecidas por esses especialistas. Traçou-se a hipótese de que o próprio mercado de cinema desconhece ferramentas e tecnologias assistivas para pessoas com deficiência visual em salas de cinema. Nesse bloco, o objetivo passou pela validação ou não dessas informações.
- 06 Perspectivas e orientação. Por fim, se questionava sobre a crença em um cinema inclusivo nos próximos anos, tendo-se

como referência as pessoas com deficiência visual, bem como os principais empecilhos e maiores incentivos.

#### Com distribuidores

Para a entrevista com essa modalidade de *stakeholder*, elaborou-se um roteiro de aproximadamente vinte questões, sendo utilizado como ferramenta para guiar o procedimento de entrevista. O tempo de conversa girou em torno de quarenta minutos nos dois casos.

O modelo de roteiro desenvolvido foi muito semelhante ao realizado com os exibidores, e foi distribuído em blocos assim organizados:

- 01 Características da distribuidora de filmes. No primeiro bloco, o objetivo foi o de levantar informações capazes de caracterizar o tamanho da empresa, bem como sua representatividade no mercado brasileiro. Itens como tempo de atuação da empresa, serviços oferecidos, clientes e número de funcionários da distribuidora compõem o bloco de questões.
- 02 Serviço da empresa. Nesse bloco, buscou-se entender como se dá a atuação profissional de uma distribuidora de filmes no mercado cinematográfico, bem como sua relação com os demais setores que compõem o mercado de cinema: cineastas, exibidores e espectadores.
- 03 Relação dos distribuidores com mercado. Questionou-se a respeito de como uma distribuidora de filmes interfere na programação de cinema oferecido pelos exibidores. Buscou-se, também, identificar as normas e leis que envolvem o setor.
- 04 Relação das diferentes esferas governamentais. Nesse bloco, se

questionou sobre as distintas regras e leis que os exibidores de cinema devem cumprir para estabelecer seus serviços de acordo com a legislação nacional vigente. Aqui se buscou explorar o conhecimento específico do entrevistado e colher alguma crítica em relação a benefícios e barreiras que tais questões podem apresentar.

05

Buscou-se captar a percepção dos distribuidores no que concerne à realidade do mercado cinematográfico brasileiro. Nesse bloco, se questionou sobre a fase pela qual passa o cinema no Brasil.

06

Acessibilidade. Buscou-se saber as medidas de acessibilidade oferecidas ou conhecidas por esses especialistas. Traçou-se a hipótese de que o próprio mercado de cinema desconhece ferramentas e tecnologias assistivas para pessoas com deficiência visual em salas de cinema. Nesse bloco, o objetivo passou pela validação ou não dessas informações.

07

Perspectivas e orientação. Por fim, se questionava sobre a crença em um cinema inclusivo nos próximos anos, tendo-se como referência as pessoas com deficiência visual, bem como os principais empecilhos e maiores incentivos.

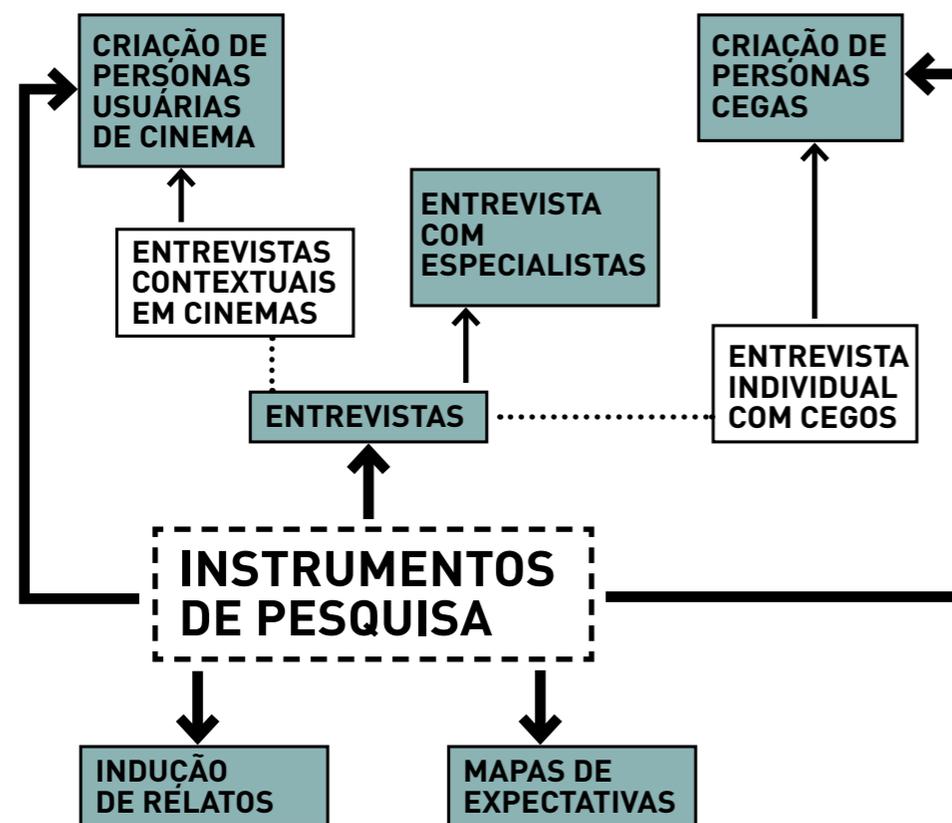
#### Caso legisladores

Com esse grupo, não houve formalização de processos de pesquisa. Foram ouvidos um Vereador da cidade de Fortaleza/CE e dois Deputados Federais, um representante do estado do Ceará e a outra de São Paulo. O Vereador e o Deputado foram entrevistados em seus respectivos escritórios, na capital cearense. Já com a Deputada, não houve contato direto. O pesquisador participou de evento organizado pela mesma, durante o processo eleitoral de 2014. Do evento, participaram pessoas com deficiência visual, profissionais e entusiastas do campo da acessibilidade.

Tais procedimentos tiveram caráter exploratório e foram concentrados na coleta de informações sobre atividades políticas e públicas voltadas à garantia e à elaboração de legislação orientada a pessoas com deficiência, como o caso da recém sancionada Lei Brasileira da Inclusão – LBI (ver capítulo 5). Optou-se, assim, por manter contato com legisladores em cuja plataforma política se destacasse a questão da acessibilidade. O contato se deu pela rede social Facebook, onde o Senador Romário Farias e a Deputada Marta Gabrielli mantêm perfis públicos onde divulgam matérias a respeito da temática.

**Resumo de utilização dos instrumentos de pesquisa**

A figura abaixo ilustra o processo de utilização dos instrumentos de pesquisa.



**Figura 13**  
Instrumentos  
de Pesquisa.

Criada pelo autor

“Costuma-se até dizer que não há cegueiras, mas cegos, quando a experiência dos tempos não tem feito outra coisa que dizer-nos que não há cegos, mas cegueiras.”

Personagem Anne Sullivan



**O milagre de Anne Sullivan**  
Drama biográfico (1962 e 1979) Direção: Arthur Penn (1962); Nadia Tass (1979)

## Acessibilidade

A definição sobre acessibilidade adotada neste trabalho pode ser colocada a partir da discussão de duas referências selecionadas entre os autores especializados, que assumem posições similares, mas diferem na sua abrangência e temas de aplicação.

1. Para Serpro *apud* Sonza (2008, grifo do autor), Acessibilidade refere-se à possibilidade de todos terem acesso ao produto/serviço/sistema, independente de sua situação ou de necessidade do uso de alguma ferramenta específica. Ou seja, oferecer acessibilidade é desenvolver meios acessíveis ao maior número de usuários possível, seja ele deficiente ou não. Dias (2003) relaciona o termo à capacidade de um indivíduo acessar e utilizar um produto de modo eficaz e eficiente.

2. Segundo a legislação brasileira, tal como disposto no artigo 8º do Decreto de número 5.296/2004, acessibilidade é: “condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida”. (BRASIL, 2004, grifo do autor).

Dentre estas definições, consideramos que a presente na legislação brasileira esteja mais de acordo com a discussão presente nessa Dissertação.

A primeira, postulada por Sonza(2008), indica proximidade ou aderência às definições mencionadas na bibliografia encontrada sobre este termo como Design Universal. Segundo esse princípio, Design Universal refere-se ao desenho de produtos e/ou ambientes para uso de todas as pessoas sem a necessidade de adaptação ou desenho especializado (WRIGHT *apud* PRADO, 2003).

Para Saci (2005) *apud* Sonza (2008), são sete os princípios do Design Universal:

1. Uso equiparável para pessoas com diferentes capacidades;

2. Uso flexível;
3. Simples e intuitivo;
4. Informação perceptível;
5. Tolerante ao erro, na medida em que diminui riscos na utilização;
6. Com pouco desgaste físico ao usuário;
7. Tamanho e espaço ideais para acesso e uso.

Esta afirmação coloca dúvidas sobre os conceitos e a adoção deste termo a partir de princípios Design Universal, pois a questão é oferecer a condição da experiência do cinema pessoas que não enxergam. Como realizar essa tarefa, partindo da ideia da não adaptação física, material, de ambientes e espaços e demais objetos que os compõe?

O cinema é um produto audiovisual, portanto, são necessários pelo menos dois sentidos para ter acesso pleno à sua mensagem, a audição e a visão. Dessa forma, não parece fazer sentido se apoiar em uma situação física e de comunicação de cinema que, ao mesmo tempo, ofereça acessibilidade ao público cego e ao que enxerga, com as mesmas ferramentas. Para isso, o cinema teria que mudar, por exemplo, seu canal de comunicação e passar a se expressar somente via áudio, o que, definitivamente, é antagônico à própria noção deste serviço sociocultural.

Hoje, já existem ferramentas que permitem que pessoas com deficiência visual ou não estejam presentes na mesma sessão de uma sala de cinema, compartilhando uma experiência, na medida do possível, bastante semelhante. E o que possibilita essa atividade são diferentes tecnologias assistivas, que serão abordadas com mais profundidade e detalhamento mais à frente, ainda neste capítulo.

Desse modo, a definição encontrada na Legislação brasileira está mais alinhada à forma pela qual essa pesquisa foi orientada.

No entanto, faz-se ressalva ao trecho que especifica “pessoa portadora de deficiência”. Adota-se, hoje, o termo “Pessoa com necessidades especiais - PNE”, ou “Pessoa com Deficiência - PcD”. A terminologia utilizada na legislação

“Acessibilidade refere-se à possibilidade de todos terem acesso ao produto/serviço/sistema, independente de sua situação ou de necessidade do uso de alguma ferramenta específica. Ou seja, oferecer acessibilidade é desenvolver meios acessíveis ao maior número de usuários possível, seja ele de ciente ou não.”

[SONZA, 2008, grifo do autor]

“condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por **pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida**”

[BRASIL, 2014, grifo do autor]



5. PcD trata-se da tradução do que é usado internacionalmente em língua inglesa "PWD - Person with Disability". O Governo Federal, em outubro 2010, lançou a portaria de número 2.344 que oficializou a substituição de terminologia "Pessoa Portadora de Deficiência" pela mais recente, PcD em todos os órgãos orientados ao trabalho com esse público.

6. Lead - Grupo de Legendagem e Audiodescrição, da universidade Estadual do Ceará

7. Audiodescrição- Trata-se de uma modalidade de tradução intersemiótica (JAKOBSON, 1995) que objetiva a apresentação, via faixa sonora, de signos visuais em qualquer apresentação que use a visão como forma de aquisição de informação

brasileira denota uma condição de que o sujeito transporta alguma deficiência, como se isso fosse algum objeto ou algo portátil. Mas esta condição não se conduz. Ela faz parte do sujeito. Portanto, se adota preferencialmente o termo PcD<sup>5</sup>, Pessoa com Deficiência, escrito com as iniciais "P" e "D" em maiúsculo, e a letra "C" em minúsculo.

O termo "Pessoa com Necessidades Especiais - PNE", no entanto, abrange uma quantidade maior de pessoas, na medida em que inclui também a pessoas além daquelas com alguma deficiência, como idosos e gestantes, por exemplo.

Em relação ao conceito de inclusão compreendido como acessibilidade na legislação brasileira, acredita-se que o conteúdo é aderente a nossa ideia de inclusão. Na condição inversa, buscando a definição a partir do termo Inclusão a acessibilidade esta garantida.

No que diz respeito às linhas gerais do que é definido como Acessibilidade na legislação brasileira, acredita-se que esse conceito pactua com ideia de inclusão aqui apresentada. Parte-se do princípio de que pode haver Acessibilidade e não haver Inclusão. No entanto, na condição de Inclusão, a Acessibilidade está garantida. Compreende-se, portanto, Acessibilidade como uma etapa rumo à Inclusão. Neste sentido, cabe citar o exemplo de experiências já realizadas no Brasil para oferecer cinema a pessoas cegas. O caso das atividades realizadas pelo grupo de pesquisa Lead<sup>6</sup> é um exemplo. O grupo realiza audiodescrição<sup>7</sup> de filmes e os apresenta em eventos voltados primordialmente ao público cego. São atividades exclusivas, portanto. Em outra experiência mais recente, em 2014, o cinema do Shopping Frei Caneca, em São Paulo/SP, ofereceu sessões do filme, então recém lançado, "Praia do Futuro" com recursos de audiodescrição<sup>7</sup>, e de transmissão individual do conteúdo. Ou seja, tanto pessoas com deficiência visual quanto aquelas que enxergam puderam compartilhar o filme em exibição, na mesma sessão. Isso, portanto, se encaixa no que se entende como modelo de atividade inclusiva.

Ao lado, a figura 14 ilustra o conceito de Excluso X Inclusivo definido neste trabalho. Quando grupos de diferentes características compartilham de um

mesmo espaço em momentos distintos, tem-se uma ação exclusiva. Do contrário, quando os mesmos grupos compartilham do mesmo ambiente ao mesmo tempo, sem necessidade de sectarização, tem-se uma atividade inclusiva.

Quando se fala em acessibilidade é preciso contextualizar a situação de uso de um serviço ou produto, pois trata-se de uma condição relativa. A afirmação de que algo é acessível deve basear-se em parâmetros de uso por determinado usuário, e em determinada situação, ou seja, se o é um público específico, pode não ser para outro; ou pode se qualificar como acessível em determinada situação, e não em outra. Para Bins Ely (2004) *apud* Baptista (2011), a acessibilidade só pode ser alcançada caso os elementos que impeçam a percepção, a cognição, e a circulação por indivíduos – incluindo as barreiras sociais e psicológicas – sejam identificados e contornados. Dentre os aspectos a serem equacionados tendo como objetivo a participação facilitada de pessoas Baptista (2011) aponta ainda algumas possibilidades de enfoque como: partir de uma abordagem sistêmica como caminho possível para a compreensão do indivíduo e avaliação da acessibilidade; gerar oportunidades semelhantes mesmo a indivíduos com habilidades diferentes; e buscar a independência e a autonomia dos indivíduos, assumindo as impossibilidades casuais.

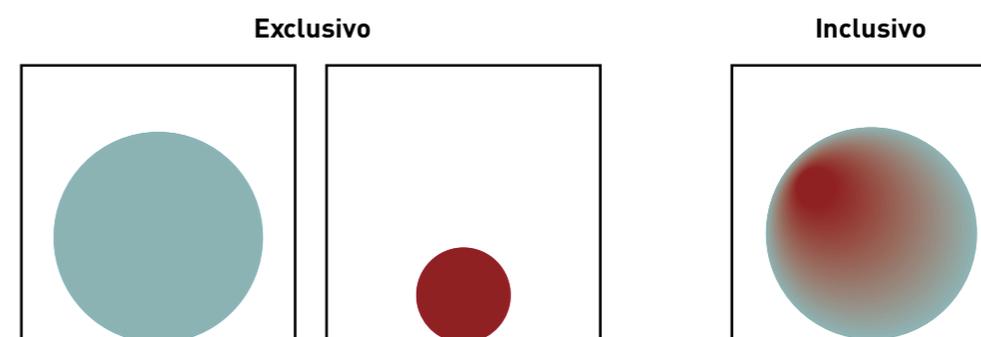


Figura 14. Exclusivo X Inclusivo. Criada pelo autor.

Ubierna (1999) defende a acessibilidade como algo que deve ser buscado por meio de uma abordagem integral, tratando o tema de forma transdisciplinar.

Já a Fundação Dorina Nowill, São Paulo/SP, instituição especializada e de referência no atendimento e na formação integral de pessoas cegas, aponta seis dimensões às quais a acessibilidade deve ser implementada para que seja eficaz:

1. arquitetônica;
2. comunicacional;
3. metodológica;
4. instrumental;
5. programática;
6. atitudinal.

Entende-se aqui que esta questão envolve fatores socioculturais, educativos e físicos equacionados e tratados em separados, resolvidos tecnicamente, mas interdependentes.

Dessa forma, se considera que o desenvolvimento de um projeto, atividade ou serviço que vise à acessibilidade, requer o questionamento, o estudo e a proposição de solução integrando todos os componentes (materiais e imateriais) que cercam o problema, afastando eventuais riscos de ineficiência da proposta, ou fragilidades no atendimento das necessidades e objetivos propostos.

### **Critérios de visão**

Há vários graus e tipos de deficiência visual, que restringem ou impedem a fruição e a autonomia humana e que podem afetar o bom aproveitamento e entendimento de um filme no cinema. Nesse trabalho, se dirige o foco para as pessoas com deficiência visual, mais especificamente os cegos.

No campo da medicina, as referências sobre cegueira estão convencionadas

em escala de referência de acuidade visual. Para definir essa condição por meio de critérios clínicos, é possível categorizar os diferentes graus de visibilidade de um indivíduo.

De acordo com os oftalmologistas, para classificar uma pessoa com visão normal é necessário, que ela tenha como parâmetros de visão algo em torno de 1,0 ou 20/20 segundo o padrão Snellen, ou seja, que essa pessoa tenha capacidade de enxergar a 20 pés (~6,0 m), o que corresponde ao que a média da população normal vê (BONATTI, 2009).

Para 10ª Revisão da Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde, (CID-10) da OMS, de 1993, se classifica uma pessoa com baixa visão se sua acuidade visual, mesmo com utilização de correção óptica no seu melhor olho, encontrar entre 0,3 (20/70) e 0,05 (20/400), ou se seu campo visual for menor que 20° no melhor olho com a melhor correção óptica (categorias 1 e 2 da graduação de deficiência visual). No caso de pessoa que apresente valores menores ou iguais a 0,05 ou campo visual menor que 10° (categorias 3, 4 e 5), considera-se que ela é cega.

O Decreto nº 5.296, da legislação brasileira, distingue cegueira de baixa visão da seguinte forma: "cegueira, na qual a acuidade visual é igual ou menor que 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; a baixa visão, que significa acuidade visual entre 0,3 e 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; os casos nos quais a somatória da medida do campo visual em ambos os olhos for igual ou menor que 60°; ou a ocorrência simultânea de quaisquer das condições anteriores." (BRASIL, 2004).

Já a Organização Mundial de Saúde - OMS considera que:

1. Baixa Visão é acuidade visual menor que 6/18 (0,33) e igual ou melhor que 3/60 (0,05) no melhor olho com a melhor correção.
2. Uma pessoa com baixa visão é aquela que apresenta comprometimento da função visual mesmo após tratamento e/ou

“cegueira, na qual a acuidade visual é igual ou menor que 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; a baixa visão, que significa acuidade visual entre 0,3 e 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; os casos nos quais a somatória da medida do campo visual em ambos os olhos for igual ou menor que 60°; ou a ocorrência simultânea de quaisquer das condições anteriores.”

[BRASIL, 2004]

correção refrativa padrão, e tem acuidade visual menor que 6/18 (0,33) até percepção luminosa, ou um campo visual menor que 10° a partir do ponto de fixação, mas que utiliza, ou é potencialmente apta a utilizar a visão para o planejamento e/ou execução de uma tarefa cuja visão seja essencial. (CID, 2004, *apud* Bonatti, 2009, p.10)

Em relação aos dados quantitativos sobre pessoas com deficiências visuais, a OMS (Organização Mundial de Saúde) identifica que cerca de 10% da população mundial possui alguma deficiência (SONZA, 2008, p.121). No Brasil, dados do IBGE apontam cerca de 45 milhões de cidadãos com algum tipo de deficiência<sup>8</sup>. Destes, 35 milhões apresentam deficiência visual. Confirma-se, assim, que dentro do quadro de pessoas com deficiência no Brasil, a visual é a mais comum entre elas.

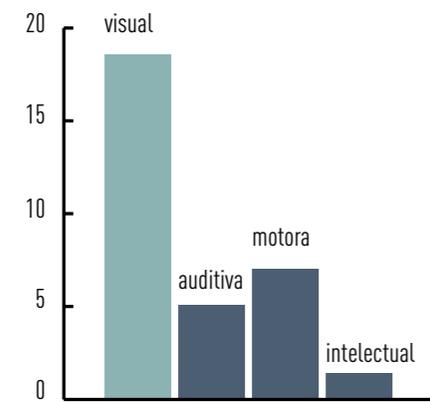
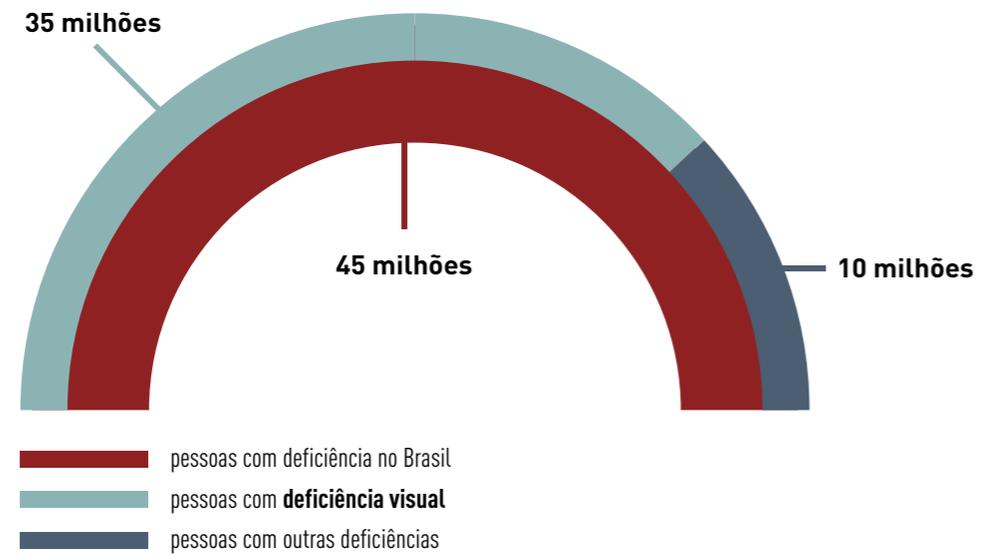
Ressalte-se, no entanto, que apesar de consistir em um importante dado oficial, esse número pode ser ainda maior, pois este levantamento baseia-se na auto declaração de tal condição por parte dos entrevistados. Esse tipo de procedimento censitário pode mascarar alguns dados, pois é comum pessoas com deficiência não se identificarem como tais. De acordo com o Conselho Brasileiro de Oftalmologia - CBO, convivem no Brasil cerca de 1 milhão e 158 mil cegos, e outros 4 milhões de brasileiros com deficiência visual (JOTA ZERO, 2014). Outro dado importante, divulgado pelo Conselho se refere ao número de crianças dentro desse quadro, no qual 33 mil são cegas, e outras 100 mil tem alguma deficiência visual.

Neste aspecto se destaca a importância dos dados sobre crianças, pois, elas são e serão os consumidores e formadores de opinião, e a oferta de oportunidades de conhecimento, formação e experimentação em atividades e serviços vai colaborar para a sua plena inclusão como cidadãos.

Durante as pesquisas, percebeu-se que um dos grandes objetivos de quem pretende oferecer acesso a cinema, teatro, exposições, espetáculos e até jogos de futebol para pessoas cegas é a formação de plateia. Acostumados a exclusão, muitas pessoas com deficiência não frequentam lugares fora do

8. Importante notar que o somatório dos percentuais das diversas deficiências consideradas pela pesquisa do IBGE não resulta no total exato de 23,9% da população brasileira, o equivalente ao total de pessoas com deficiência contabilizado pelo censo brasileiro. Isso acontece porque existem pessoas com múltiplas deficiências.

**Figura 15.** Deficiência no Brasil. *Criada pelo autor.*  
*Fonte: IBGE (2010)*



**Figura 16.** Relação entre os diferentes tipos de deficiência no Brasil.  
*Criada pelo autor.*  
*Fonte: IBGE (2010)*

circuito trabalho-casa-instituição de apoio. Como ver-se-á à frente, são muitas as causas que as afastam do convívio social. Investir na formação do público infantil, oferecendo uma programação inclusiva dedicada a este público pode os incentivar a buscar diferentes opções de entretenimento e cultura, tornando esse processo habitual, bem como ser um passo importante rumo à uma sociedade mais inclusiva.

“Agora que perdi a vista, vejo mais. Vejo tudo o que não via antes.”

Personagem Alfredo.



**Cinema Paradiso**  
Comédia dramática  
(1988)  
Direção: Giuseppe Tornatore

## Tecnologias Assistivas

Tecnologias Assistivas ou TA's são ferramentas que permitem a transposição de barreiras e possibilitam que pessoas com deficiência possam conviver em sociedade e desfrutar a vida da maneira mais natural possível. Outra definição importante é "todo e qualquer item, equipamento, produto ou sistema que contribua com o desenvolvimento das potencialidades de indivíduos com limitações físicas, sensoriais, cognitivas, motoras, dentre outras restrições ou disfunções que caracterizam uma deficiência ou incapacidade de qualquer natureza". (VIVARTA & VEET, 2003).

TA's são, portanto, ferramentas fundamentais para proporcionar e facilitar o acesso e a inclusão de pessoas com deficiência no convívio social nas mais diversas situações. Salienta-se que essas tecnologias podem ser utilizadas tanto àqueles com alguma inabilidade permanente quanto a indivíduos que momentaneamente, por quaisquer que sejam os motivos, estejam com dificuldades na realização de alguma atividade. Uma muleta, por exemplo, vai facilitar a locomoção tanto de um usuário amputado quanto de que não possa tocar o chão com o pé.

Para alcançar resultados eficientes com o desenvolvimento de novos produtos e serviços, um dos princípios básicos é conhecer os desejos e necessidades dos possíveis usuários. Quando o assunto envolve demandas para pessoas com necessidades especiais, esse princípio é ainda mais importante e requer um esforço especializado. Neste trabalho, apresentar-se-á tecnologias assistivas desenvolvidas exclusivamente para pessoas com deficiência visual. Compreende-se que existe um conjunto de ferramentas assistivas que podem facilitar e proporcionar a acessibilidade de pessoas com deficiência visual em salas de cinema, bem como permitir sua transformação em uma atividade inclusiva, conforme discutida no capítulo anterior. Dessa forma, dedica-se este capítulo à apresentação e discussão de um série de tecnologias assistivas selecionadas por sua relação com as diferentes necessidades que envolvem o serviço de cinema.

Para melhor elencar as TA's apresentadas neste trabalho, elas foram divididas em diferentes grupos relacionados ao objetivo primordial de cada ferramenta: leitura e escrita, locomoção, acesso às mídias digitais, acessibilidade audiovisual e outros. Apesar do recorte estar no acesso ao cinema, compreende-se que é necessário uma série de recursos assistivos para garantir a inclusão de pessoas cegas a esse tipo de serviço. Acredita-se que o simples oferecimento de alguma ferramenta audiodescritiva, por exemplo, não seja suficiente para atingir o objetivo almejado. Considera-se, assim, que mesmo os equipamentos mais bem avaliados pelos usuários não podem sozinhos garantir autonomia e segurança aos usuários com deficiência

Para esse levantamento de Tecnologias Assistivas, não se dedicou a avaliar, junto aos usuários, a eficiência das ferramentas apresentadas. Portanto, não serão apresentadas quaisquer formas de avaliação e qualificação das mesmas. Neste capítulo, o objetivo é apresentar possibilidades de TA's que podem ser oferecidas às pessoas cegas no intuito de oferecê-las uma experiência de cinema equiparável à já utilizada por pessoas sem deficiência visual.

Leitura e escrita



### Braille

A linguagem braille consiste num conjunto de 63 sinais táteis compostos por combinações de seis pontos agrupados em duas filas verticais e justapostas de três pontos cada. Cada sinal precisa ter, no máximo, uma medida que não ultrapasse o corresponde ao tamanho aproximado da polpa do dedo. Para a leitura, o dedo precisa pressionar toda área de cada sinal de uma só vez, não havendo a necessidade de percorrer o espaço para cima ou para baixo. O princípio é que se percorra a linha escrita apenas na horizontal. A leitura pode se dar com ambas as mãos.

**Tradutor Braille online**

Existem alguns sites que disponibilizam ao usuário vidente a possibilidade de traduzir textos para a linguagem braille, e vice versa. Nesses sites, o usuário pode escrever ou carregar arquivos de texto (.txt), e solicitar a tradução para a linguagem pontilhada do braille. Essa tradução, no entanto, é realizada não através de células táteis, mas com o desenho dos pontos. Como se pode perceber, se trata de uma ferramenta mais indicada ao aprendizado dessa linguagem. Dois exemplos desse tipo de ferramenta estão disponíveis nos links:

<http://www.atractor.pt/tb/> (experimental) e

<http://www.brailletranslator.org/>

**Reglete**

É um aparelho que pode ser considerado uma adaptação, na escala da mão, do dispositivo desenvolvido por Louis Braille para facilitar a escrita em Braille. Consiste em uma espécie de régua perfurada, constituída por duas placas metálicas ou plásticas unidas por uma dobradiça, que abraça a folha de papel, para que com o auxílio de um instrumento que consiga marcar – furar o papel, criando assim um relevo que permitirá a leitura por meio da linguagem Braille. Os pontos são feitos em baixo relevo, o que obriga o usuário a escrever da direita para a esquerda, no sentido inverso à leitura. Verificado a dificuldade de aprendizado no uso dessa ferramenta, pesquisadores da UNESP desenvolveram uma reglete com uso diferente, a “Reglete Positiva”. Nela, o usuário escreve no mesmo sentido da leitura, o que, segundo os desenvolvedores do sistema, facilita o aprendizado em cerca de 60 por cento. O diferencial da nova ferramenta é que ao invés de usar uma punção pontiaguda que fura o papel em baixo relevo, se utiliza uma com uma entrada convexa que contorna o alto relevo da placa inferior (FAPESP, 2013).

**Máquina de escrever em Braille**

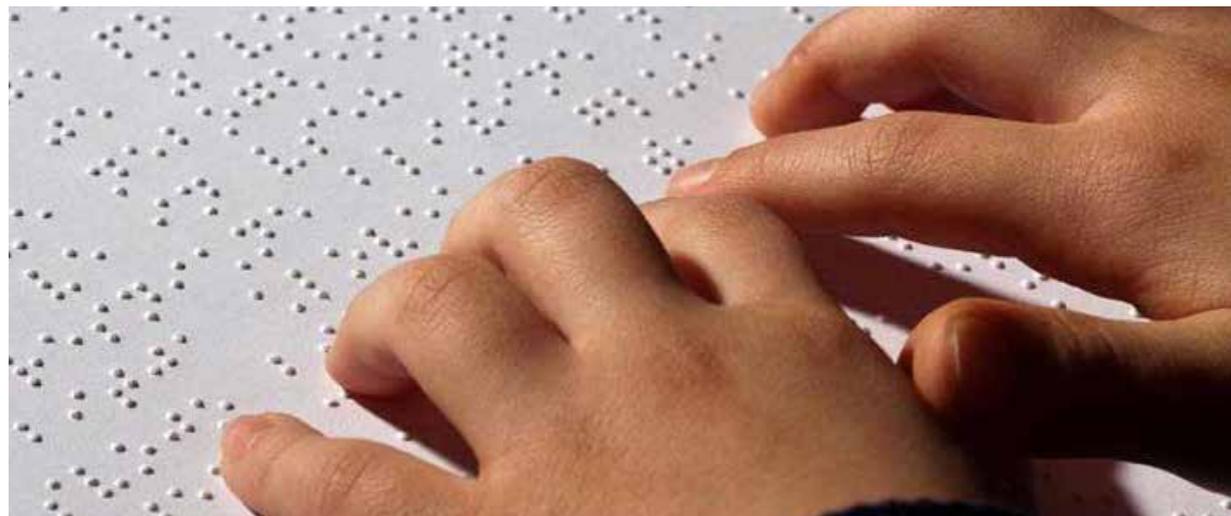
Convencionalmente, se utiliza a reglete para a escrita de textos sem braille. No entanto, existem outros equipamentos, de uso doméstico, que podem desempenhar com eficiência essa tarefa. Com o mesmo princípio de uma máquina de escrever convencional, na qual o usuário tecla letras, números e símbolos para escrever seus textos, a máquina de escrever em braille se utiliza dessa linguagem para facilitar o aprendizado e possibilitar, às pessoas com grave deficiência visual, a escrita de textos de forma mais prática. Estas máquinas dispõem de sete teclas, das quais cada uma correspondente a um ponto e um espaço. O papel que receberá a impressão é fixado e enrolado em rolo comum, que movimentase durante o teclar do botão de mudança de linha. As letras se fazem pelo toque de uma combinação de teclas simultaneamente, imprimindo, assim, os pontos em relevo. Para além das máquinas analógicas, já existem dispositivos digitais que são capazes de converter texto em voz, bem como transferir documentos e arquivos tradicionais para o aparelho por meio de sua conexão USB. Um exemplo é a máquina SMART Brailler®.

**Impressora Braille**

São equipamentos que prestam o mesmo serviço das impressoras comuns, e podem ser conectadas ao computador por meio das portas convencionais. O mercado já conta com grande variedade de impressoras com qualidades diversas, tais como tamanhos diferenciados, diversos tipos de impressão (só braille, braille e tinta, desenhos e impressão dos dois lados do papel - braille interponto).

**Braille Falado**

Sistema portátil de armazenamento e processamento de informação. O armazenamento de informação se dá por meio de um teclado em braille. A saída de informação, por sua vez, se dá por meio de sintetizador de voz. O dispositivo também conta com editor de texto, agenda, calendário, cronômetro e calculadora. É



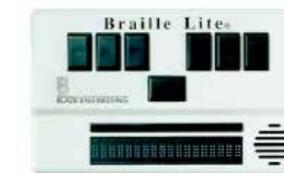
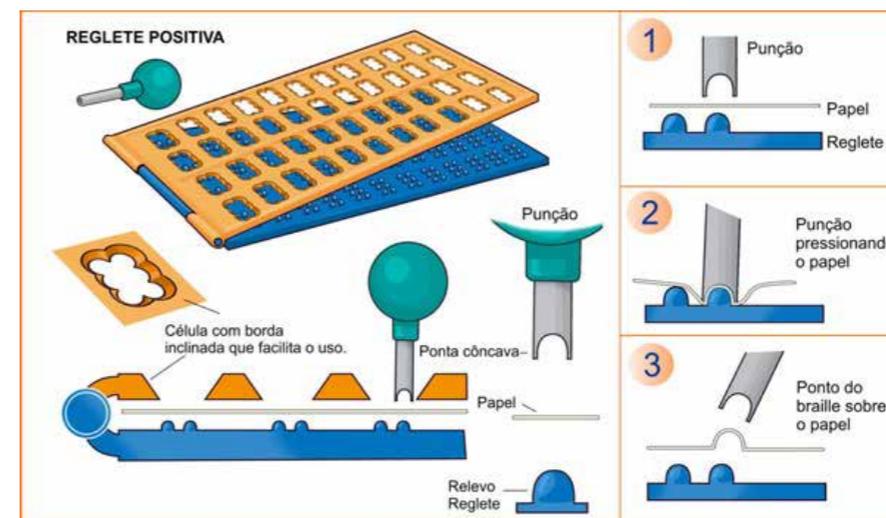
**Figuras 17 a 20**

Acima, leitura de texto em braille.  
(Fonte: <http://ccmainer.org>)

À esquerda, "Reglete Positiva", desenvolvida pela UNESP  
(Fonte: <http://g1.globo.com>)

Abaixo à esquerda, modelo de impressora braille para uso doméstico (Fonte: <http://capfcee.blogspot.com>)

Abaixo, exemplo de uso de uma reglete convencional  
(Fonte: <http://acegosjf.com.br>)



**Figuras 21 a 24**

Acima, esquema de composição da "Reglete Positiva".  
(Fonte: <http://escolaothardigital.blogspot.com.br>)

Acima, à direita, Aparelho Braille Lite  
(Fonte: <http://nanopac.com>)

Ao lado, aparelho Smart Brailler  
(Fonte: <http://dara.truelife.com/>)

Abaixo, aparelho Braille 'n Speak  
(Fonte: <http://everybody.si.edu>)



possível, também, enviar textos Por meio desse equipamento, é possível imprimir textos diretamente por uma impressora (SAPO *apud* SONZA, 2008).

#### **Braille Lite**

Tecnologia do início dos anos 2000, semelhante ao Palmtop. Funciona como um dispositivo com várias funções, tais como caderno, calendário e agenda. É capaz de armazenar os dados que nele são inseridos textualmente. Dispõe de teclas capazes de escrever textos em braille. Pode ser conectado a um computador, e assim, possibilitar a impressão de textos.

É grande a importância das ferramentas listadas para a garantia de inclusão de pessoas cegas no cinema. Apesar de não estarem ligadas diretamente ao contexto de assistir a um filme, a leitura e a escrita são atividades essenciais para o pleno acesso desse tipo de atividade. Pesquisa realizada para a elaboração desta Dissertação com frequentadores de cinemas em três capitais brasileiras, Florianópolis (Sul), São Paulo (Sudeste) e Fortaleza (Nordeste) revelou que 100% dos entrevistados se informa a respeito da programação de cinema por meio de mídias escritas, o que demonstra a eficácia dessa forma de comunicação.

Para além da informação de programação cinematográfica, a leitura também é importante dentro do espaço de cinema. Um dos momentos chave é a compra de ingressos. A pesquisa anteriormente mencionada contabilizou que 81% do público entrevistado dá preferência à compra de ingressos diretamente na bilheteria. Os ingressos no cinema, entretanto, não apresentam qualquer forma de acesso a pessoas cegas. Eles não têm qualquer identificação tátil para auxiliar esse público e garantir-lhes autonomia na utilização desse material.

O sistema de compras de ingresso online se revelou ainda não ter caído no gosto do público. Segundo a pesquisa, apenas 13% dos usuários preferem utilizar esse recurso. Considerando a existência das impressoras domésticas em braille, a compra via web poderia ser um auxílio na aquisição de ingressos

acessíveis. No entanto, verifica-se que os cinemas não oferecem plataformas acessíveis ao público cego. Outra barreira para a compra via rede é a cobrança de 10% sobre o valor do ingresso - taxa de serviço, que é vista por alguns entrevistados como abusiva.

#### **Locomoção**



#### **Piso tátil**

Conhecido como piso tátil, ou podotátil, constitui uma ferramenta de sinalização com grande importância para auxiliar na locomoção de pessoas com deficiência visual. Podem ser instalados tanto em áreas de passeio público fechadas, como escolas, empresas, shoppings etc, quanto em espaços abertos, como calçadas de ruas e avenidas. Consiste em um revestimento incorporado à superfície por onde se caminha. Sua função é indicar o caminho mais rápido, sem esforço e seguro por onde pode caminhar o usuário. Também, esta sinalização se encontra disponível em filme adesivo para instalação sobre superfícies já existentes.

No Brasil, a NBR 9050 (ABNT, 2004) recomenda o uso de dois tipos principais de piso texturizado, o alerta e o direcional. É importante que a instalação desses revestimentos atenda a algumas exigências para que possa, de fato, ser eficiente na transmissão de sua informação, como ter contraste de cor e de textura com o piso onde vai ser inserido.

O piso direcional é destinado a orientar o sentido de caminhada. Por padrão, consiste em revestimento com relevos lineares regularmente alinhados. No entanto, quando a superfície adjacente ao piso tátil for muito rugoso, deve-se optar por utilizar um revestimento liso, facilitando assim a identificação do contraste tátil. Já o piso alerta é utilizado para chamar a atenção do usuário para



**Figura 25**  
Modelo de bengala dobrável  
(Fonte: [http:// assistiva.mct.gov. br](http://assistiva.mct.gov.br))



**Figura 26**  
Pessoa caminha com auxílio de piso tátil  
(Fonte: <http://cilel.com.br>)

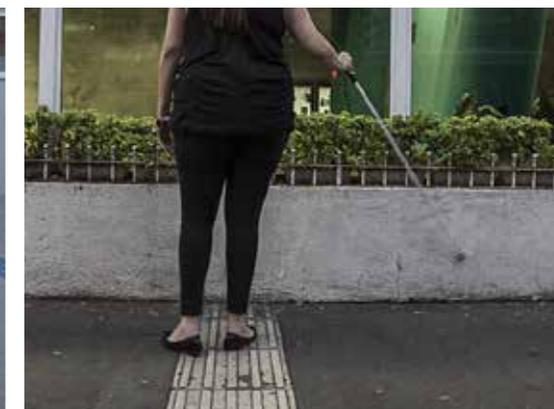
**Figura 27**  
Deficiente visual utiliza recurso de audioguia, aliado ao tato, na Pinacoteca de São Paulo  
(Fonte: [www.cidadedesaopaulo.com](http://www.cidadedesaopaulo.com))



**Figura 28**  
Acima, à esquerda, o piso tátil "conecta" as calçadas de duas residências vizinhas. Percebe-se, no entanto, que para um usuário cego essa conexão não acontece.  
(Fonte: [acessibilidadenapratica.com.br](http://acessibilidadenapratica.com.br))

**Figura 29**  
Acima, nota-se que não há contraste tátil entre piso e superfície. Além disso, há confusão quanto ao uso de piso guia e alerta. Toda a instalação foi feita por meio de piso alerta, ou seja, não há garantia de autonomia nem segurança ao usuário.  
(Fonte: [acessibilidadenapratica.com.br](http://acessibilidadenapratica.com.br))

**Figuras 30 e 31**  
Logo à esquerda, vê-se que há obstáculos por todo o caminho do piso tátil: árvores, quadro de distribuição de energia, caixa de inspeção, poste e uma estrutura de ferro atrapalham a locomoção de cegos. Abaixo dessa imagem, no ponto de ônibus, a TA está instalada de forma inapropriada.  
(Fonte: [acessibilidadenapratica.com.br](http://acessibilidadenapratica.com.br); [arquitetesuasideias. les.wordpress.com](http://arquitetesuasideias.les.wordpress.com))



**Figuras 32 e 33**  
Acima, à esquerda, o piso tátil, dentro de uma estação de trem, conduz a uma parede. Ao lado, a moça é direcionada a uma mureta.  
(Fonte: [blog.isocial.com.br](http://blog.isocial.com.br); [www.guiainclusivo.com.br](http://www.guiainclusivo.com.br))

algum obstáculo à frente, indicar o fim de uma calçada, delimitar a área de segurança (próximo ao vagão de trem, por exemplo), alguma mudança acentuada na direção do trajeto - em um ângulo inferior a 90°, no início e término de rampas e escadas fixas ou rolantes e junto a porta de elevadores e desníveis.

### **Bengala**

Pode-se dizer que a bengala é a ferramenta mais popular usada pelas pessoas com grave deficiência visual. Ela serve para permitir a percepção de elementos ao seu redor e evitar qualquer tipo de choque físico (corporal), além de auxiliar na descida e subida de níveis e escadas. De uso manual, a bengala é segurada por uma das mãos com sua ponta apontando para o chão.

### **Aviso sonoro**

Avisos sonoros são utilizados em ambientes onde há sinalização visual e condições de aplicação de um sistema de som, tais como aviões, ônibus, trens e metrô (aeroportos, estações e vagões), elevadores, semáforos de rua, shoppings centers etc. O aviso sonoro pode orientar e alertar sobre localização, informações de emergência, indicar ações, dentre outras funções.

### **Audioguias**

É um recurso sonoro que transmite, via fones auriculares, a descrição de ambientes e situações. Tem como objetivo ajudar seu usuário a percorrer um caminho. Trata-se de uma ferramenta que não foi desenvolvida com a finalidade de auxiliar pessoas com deficiência visual, mas para ser utilizada como recurso auxiliar em situações onde a visão é um sentido necessário. Se observa, por exemplo, o uso de audioguias em exposições de arte. Em 2014, no Museu da Imagem e do Som, em São Paulo, a exposição sobre o músico David Bowie utilizou-se dessa tecnologia para ilustrar (por meio de músicas) as diversas fases musicais que compuseram a vida do artista relacionado-as aos diferentes cenários apresentados.



Outro exemplo de audioguia está presente nos variados sistemas de orientação, tais como GPS, que indicam rotas a serem seguidas por seus usuários. Esta técnica não foi desenvolvida para dar autonomia a pessoas com grave deficiência visual. No entanto, é um recurso que se orientado para esse tipo de objetivo, se revela como importante instrumento de inclusão. Um bom exemplo é a utilização de audioguias na Pinacoteca de São Paulo. Nesse caso, além de orientar o caminho percorrido pelo usuário, também são descrevem obras visuais, ou materiais.

### **Busalert**

Consiste em um aplicativo para smartphones com o objetivo de avisar a aproximação de ônibus previamente informado, em funcionamento na cidade de São Carlos/SP. O usuário seleciona a linha de ônibus que está à esperar, e o aplicativo, a partir de informações de geolocalização, faz o rastreamento do veículo e alerta sobre a aproximação do transporte, por meio de sinal sonoro ou vibração. Com isso, a pessoa com deficiência visual tem mais autonomia para esperar o ônibus que deseja. O sistema, no entanto, depende de conexão com a internet.



A questão da locomoção de pessoas com deficiência visual é um dos grandes empecilhos que envolvem a inclusão desse público em eventos culturais. Mesmo que atividades sejam programadas com empenho e dedicação rumo à acessibilidade, a forma como o público faz o trajeto casa-evento, bem como o sentido inverso desse percurso precisa lhes oferecer segurança e autonomia.

Atividades exclusivas realizadas pelo grupo Lead, da Universidade Estadual do Ceará, tem dedicado esforços na garantia de transporte para os eventos que promove. No entanto, esta tarefa parece ter acostumado o público a um tipo de "mordomia" que mais acomoda do que estimula o acesso espontâneo de pessoas cegas em eventos culturais. A Professora Vera Lúcia Santiago, coordenadora do Lead, relata esse problema. Segundo ela, para se garantir

Figura 34.  
Acervo do Autor



**Célio**

17 de agosto, às 21h21min

*“E hoje, mais uma daquelas coisas que você sente ódio e impotente ao mesmo tempo. Peguei o ônibus da linha Grande Circular I, às 20h37, no terminal do Siqueira. No meio do caminho, como faço habitualmente, pedi ao motorista que parasse na parada mais próxima ao sinal do bairro São Cristóvão. O motorista, de forma mal educada, não respondeu. Passado algum tempo, repeti o pedido e, mais uma vez, não houve resposta. Isso aconteceu por mais três vezes até que na última, já com medo de passar da parada, uma moça que estava do outro lado disse que estava chegando perto, e que me avisaria quando chegasse no ponto. Quando faltava uma parada, ela me avisou e eu dei sinal, como qualquer passageiro. Eis que, para minha surpresa, o motorista não parou o ônibus. Na mesma hora as pessoas começaram a gritar e ele parou alguns metros adiante, no meio da pista, só porque o sinal havia fechado. Quando ia descendo, pensando que as emoções haviam terminado, a mesma mulher que me informou da parada, gritou desesperada que eu não descesse, pois vinha um carro. Quando o automóvel passou, desci e fiquei completamente desorientado, porque estava bem no meio da pista, sem saber para onde ir. Para minha sorte minha sogra, que havia ido me buscar no ponto, viu tudo e veio correndo ao meu encontro e me retirou do meio da via. O número do ônibus era 35825, da empresa Vega.”*

o sucesso de atividades inclusivas é necessária a formação de plateia. De fato, quando o acesso a atividades acessíveis não se é facilitado por meio das condições padrões de transporte, o trabalho de disseminação e de formação desse público se torna uma tarefa cada vez mais distante da realidade.

Quando se fala em condições padrões, refere-se ao que se espera de níveis mínimos de garantia de acessibilidade a pessoas com deficiência. Fala-se em calçadas padronizadas, com o menor número de obstáculos possíveis para o caminhar de pessoas cegas, com sinalização tátil e sonora em determinadas situações, como semáforos; fala-se em transporte público com recursos acessíveis, com indicação de pontos de paradas; fala-se em treinamento para acessibilidade voltados a profissionais que lidam com esse tipo de serviço. Capacitação profissional essa que precisa é um aspecto fundamental e precisa ser oferecida. A seguir, um breve relato, postado em uma rede social, de uma situação que não é incomum no transporte público brasileiro. O ocorrido deu-se em agosto de 2015, na cidade de Fortaleza, Ceará.

O autor do relato ao lado, Célio, é cego desde o nascimento. Ele é jornalista, casado, vive com a esposa, que também é deficiente visual. O jovem trabalha em um instituto cultural. Em entrevista para este trabalho de Mestrado, ele afirma que não costuma frequentar eventos e atividades fora do seu trabalho. Segundo ele, um dos motivos mais relevantes é justamente a dificuldade enfrentada no deslocamento via transporte público. Quando é um lugar habitual, já conhecido, é possível autonomia. Caso contrário, se torna uma missão quase impossível.

Durante o processo de desenvolvimento deste trabalho, conversou-se com pessoas com deficiência visual. Dentre as quais, os cegos relataram não confiar em identificação de piso tátil. Eles sabem utilizar esse tipo de sinalização, e respeitam a importância da ferramenta. Entretanto, consideram que, muitas vezes, a instalação desse recurso não segue a normatização proposta, o que reduz a segurança dos usuários. Falta de contraste entre piso tátil e superfície base, confusão entre piso guia e alerta, interrupção do caminho com obstáculos, caminhos que levam a destinos perigosos, entre

outros, são facilmente percebidos no dia a dia de todos, principalmente daqueles que necessitam desse tipo de TA.



## Mídias Digitais

---

### Áudio em celulares e Aparelhos para esse público

Hoje em dia é cada vez mais difícil encontrar aparelhos de telefonia móveis com teclas. Os smartphones atuais são aparelhos que não apresentam tecla alguma, salvo os botões que controlam o volume, liga e desliga, e que bloqueia e desbloqueia a tela.

Até pouco tempo, os aparelhos tinham um teclado alfa-numérico, além de outras direcionais e de seleção de menus. Eram aparelhos que facilitavam o uso tátil do serviço básico telefônico: fazer e receber chamadas. Com o avanço da tecnologia, os aparelhos telefônicos acumularam cada vez mais funções, de forma que as chamadas telefônicas passaram a ser operações deixadas a segundo plano. Mensagens, jogos, navegadores de internet, players de músicas e vídeos, a possibilidade de fazer fotografias e vídeos, tem se tornado, a cada dia, os maiores atrativos de quem utiliza um smartphone.

Não é difícil perceber que o avanço da tecnologia touchscreen se coloca como uma ameaça à acessibilidade de pessoas com deficiência visual, haja vista a exclusão de toda a linguagem tátil de sua usabilidade. Em entrevista semiestruturada realizada em outubro, na cidade de Fortaleza, para essa pesquisa, CV, estudante e jornalista com cegueira total, lamenta o pequeno leque de opções de aparelhos com botões no mercado e festeja ainda dispor de um que conta com teclas que lhe ajudam nas funções diárias. LD, professora

com cegueira total, ao contrário, se utiliza de um smartphone com tecnologia touchscreen e diz-se satisfeita com o uso.

O que permite, hoje, que pessoas com deficiência visual se utilizem de dispositivos como smartphones com tecnologia touchscreen são aplicativos com leitura de tela. Tais aplicativos conduzem, via faixa de áudio, o usuário pela sua interface, indicando funções e ferramentas necessárias para a efetivação do consumo ou produção de informação. Esses aplicativos são disponibilizados via internet, muitos gratuitos, para sistemas operacionais iOS (da Apple) e Android.

Existem aparelhos com outros tipo de linguagem própria para pessoas com deficiência visual, tais como o da empresa britânica OwnFone ([www.ownfone.com](http://www.ownfone.com)), que apresenta teclas em braille. No entanto, esse tipo de aparelho apresenta uso tão exclusivo que exclui o usuário com deficiência visual da interação com outros recursos que os smartphones oferecem a seus usuários, o caso de aplicativos como Whatscine e MovieReadin, que ver-se-á à frente.

### Audifotos

Lançado com o apoio do Instituto Dorina Nowill, em São Paulo, o Audifoto consiste em um aplicativo capaz de orientar pessoas com deficiência visual em espaços de exposições, museus e em lugares onde a visão seja sentido fundamental na aquisição de informação e de interação. Disponível para *download* desde 17 de setembro de 2015, o *software* é gratuito e pode ser instalado em sistemas iOS e Android.

O sistema funciona da seguinte forma: previamente, após realizado o contato entre lugar de exposição e Instituto Dorina Nowill, profissionais qualificados tomam conhecimento do lugar e de todo o material em exposição. Em seguida, realizam a descrição daquele conteúdo, que, por sua vez, é gravado via faixa sonora. Nos espaços

de exposição, sensores distribuídos em posições estratégicas, interação com os dispositivos móveis (celulares, tablets) dos usuários, permitindo, assim, maior autonomia dos visitantes com severa deficiência visual. O aplicativo oferece, ainda, a possibilidade de avaliação e validação de material oferecido e recursos de vídeos em LIBRAS (Linguagem Brasileira de Sinais) para pessoas com deficiência auditiva.

#### **Blind-Droid-Wallet e LookTel Money Reader**

São aplicativos que oferecem ao usuário cego a possibilidade de reconhecer cédulas de dinheiro. Ambos funcional na mesma lógica: o usuário aponta a lente da câmera para a cédula, e o aplicativo a reconhece e informa, via banda sonora, o seu valor. Não é necessária a visualização da cédula inteira, um pedaço dela já é suficiente para realizar o procedimento de identificação. Uma grande vantagem desses dispositivos é que eles funcionam de maneira offline, ou seja, não necessitam de conexão com a internet. A diferença entre os dois recursos está na plataforma que os suporta e na forma de aquisição. O primeiro é utilizado em aparelhos com sistema iOS e é pago, o outro é instalável em Android, e é gratuito. Neste, por padrão, só é possível reconhecer notas de dólar e euro. No entanto, pode-se instalar um pacote de dados chamado "Blind-Droid-BRL", que permite a leitura das cédulas de real.

#### **Dosvox**

Trata-se de um sistema operacional para uso em computador que vem sendo desenvolvido desde 1993 pelo NCE - Núcleo de Computação Eletrônica da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro). Permite ao usuário com grave deficiência visual ter acesso de operação a uma diversidade de *softwares* instalados no seu PC, por meio de sintetizador de voz e comandos via teclado convencional (QWERT). O sistema é todo em português, o que facilita a compreensão e utilização do dispositivo. Para instalação é



necessário que o computador disponha do sistema Windows.

O sistema, no entanto, ainda demonstra limitações, como o acesso restrito à Internet, pelo fato de muitas páginas apresentarem figuras não etiquetadas, gráficos, tabelas e frames. Contudo, o sistema passa por constantes aperfeiçoamentos e deverá ter esse problema contornado (SONZA, 2008).

Por tratar-se de um sistema operacional, o Dosvox conta com uma série de *softwares* que acompanham a versão inicial, dentre eles estão agenda, editores de textos, calculadora, jogos, correio eletrônico, gerenciador de impressoras, editor de páginas HTML, reproduzidor de músicas e áudio, editor de apresentações, navegador de internet, entre outros.

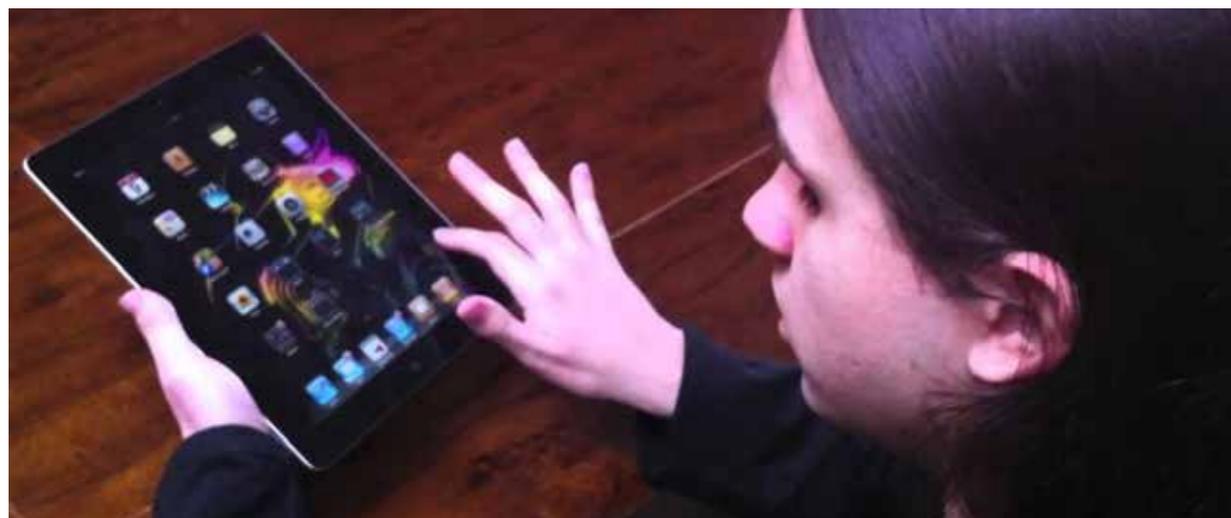
#### **Linvox**

Com o mesmo princípio do Dosvox, o Linvox é um sistema operacional que permite a instalação em Linux, que é uma plataforma livre e gratuita. Na verdade, se trata de uma adaptação daquele sistema operacional, que é pago (o Windows), para outro de acesso gratuito.

#### **Leitores de tela**

São *softwares* que interagem com o Sistema Operacional, e transmitem, via faixa sonora, as informações emitidas pelo computador. Por meio do som, os leitores de tela leem para o usuário as todas as informações necessárias para a operação da máquina, sejam elas botões, textos, arquivos. Contudo, é necessário que os elementos presentes na tela tenham sido, anteriormente, codificados em uma linguagem que permita a leitura via esse tipo de sistema, tal como o código de padrão internacional Daisy – Digital Accessible Information System. No Brasil, os leitores mais populares são o Virtual Vision e o Jaws (SONZA, 2008).





**Figura 35**  
Acima, usuário cego utiliza tecnologia de áudio paramanusear iPad.  
(Fonte: Canal Ponto de Vista/Youtube)



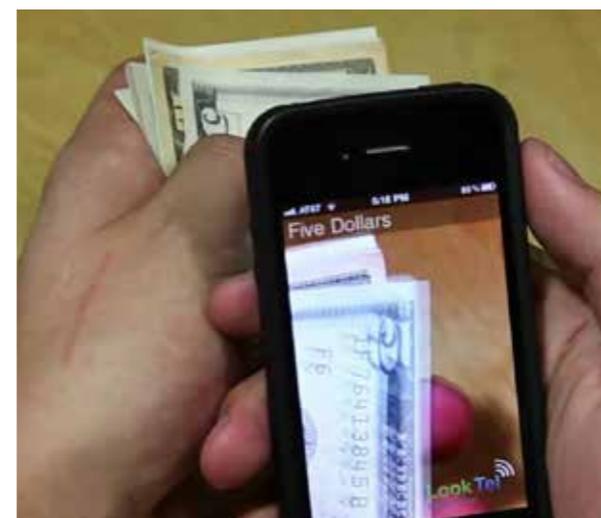
**Figura 36**  
Ao lado, aparelho Ownphone com teclado em braille.  
(Fonte: <http://macularhope.org>)



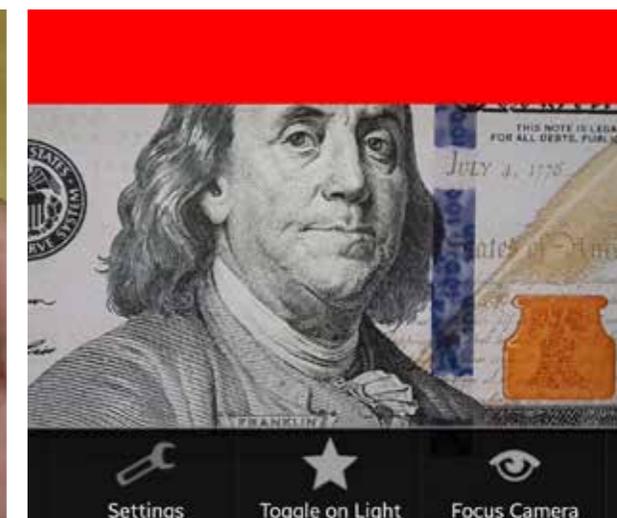
**Figura 37 e 38**  
Ao lado, telas do aplicativo Audifotos  
(Fonte: <http://blogdaaudiodescrição.com.br>)



**Figura 39**  
Criança utiliza leitor de telas  
(Fonte: [www.blogdafloresta.com.br](http://www.blogdafloresta.com.br))



**Figura 40**  
Abaixo o aplicativo Blind Wallet  
(Fonte: Google Play)



**Figura 41**  
Acima, à esquerda, o aplicativo LookTel  
(Fonte: [techtudo.com.br](http://techtudo.com.br))



**Figura 42**  
Usuário utiliza leitor Virtual Vision  
(Fonte: <http://lefabiane.tripod.com>)

Hoje, não é novidade a importância que a Internet, a Web e as mídias digitais tem sobre a vida cotidiana. A Internet tem se transformado no meio de comunicação de massa com maior potencial de democratização de informação, conhecimento, educação, cultura etc.

O ambiente web tem se tornado zona de confluência de conteúdos desenvolvidos por grandes conglomerados de comunicação, produção de conhecimento por centros de ensino e pesquisa, e ao mesmo tempo possibilita a livre expressão individual. Neste ambiente virtual de amplitude ilimitada, pode ser encontrado desde propagandas a artigos científicos. É um lugar que não possui materialidade ou endereço físico. Capaz de ser acessado de todo e qualquer ponto onde se obtenha sinal, está presente no cotidiano, por meio de gadgets tecnológicos que, em poucos toques, conectam pessoas separadas, geograficamente, por oceanos e continentes. Pierre Lévy (1999) batizou esse fenômeno como “cibercultura”, designando assim todos os aspectos culturais originados da comunicação mediada pelas tecnologias da informação.

Para ter acesso a tais gadgets, no entanto, as pessoas com deficiência visual necessitam das mais diversas TA's, tais como as relacionadas anteriormente. Tais equipamentos possibilitam que essas pessoas não só tenham acesso ao que é produzido por outros indivíduos, como também os da condição de serem agentes protagonistas na produção e divulgação de conhecimentos.

A possibilidade de consumir e criar conteúdos via web está inserida no conceito que Tim O'Reilly define como “Web 2.0” - uma nova geração de tecnologias na Internet, caracterizada por um novo tipo de usuário. Estes estão conectados em rede e colaboram com a produção de conteúdo. “Web 2.0” significa interação, seja por meio de grupos, blogs, redes sociais, ambientes virtuais, sites de compartilhamento de conteúdo, páginas de buscas, compras etc



(O'REILLY *apud* MARIM; RIBEIRO *in* LAS CASAS, 2010).

Essa realidade de conexão, interatividade e produção colaborativa também faz parte da “Cultura da Convergência” (JENKINS, 2008). A convergência está no fato de que tais meios nunca são extintos ou substituídos, mas fundidos e incorporados através de novas tecnologias e mídias, resultando, então, em “novos meios”. Dentre as principais características dessa nova realidade, portanto, se encontram a convergência de meios, a cultura participativa, a inteligência e produção coletiva, bem como a nova forma de circulação de informações e a relação entre emissor e receptor.

“A convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. [...] Empresas midiáticas estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo midiático pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores” (Ibid., p. 24).

O exemplo apresentado no tópico anterior, postado por meio da rede social Facebook, que relata o mal serviço prestado por um motorista de ônibus a um cego, só se tornou possível graças à utilização de TA's voltadas à acessibilidade digital.

Apesar da existência de tais tecnologias assistivas, ainda falta um caminho longo a percorrer para garantir uma web plenamente acessível a pessoas com deficiência visual. Mesmo com o desenvolvimento de tecnologias eficazes rumo à acessibilidade, é necessário que os sites atendam a uma série de requisitos que permitam a leitura via TA de acesso. No entanto, ainda falta conhecimento sobre o tema àqueles que desenvolvem conteúdos digitais via web. A página do Facebook,



9. Deputada Federal pelo Estado de São Paulo, filiada ao partido PSDB. A parlamentar é destaque na Câmara Federal pelo seu papel de luta e defesa dos direitos das pessoas com deficiência. Antes de iniciar sua trajetória política, em 1994, Mara sofreu um grave acidente de carro que o deixou tetraplégica.

10. Senador pelo Estado do Rio de Janeiro, filiado ao PSB. Romário foi jogador de futebol, campeão mundial em 1994 (CBF) e destaque dos times do Barcelona (Espanha), do PSV (Holanda), e dos rivais Flamengo, Vasco e Fluminense. Romário foi Deputado Federal pelo mesmo estado, e hoje, é recém-eleito Senador da República. Na sua atuação política encontra-se, além do futebol, a inclusão de pessoas com deficiência. Romário tem uma filha com síndrome de Down.

como vê-se, permite o acesso por meio daquele tipo de ferramenta, no entanto, ainda precisa de ajustes.

Em encontro realizado pela deputada Mara Gabrilli<sup>9</sup>, durante o período eleitoral de 2014, buscou-se debater questões voltadas ao interesse de pessoas com deficiência visual. Boa parte dos presentes faziam parte desse público. A deputada, que tem papel de destaque no debate sobre acesso de pessoas com deficiência e se utiliza com muita frequência de seu perfil no Facebook para divulgar notícias sobre a temática que articula na Câmara dos Deputados Federais, encarou um depoimento inesperado. Um dos participantes do evento, cego, questionou sobre o modo pelo qual poderia ter acesso aos dados por ela divulgados, ao que Gabrilli, o aconselhou a encontrá-la na plataforma digital. O interlocutor, por sua vez, disse que não conseguia fazer isso pois não podia identificá-la em rede, já que a identificação no perfil se dá por meio de um avatar visual.

Argumentação semelhante foi feita pela mesma pessoa, aqui apresentada, que relatou o incidente no ônibus. O jovem jornalista questionou o real interesse das pessoas que pesquisam sobre acessibilidade. Segundo ele, é contraditório que essas pessoas se digam defensoras e entusiastas da acessibilidade e não deem o exemplo de tornar acessíveis as postagens que fazem nas redes sociais digitais. Mara Gabrilli descreve todas as imagens que ela mesma posta em seu perfil. Assim como ela, o Senador Romário Farias<sup>10</sup>, que também é referência na temática da acessibilidade e da defesa dos direitos das pessoas com deficiência, também publica imagens com descrição. O senador fluminense, no entanto, usa o termo #PraCegoVer (lê-se hashtag pra cego ver) para identificar a presença da tradução intersemiótica.

Dentro do escopo de pesquisa, a acessibilidade a conteúdos divulgados por meio de mídias digitais é de fundamental importância na garantia de acesso e inclusão de pessoas com deficiência visual ao serviço e mercado de cinema. Entrevista realizada para o desenvolvimento dessa pesquisa, com usuários de cinema, em três capitais brasileiras, revelou a força que a web exerce sobre o serviço cinematográfico. A internet foi citada como a principal mídia para

se assistir a filmes. Questionados sobre a forma pela qual os entrevistados preferem assistir a filmes quando não estão no cinema, houve 15 citações à TV fechada contra 23 à internet (figura 43). No ranqueamento dos dados, 9 pessoas classificaram a internet em primeiro lugar. Quando a questão é a forma pela qual os entrevistados se informavam sobre a programação de cinema, a web revela toda sua força: 21 das 22 pessoas entrevistadas apontaram a internet como mídia referência para este tipo de consulta.

Preferência ao assistir a filmes fora do cinema

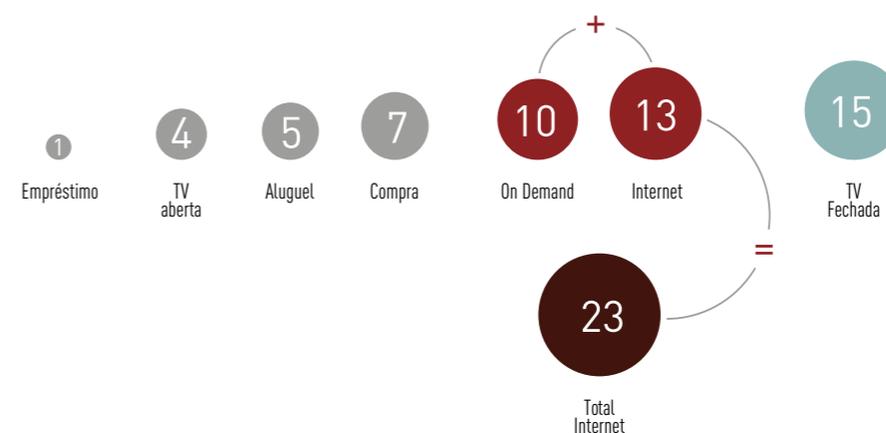


Figura 43. Criada pelo autor, a partir de pesquisa

Durante a entrevista, realizada por meio de questionário (Anexo A), foi estabelecida uma série de opções pelas quais se pode assistir filmes. Dentre elas, Internet e Canais Online *On Demand* (Telecineplay, HBOGO, Net ix, outros). Considera-se, entretanto, os canais *On Demand* inseridos no grupo Internet.



## Cinema e Audiovisual

---

### Audiodescrição

Trata-se de uma modalidade de tradução intersemiótica (JAKOBSON, 1995) que objetiva a apresentação, via faixa sonora, de signos visuais em qualquer apresentação que use a visão como forma de aquisição de informação. Esse processo permite a percepção do que é apresentado através de estímulos audiovisuais.

### Whatscine

Criado pela Universidad Carlos III de Madrid, o *Whatscine* – WC é um aplicativo destinado a tablets e smartphones capaz de transmitir descrição, via áudio, de conteúdos audiovisuais, além de legendagem via texto, para pessoas com deficiência auditiva. O aplicativo é uma ferramenta que busca viabilizar a participação de pessoas com grave deficiência visual em sessões de cinema convencionais, tornando a prática inclusiva, na medida em que não há prejuízo na experiência de qualquer dos usuários, seja deficiente visual ou não.

O aplicativo está disponível gratuitamente nas lojas virtuais da Google - para sistemas Android - e da Apple - para sistemas iOS. Dessa forma, o usuário precisa instalar o aplicativo em seu dispositivo digital e levá-lo junto aos fones de ouvido, à sala de cinema. Neste local, os exibidores precisam disponibilizar a transmissão da audiodescrição (e/ou legendagem) por meio da rede wifi das salas de projeção digital.

Percebe-se, assim, que a disponibilização do sistema que viabiliza o *Whatscine* não requer grandes mudanças e investimentos por parte dos exibidores de cinema. Ao lado, um esquema que ilustra a

utilização do sistema.

Para além da acessibilidade, no entanto, os desenvolvedores do *Whatscine* acreditam que essa solução transformar-se-á na mais nova forma de entretenimento interativo nas salas de cinema digital.

### MovieReading

Com o mesmo princípio do *Whatscine*, esse aplicativo, também está disponível para sistemas iOS e Android. Foi desenvolvido na Itália e oferece audiodescrição para pessoas com deficiência visual e legendagem para aqueles com deficiência auditiva severa. Uma diferença que existe na experiência com o *MovieReading* – MR, em relação ao *Whatscine*, é que ele não depende de recursos oferecidos pelos exibidores de conteúdo audiovisual no local de projeção. Quem é responsável por acessar o conteúdo de audiodescrição ou legendagem é o próprio usuário do sistema. Por exemplo, caso o usuário tenha o interesse de assistir algum filme em uma sala de cinema com o auxílio do aplicativo, ele precisa, de antemão, fazer o *download* do conteúdo antes de adentrar a sala de cinema. Na sala de exibição, o aplicativo faz a leitura de som e sincroniza o áudio e as legendas com o som que está sendo exibido na sala.

Como exemplo dessa aplicação, durante a Mostra Internacional de Cinema, em outubro de 2014, na cidade de São Paulo, os usuários puderam experimentar o aplicativo para acompanhar o filme “A Despedida”, exibido nos cinemas do Espaço Itaú de Cinema e Cinecaixa Belas Artes. Beneficiado com a iniciativa, Paulo Romeu, que é deficiente visual e também está à frente do “Blog da Audiodescrição”, relata em sua página na internet a experiência que teve com o aplicativo (ver capítulo 8 – sessão Indução de Relatos).



Figura 44 - Exemplo de sessão com audiodescrição. (Fonte: <http://deficienteciente.com.br>)

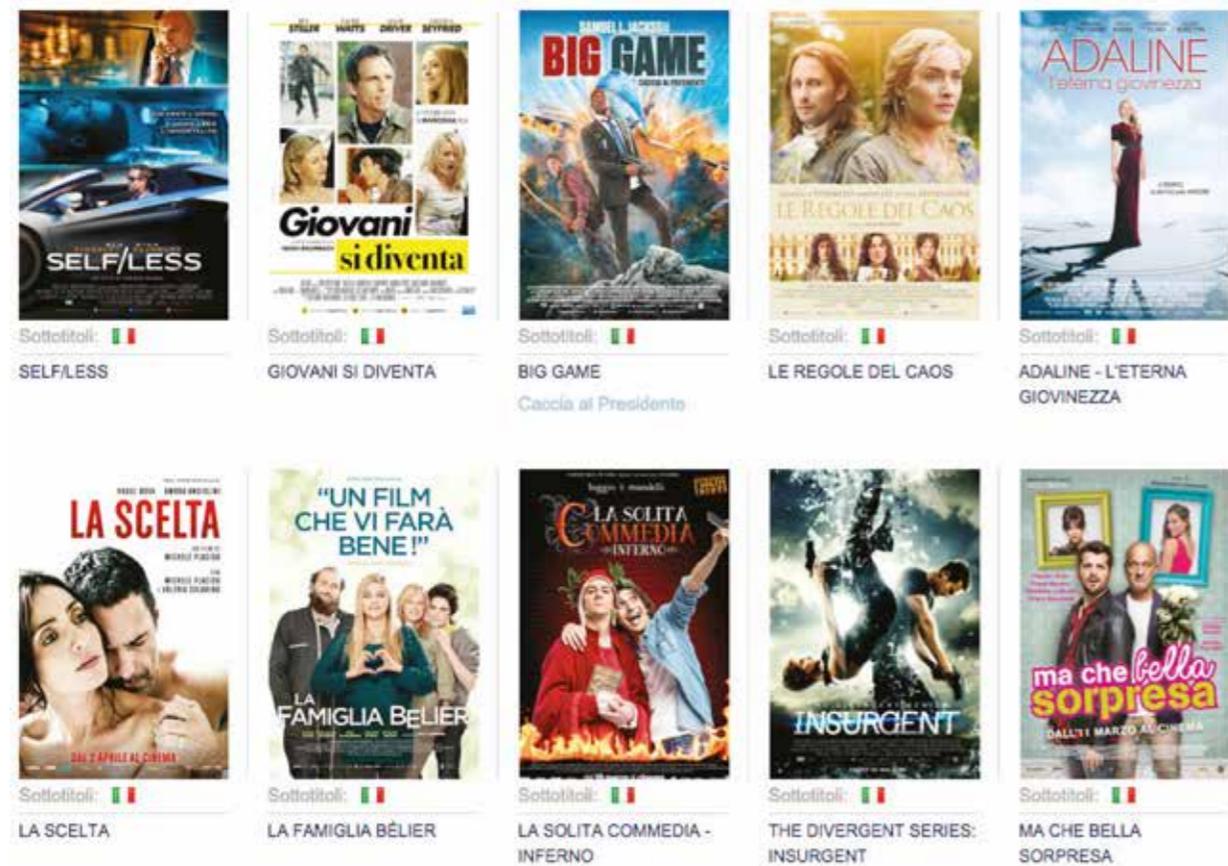


Figura 45 - Catálogo de lmes (alguns) oferecidos com recurso de audiodescrição (em língua italiana) pelo site do aplicativo MovieReading. (Fonte: [moviereading.com/it/catalog/](http://moviereading.com/it/catalog/))

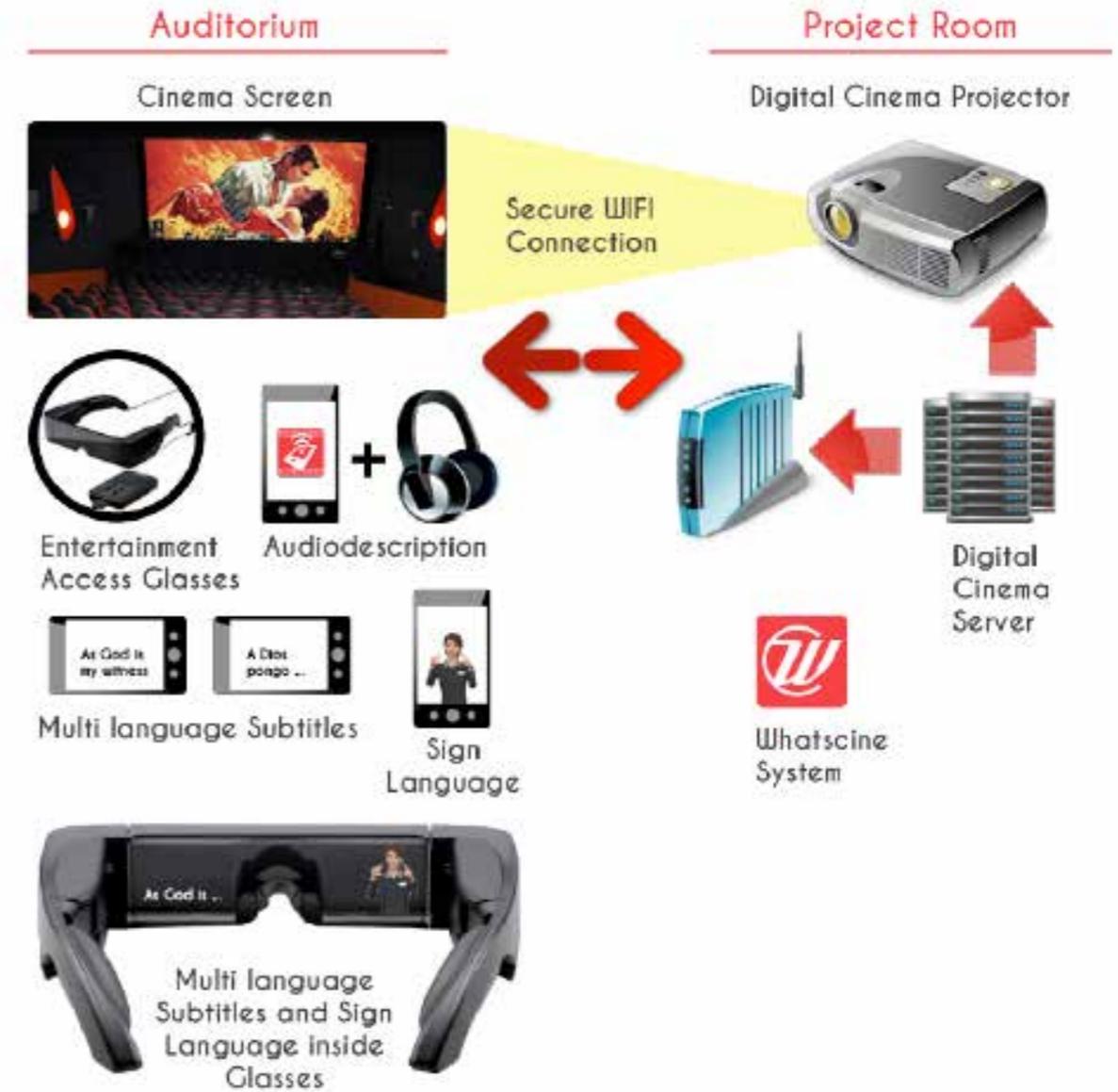


Figura 46 - Esquema de instalação e utilização da ferramenta (Fonte: <http://whatscine.es>)

A técnica de audiodescrição já vem sendo utilizada há um bom tempo. O Brasil teve sua primeira exibição pública em 2003, durante o festival temático “Assim Vivemos: Festival Internacional de Filmes sobre Deficiência”. “Irmãos de Fé” (2005), “Ensaio sobre a Cegueira” (2008), “Chico Xavier” (2010) e “Nosso Lar” (2010) foram os primeiros filmes distribuídos comercialmente no país com tal recurso (FRANCO; CARVALHO, 2010). Já se vão mais de dez anos, tempo suficiente para melhorias na técnica, avanços na produção, ampliação de material disponível e formação profissionais e de plateia.

O recurso, ainda assim, é desconhecido por grande parte da população e mesmo por pessoas que trabalham diretamente com cinema. Em entrevista com um exibidor da cidade de Florianópolis/SC, o profissional demonstrou surpresa e curiosidade quando conversou-se sobre acessibilidade de pessoas cegas em cinema.

No próximo capítulo, ver-se-á como a legislação brasileira tem tentado regular a transmissão de materiais audiovisuais acessíveis por meio dos canais de TV aberta, bem como as ações da Agência Nacional de Cinema - Ancine em prol da inclusão de pessoas com deficiência visual.

Em relação a mercado, ainda são poucas as oportunidades de acesso a filmes no cinema oferecidas às pessoas cegas. Em 2014, no shopping Frei Caneca, em São Paulo/SP, foi exibido, por meio da utilização da TA Whatscine, o filme “Praia do Futuro”, em sessão inclusiva, tal como apresentado anteriormente.

Mais recentemente, em agosto de 2015, foi lançado no Cine Sesc de São Paulo, por meio de sessão inclusiva, o filme brasileiro “Periscópio”, com tradução em audiodescrição para cegos e em LIBRAS (Linguagem Brasileira dos Sinais) para pessoas surdas. O lançamento do filme se deu no dia 27 daquele mês, e a exibição com o apoio dos recursos inclusivos esteve disponível nos dias 1 e 2 de setembro em quatro horários diferentes.

Outra iniciativa importante se deu no Rio de Janeiro/RJ. Por meio de edital de cultura, a Rio Filmes ofereceu financiamento para espaços de cinema que



desejassem adaptar sua estrutura ao acesso de pessoas com deficiência visual. Estimou-se o patrocínio de até dez empresas. No entanto, apenas quatro foram beneficiadas. Infelizmente, até agosto de 2015, nenhuma das salas estavam oferecendo qualquer filme com a utilização de tecnologias assistivas. Segundo os responsáveis pelos espaços beneficiados, a ausência de programação acessível se dá pela falta de produção e distribuição de filmes com esses recursos. No que se refere aos equipamentos, todos os cinemas contemplados se equiparam com os instrumentos necessários ao uso do *Whatscine*.

Fora do circuito de cinema, mas dentro do contexto audiovisual e com grande importância mercadológica, encontra-se a iniciativa da Netflix – importante veículo de transmissão de vídeos *On Demand*. A empresa passou a transmitir, em abril de 2015, parte de seu conteúdo com a utilização do recurso da audiodescrição. No Brasil, a estreia veio com algo bem apropriado, com a exibição da série da Marvel, o “Demolidor (*Daredevil*)”, que conta a história de Matt Murdock, um súper-herói cego. A exibição, contudo, ainda só é disponibilizada por meio da língua inglesa, uma barreira aos usuários brasileiros é verdade, no entanto se acredita como um recurso potencial.

Como pode-se perceber, os dois aplicativos que se tem como principais recursos de acessibilidade em cinemas no Brasil são de origem estrangeira. Apesar do nome em inglês, *Whatscine* é espanhol, e *MovieReading* é italiano. Os aplicativos chegaram ao país por meio da intervenção de duas instituições que tem a acessibilidade como missão: Mais Diferenças e Iguale. Cada uma é responsável pela divulgação e promoção de um dos aplicativos. A primeira está com o *Whatscine*, e a segunda fica a cargo do *MovieReading*.

Para o desenvolvimento deste trabalho, houve a oportunidade de conversar sobre o tema com os dois coordenadores das instituições citadas, Maurício Santana, da Iguale; e Luís Mauch, da Mais Diferenças.

Como se pode perceber, os dois aplicativos têm o mesmo objetivo: tornar acessível a linguagem audiovisual para pessoas com deficiência e limitação sensorial. No entanto, os *softwares* apresentam diferentes métodos de ação

e necessidades. Com o MR, cabe ao usuário provir-se de um arquivo com audiodescrição ou legendagem, a partir de um banco de dados oferecido pelo sistema que comporta o serviço. No WC, entretanto, cabe ao exibidor oferecer o conteúdo acessível por meio de transmissão de dados por um sistema wifi. Ambos os aplicativos funcionam por reconhecimento de áudio, o que permite a sincronização entre áudio original e locução de descrição, no caso do acesso a pessoas cegas. De acordo com Maurício Santana, o MR conta com um recurso de reconhecimento semelhante ao aplicativo Shazam, que ao ser acionado identifica músicas que são transmitidas no ambiente e apresenta título da canção, autor, álbum onde foi lançada, etc. Dessa forma, é possível notar que o aplicativo parece ser ideal para uso doméstico, por meio da TV ou mesmo de mídias digitais. Ora, se o *software* necessita primordialmente da ação do usuário, e sua utilização se dá por meio de um banco de dados, qualquer programação que se apresente via audiovisual, e em qualquer lugar, é passível da utilização do recurso.

Para a utilização no cinema, no entanto, o WC parece ser mais adequado, haja vista que, nesses espaços, o usuário está em busca de comodidade, e não convém aos espaços de projeção exigirem do usuário que precisem, eles mesmos, adquirir o material de descrição para acesso às sessões. Ora, quando vai-se ao cinema e assiste-se a algum filme em língua estrangeira, o próprio sistema oferece a legenda na tela, ou a dublagem no áudio. Faz mais sentido, portanto, a disponibilização de um serviço que garanta comodidade ao usuário/cliente.

Para além da utilização do WC por usuários cegos, o sistema também pode oferecer um formato diferenciado de relacionamento entre exibidores e espectadores. Luis Mauch defende a ideia de que o aplicativo é capaz de interagir, para diferentes objetivos, com a plateia. Imagin-se, por exemplo, que durante os trailers que são exibidos antes do filme principal, uma mensagem seja enviada aos espectadores, via Whatscine, perguntando se eles gostaram do trailer e se virão assistir à estreia ou se comparecerão ao cinema na próxima semana. Promoções também podem ser ofertadas. Tudo isso é possível pois a transmissão de conteúdos via WC é tarefa do espaço de

exibição, podendo, por exemplo, ser editada, diferente do modelo pelo qual o material é disponibilizado por meio do MR.

Entendendo-se, assim, o cinema como um produto de mercado, e imaginando os possíveis benefícios mercadológicos que o Whatscine pode oferecer, sobretudo no que se refere ao relacionamento entre serviço e usuário, não é difícil compreender sua utilização como um recurso que pode ir além do objetivo de uma TA.

---

**Outros**

#### **Tradutor Braille**

Existem alguns equipamentos, ainda conceituais, que pretendem oferecer aos usuários com deficiência visual a tradução de textos impressos em braille (em relevo). Tais aparelhos são dispositivos do tamanho da mão que ao percorrerem superfícies com aquele tipo de linguagem, fazem a leitura em faixa de áudio para o operador. Utiliza-se o verbo “pretender” porque esses equipamentos ainda não se encontram no mercado à venda, sendo considerados, portanto, projetos conceituais.

Seguem exemplos de dois modelos experimentais, que se utilizam de câmeras de vídeo que fazem a leitura de textos em braille diretamente por dispositivos sonoros anexados ao próprio aparelho (Snail) ou encaixados ao ouvido (Braille Interpreter).

#### **Leitor de livros**

Ainda em fase de testes, o FingerReader, do Fluid Interfaces Group, do MIT - Instituto de Tecnologia de Massachusetts promete ser um equipamento que permitirá a leitura de textos impressos em qualquer espécie de mídia impressa em escala da mão. O aparelho se assemelha a um anel, que veste o dedo indicador, com uma

câmera que enxerga e emite lasers capazes de fazer a leitura dos textos e reproduzi-los sonoramente, a medida que o dedo indicador percorre as áreas de texto. Para evitar que o usuário ultrapasse áreas de leitura, a ferramenta alerta-o com sinal vibratório.

#### **Thermoform**

Equipamento utilizado como uma copiadora. Com ela, é possível traduzir para a linguagem tátil as imagens gráficas que forem necessárias. O aparelho funciona a partir da criação de matizes táteis. Para isso, o usuário (que deve ser vidente) é responsável por configurar um matiz tátil com texturas variadas, a partir da forma da ilustração que se almeja copiar. Enfim, a partir da inserção da matiz desenvolvida, o Thermoform, reproduz em película de PVC o relevo para leitura tátil.

#### **Cão-Guia**

Apesar de tratar-se de um animal, um ser vivo, e não de qualquer espécie de instrumento tecnológico, considera-se, aqui, o Cão-Guia como um recurso de acessibilidade para pessoas com deficiência visual. Mesmo não apresentando relação direta com a temática do cinema, é curiosa a possibilidade de entrar com um companheiro desses em uma sala de cinema. Sabe-se que esses animais são treinados e capacitados para a vida social, no entanto, a presença de um cachorro numa sala de cinema ou teatro ou qualquer outra espécie de evento cultural pode despertar algumas controvérsias por parte de outros espectadores.

Para além de um bicho de estimação, a ideia do cão-guia está associada a todo um serviço que capacita esses cães a um nível de sociabilidade e de realização de tarefas que o diferem dos demais. A importância desse serviço é legitimada pela Lei nº11.126 (BRASIL, 2005), de junho de 2005 e pelo Decreto nº5.904 (BRASIL, 2006), de setembro de 2006, que asseguram às pessoas com deficiência visual o direito de ingressar e permanecer com o



animal em espaços públicos e privados de uso coletivo, tais como meios de transportes, shopping centers etc. Dentre as capacidades estimuladas àqueles cães, se encontram condução de deficientes visuais durante caminhadas, identificação e solução de situações que envolvam risco ao usuário – como obstáculos suspensos, entre outras condições.

Para utilizar-se do serviço, no entanto, o usuário precisa atender a algumas condições, tais como portar atestado de sanidade do animal, comprovante de registro de escola de Cães-Guias vinculada à Federação Internacional de Cães-Guia, que ateste o preparo do animal, bem como de documento que certifique que o usuário tem treinamento adequado para o uso do serviço. No Brasil, a entidade responsável por qualificar os centros de treinamento e instrutores de cães-guia é o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - INMETRO.

#### **Blitab**

Em desenvolvimento por uma empresa de tecnologia australiana, o Blitab consiste em uma espécie de tablet com teclas táteis, em Braille, para cegos. O equipamento é desenvolvido com material que cria relevo tátil para apresentar gráficos e mapas.

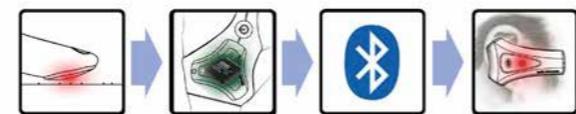
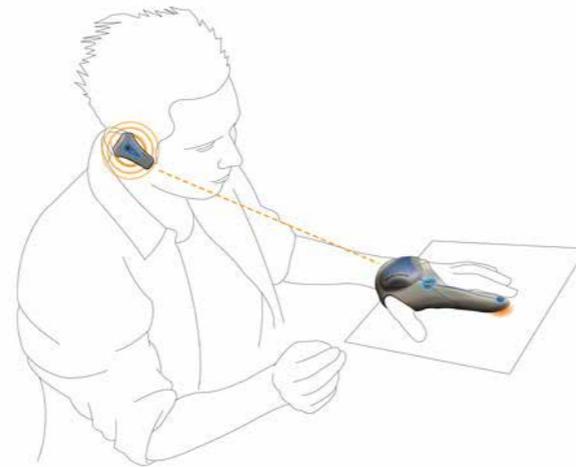
As informações são construídas diretamente na tela do aparelho, que cria pequenas bolhas líquidas, gerando um relevo tátil. Ao mesmo tempo, outra tecnologia agregada ao produto permite que arquivos de textos sejam traduzidos em Braille, a partir de outros dispositivos, tais como pen-drives.

O produto ainda está em fase de prototipagem. A empresa que desenvolveu a TV, Blitab Technology, espera conseguir investidores e começar a vender o produto a partir do segundo semestre de 2016.





**Figura 47**  
Abaixo, esquema de modelo de uso da ferramenta Braille Interpreter. (Fonte: <http://yankodesign.com>)



1. Tactile sensor 2. Interpreting 3. Bluetooth 4. Voice  
Braille Interpreter is a wearable device that makes blind people who can't read braille interpret it. They can sense it by using tactile sense of index finger. Main device on the back of the hand translates the data from sensor into voice. Earphone delivers voice from main device to a blind by using bluetooth.



**Figuras 48 e 49**  
Acima, esquema de configuração física da ferramenta Snail (Fonte: <http://yankodesign.com>)



**Figura 52**  
Operação de cão-guia junto a pessoa com deficiência visual. (Fonte: <http://meuamigopet.com.br>)



**Figuras 53 e 54**  
Acima, protótipos do produto Blitab (Fonte: <http://info.abril.com.br>)

**Figura 50**  
Mais à direita, modelo de Thermoform com material inserido, do acervo do Instituto Benjamin Constant (Fonte: <http://ibc.gov.br>)



**Figura 51**  
À direita, esquema de uso do Finger Reader (Fonte: <http://uid.media.mit.edu/projects/fingerreader>)



**Figura 55**  
À esquerda, protótipo da TA Portátil. O objeto transparente é um teclado de silicone. (Fonte: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/>)

**Portátil**

Produto de pesquisa desenvolvida, com aporte do Ministério da Educação, por pesquisadores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - IFCE, o Portátil consiste numa espécie de mouse leitor para utilização por pessoas com severa deficiência visual.

A tecnologia implantada no dispositivo o permite ler qualquer conteúdo em escrita digital e transpor, em si mesmo, por meio de células táteis que disponibilizam a sensação do braille. O dispositivo, além das células, possui teclas de navegação. Com ele, o usuário também pode inserir conteúdo por meio da utilização de smartphones e tablets. Nesses casos, a TA permite a conexão de um teclado de silicone.

A relação de Tecnologias Assistivas apresentadas não revelam todas as que hoje estão disponíveis ao público com deficiência visual no Brasil e no mundo. É possível encontrar diversas outras ferramentas de acessibilidade para aquele público, inclusive em textos utilizados como referência neste trabalho, tais como as TA's apresentados nos estudos de Sonza (2008), relacionados à acessibilidade digital e web, de Bonatti (2009), cujo foco concentra-se em pessoas com baixa visão, e no sítio do Governo Federal ([assistiva.mct.gov.br/catalogo/destaque](http://assistiva.mct.gov.br/catalogo/destaque)) onde estão catalogadas uma série de informações sobre produtos de Tecnologias Assistivas fabricados e/ou distribuídos no Brasil.

Percebe-se, pela grande quantidade de ferramentas apresentadas, que o acesso de pessoas com deficiência visual em salas de cinema e no convívio cotidiano não é algo impossível e que pode vir a tornar-se realidade.

“Para que serve esta escola? Ensinamos a estas crianças a empalhar cadeiras, a nos obedecer. Nos gabamos por formarmos bons tecelões, operadores de máquinas... Mas sabe o que fazemos de verdade? Roubamos o que eles tem de melhor nesta idade: seus sonhos.”

Personagem Don Giulio



Vermelho como o céu  
Drama biográfico (2006)  
Direção: Cristiano Bortone

## Legislação brasileira e acessibilidade

No Brasil, a acessibilidade deve ser entendido como direito constitucional a todos os brasileiros. De acordo com o artigo 5º da Constituição Brasileira, somos “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade...”. Entretanto, é notória a diferenciação de acesso aos direitos por parte de pessoas com necessidades especiais. O artigo V do mesmo documento versa que “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;”. Ainda assim, os brasileiros com severa deficiência visual não dispõem das mesmas condições (ou equivalentes) de acesso a cultura e educação, por exemplo.

Na atual “era da informação”, na qual o acesso à informação é fundamental para a garantia de direitos e de ascensão social, aqueles que convivem com severa deficiência visual, sobretudo os mais pobres, ainda estão à margem de grande parte dos privilégios que o avanço das tecnologias digitais possibilita à população sem deficiência, sejam aqueles benefícios voltados ao lazer e entretenimento, à cultura, à educação, à democracia ou à participação nas decisões políticas.

O Brasil é um Estado definido como uma República Democrática, na qual todos os cidadãos possuem os mesmos direitos, independente de cor, sexo, classe social etc. No entanto, a garantia dos direitos aos brasileiros com limitações físicas ainda é uma questão que vai de encontro do que é estabelecido constitucionalmente. Não se pode, contudo, afirmar que as Leis brasileiras não buscam abraçar a causa da inclusão e da acessibilidade, pois existem uma série de artigos estabelecidos legalmente com esse propósito.

No Brasil, o órgão institucional que está diretamente conectado aos direitos da Pessoa com Deficiência é a Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência – SNPD, inserido na Secretaria dos Direitos Humanos da Presidência da República– SDH/PR. Criada em 1977, somente no ano de 2003, a

SDH/PR obteve status de Ministério.

No entanto, o Governo tem entendido, desde 2010 – com o lançamento do Programa Nacional de Direitos Humanos (PNDH-3), que ações voltadas ao público que atende necessitam de transversalidade e de interministerialidade de suas diretrizes, objetivos estratégicos e ações programáticas (Capacitação em Acessibilidade, BRASIL).

As leis brasileiras que versam sobre acessibilidade e o favorecimento da Pessoa com Deficiência já estavam presentes mesmo antes da Constituição de 1988, vigente no País. A Lei de número 4.169, de 1962, oficializou o uso obrigatório em todo o território nacional das convenções Braille, para uso na escrita e leitura de cegos e o Código de Contrações e Abreviaturas Braille aprovados pelo Congresso Brasileiro Pró-Abreviatura Braille, realizado em dezembro de 1957. O documento é assinado por João Goulart, último presidente brasileiro antes do Golpe Militar de 1964<sup>11</sup>.

Mesmo antes de tornar-se República, o Império brasileiro já demonstrava preocupação na garantia dos direitos, da cidadania e da inclusão de pessoas com deficiência visual. Em setembro de 1854, o Imperador Dom Pedro II criou, por meio do Decreto de número 1.428, o Imperial Instituto dos Meninos Cegos, renomeado em 1891 como Instituto Benjamin Constant. O Instituto funciona até hoje, com o mesmo nome, no bairro da Urca, na cidade do Rio de Janeiro, ao lado de um dos maiores cartões postais do Brasil, o Bondinho que leva ao Pão de Açúcar.

Após o período ditatorial, outras leis inclusivas foram estabelecidas no Brasil, como a de número 7.853, de 1989, que busca assegurar o pleno exercício dos direitos individuais e sociais das pessoas portadoras de deficiências, sobre a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência - CORDE (BRASIL, 1989). No que se refere à integração daqueles cidadãos, eram consideradas importantes áreas de atuação, tais como educação, saúde, trabalho, recursos humanos, construção civil e edificações. No que concerne à educação, no entanto, a Lei parece destoar do que recomenda a Constituição

11. Conjunto de eventos ocorridos em 31 de março de 1964 no Brasil, que culminaram, no dia seguinte, com um golpe de Estado que encerrou o governo do presidente democraticamente eleito João Goulart, também conhecido como Jango e estabeleceu o regime ditatorial militar.

“Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade...”.

[BRASIL, 1988]

“é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;”.

[BRASIL, 1988]

brasileira no que se refere aos direitos iguais, já que defende a:

“inclusão, no sistema educacional, da Educação Especial como modalidade educativa que abranja a educação precoce, a pré-escolar, as de 1º e 2º graus, a supletiva, a habilitação e reabilitação profissionais, com currículos, etapas e exigências de diplomação próprios”.

O texto revela um caráter exclusivo de educação, e ao mesmo tempo desconsidera a inclusão daquele público em salas de aula de Ensino Superior. Realidade que vem mudando nos últimos anos. Hoje, já tem-se notícias de brasileiros com deficiência que conseguem terminar a Graduação, e mesmo Pós-Graduação, com Mestrado e Doutorado em universidades brasileiras. Um deles compõe o quadro de referência deste trabalho, Iracema Vilaronga.

Não são conquistas fáceis, mas elas vão surgindo a cada dia, inspirando cada vez mais a inclusão de pessoas com deficiência.

Sobre inclusão de pessoas com deficiência nas salas de aula das universidades brasileiras, a Lei de número 5.296 (2004) já obriga que as construções públicas ofereçam acessibilidade para pessoas com deficiência, incluindo as instituições federais de ensino superior brasileiras. Além disso, após os recentes debates e aprovação das chamadas “políticas de cotas”, que tem destinado vagas por critérios sociais e raciais em universidades brasileiras, vem crescendo uma corrente que defende que cotas também devam ser destinadas a pessoas com deficiência. O Mapa das Ações Afirmativas do Laboratório de Políticas Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ (2008) apresenta dezenove instituições públicas de ensino superior que contam com algum tipo de ação afirmativa para pessoas com deficiência. Sete delas são instituições Federais: UFAC, UFMA, UFPA, UFPB, UFPR, UFSM e Unipampa.

Em Dezembro de 1999, foi assinado o Decreto de número 3.298, regulamentando a Lei nº.7.853 que dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, buscando consolidar as normas de proteção



**Figura 56**  
Prédio do Instituto Benjamin Constant, no Rio de Janeiro. Ao fundo à direita é visível um dos mais importantes cartões postais do Brasil, o Corcovado. (Foto: Recorte do autor sobre imagem em exibição no Instituto)

e oferecendo outros benefícios às pessoas sobre quem versa. No mesmo ano foi criado o CONADE - Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência, por meio da Medida Provisória de número 1799-6/1999, inicialmente vinculado ao Ministério da Justiça, e que forma a estrutura básica, desde 2003, da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, hoje em conjunto com o Conselho de Defesa dos Direitos da Pessoa Humana, o Conselho Nacional de Combate à Discriminação, o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, o Conselho Nacional dos Direitos do Idoso, o Gabinete, a Secretaria-Executiva e o Departamento de Ouvidoria Nacional (BRASIL, 2010).

A realização da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, da ONU, em 2008, resultou na mudança do nome do CONADE, que passou a se chamar Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência. A principal competência do órgão é acompanhar e avaliar o desenvolvimento de uma política nacional para inclusão da pessoa com deficiência e das políticas setoriais de educação, saúde, trabalho, assistência social, transporte, cultura, turismo, desporto, lazer e política urbana dirigidos a esse grupo social (CONADE, 2014).

Em dezembro de 2000, entrou em vigor a Lei de número 10.098, cujo Capítulo

VII versa sobre acessibilidade nos sistemas de comunicação e sinalização na seguinte condição:

“O Poder Público promoverá a eliminação de barreiras na comunicação e estabelecerá mecanismos e alternativas técnicas que tornem acessíveis os sistemas de comunicação e sinalização às pessoas portadoras de deficiência sensorial e com dificuldade de comunicação, para garantir-lhes o direito de acesso à informação, à comunicação, ao trabalho, à educação, ao transporte, à cultura, ao esporte e ao lazer.” (BRASIL, 2000)

Percebe-se que o texto assume a importância das mídias digitais para o futuro da sociedade, revelando uma preocupação, por parte do Estado, em garantir o acesso à informação que, em breve, seria distribuída por meio de veículos de comunicação conectados via rede mundial de computadores – internet.

Quatro anos mais tarde, o Decreto 5.296, em seu artigo 47, estabeleceu mais um passo importante na garantia do acesso a informação nos meios digitais. Ele estabeleceu um prazo de até doze meses para que os portais e sítios eletrônicos da administração pública fossem acessíveis às pessoas com deficiência visual, buscando garanti-los pleno acesso às informações disponíveis. Dez anos mais tarde, contudo, nem todos os sítios de instituições públicas contam com acessibilidade àquele público. A Universidade Federal do Ceará, por exemplo, somente em 2013 conseguiu implantar um sistema em seu portal que oferecesse acesso às pessoas com deficiência visual severa. Ainda assim, grande parte dos sítios de cursos e faculdades da Instituição ainda não conta com os mesmos recursos (UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ, 2014).

O Decreto Lei nº 5296/2004, que regulamenta a Lei de número 10.048, de novembro de 2000, também garante prioridade de atendimento às pessoas que especifica e estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade, considerando ainda a existência de barreiras que precisam ser transpostas para que se tenha garantida a acessibilidade àquele público. Elas são assim definidas pela legislação:

“qualquer entrave ou obstáculo que limite ou impeça o acesso, a liberdade de movimento, a circulação com segurança e a possibilidade de as pessoas se comunicarem ou terem acesso à informação, classificadas em: barreiras urbanísticas, barreiras nas edificações, barreiras nos transportes, barreiras nas comunicações e informações. (BRASIL, 2000)

Nesse sentido, o Decreto Lei ainda divide essas barreiras em quatro diferentes segmentos:

1. **Barreiras urbanísticas:** as existentes nas vias públicas e nos espaços de uso público;
2. **Barreiras nas edificações:** as existentes no entorno e interior das edificações de uso público e coletivo e no entorno e nas áreas internas de uso comum nas edificações de uso privado multifamiliar;
3. **Barreiras nos transportes:** as existentes nos serviços de transportes;
4. **Barreiras nas comunicações e informações:** qualquer entrave ou obstáculo que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens por intermédio dos dispositivos, meios ou sistemas de comunicação, sejam ou não de massa, bem como aqueles que dificultem ou impossibilitem o acesso à informação.

Como já abordado na discussão sobre TA's, pode-se perceber que as diferentes tecnologias apresentadas atuam nas mais diversas barreiras apresentadas. Barreiras essas que mesmo com a legislação vigente, ainda são facilmente encontradas no país. Quanto à questão da inclusão de pessoas cegas no cinema, nota-se que trata de um assunto que se relaciona com todas as barreiras previstas no Decreto.

Sobre a questão trabalhista, o artigo 93 da Lei de número 8.213, de 1991,

estebelece que empresas com 100 ou mais funcionários devem contratar percentual mínimo (2 a 5%) de funcionários com algum tipo de deficiência. Essa Lei beneficia, atualmente, cerca de 223 mil pessoas, de acordo com dados de 2012 da Agência Brasil e do Ministério do Trabalho e Emprego. No entanto, segundo a Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência, esse número seria bem maior, atingindo pelo menos 900 mil, caso todas as empresas brasileiras com esse perfil atendessem àquela legislação. Um dos argumentos que o empresariado brasileiro tem usado para justificar a não adesão total a Lei diz respeito ao baixo grau de instrução daquele público.

Alinhado à Lei 8.213, tem-se um projeto de grande relevância para essa pesquisa, que consiste na aprovação da proposta que exige que cédulas e moedas brasileiras (Real) tenham tamanhos diferentes conforme os seus valores monetários - quanto maior o valor, maior a cédula. Esse é um procedimento que já vem ocorrendo na União Européia com o Euro. No Brasil, as cédulas precisam, também, ser identificadas com elementos de leitura tátil. A medida foi aprovada na forma do substitutivo da Comissão de Seguridade Social e Família ao Projeto de Lei Complementar 295/05 e apensados (371/06, 33/07, 271/08, 440/08 e 484/09)<sup>12</sup>.

12. Fonte: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/ASSISTENCIA-SOCIAL/142516-FINANÇAS-APROVA-TAMANHOS-DIFERENTES-PARA-CEDULAS-E-MOEDAS.html>



**Figura 57**  
Novas cédulas de Real e suas proporções diferenciadas (Fonte: <http://ogestor.eti.br/>)

Hoje, as novas cédulas de Real distribuídas no Brasil já contam com essa distinção. Com isso, se altera a Lei 4.595/64 e legitima-se um grande passo para garantia da acessibilidade dos deficientes visuais à identificação do valor das cédulas e penetração no mercado de consumo.

A diferenciação das cédulas permite bem mais autonomia às pessoas com deficiência visual, que podem, agora, perceber as diferentes cédulas que manuseiam. Antes, as moedas já permitiam essa diferenciação por meio de tato, já que os tamanhos e configuração eram particulares. Além disso, a própria impressão de valores nas moedas são propícias à sensibilidade tátil.

Como apresentado na pesquisa realizada com espectadores no cinema, a compra de ingressos em bilheterias com atendente humano é o meio mais recorrente e é o preferencial na aquisição de ingressos por parte dos atuais usuários. Hoje, portanto, as novas cédulas podem garantir essas experiências às pessoas cegas.

Outro benefício que esse público teve garantido pelo Governo Federal foi a Lei de número 12.933, popularmente conhecida como lei da meia entrada, que versa sobre o direito ao pagamento de meia-entrada pelas pessoas com deficiência, entre outros públicos, em espetáculos artístico-culturais e esportivos.

Mais recente, o Plano Nacional de Direitos das Pessoas com Deficiência - Plano Viver sem Limites, sob o Decreto nº 7.612, de novembro de 2011, propõe metas claras visando o pleno exercício da cidadania pelas pessoas com deficiência. As metas foram definidas com base na Convenção da ONU sobre os direitos das pessoas com deficiência (DEFICIÊNCIA, 2013).

No Brasil, outras legislações estaduais e municipais, independentes do Governo Federal, oferecem direitos em diferentes estados. A cidade de São Paulo, por exemplo, conta com a Lei de número 11.424/93, regulamentada pelo Decreto 45.122/04, que busca garantir o acesso de pessoas com deficiência em salas de cinemas e teatros, casas de espetáculos e estádios de futebol. Já a Lei, de número 12.815/99 faz revisão do artigo 1º da Lei 11.424/93 dispondo que, além

das exigências já garantidas, os estabelecimentos são obrigados a garantir assentos e locais reservados, devidamente identificados, para fácil e boa visualização do espetáculo pelas pessoas com deficiência.

Um retrocesso na garantia dos direitos das pessoas com deficiência visual ocorreu recentemente, em setembro de 2014, quando o Supremo Tribunal Federal derrubou a portaria do Ministério das Comunicações que obrigava às emissoras de televisão disponibilizar, em até 11 anos, programação com audiodescrição na sua grade diária. A proposta do Governo era de que houvesse um aumento gradativo da quantidade de programas com o recurso, de forma que em dez anos, as emissoras seriam obrigadas a disponibilizar o sistema para 20 horas semanais de programação. As emissoras brasileiras de TV foram contra, argumentando que atualmente se passa, no Brasil, pela transição do sistema analógico para o digital. Assim, seria despendido um gasto muito alto em uma tecnologia que em breve – até 2018 – seria obsoleta e necessitaria de nova atualização. Hoje, a partir de primeiro de julho de 2015, as emissoras têm a obrigação de exibir, no mínimo, seis horas semanais de programação com o recurso de audiodescrição. No que se refere ao horário de exibição, o conteúdo precisa ir ao ar no intervalo entre as 6 horas da manhã e as 2 horas (no dia seguinte). É muito pouco ainda, mas se acredita que faça parte de um movimento de expansão.

Segundo a página Blog da Audiodescrição, esses são os textos que garantem, legalmente, o direito à audiodescrição e legendas para as pessoas com deficiência no Brasil:

1. Decreto Federal nº 6.949 - Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em Março de 2007.
2. Lei nº 10.098 - Estabelece normas gerais e critérios básicos para a Promoção da Acessibilidade das Pessoas Portadoras de Deficiência ou com Mobilidade Reduzida, e dá outras providências.

3. Decreto Federal nº 5.296 - Regulamenta as Leis nº 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica.

4. Portaria nº 310 - Aprova a Norma Complementar nº 01/2006 - Recursos de acessibilidade, para pessoas com deficiência, na programação veiculada nos serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão.

5. Portaria nº 188 - Altera o subitem 3.3 e o item 7 da Norma Complementar nº 01/2006 - Recursos de acessibilidade, para pessoas com deficiência, na programação veiculada nos serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão, aprovada pela Portaria nº 310, de 27 de junho de 2006.

6. Portaria 312 - Altera texto do item 7.1 da Norma Complementar nº 1/2006, estabelecendo valor mínimo de horas para veiculação obrigatória do recurso de legenda oculta para emissoras do serviço de sons e imagens e de retransmissão de televisão.

7. Instrução Normativa Ancine nº 116 - Dispõe sobre as normas gerais e critérios básicos de acessibilidade a serem observados por projetos audiovisuais financiados com recursos públicos federais geridos pela Ancine; altera as Instruções Normativas nº 22/03, 44/05, 61/07 e 80/08, e dá outras providências. Observação: Conforme texto, se trata de uma normativa, não tem exatamente poder de Lei, e faz-se valer apenas para as produções audiovisuais que atendem seu texto.

8. Lei nº 13.146 - Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência).

Recém sancionada pela Presidente Dilma Rousseff, a LBI - Lei Brasileira da Inclusão é o mais novo avanço do Brasil rumo ao acesso e à inclusão de Pessoas

13. Paulo Paim, Senador eleito, em 2002, pelo Estado do Rio Grande do Sul. O político é ligado ao Partido dos Trabalhadores - PT desde 1987.

com Deficiência no país. Sancionado no dia 6 de julho de 2015, a LBI todos os mais de cem artigos aprovados passam a valer a partir do dia 2 de janeiro de 2016. A nova legislação busca assegurar direitos, bem como e beneficiar a vida das mais de 30 milhões de pessoas com deficiência vivendo no Brasil.

O texto base da Lei Brasileira, de número 13.146, da Inclusão é de autoria do Senador Paulo Paim<sup>13</sup>, e data de 2003. Em 2012, se desenvolveu o então projeto de lei a partir de um Grupo de Trabalho do Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência. Foram relatores da LBI, o Senador Romário Farias e a Deputada Federal Mara Gabrilli, representando as respectivas casas. Para o Senador, “Com a assinatura da presidente, passa a vigorar no Brasil uma nova era de inclusão, em que a sociedade se prepara para receber as pessoas com deficiência. Hoje é um dia histórico e eu tenho muito orgulho de fazer parte disso” (ROMÁRIO, 2015, grifo do autor).

Dentre as inovações propostas pelo projeto de Lei apresentados à Presidente Dilma, relacionados na página do Senador Romário Farias, estão:

1. No campo do **Trabalho**:

- a. Empresas com 50 a 99 empregados precisarão reservar pelo, no mínimo, uma vaga para pessoas com deficiência ou reabilitadas;
- b. Criação do “Auxílio-Inclusão” para aqueles que exercerem atividade remunerada;
- c. Dez por cento das concessões de táxis para motoristas com deficiência;
- d. Visando o estímulo a contratação de deficientes, a proposta muda a Lei de Licitações (8.666/1993) de maneira a permitir o uso de margens de preferência para as empresas que comprovem o cumprimento da reserva de vagas.

2. Para **Saúde**:

- a. Utilização dos fundos do FGTS para aquisição de órteses e próteses;
- b. Proibição de qualquer prática discriminatória por parte de planos de saúde, em razão de deficiência.

3. Na **Educação**:

- a. As instituições de ensino são proibidas de cobrar valor maior a alunos com deficiência;
- b. Dez por cento das vagas em instituições de ensino superior ou profissional são reservadas a pessoas com deficiência;
- c. O setor público tem a obrigação de fomentar a publicação de livros acessíveis pelas editoras;
- d. Oferta de profissionais de apoio em instituições privadas, sem custo para as famílias da PcD.

4. Para a **Mobilidade**:

- a. Reserva de dois por cento de vagas em estacionamentos;
- b. Cinco por cento dos carros de autoescolas e de locadoras de automóveis precisam estar adaptados a motoristas com deficiência;
- c. Dez por cento dos carros de frotas de táxi adaptados para acesso a pessoas com deficiência.

5. Para facilitar a **Moradia**:

Reserva de 3% de unidades habitacionais para programas públicos - como o “Minha Casa, Minha Vida”, ou subsidiados com esse tipo de recurso.

6. No campo da **Cultura**:

Teatros, cinemas, auditórios e estádios passam a ser obrigados a reservar espaços e assentos adaptados.

7. Para o **Turismo**:

Cota de 10% de dormitórios acessíveis em hotéis.

8. **Serviço Social e Cidadania**:

- a. Boletos, contas, extratos e cobranças devem ser oferecidos em formato acessível;
- b. Direito a pessoa com eleger e ser eleita, em igualdade de oportunidades;
- c. Permite que pessoas com deficiência intelectual casem;

“Com a assinatura da presidente, passa a vigorar no Brasil uma nova era de inclusão, em que a sociedade se prepara para receber as pessoas com deficiência. Hoje é um dia histórico e eu tenho muito orgulho de fazer parte disso”

[ROMÁRIO FARIAS, 2015]

legalmente ou formem união estável;

d. Dez por cento de computadores em lan houses precisam oferecer recursos de acessibilidade para pessoa com deficiência visual.

**9. Cadastro para Inclusão:**

A Lei cria o Cadastro Nacional de Inclusão da Pessoa com Deficiência, com o objetivo de coletar e processar informações destinadas à formulação, gestão, monitoramento e avaliação das políticas públicas para as pessoas com deficiência e para a realização de estudos e pesquisas.

**10. Prioridades no atendimento:**

Condições de prioridades diversas passam a ser garantidas às pessoas com deficiência: tramitação processual, recebimento de precatórios, restituição do Imposto de Renda, além de serviços de proteção e socorro.

Representante do maior partido opositor do Governo, a Deputada Mara Gabrilli reconhece o avanço que a LBI representa à sociedade, sobretudo às pessoas com deficiência, mas faz duras críticas quanto às propostas do projeto aprovado e que não foram sancionadas pela Presidente Dilma. Dentre os vetos, estão:

1. Isenção de IPI para surdos, na compra de automóveis;
2. Adoção do desenho universal no Minha Casa, Minha Vida;
3. Obrigação, por parte de escolas de condutores, em fornecer um veículo adaptado para cada 20 carros da frota;
4. Prioridade de atendimento para pessoas com deficiência no pagamento de precatórios;
5. Reserva de até dez por cento de vagas para estudantes com deficiência, em seleções para ingresso em cursos técnicos de nível médio e de graduação;
6. Reserva de, pelo menos, um cargo para pessoas com deficiência em empresas de cinquenta funcionários;

Pode-se concluir que, de fato, a legislação brasileira apresenta grandes progressos na acessibilidade de pessoas com deficiência. Em teoria, as leis parecem impedir qualquer barreira à acessibilidade. No entanto, se percebe que, na prática, as ações públicas e privadas no Brasil não refletem exatamente o que versa nossa legislação. As barreiras frente àquele público tem se revelado uma verdadeira batalha diária na vida dessas pessoas. O jornalista que descreveu seu mal atendimento em um ônibus de Fortaleza afirma buscar autonomia no seu dia a dia, mas não quer se arriscar a sair de casa para qualquer atividade que não seja de extrema necessidade. Segundo ele, a cidade não é preparada para oferecer as condições de que necessita, tampouco as pessoas que nela vivem e transitam parecem importar-se com sua condição e não é comum alguém lhe oferecer ajuda.

Muitas vezes, a legislação também apresenta falha na escrita dos textos, pois deixam brechas para diferentes interpretações. No tocante ao acesso a cinemas, por exemplo, a LBI rege, no capítulo IX (Do Direito à Cultura, ao Esporte e ao Lazer), a seguinte obrigatoriedade: *“As salas de cinema devem oferecer, em todas as sessões, recursos de acessibilidade para a pessoa com deficiência.”* Tais recursos, no entanto, não são especificados sobre quantidade, nem quanto ao tipo de sistema, nem quanto à deficiência que se deve atender.

Acredita-se, contudo, que o Brasil e o mundo passam por um momento de inclusão, nas quais os direitos humanos ganham mais espaço nas ações governamentais e, por consequência, acabam refletindo no setor privado. É um processo de transformação que vem se realizando há bastante tempo, mas que não deve ser encarado apenas como função daqueles responsáveis por gerir o estado. A sociedade deve e precisa manter-se atenta, atuando como protagonista no meio.

A participação das pessoas nas decisões políticas se apresenta cada vez mais necessária. Quando se fala em participação política, no entanto, se considera que para haver transformações efetivas é necessária a reivindicação de poder

aos que almejam participar das decisões de um governo.

Para Diogo Moreira *apud* ESG (1996),

*“O poder é um fenômeno social no qual uma vontade, individual ou coletiva, se manifesta com capacidade de estabelecer uma relação da qual resulta a produção de efeitos desejados, que de outra maneira não ocorreriam espontaneamente”.*

Bobbio *apud* ESG (1996) classifica três formas de poder: o “econômico”, cuja forma de efetivação é por meio dos bens econômicos; o poder “ideológico”, efetivado pelo saber e conhecimento; e o poder “político”, efetivado pela força. Desses, os poderes “ideológico” e “político” são os quais onde a participação social pode se dar efetivamente independente da classe social do indivíduo. No entanto, dependem da socialização de informação.

Para Servan-Schreiber *apud* Silveira (2000), o compartilhamento da informação constrói o alicerce da “boa inteligência”; para Rousseau *apud* Silveira (2000), a boa informação de um povo é diretamente proporcional ao benéfico para a sociedade. Dessa forma, se percebe que há uma interdependência dentre os princípios de democracia, de poder, de participação e de informação. Aproximando essa discussão à temática da acessibilidade, pode-se afirmar que somente por meio da utilização de TA's as pessoas com deficiência podem ter garantidos seus direitos, bem como terão oportunidade de atuar como cidadãos protagonistas de suas reais necessidades.

Os relatores da LBI, na Câmara e no Senado, Deputada Mara Gabrilli e Romário Farias, respectivamente, tem íntima relação com a temática da acessibilidade, o que favorece suas ações no Governo. A Deputada é tetraplégica, enquanto o Senador tem uma filha com Síndrome de Down. Esse fato parece decisivo no comprometimento dos mesmos com a temática da inclusão de PcD. É, no entanto, necessário a participação de mais constituintes e de cidadãos com iniciativas inclusivas independentes de sua história pessoal. É um risco esperar que a empatia com determinados temas dependam de interesses particulares

de parlamentares. Um deputado federal, que foi destaque nas eleições de 2014 como o mais votado do Rio de Janeiro, é famoso por suas declarações polêmicas e que em nada colaboram com o desenvolvimento de uma sociedade igualitária. O parlamentar, filiado ao Partido Progressista – PP está em seu sétimo mandato e chegou a afirmar, em pronunciamento na Câmara, que o Dia Internacional dos Direitos Humanos é o “Dia Internacional da Vagabundagem”. É uma declaração que deve deixar o brasileiro preocupado. Ora, foi dita pelo Deputado Federal mais votado de um dos estados mais representativos e populosos do Brasil. Vê-se, também, espalhar-se pelo país, em manifestações contra o Governo, o coro que pede a volta da Ditadura e dos militares ao poder.

A sociedade, entretanto, vive uma época de integração. Apesar de passar por um momento delicado no Brasil, tanto em relação à negação de direitos de minorias que tem sua orientação sexual contestada por grupos conservadores, quando ao descontentamento de grupos de elite econômica frente a uma maioria da população que, nos últimos anos, teve acesso a um mercado de consumo outrora exclusivo daquele público, como à marginalização de parte da população devido a sua origem social e sua cor. Ainda assim, no geral, a sociedade tem tomado um rumo no qual não fazem sentido ideias sectárias que marginalizem pessoas por quaisquer dos motivos citados. É necessário, cada vez mais, que se insiram no convívio social práticas de inclusão e de respeito às diferenças.

O momento é de reconhecimento das conquistas das pessoas com deficiência, mas também de luta para legitimação e consolidação da construção de uma sociedade mais justa, humana e inclusiva.

“Venha, vou te mostrar tudo. Esta é uma carpintaria. Eu sou cego igual a você. Comecei com esse trabalho quando tinha a sua idade.”

Personagem Carpinteiro cego



**A cor do Paraíso**  
Drama (1999)  
Direção: Majid Majidi

## Diálogo com o Design

Quando se pesquisa sobre acessibilidade, é comum encontrar estudos sobre o tema nos campos da Arquitetura, da Tecnologia da Informação, da Educação e do Design. Cada um focando conteúdos específicos e atuando dentro dos limites profissionais que tais áreas do conhecimento colaboram com a sociedade.

Dentro da Arquitetura, é possível se deparar com questões que envolvem os ambientes doméstico, comercial e urbano, a partir da análise da interação das pessoas com os espaços e com os diferentes mobiliários condizentes em cada contexto. Importante referência dessa área são as normas que compõem a NBR 9050, que, em 2015, passou por uma grande reformulação visando o aprimoramento das condições de acessibilidade a pessoas com deficiência, sejam temporais ou não. As novas instruções, que fazem parte da terceira edição do documento, em vigência desde 11 de outubro daquele ano, podem ser consultadas por todos e estão disponíveis para *download* gratuito no site da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência.

No campo da Tecnologia da Informação, encontra-se uma gama de estudos de pesquisa e desenvolvimento que se refletem na elaboração de aplicativos, *softwares* e sistemas digitais que permitam a inclusão de pessoas com deficiência. Muitas dessas investigações são realizadas em colaboração com pesquisadores da área de Educação. Uma vertente de conhecimentos importantes dessa reunião é a Informática Educativa. Nesse campo, grandes contribuições são encontradas no desenvolvimento de métodos interativos de ensino para crianças com deficiência, por meio da produção de jogos educativos e Objetos de Aprendizagem, por exemplo.

Na área da Educação há grande número de pesquisas no que concerne a métodos de ensino e soluções de acessibilidade em salas de aula e nas escolas. Além do desenvolvimento de ferramentas digitais, também são propostos modelos de ensino e estratégias de inclusão e sensibilização da comunidade escolar no convívio compartilhado entre pessoas com diferentes condições de acesso físico e sensoriais a ambientes e conteúdos escolares.

No campo do Design, o desenvolvimento de ferramentas assistivas é um tema recorrente na pesquisa sobre acessibilidade. O Design tem se manifestado, sobretudo no tocante a estudos, projeto e produção, e na avaliação de produtos – instrumentos, a partir de algumas características mais adequadas a esta questão: usabilidade, forma, uso de materiais específicos e ergonomia. A utilização dos conceitos do Design para avaliação ou proposição de serviços é ainda recente, mas com grande potencial no mundo acadêmico e profissional. Nesta pesquisa, o Design está alinhado a essa linha de raciocínio, além de ser entendido como um elemento capaz de integrar e estabelecer relações de colaboração com diferentes indivíduos, entidades, ações e contextos, buscando oferecer uma visão holística do todo, sem desqualificar as potencialidades de cada parte envolvida.

Este trabalho pretende dialogar com outras áreas do conhecimento, além da área de pesquisas e estudos em Design e Arquitetura, caracterizando-se como um estudo multidisciplinar. Dessa forma, nesse capítulo, encontrar-se-á uma discussão sobre Design e algumas das suas diversas visões, de modo a possibilitar a compreensão da abordagem a que se propõe esta Dissertação.

## O termo Design

Em seu livro “Uma introdução à história do Design”, Rafael Cardoso (DENIS, 2000) apresenta uma discussão sobre o significado do termo design, discorrendo sobre a imprecisão da tradução literal, sintética, ou de significado único para algum termo equivalente em português. Assim, a utilização do verbete em língua estrangeira pode ser um dos motivos pelos quais o senso comum interpreta erroneamente, ou reduz o papel e as competências do profissional da área na sociedade.

O termo, inicialmente, origina-se do latim “*designare*”, que é verbo e engloba as ideias de designar e de desenhar. “Designar” como proposta de atribuir

sentido a algo, e “desenhar”, no sentido de se representar. Flusser (2007) completa afirmando que a palavra, em latim, contém o termo *signum*, cujo significado é o mesmo que o verbete alemão *Zeichen* (signo, desenho). Para este autor, os termos arte, artificialidade, máquina, design são intimamente relacionadas. No entanto, ao longo da história, a sociedade burguesa moderna teria sido a responsável pela separação entre os mundos das artes e o das técnicas e das máquinas. A chegada do século XIX trouxe insustentabilidade para essa separação, e com isso o Design retomou aquela conexão. Assim, para Flusser: “*design significa aproximadamente aquele lugar em que arte e técnica (e, conseqüentemente, pensamentos, valorativo e científico) caminham juntas, com pesos equivalentes, tornando possível uma nova forma de cultura*”. (Ibid., p.184)

Segundo o autor, o termo utilizado hoje tem origem inglesa (verbo e substantivo), onde se refere “*tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à configuração, arranjo, estrutura*” (DENIS, 2000 p.16). Ressalte-se que nesse último sentido, o verbo “*to design*” não se refere somente à ideia de construir objetos. Além dessa possibilidade é aceitável, em inglês, tratar-se da noção de *design* do universo, *design* de uma molécula, *design* de um roteiro etc.

Para Rafael Cardoso (DENIS, 2000), grande parte da literatura relacionada ao Design concorda que o termo se relaciona com a intermediação entre aqueles dois sentidos (atribuir/representar), visando proporcionar forma material e conceitos intelectuais ao que é desenvolvido. Victor Papanek, em sua obra “*Design for the real world*” (1985), trata design também como instrumento para planejar e construir modelos, por meio de instruções que podem conduzir outras pessoas a desenvolver um mesmo produto.

Assim, se percebe que a redução da ideia que se formulou de Design pode encontrar justificativa na utilização do termo natural em inglês. Nesse sentido, a noção de Design como projeto ou percurso de projeto é perdido, sobretudo em uma época e lugar onde é comum utilizar-se o termo como adjetivo, cuja intenção é simplesmente a valorização – injustificável ou não - de algum produto, ao exemplo do carro *Soul*, da Kia Motors, cujo slogan publicitário é “*o carro design*”. Ora, qual veículo não é design? Como afirma Gui Bonsiepe,

o design se distanciou cada vez mais da ideia de “solução inteligente de problemas” e se aproximou do efêmero, da moda, do obsoletismo rápido (...) da glamourização do mundo dos objetos. (BONSIEPE, 2011, p.18). Hoje, dois termos ganharam as páginas de propaganda e estão na boca e na cabeça das pessoas com a mesma ideologia e sentido, são elas: design e *gourmet*.

Neste trabalho, o enfoque no Design como área propicia a proposição e participação de produtos e serviços para a acessibilidade visual (incluindo os conteúdos e experiências de mídias como o cinema) está na busca da essência do termo incluindo os conceitos, técnicas e procedimentos que constituem este campo, além de sua ampliação no sentido de utilizar seus métodos na solução de problemas complexos, inovadores e que necessitam de respostas na sociedade atual, como acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência.



**Figuras 58, 59 e 60**  
Anúncios impressos de jornal utilizam o termo Design como adjetivo  
(Fonte: <http://chocolatedesign.com>)

## História do Design

O objetivo deste tópico não é de percorrer toda a história do que se entende por Design, mas de oferecer um breve levantamento sobre o percurso profissional dos profissionais da área, promovendo uma compreensão mais ampla do tema, sobretudo, a leitores oriundos de outras áreas do conhecimento. Dessa forma, foram selecionados para essa contextualização temas e fatos com importante relevância à evolução do Design no mundo ocidental.

*“A origem de produtos configurados com função otimizada pode ser encontrada até nos tempos ancestrais. Desta forma podemos encontrar nos tempos do artista e engenheiro/construtor romano Vitruvius (cerca de 80 - 10 AC) uma série de escritos que estão entre os mais antigos registros sobre arquitetura” (BURDEK, 2006, p.20).*

Cardoso afirma que a história do Design estabelece seu início recentemente, na década de 1920. A preocupação primordial daqueles que começaram essa tarefa foi a de definir o que era e o que não era Design, a partir do pensamento modernista, que era protagonista à época. O autor é crítico a esse modelo de estudo. Para ele:

*“A história do design deve ter como prioridade não a transmissão de dogmas que restrinjam a atuação do designer mas a abertura de novas possibilidades que ampliem os seus horizontes, sugerindo a partir da riqueza de exemplos do passado formas criativas e conscientes de se proceder no presente” (DENIS, 2000, p.15).*

A partir dessa linha de pensamento que se desenvolve a relevância do Design dentro dessa pesquisa de Mestrado, à medida em que se acompanha a evolução dessa área do conhecimento, englobando à ela novas abordagens e formas de percepção, avaliação e entendimento do mundo complexo ao nosso redor.

Trabalha-se a noção de que Design se relaciona tanto ao processo de se construir alguma coisa, quanto ao algo resultado desse processo. No Brasil,

começou-se seu desenvolvimento na década de 1950. Nesse período, se iniciou também a associação da atividade à questões intrínsecas a forma dos objetos.

Pode-se afirmar que o Design surge na Inglaterra, a partir da necessidade de padronizar-se processos e produtos oriundos da indústria. Nesse momento, houve a ruptura entre produto e produção desse produto por meio da especialização da produção e separação entre o pensar e o fazer, no sentido de que o trabalho de fabricação dos objetos, que antes era responsabilidade de artesãos, passou para grandes fábricas e indústrias (MOZOTA, 2003). Nessa fase, a sociedade passou a valorizar o que era feito por grandes máquinas e o trabalho do artesão perdeu bastante espaço, pois além de cair no gosto popular a produção em larga industrial em larga escala possibilitou o barateamento do produto final entregue aos clientes. O consumo, então, foi intensificado pela grande quantidade de oferta oferecida (DENIS, 2000).

Um dos grandes ícones da industrialização e da produção em massa foi o processo desenvolvido por Henry Ford, que garantiu a fabricação dos veículos de sua empresa, a Ford. Os métodos desenvolvidos decretavam a rejeição da produção artesanal, em nome de uma grande padronização fabril e da diminuição do grau de importância da mão-de-obra qualificada.

Os defensores da indústria e de seus processos mecanizados apoiavam-se no



**Figura 61**  
Ford T, histórico veículo  
produzido pela Ford  
(Fonte: Wikipedia)

discurso de que isso libertava o homem dos trabalhos pesados e desgastantes proporcionados pelo artesanato. O novo formato industrial e mecanizado viria garantir uma vida melhor à sociedade. Estavam lançados os primeiros ideais que formariam o pensamento Modernista (HESKETT, 1998).

Em contraposição à industrialização, William Morris funda o movimento Arts and Crafts, cuja ideologia “*girava em torno da recuperação dos valores produtivos tradicionais defendidos por Ruskin*” (DENIS, 2000, p.73). Ruskin defendia pelo trabalho do artesão e diminuição da mecanicidade e alta representatividade da indústria. O historiador londrino afirmava que “*o problema do design residia não no estilo dos objetos, mas no bem-estar do trabalhador*” (Ibid., p.71).

Ao final do século XIX surgiram, espalhados pelo mundo, uma série de movimentos que contrapunham as ideias de Morris e Ruskin. Na Alemanha, o Jugendstil; na França, o Art Nouveau; o Modern Style, na Inglaterra; e o Sezessionstil, na Áustria. Nessa nova onda se buscava a promoção dos valores estéticos e individuais. Os ideais sociais voltados às boas condições de vida das pessoas não compunham as metas desses movimentos, que eram elitistas e individualistas.

Um dos importantes frutos do discurso orientado pela Arts & Crafts foi a escola alemã Bauhaus, uma das grandes referências do próprio Design e do movimento Modernista. Do mesmo modo que Ruskin e Morris, a escola acreditava que a produção deveria ser incentivada em pequenas comunidades compostas por artesãos artistas, orientados por mestres que dominassem todo o processo. A proposta visava valorizar o trabalho do artesão e transferir esse valor aos produtos desenvolvidos, que seriam únicos e frutos de um trabalho com nome e sobrenome, em contraposição ao anonimato da indústria (MALDONADO, 2006).

A Bauhaus foi fundada na Alemanha, em 1919 por Walter Gropius. Seu principal argumento era que a arte poderia ser funcional - a forma segue a função. A influência da escola ultrapassou as fronteiras germânicas, mesmo após o encerramento de suas atividades em 1933, com a ampliação dos poderes do grupo político que viria a instalar o nazismo no país. Com isso, vários de seus



**Figura 62**  
Prédio da Bauhaus, em Weimer (Fonte: <http://nestmodern.designculture.com>)



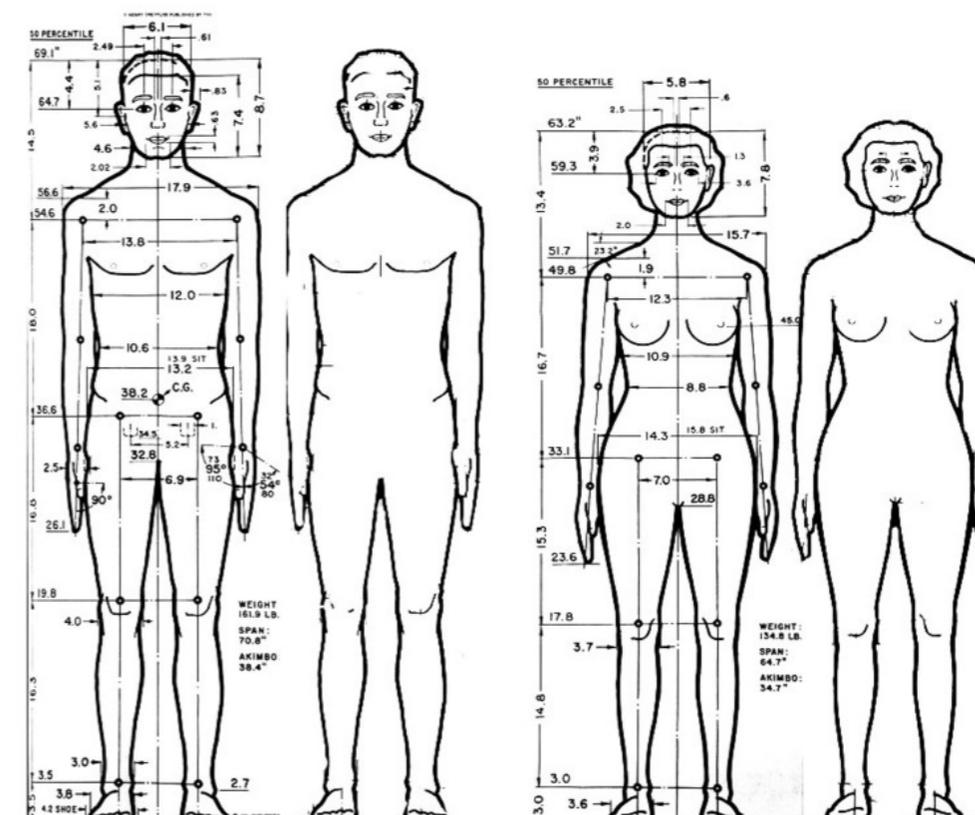
**Figura 63**  
Cadeira atemporal Wassily, de 1925, projetada por Marcel Breuer (Fonte: <http://ibddesign.blogspot.com.br>)

professores e mestres saíram do país, buscando abrigo sobretudo nos Estados Unidos, onde difundiram os conhecimentos inerentes à extinta Escola.

Nos Estados Unidos, o Design foi profissionalizado já no início da década de 1930. À época, se desenvolveu no país a onda conhecida como Styling, que dedicava ao designer o simples trabalho de resolver o modelo final de um

produto, retirando dele todo o processo de desenvolvimento. Ao contrário do método estabelecido pela escola alemã, o modelo norte-americano concentrou-se no desenvolvimento de produtos voltados ao mercado, que se tornou objetivo final (MOZOTA, 2003). Andrian Forty (2007) sustenta argumento semelhante no seu livro “Objetos de desejo”, no qual relaciona o desenvolvimento dos produtos e da atividade do designer dentro do contexto industrial, a partir das necessidades identificadas no mercado. Forty faz uma grande catalogação de produtos que foram oferecidos, sobretudo à sociedade norte-americana, ao longo do século XX, tendo como instrumento chave de incentivo à produção a propaganda e a criação de hábitos de consumo, à medida em que essa lógica transformou desejo em necessidade. Aquela corrente foi, contudo, um dos grandes impulsionadores do consumismo.

Também nos Estados Unidos, ganhou espaço o trabalho de Henry Dreyfuss (2005). As guerras mundiais que assolaram boa parte da Europa e das quais também participaram os norte-americanos trouxeram consequências para todos os envolvidos, “vitoriosos” e derrotados. Estabeleceu-se, nos países europeus, principalmente, a necessidade de reconstrução e o Design foi uma importante ferramenta para a conquista desse objetivo. O período também marcou o enfrentamento de um grande desafio: o de reintegrar ao convívio social aqueles que, devido às guerras, sofreram consequências físicas e/ou sensoriais – durante a guerra muitas pessoas perderam a visão, a audição, os membros, a sensibilidade do corpo, ou mesmo uma combinação de diferentes deficiências. Dreyfuss (1955) foi decisivo ao estudar as medidas do corpo humano (antropometria) de homens, mulheres e crianças, introduzindo assim as bases do que futuramente viria a compor o campo de estudos da Ergonomia. O designer norte-americano, no entanto, não concentrou sua atividade no desenvolvimento de pesquisas que visavam atender somente pessoas com condições físicas ideais, ele apresentou também propostas que apontaram para as necessidades de pessoas com baixa mobilidade e outras dificuldades motoras. Além disso, seus trabalhos tinham a preocupação de contextualizar o usuário com deficiência em diferentes ambientes e situações de movimentação. Em seu livro *Designing For People*, de 1955, o autor ressalta a importância de se desenvolver produtos voltados às verdadeiras necessidades de seus usuários,



**Figura 64**  
Joe e Josefina,  
personagens  
utilizados como  
referência  
antropométricas  
no trabalho de  
Dreyfuss  
(Fonte: [http://  
kiersten-nash.com](http://kiersten-nash.com))

mesmo que a partir de métodos que ponham o próprio designer a experimentar e vivenciar as condições reais de uso de cada produto.

Originária dos ideais defendidos pela Bauhaus, a *Hochschule Für Gestaltung* – HfG (Escola Superior da Forma), ou Escola de Ulm, surgiu na Alemanha, tendo como um de seus criadores Max Bill, aluno da primeira escola dentre os anos 1927 e 1929. Em comum com sua maior referência ideológica, havia o sentimento missionário de levar suas ideias para além das fronteiras alemãs.

Do corpo docente da instituição, também participaram antigos professores bauhausianos, como Albers, Itten e Walter Peterhans (BURDEK, 2006). Apesar

da formação artística dos primeiros mestres de Ulm, a Escola tinha na arte apenas um dos seus instrumentos de trabalho, e sua principal meta era a de conciliar configuração, tecnologia e ciência. Dentre seus departamentos, que revelam um rico caráter multidisciplinar, encontravam-se: Construção, Filme, Informação, Design de Produtos e Programação Visual.

A partir da primeira metade da década de 1930, o modelo de ensino praticado na HfG estava totalmente formalizado, servindo como referência para outras diversas instituições de ensino. O Design havia caído no gosto da indústria, que percebeu sua importância dentro do setor produtivo e passou a agregar esses conhecimentos em suas práticas e a incentivar, por meio de investimentos, o desenvolvimento de projetos por meio de institutos. Esse processo, entretanto, gerou uma dependência entre a Escola e o mercado, distanciando-a de um pensamento crítico em relação às mudanças e aos novos questionamentos sociais da época, tal como a ecologia, não foi possível se sustentar como instituição superior de ensino, o que culminou no encerramento de suas atividades em 1968. Da mesma forma que o ocorrido com a Bauhaus, o fim das atividades de Ulm culminou com uma grande emigração de ulminianos para outros países, contribuindo, assim, com a difusão de muitos conhecimentos ao redor do planeta. No Brasil, por exemplo, um dos frutos gerados a partir desse fato, foi a criação da Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI, na cidade do Rio de Janeiro.

A década de 1960 trouxe consigo o ideal de proteção à natureza e ao meio ambiente. O homem percebeu que o consumismo e a produção descontrolada havia posto em cheque as boas condições de vida e a própria garantia de um futuro melhor. A conservação da vida na Terra e a minimização dos males provocados pela intensa atividade industrial refletiram em novas metas por alguns grupos da sociedade, entre eles artistas, designers, arquitetos entre outros. No entanto, somente na década de 1970 essa influência se fez presente e acarretou mudanças no mercado de consumo.

Em 1968, o arquiteto Werner Nehls critica a forma objetiva e funcionalista do design de então. Sobre as formas, acreditava ser necessário fugir dos ângulos



**Figura 65**  
Imagem revela semelhanças entre produtos antigos da alemã Braun e os sucessos de vendada norte-americana Apple (Fonte: <http://macmagazine.com>)

retos, da falta de cor; deveria-se fugir de uma configuração tão racional e partir-se para propostas mais orgânicas e livres.

Na década de 1980, finalmente, o Design despediu do dever do funcionalismo, e passou por uma fase de radicalismo, baseado, sobretudo, no desenvolvimento de artefatos construídos a partir de materiais reaproveitados, inspirados em ideias focadas na ecologia e na negação ao desperdício de materiais

14. Essa discussão sobre o que é ou não arte, bem como estabelecer alguma fundamentação que justifique a classificação do Design como tal não entrará em questão. Aqui, vale salientar a existência dessa fase e sua contextualização dentro da história da disciplina.

industrializados. Foi uma fase composta pelo trabalho realizado por grupos de jovens designers. A partir desse momento, encontrou caminho livre para tornar-se arte<sup>14</sup>. Em poucas palavras: “*Peças de mobiliário de artistas contêm a possibilidade do uso, mas esta não é a sua principal intenção. Sua qualidade não depende de seu grau de conforto, do espaço das prateleiras ou da ergonomia da forma*” (BOCHYNEK, 1989, apud BURDEK, 2006, p.67).

Com a chegada dos anos 90, o Design encarou a Globalização e se estabeleceu como representação cultural, formando com a arte uma boa relação de influência mútua. A partir dessa mudança, se destacou também a entrada de outro mercado no desenvolvimento e produção orientada ao Design, a Ásia, sobretudo com Japão e Taiwan. O aprimoramento dos meios de comunicação de massa, telecomunicações e a internet fizeram com que as grandes empresas se expandissem além das fronteiras de seus países de origem, se estabelecendo em outras regiões por meio a instalação de escritórios, fábricas e estabelecendo contato com empresas de pesquisa e análise de mercado. O processo de Globalização garantiu até mesmo a consolidação do Design como ferramenta essencial no processo de produção dos produtos industrializados. Um computador Apple, por exemplo, pode apresentar (e apresenta) componentes fabricados nas mais diversas partes do globo, e seu processo de montagem se dá em localizações afastadas por oceanos. Esse procedimento é facilitado e permitido pelo desenvolvimento de um projeto de design eficiente, estruturado e modelado por equipes multidisciplinares.

### Visão do Design

Em seu livro “Objetos de Desejo”, Adrian Forty (2007) apresenta discussão pertinente a respeito do estudo e da aplicação do Design. Segundo o autor, o Design tem sido ligado a questões de beleza, forma, como se fosse uma atividade “puramente artística”, o que o tornaria algo fútil e “mero apêndice cultural”. Para Gui Bonsiepe (2011) o termo Design passou a ter significado “multiuso”. De fato, virou adjetivo para atribuir valor a marcas. Philip Agre

(2000), citado por Krippendorf (2000), prefere dizer que o Design saiu do domínio restrito do designer e contaminou a sociedade, se apresentando como um conceito de estilo de vida.

O design se distanciou cada vez mais da ideia de “*solução inteligente de problemas*” e se aproximou do efêmero, da moda, do obsoletismo rápido (...) da *glamourização do mundo dos objetos*. (BONSIEPE, 2011, p.18). Para o autor, o discurso do designer guiou-se para objetivos supérfluos, que ajudaram a criar uma “casca de coco”, na qual se solidificou a superfície, mas que em nada contribuiu com o conteúdo – oco por dentro. Seria necessário ao discurso do design (ao qual aliamos teoria e práticas projetuais) o desenvolvimento de soluções para problemas reais na sociedade, que não descartam assuntos relacionados a questões simbólicas, mas que tem como núcleo a solidificação de suas características projetuais inter, multi e transdisciplinares.

Ao mesmo tempo, não permitir a conexão entre Design e mercado, retira dele sua natureza primária que desempenhou na evolução da indústria. No entanto, podemos considerar dois sentidos para o termo. O primeiro, de fato, é relacionado a critérios de semântica, como aparência, conformidade visual, agradabilidade, harmonia etc; o segundo está associado ao conjunto de parâmetros e recomendações para a elaboração de um produto, ou ambiente e serviço essenciais para o homem.

Outra conexão que se faz com as ideias de Forty (2007) é a relação que o design tem com a sociedade. Não se pode desvincular a produção de produtos, sem apoiar-se nas mudanças sociais, políticas e econômicas do entorno onde tais artefatos são inseridos. “*Todo produto, para ter êxito, deve incorporar as ideias que o tornarão comercializável, e a tarefa específica do design é provocar a junção entre essas ideias e os meios disponíveis de produção*” (Ibid., p.16). Krippendorf aponta que durante sua evolução, o design migrou o foco da criação de artefatos para o pensamento relacionado intrinsecamente ao convívio social, no que definiu como “*Human-Centered Design*”, que traduziremos como design centrado no humano (KRIPPENDORF, 2000). Essa filosofia é endossada por Sato (2000), que a segmenta em três grandes áreas: Human Science, Ciências Sociais e

Tecnologia. Em síntese, pode-se afirmar houve a passagem do design focado no produto ou no objeto para o design focado no humano, e na sociedade.

Gui Bonsiepe (2011) compactua com o pensamento de Forty. Ele afirma que o cerne do trabalho do designer é buscar o equilíbrio entre o que chama de aspectos semânticos e aspectos técnicos. “Os designers têm a tarefa de reconciliar essas duas polaridades, projetando a forma dos produtos como resultado da interação com o processo sociotécnico” RICCINI (2005) *apud* BONSIPE (2011).

Consideramos, assim, que uma abordagem fundamentada na visão do Design, por meio da elaboração de pesquisas e propostas de produtos e serviços poderão contribuir com a superação ou mitigação das limitações e situações de exclusão de cidadãos com deficiência visual, bem como com a valorização de estratégias de produção e consumo sustentáveis.

### **Design e Acessibilidade**

No que concerne a orientação do Design para questões e projetos que envolvam acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência, ganha destaque o pensamento de Victor Papanek (1983), que foi um dos autores precursores no levantamento dessa discussão. Papanek defendia que o design não se voltasse apenas para as demandas ou situações do mercado, e do lucro, mas a atividade centrasse seu objetivo na melhoria das condições de vida do ser humano e no próprio futuro da humanidade. Nesse sentido, o Design deveria privilegiar não só o usuário, mas no conjunto de pessoas com diferentes necessidades e desejos, como também respeitasse e preservasse o meio ambiente ao redor. O autor enumerou pelo menos seis aspectos que o Design deveria seguir, dentre eles a reflexão e elaboração de projetos para a educação e o ensino, e de produtos voltados treinamento e à melhoria das condições de vida de pessoas com deficiência.

Dentro da discussão abordada nesta Dissertação, Papanek (1983) oferece contribuições importantes que pactuam com a linha de pensamento aqui apresentada. O autor defende que a sociedade, dita desenvolvida, precisa tomar como referência de seus modelos de comportamento e produção não apenas aqueles que usufruem de condições econômicas, educacionais e de acesso físico e sensorial ideais para a prática do consumo. Ao contrário, seria dever da própria comunidade organizada oferecer um amplo leque de possibilidades àqueles que não dispõem de recursos financeiros suficientes – o que corresponde à imensa maioria da população mundial, ou para aqueles que apresentam algum tipo de deficiência, seja física, intelectual ou sensorial.

Da mesma forma, Donald Norman (2006) afirma que o Design não pode se limitar a desenvolver produtos voltados à maioria da população. Para ele, não existe um padrão universal que equipare toda a diversidade humana. A padronização seria, portanto, um modelo excludente. Dessa forma, a necessidade de projetos orientados às diferentes necessidades baseadas nas características próprias dos variados indivíduos se torna fundamental, sobretudo à medida que esses sujeitos convivem com alguma deficiência física, intelectual ou sensorial, pois o desenvolvimento de projetos guiados a partir dessas especificidades pode definir não só o acesso, mas a inclusão desse público nos mais diferentes contextos sociais cotidianos, como o cinema, por exemplo.

Em alusão ao Ano Internacional das Pessoas Deficientes (definido pela Organização das Nações Unidas – ONU), em 1982, Gui Bonsiepe e Tamiko Yamada publicaram o livro “Desenho Industrial para Pessoas Deficientes”, ilustrado com propostas para um concurso de desenho industrial de artefatos relacionados ao tema. Dentro do edital, chama a atenção o fato de a participação não ser restrita a profissionais ou estudantes da área específica de Desenho Industrial (como era ainda reconhecido o campo profissional do Design no Brasil, à época), pois se considerou que para esta atividade a conjunção da ação-proposta pressupunha uma interação inter-multi-disciplinar, o que vai ao encontro das ideias defendidas por Papanek, que chama a atenção para a necessidade de soluções desenvolvidas a partir de grupos de varias áreas do conhecimento, nas quais não apenas os próprios designers participam

15. O designer alemão reside hoje no Brasil, na cidade de Florianópolis/SC, e é um dos percussores pela formação acadêmica e profissional da área no país, que teve início com a instalação da ESDI, já apresentada em tópico anterior.

do processo, mas também o usuário se faz presente na construção de equipamentos voltados à sua própria utilização, bem como no modelo de sociedade fruto desse procedimento. Tal entendimento se dá na medida em que se compreende o Design tanto como fruto quanto construtor da sociedade.

Bonsiepe<sup>15</sup>, cuja formação profissional se deu por meio da *Hochschule für Gestaltung*, também é uma das importantes referências no que concerne à proposta de aliar Design às reais necessidades da sociedade. Dentre suas contribuições relacionadas a essa questão, se encontra o entendimento de que o Design pode contribuir para a elaboração de propostas e projetos humanistas, baseados nas reais necessidades, incluindo toda a diversidade humana e social existente (BONSIEPE, 2011). Assim, seria possível ao Design atuar como ferramenta emancipadora do próprio homem, na medida em que proporciona conforto, segurança, bem-estar entre outros benefícios que não só facilitam a vida, como também garantem o atendimento de suas necessidades mais particulares, no caso principalmente das pessoas com deficiência.

Nigel Whiteley (1993) faz duras críticas ao sistema capitalista ao tentar buscar soluções e apontar caminhos para que o Design possa atuar na sociedade da forma mais inclusiva possível. Segundo o professor britânico, o capitalismo é responsável por incentivar a cultura consumista que se estabeleceu na sociedade. Para se manter as relações econômicas existentes, tanto a produção quanto o consumo em massa são necessários. Em contrapartida, aquilo que não é identificado com valor satisfatório de consumo por uma maioria não tem sido privilegiado pelos sistemas dominantes.

Um exemplo claro disso se encontra na pouca disponibilidade de sistemas, produtos e serviços que atendam às diferentes necessidades das pessoas com deficiência. Para Whiteley, a indústria tem procurado vender apenas o que lhe favorece, o que, por sua vez, pode não ser o que interessa ao consumidor. A onda neoliberal por qual passou boa parte da civilização oriental contribuiu com esse processo que pôs o capital acima dos interesses sociais. O Papa Francisco, que tem ganhado destaque por suas declarações contrárias ao modelo econômico atual, é crítico constante do modelo consolidado no mundo ocidental e tem

realizado duros discursos contra o sistema capitalista atual:

“Na verdade, uma ambição egoísta e ilimitada de poder e bem-estar material leva tanto a abusar dos meios materiais disponíveis como a excluir os fracos e os menos hábeis, seja pelo fato de terem habilidades diferentes (deficientes), seja porque lhes faltam conhecimentos e instrumentos técnicos adequados ou possuem uma capacidade insuficiente de decisão política.”  
(RÁDIO VATICANO, 2015)

O trecho do discurso acima foi realizado em setembro de 2015, na sede das Nações Unidas, em Nova Iorque. Se percebe que a orientação do pontífice pactua com o pensamento de Whiteley, sobretudo na crítica ao neoliberalismo, que gerou uma onda de privatizações de empresas públicas pelo mundo ocidental, reflexo de políticas que buscaram a diminuição da interferência do Estado na vida dos indivíduos, na busca de garantir a auto regulação do mercado. Esse modelo gerou ainda mais contrastes sociais e no tocante à acessibilidade de pessoas com deficiência, mostrou-se ineficiente para a garantia de seus direitos. No Brasil, por exemplo, há a noção de que apenas com o estabelecimento de leis que regulem e obriguem às instituições privadas a respeitarem às diferentes necessidades de seus consumidores é possível se estabelecer condições reais de acesso e inclusão de pessoas com deficiência. Ressalte-se, ainda, que é preciso haver intensa fiscalização por meio dos órgãos públicos.

Conforme discutido no capítulo 5 desta Dissertação, se pode observar que já há no país, um conjunto de textos legislativos que buscam garantir os direitos da pessoa com deficiência. No entanto, a ausência de punições exemplares aos que não seguem o rigor das Leis bem como a fiscalização ineficiente, não tem contribuído com o beneficiamento daquele público. Como reflexo, o setor privado não tem se comprometido com resultados sociais além dos econômicos gerados por oferta de produtos de amplo consumo.

Nigel Whiteley chama, o Design para voltar suas atividades ao setor social, sobretudo na atuação em conjunto com o ideal público. É o que o autor vem

chamar de “Design Valorizado”:

“O design valorizado é, em suma, aquele que possui uma compreensão crítica dos valores que fundamentam o design (...) disposto a defender ideias sociais e culturais mais elevadas do que o consumismo a curto prazo, com a sua bagagem obrigatória de degradação ambiental. O designer valorizado deve enxergar no design o potencial para contribuir com uma qualidade de vida melhor e mais sustentável”  
(WHITELEY, 1998, p.74).

“Agora eu vou  
pra São Paulo,  
olhar os paulista,  
que eu nunca vi.”

Maria das Graças (Maroca) - Cega e cantora



**A pessoa é para o que nasce**  
Documentário (2002)  
Direção: Roberto Berliner

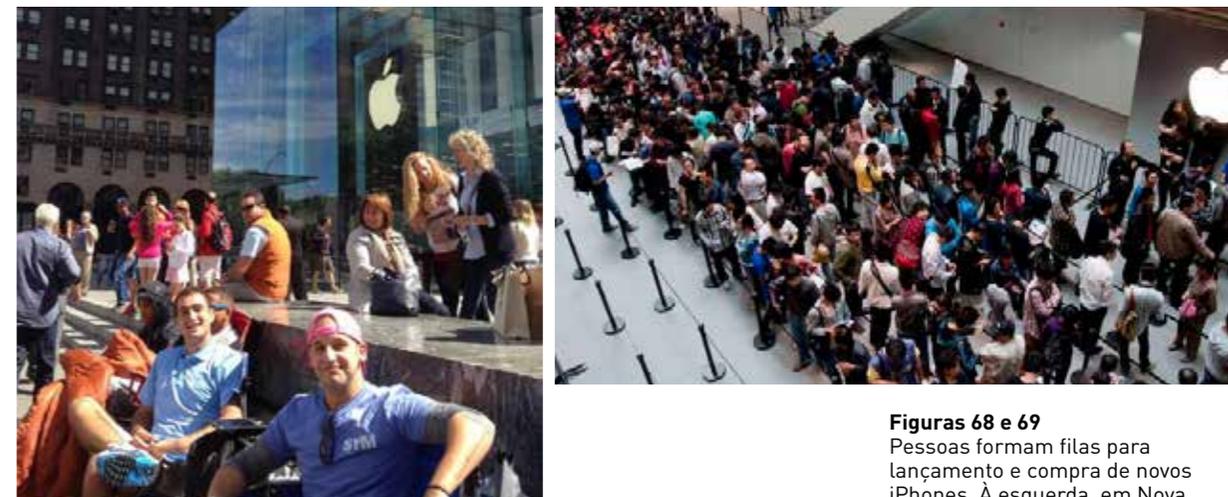
## Design de Serviços

Clarissa Biolchini afirma que vive-se hoje em um modelo de produção e consumo baseado no consumo. Para ela:

“A lógica dominante do serviço revela uma nova visão do conceito de serviço, segunda a qual tudo – ou quase tudo – que utilizamos pode ser visto como serviço. Além disso, observamos que o conceito de produto cada vez mais tagencia o de serviço e vice-versa”.  
(STICKDORN, SCHNEIDER, 2014, p.12)

A sociedade contemporânea vive uma série de transformações de ordem social, comportamental, política, ambiental, entre outras, culminando em mudanças nas mais diversas esferas. No que diz respeito ao consumo, por exemplo, se percebe que considerar o entendimento de um produto industrial, inserido em seu contexto de produção e uso apenas em seu aspecto físico/tátil não é mais o suficiente, pois não abrange a complexidade das relações e as possibilidades de serviços correlatos ou embutidos. Pode-se citar o caso da Apple, uma das maiores e mais importantes empresas do mundo, que se destaca não só pelos seus produtos palpáveis, como o iPhone, o iMac, o Macbook ou iPad, mas pelo conjunto formado por estes, seus sistemas operacionais e, conseqüentemente, os serviços que possibilitam a interação e o bom atendimento às necessidades de seus consumidores.

Não só a empresa de Steve Jobs, no entanto, tem ganho destaque nesse aspecto, a Google, outra gigante da área de sistemas e computadores, aposta forte no aprimoramento de seus serviços, em sua maior parte gratuitos ao consumidor final, como Google Maps, Google Tradutor, Gmail, entre outros. A companhia, que começou a ser popularizada por meio de seu amplo sistema de buscas que tinha o objetivo pretencioso de ser capaz de reunir todo o conteúdo disponível na internet (world wide web - www), entendeu que estava na prestação de serviços eficientes e customizados o segredo do sucesso. Segundo o índice S&P Dow Jones (EXAME, 2015), a Google chegou, em julho de 2015, a desbancar a Apple com crescimento de mercado recorde. A empresa,



**Figuras 68 e 69**  
Pessoas formam filas para lançamento e compra de novos iPhones. À esquerda, em Nova Iorque. Acima, na China. A paixão dos usuários pela marca é tanta que alguns chegam a acampar nas filas para garantir a compra das primeiras unidades.  
(Fonte: <http://ipodschool.com> e <http://magicwebdesign.com.br>)



**Figuras 66 e 67**  
Com o mesmo princípios, Apple TV (à esquerda) e Google Chromecast (abaixo) disputam o mercado no segmento  
(Fonte: <http://tecmundo.com.br>)

contudo, vem fazendo o caminho inverso ao da concorrente, e tem apostado no desenvolvimento de produtos físicos capazes de oferecer uma interação ideal entre os diferentes sistemas por ela oferecidos. Um bom exemplo de produto é Google Chromecast, que promete transformar qualquer TV com entrada HDMI<sup>16</sup> em uma TV inteligente – smart TV. O produto faz interagir dispositivos móveis (telefone celular e tablets (com os mais diversos sistemas operacionais) e a televisão do usuário, por meio de uma rede de internet comum entre os dispositivos eletrônicos e pela utilização de aplicativos próprios, como o Google

16. HDMI é a sigla de High-Definition Multimedia Interface, espécie de conexão de áudio e vídeo totalmente digital e que transmite dados não comprimidos, comum aos dispositivos que trabalham com imagens em alta resolução.

Chrome. Essa comunicação, por sua vez, possibilita o espelhamento do conteúdo exibido nas pequenas telas dos dispositivos móveis em qualquer aparelho com entrada HDMI, seja ele uma TV ou um projetor de vídeo. Outra vantagem do conjunto é que por tratar-se de produto cuja boa funcionalidade dá-se, sobretudo, devido ao sistema operacional instalado, há constantes atualizações, que ocorrem a partir de feedbacks de problemas relatados por usuários ou pela identificação de novas possibilidades de uso por parte da própria Google, a partir de seus inúmeros canais de relacionamento com o consumidor, o que lhe oferece competência para se adaptar às contínuas e rápidas mudanças inerentes à volátil realidade contemporânea.

A valorização dos serviços e do consumo de produtos potencializados por suas atividades, ações e procedimentos embarcados tem proposto ao mercado novas formas de desenvolvimento de artefatos, bem como despertado outras necessidades por parte dos consumidores. Hoje, não é tão clara a divisão entre as etapas de produção e de consumo de produtos. Dessa realidade, se estabelece uma abordagem possível para pesquisa e desenvolvimento, denominado Design de Serviços, intimamente conectado às ciências de Serviços.

### Serviços

Segundo Lovelock e Wright (2001), os serviços estão relacionados intimamente a propostas intangíveis, por mais que tenham alguma proximidade a produtos táteis e físicos, no sentido de que o que define sua qualidade não poderá restringir-se a um benefício palpável. Uma rede de *fast food*, por exemplo, deve firmar seu compromisso com seu cliente na garantia de uma experiência de alimentação ágil. É certo que os produtos que compõem todo o processo devem estar de acordo com critérios relacionados à boa alimentação – mesmo que somente no sentido de saciar a fome, e/ou no oferecimento de conforto – mas, sobretudo, na garantia da agilidade e eficiência na alimentação. Dessa forma, o serviço é construído com o objetivo de oferecer um sistema integrado de produtos, procedimentos e ações além de assistência ao consumidor. Entende-

se que quem procura uma rede caracterizada por esse tipo de serviço, o faz por não disponibilizar de tempo suficiente para alimentar-se de maneira mais prazerosa e descansada, reflexo de nossa sociedade apressada e controlada pelo relógio. Se o fornecimento deste tipo de alimentação demorar mais que o tempo disponível pelo consumidor, a atividade estará fadada ao fracasso caso este fato não seja devidamente corrigido ou a empresa não tenha mudado seu objetivo fundamental. Tal exemplificação encontra respaldo na análise econômica de P. Kotler (2006), G Hollins e B. Hollins (1991), que colocam a compreensão de que os serviços são atividades que, por meio do atendimento das necessidades do usuário, satisfazem os interesses econômicos de quem presta determinado serviço. Nesse sentido, a não atenção à conveniência e à satisfação do cliente pode refletir no fracasso da prestação do serviço.

Dessa forma, no exemplo da rede de *fast food*, mesmo considerando o objetivo primordial da prestação de um serviço ágil, não se pode marginalizar todo o conjunto de fatores que contribuem para a avaliação deste serviço como um todo. É possível almoçar, em um dia corrido, um sanduíche em apenas 20 minutos. No entanto, caso esse alimento seja fornecido frio – quando deveria estar quente, ou sejam percebidas falhas na higiene do local, ou o atendimento prestado pelos funcionários do estabelecimento seja inadequado, ou o valor cobrado não seja o mesmo informado no cardápio, todos esses problemas devem dispor de algum modo de avaliação capaz de corrigir os erros de maneira rápida, eficiente e mirando a satisfação do consumidor. Assim esse conjunto partes e elementos não está isolado, mas intimamente interligado, e compõe decisivamente, a forma como se compreende o serviço oferecido. Para Moritz (2005), o entendimento de um serviço se dá nos pontos de contato entre estabelecimento e clientes. No caso do exemplo apresentado, pode ser o atendimento no balcão, a sensação de higiene no local e nos uniformes dos funcionários, o conforto das cadeiras, a disponibilidade de identificação visual de cardápios, entre outros.

Young (2008) aponta como característica importante dos serviços, a perecibilidade dos mesmos, na medida em que não se pode armazená-los ou estoca-los para uso futuro. No caso deste trabalho, por exemplo, cadeiras vazias em uma sessão

de cinema revelam desperdício de recursos e de ganhos na prestação do serviço, haja vista que o custo de projeção para uma sala lotada ou para uma única pessoa é o mesmo. Assim, se a sala tem cadeiras vazias, o serviço está deixando de ganhar o valor referente aos ingressos. No entanto, o filme, que é o material audiovisual projetado nas salas de projeção, pode sim ser estocado. Durante a exibição nos cinemas, ele não é algo físico, palpável, pois não se toca o conteúdo de um filme. No máximo, há o contato com o suporte que o armazena, que hoje, no geral, se dá por meio de discos rígidos (hard drives – HD) e ainda assim não é uma experiência que faça parte do serviço oferecido a quem vai àquele tipo de atividade. Ao final do período de exibição dos filmes em cartaz nos cinemas, esses podem ser oferecidos por outro meio de armazenamento, como em discos de DVD ou Blu-Ray, ou são disponibilizados via internet, em sites de venda sob demanda – como Netflix; bem como por meio de redes de compartilhamento gratuitos – YouTube; ou até mesmo por meio de aplicativos que permitem o *download* legal ou ilegal de conteúdos.

Percebe-se, assim, que a inserção de faixa sonora com audiodescrição em filmes disponibilizados em mídias físicas ou digitais permite que seja oferecido ao público interessado um serviço acessível por um período mais estendido de tempo, haja vista que esse material pode ser aproveitado em outros dispositivos de exibição, como os canais de TV aberta, fechada, *on demand*, DVD's e Blu-Rays. Dessa forma, se considera nesta dissertação que a possibilidade de oferecimento de filmes com esta tecnologia assistiva nos cinemas, além de facilitar o acesso de pessoas com deficiência visual a este mercado, colabora para diminuir a barreira entre esse público e outros formatos de mídias digitais.

### Design de Serviços como área de pesquisa

O Design de Serviços, como disciplina, surge no início da década de 1990, reflexo das mudanças na relação entre consumidores, produtos e mercado, impulsionada pelas academias norte-americana, alemã, britânica e italiana, com importantes referências no desenvolvimento de projetos comerciais por

empresas dessa nacionalidade e também europeias, como IDEO e Live|Work (MAGER, 2007; SACO, GONCALVES, 2008).

Para Melo *et al.* (2010), a revista americana Harvard Business Review foi percussora na utilização do termo Service Design, que traduzimos em português como Design de Serviços. A publicação do artigo *Designing Services That Deliver* foi precursora na sua divulgação já em 1984. No entanto, somente em 1991, com a integração dessa disciplina ao currículo acadêmico da KISD – *Köln International School of Design* (Escola Internacional de Design de Colônia, na Alemanha), pode-se estabelecer Design de Serviços como tal (MORITZ, 2005).

Em seguida, ganham destaque os estudos de B. Hollins e G. Hollins (1991), pesquisadores da área administrativa, que deram importante contribuição com para a construção do estudo na área do Design de Serviços. Dentre as contribuições, destaca-se o entendimento do serviço como um produto que, como tanto, necessita ser projetado e planejado.

Para Hollins e Hollins (1991), o Design de Serviço pode ser classificado como tangível e intangível, quando envolve produtos, meios e situações como comunicação, ambiente e comportamento. Nesse contexto, podemos identificar o cinema, que agrega produtos como o filme, mas também outros itens de consumo como pipoca, doces, bebidas, etc.; bem como uma série de brindes e produtos a comercializar, muitas vezes vinculados às campanhas publicitárias dos filmes; além da comunicação das demais atividades que fazem parte dessa oferta, como as informações sobre sessões, horários, salas, banheiros, descrição de processos e tabelas de preços.

Não se pode esquecer que o serviço conta com um ambiente preparado para o consumo e a fruição dos serviços e produtos nos diferentes pontos de contato, como bilheterias, bomboniere, hall de espera, corredores de acesso e de saída das salas de projeção, bem como com elementos construtivos característicos e especializados que compõe estes espaços, como paredes com isolamento acústico, pisos e teto adequados à função, assentos padronizados, escadas com iluminação mínima e de emergência; além de dimensionamento e requisitos

**Figuras 70 e 71**

Combos e brindes oferecidos por exibidores de cinema. Esse mercado tem investido muito nesse tipo de ação comercial. [Fonte: <http://sucessobrindes.com.br>]

técnicos de espaços para pessoas com mobilidade reduzida, comunicação visual interna e relacionada ao contexto aonde se inserem as instalações do cinema, identificação de saídas de emergência, entre outros aspectos.

Já em relação aos usos, costumes e comportamento estabelecido ao longo do tempo como um padrão de utilização do serviço, há de se considerar a jornada do cliente neste contexto, que vai desde a visualização dos filmes em cartaz, acesso e mobilidade nos espaços, a formação de filas para compra de ingressos em bilheterias, totens ou internet, até a sua saída da sala de projeção.



Percebe-se, assim, que o serviço oferecido pelos cinemas enquadra-se na proposta dos autores aqui consultados, sobretudo quando avaliamos essa atividade cultural e de entretenimento no mercado brasileiro, que hoje é operada e gerida, em sua maior parte, por grandes companhias cujos serviços buscam ser padronizados em quaisquer de suas salas, nas mais diferentes regiões brasileiras.

Outro autor, o italiano Ézio Manzini (1993), do Politécnico de Milão, introduz uma outra abordagem para o Design de Serviços, apoiado em outra perspectiva de aquisição de bens e objetos. Sua preocupação com o consumo exacerbado de produtos reacende a bandeira da causa do consumo consciente e sustentável, colocado na proposta de que o Design de Serviços poderia colaborar com a diminuição, a otimização, o reaproveitamento de recursos, materiais e tecnologias, entre outros aspectos, numa visão de colaboração desta área com questões ambientais emergentes, incentivando os designers a oferecerem à sociedade soluções de projetos visando privilegiar valores de sustentabilidade, por meio de uma abordagem sistêmica e centrada no humano. (FREIRE, 2011)

O ano de 1996 traz outra importante referência na área, Rohit Ramaswamy (1996) que apresentou a proposta que alia projeto e gestão de serviços, tendo como missão o atendimento total às necessidades do cliente por meio de métodos focados nesse público. A abordagem desse autor toma como base a noção de Design Total, que seria fruto da integração entre engenharia, marketing e gestão, a partir de um processo iterativo e multidisciplinar, visando o desenvolvimento tanto de produtos quanto de serviços.

Para Freire e Damazio (2010), os estudos iniciais sobre o tema caracterizavam-se por contar com percepção parcial dos diferentes profissionais e pesquisadores envolvidos em projetos desse tema. Assim, engenheiros investiam esforços nos processos projetuais enquanto os autores do Marketing e da Administração concentravam-se na satisfação do consumidor e no retorno comercial aos prestadores de serviços, cabendo ao designer agir no desenvolvimento de atividades relacionadas ao design de interiores dos

ambientes onde se realizam os serviços.

Moritz (2005) defende que o Design de Serviços deve considerar toda a complexidade que envolve a experiência do serviço por parte do usuário, incluindo todos os processos, etapas e jornada do cliente na utilização de um serviço determinado. Nesse sentido, a proposta inerente às ideias que guiam este trabalho encontra profunda semelhança com o pensamento desse autor, na medida em que se acredita que para oferecer um serviço de fato inclusivo a deficientes visuais em salas de cinema, é preciso buscar respostas que estão além das salas de cinema, envolvendo, portanto, todo o processo que possibilita oferta de filmes naqueles ambientes, bem como o acesso desse público ao local, sem esquecer que quando se fala em cinema, se considera que se trata de um mercado que tem estratégias próprias para publicizar seus produtos e atrair seus clientes.

Seguindo essa linha de raciocínio, o designer de serviços seria o responsável por reger uma equipe multidisciplinar capaz de projetar, planejar e viabilizar a jornada ideal do cliente no serviço, a partir da identificação dos principais pontos de contato entre cliente e serviço, visando sempre o melhor atendimento às necessidades desse consumidor. Isso inclui a identificação, por métodos de avaliação e feedbacks alimentados por ferramentas e procedimentos de relacionamento consciente estabelecida entre os diferentes *stakeholders*. Nesse sentido, o Design de Serviços pode garantir poder ao usuário, na medida em que este se torna instrumento de mudança para o aprimoramento de serviços que tem no atendimento de suas próprias necessidades seu objetivo primordial (FREIRE, DAMAZIO, 2010).

Brigit Mager (2009) reforça que as características holísticas e interdisciplinares estão enraizadas na própria missão do Design de Serviços, pois se orienta para as pessoas e precisa tomar como referência toda a diversidade inerente a esse público, que por sua vez reflete, e é reflexo de uma sociedade em constante processo de transformação. Tal orientação centrada nas pessoas, por sua vez, apresenta grande potencial para o desenvolvimento de projetos visando a inovação social, com soluções criativas para lidar com os mais diversos conflitos

enfrentados pelo homem contemporâneo.

Nesse sentido, é possível afirmar que a orientação de Manzini (2007) vai ao encontro das ideias presentes neste trabalho, pois reconhece o potencial da utilização do Design como ferramenta de inovação social, oferecendo métodos que podem solucionar problemas que necessitam de reflexão e de uma postura mais ativa da sociedade, como é o caso da necessidade de se garantir a inclusão de pessoas com deficiência. A garantia dos direitos desses cidadãos passa pelo seu empoderamento social e pela inclusão desse público no desenvolvimento de projetos que lhes permitam acessibilidade e inclusão.

“Quando vê o que  
é verdadeiro em  
si mesmo, então  
já viu o bastante.  
E não precisa de  
olhos para isto.”

Personagem Virgil



**À primeira vista**  
Romance (1999)  
Direção: Irwin Winkler

### **Apresentação e discussão dos resultados**

Nas páginas a seguir, serão expostos os resultados obtidos a partir da utilização dos instrumentos de pesquisa apresentados no Capítulo 2, seguidos de suas respectivas análises.

Os resultados estão divididos em sessões referentes aos diferentes instrumentos de pesquisa trabalhados: Criação de Personas (quatro personas), Indução de Relatos (sete relatos), Mapas de Expectativas (cinco textos) e Entrevistas com Especialistas (dois cineastas, dois exibidores, dois entusiastas e duas distribuidoras de filmes).

A cada sessão, são apresentados os resultados, em páginas de fundo colorido. Em seguida, em páginas de fundo branco, se encontram análises, realizadas a partir da triangulação de dados e das referências apresentadas durante os capítulos anteriores.

## INSTRUMENTOS DE PESQUISA



# 1. CRIAÇÃO DE PÉRSOAS

Figura 72

Cíntia<sup>17</sup>

17. Cíntia representa pessoas que frequentam bastante o cinema, identificadas nas entrevistas contextuais

Cíntia é uma cinéfila de carteirinha. Solteira, 37 anos, graduada em Ciências Contábeis, a analista vai ao cinema por volta de 8 vezes por mês.

Ela ama filmes e prefere os ver na telona do cinema. Lá, ela consegue imergir na experiência. A tela grande, o som alto, somente a luz da projeção, esse é o ambiente ideal para a imersão. Na sala de cinema, a concentração é total. Não tem barulho de vizinhança, ninguém toca a campainha, o telefone não tem sinal.

Quando não está no cinema, entretanto, assiste a filmes pela internet ou em canais de TV fechada. E se vier a calhar, até compra o vídeo.

Cíntia dá preferência a filmes por meio da leitura de críticas, sinopses e pela avaliação de sites especializados em cinema. Geralmente busca referências nas próprias salas de cinema, por meio dos pôsteres, em jornais e na mídia digital. Os trailers em pouco contribuem para a escolha de sua programação cinematográfica. Esses, só os acompanha no início das sessões de cinema, antes dos filmes escolhidos. Cíntia prefere a surpresa que a leitura das sinopses a provoca.

Cíntia prefere ir ao cinema acompanhada. Gosta de comentar os filmes após cada sessão. Adora ir com os pais e com amigos, mas quando não consegue companhia, não descarta a possibilidade de ir sozinha, e vai. Sozinha, aliás, acredita que colabore com a imersão, pois evita a dispersão provocada por comentários durante as cenas.

Cíntia prefere comprar os ingressos pouco antes do início das sessões, na bilheteria ou nos tótems eletrônicos. Na internet, nunca comprou. Acha um absurdo a taxa de serviço cobrada. Não tem costume de comer nada durante a sessão, nem pipoca. Às vezes compra água ou um cafezinho no bar do cinema.

Cíntia dá preferência ao transporte público quando vai ao cinema, e nunca assiste a qualquer filme (no cinema) sem ter se programado antes.

Figura 73

Maria<sup>18</sup>

18. Maria representa o conjunto de hábitos mais frequentes identificados com as entrevistas contextuais

Maria tem 30 anos, é solteira e trabalha como professora. A paulistana adora assistir filmes, principalmente no cinema, porque lhe favorece uma total imersão e oferece tela de projeção e sons perfeitos, não à toa a expressão “tela e som de cinema”, afirma. O cinema, também, é um lugar bem propício ao contato com outras pessoas. Para ela, é um lugar de convivência e uma ótima opção de lazer. É um tipo de atividade que ela frequenta de duas a três vezes por mês, sempre programada com antecedência, sem casualidades. Normalmente, Maria vai ao cinema no seu carro próprio.

A decisão sobre o filme que escolhe se dá principalmente por meio da leitura da sinopse. Também leva muito em consideração a indicação de amigos e o gênero do filme. Outro fator de muita importância é acompanhar previamente o trailer. Às vezes, essa atividade é fundamental e decisiva.

A companhia ideal de Maria são os amigos. Grande parte de suas visitas ao cinema faz acompanhada deles. Às vezes, contudo, é um programa a dois, e vai com o namorado. A falta de companhia, entretanto, não inviabiliza o programa. Muitas vezes Maria vai ao cinema sozinha. Nesses casos, ela frisa a sensação de independência, pois pode definir horário e filme por conta própria!

Maria sempre compra o ingresso pouco antes da exibição do filme, na bilheteria, e logo antes da sessão, não dispensa uma visita à bomboniere do cinema, onde compra pipoca.

Quando em casa, Maria assiste filmes em canais de TV fechada ou baixa algo pela internet.

### Análise do método de criação de personas sem deficiência visual

Para a criação de personas, tomou-se como referência as entrevistas contextuais realizadas com pessoas sem deficiência visual em cinemas e as entrevistas individuais realizadas com pessoas cegas. Os resultados dessas entrevistas (ver Anexo I) são duas personas que enxergam e frequentam aquela atividade cultural e duas personas cegas.

Para a definição das personas que enxergam, usou-se dois critérios: as respostas relacionadas à maioria – persona Maria e as respostas de pessoas que frequentam muito o cinema – Persona Cíntia. Já para a construção das personas cegas, observou-se a identificação de dois perfis diferenciados: um de alguém mais crítico às condições de acessibilidade gerais – Caio, e outra mais indiferente e adepta ao reconhecimento do que vem a agregar – Lívia. Embora as personas se baseiem em pessoas reais, elas são fictícias e, portanto, sua representação fotográfica é apenas ilustrativa.

A “imersão” na experiência foi um dos motivos mais citados pelos entrevistados em cinemas. Essa sensação é um dos principais motivos avaliados para justificar a preferência do cinema frente às outras situações pelas quais se pode assistir a filmes (ver tabulação da entrevista nos anexos).

A imersão, segundo os entrevistados, se dá sobretudo pela concentração que a sala escura, com somente a tela iluminada proporciona, além da não interferência de ruídos externos ao ambiente e ao filme. Percebe-se, assim, que nesse aspecto é possível imaginar que um possível espectador cego possa receber o mesmo benefício, já que o ambiente garante o conforto necessário.

No que se refere ao fato de “não haver sinal de telefone” como justificativa para garantir a imersão do espectador dentro da sala de cinema, citado pelos espectadores cinéfilos, considera-se algo questionável, pois não se conhece sistemas que se dediquem a bloquear o sinal desse tipo de aparelho dentro daqueles ambientes. É comum, no início das exibições de filmes, surgir na tela de exibição e no equipamento de som a solicitação de que se desliguem os aparelhos de telefone. Relacionando-se essa questão às tecnologias assistivas voltadas à acessibilidade de pessoas com severa deficiência visual com conteúdos audiovisuais (ver capítulo 4), percebe-se que há a necessidade do uso de smartphones para que se possibilite a transmissão de conteúdo com audiodescrição. Assim, é certo que se deve investir em características e recursos nesses aplicativos que não interfiram na boa fruição da experiência de cinema para todos os que compartilham da mesma sala (deficientes ou não), tendo em vista a proposição de um serviço inclusivo e agregador.

Os cinéfilos afirmam que o tipo de informação para o interesse na escolha de determinados filmes é a leitura de sinopses. Como visto no capítulo 4, há uma série de equipamentos que possibilitam a leitura e a escrita de pessoas com severa deficiência visual, tanto no que diz respeito a materiais impressos, tanto quanto digitais ou virtuais. Dessa forma, para se garantir a possibilidade de escolha de programação cinematográfica para esse público, é de grande importância que se invista na produção e na utilização de artefatos com leitura em braile ou por meio de audioguias. Um sistema semelhante ao utilizado na Pinacoteca de São Paulo (ver capítulo 4), pode ser útil para apresentar filmes em cartaz via áudio, por exemplo.

A maioria dos entrevistados aponta os trailers como fundamentais na escolha de filmes a assistir nos cinemas. O momento de assistir a esse material pode se dar em tempos distintos. Muitas vezes ocorre na própria sessão de cinema, antes do início dos filmes. Outras vezes, são assistidos por meio de mídias digitais e redes sociais. Assim, é certo afirmar que é necessário, para que se estabeleça um mercado realmente inclusivo, a produção não só de conteúdo audiodescritivo de filmes propriamente ditos, mas também de trailers para veiculação em cinemas, TV's, DVD's, Blurays e ambientes virtuais.

Verifica-se que tanto cinéfilos quanto a maioria dos usuários de cinema preferem frequentar esse tipo de atividade acompanhados, o que atribui à experiência a classificação de atividade de interação social. No entanto, ambos os grupos revelam que a falta de companhia na ida ao cinema não interfere na realização do procedimento. Para os cinéfilos, apesar da preferência de companhias, a experiência solitária permite ainda maior imersão. Contudo, a discussão sobre o filme assistido após a sessão (que foi algo muito citado) se perde, tornando a experiência um pouco menos prazerosa. Relacionando-se a usuários cegos, a realização da atividade acompanhada pode ser um facilitador desse serviço caso o acompanhante não tenha deficiência visual. No entanto, se percebeu, com as entrevistas e relatos coletados com esse público (ver Indução de Relatos), que é comum que eles sejam acompanhados de outras pessoas também deficientes visuais, o que implica no treinamento de funcionários dos espaços de exibição. Instituições como a Associação Laramara (ver capítulo 2) oferecem esse tipo de treinamento a instituições privadas e/ou públicas. Quando se visita a associação, há uma palestra inicial – ministrada por um integrante cego, que questiona ao público sobre quem dos presentes se acha apto para conduzir um deficiente visual na rua. O palestrante afirma que o normal é que ninguém se habilite para a tarefa. O fato pode revelar que não é socializada informação suficiente para o estabelecimento de uma cultura inclusiva.

No que diz respeito à compra de ingressos, tanto cinéfilos quanto a maioria dos usuários de cinema dão preferência à compra diretamente nas bilheterias, com a interação com um vendedor presente. Para garantir um serviço seguro e eficiente aos usuários cegos, há a necessidade de capacitação profissional aos funcionários que trabalham nesses setores. Uma das preocupações que podem surgir na etapa de pagamentos está na lida com o dinheiro e com a utilização de cartão de crédito. Como visto no capítulo 5, a mudança no tamanho das cédulas do Real veio facilitar sua identificação por aquele público. Somado a esse fator, existem tecnologias que permitem a identificação do papel moeda por meio de smartphones, como o Blind Wallet (ver capítulo 4). No caso do uso de cartões de crédito, se aconselha a utilização de máquinas com teclas em relevo. Caio relata situação desagradável que passou devido a um equipamento de cartão com

teclas sem sensibilidade tátil (ver sessão Indução de Relatos – Caio).

A maioria dos entrevistados em cinemas revelou que a ida a esses ambientes é uma atividade programada. Nesse caso, se entende que a escolha de filmes se dá em momento anterior e fora daquele ambiente. Dessa forma, relacionando esse procedimento aos aplicativos Whatscine e MovieReading, se percebe que o segundo apresenta vantagem frente ao primeiro, na medida em que sua utilização não representa custos aos exibidores e não interfere no processo padrão do usuário, no sentido de que a ida ao cinema sem programação prévia não se estabeleceu como hábito entre os consumidores. O capítulo 4 traz uma comparação entre as tecnologias em questão.

Uma das fontes de renda de destaque em cinemas são as bombonieres (ver sessão entrevista com especialistas – Leandro). Segundo a revista Exibidor (2013), pelo menos 40% do público que acessa as salas de cinema compra algum produto nesses espaços, no entanto, o setor não está satisfeito e espera crescer, no mínimo, até 60%.

As bombonieres, no entanto, são um setor que apresenta sérios problemas perante à crítica dos usuários: filas enormes e mal atendimento, principalmente. De acordo com os entrevistados pela revista Exibidor, os maiores problemas são fruto do despreparo dos profissionais de atendimento. Os gerentes entendem que é necessário o investimento em formação e capacitação desses atendentes. No entanto, processos de capacitação encontram entraves na alta rotatividade de funcionários desse serviço, que não é valorizado haja vista os baixos salários. Dessa forma, a manutenção de alguém com boa qualificação é um desafio ao setor. Se para os usuários que hoje frequentam os cinemas, a garantia de um serviço qualificado é um problema, pode se concluir que o bom atendimento às necessidades de pessoas com deficiência visual é ainda mais complicado. Entretanto, para que se ofereça um serviço inclusivo para esse público, é necessário que se invista em soluções que contornem eficientemente esse problema.

A maioria dos entrevistados em cinema revelou que se desloca aos espaços

de exibição por meio de veículo próprio, os quais os mesmos dirigem. Não foram identificadas tecnologias assistivas que permitam a pessoas com severa deficiência visual a condução de automóveis. Dessa forma, a esse público restam as opções de transporte público ou caminhada para realizar seu deslocamento.

Conforme apresentado no capítulo 4, há aplicativos que procuram auxiliar pessoas com deficiência na hora de tomar um ônibus. A nova LBI – (ver capítulo 5) oferece a esse público o direito de pegar ou descer daquele tipo de transporte em pontos diferentes aos padronizados, contanto que dentro do trajeto oficial da linha de ônibus. Contudo, é sabido que há problemas na disponibilização de serviço de qualidade para usuários de transporte público, sobretudo a pessoas com deficiência. O relato apresentado por Caio no capítulo 4 ilustra esse fato. Nesse caso, treinamentos e capacitação para motoristas e outros profissionais do setor de transportes públicos são essenciais para a garantia da existência de um serviço de cinema inclusivo e mercadologicamente viável, haja vista que é necessário a chegada dos clientes ao local do serviço.

A pesquisa realizada com usuários de cinema em São Paulo revelou que um dos transportes de destaque para o deslocamento até os espaços de exibição é o Metrô. Esse sistema apresenta um serviço elaborado para o atendimento eficaz de pessoas com deficiência. Uma vez dentro de uma estação e identificado como pessoa com deficiência visual, funcionários capacitados localizam esse indivíduo e o orientam – caso este deseje, desde o ponto de encontro até a saída na estação destino. O funcionário não fica todo o tempo ao lado do usuário, mas se utiliza de instrumentos de comunicação e de monitoramento de vídeo para localizar e garantir a segurança da PcD (MACIEL DUTRA, MARIANI, DAYE, 2014).

Sobre as ferramentas que facilitam o deslocamento de pessoas com deficiência visual no sistema de metrô de São Paulo - funcionários, sistema de áudio e pisos táteis - não se verifica as mesmas TA's nos sistemas de ônibus das cidades onde as pesquisas foram realizadas (Fortaleza/CE, Rio de Janeiro/RJ, São Paulo/SP e Florianópolis/SC), o que, por sua vez, dificulta a sua utilização de forma autônoma pelo usuário cego. Da mesma forma, as ruas dessas cidades não contam com facilidades de locomoção para esse

público. São raras as situações em que se encontram sinalização de áudio ou de piso tátil pelas ruas. Ainda assim, muitas vezes estão instaladas de maneira inadequada (ver figuras 27 a 30).

Os táxis surgem como opção mais segura para as pessoas com deficiência visual, haja vista que o motorista, agindo de forma honesta e ética (como se espera deste serviço), é capaz de atender às necessidades de deslocamento do usuário, transportando as pessoas dos seus pontos de partida até os locais desejados. Outra opção que surge com força nas grandes metrópoles, da mesma forma em que traz uma série de discussões e alguma desconfiança por parte de pessoas mais conservadoras é o sistema Uber, que promete serviços exclusivos e um custo-benefício mais atrativo ao usuário. No entanto, as duas possibilidades apresentam custos que podem ser significativos ao orçamento do cliente com deficiência visual, uma vez que não os oferece gratuidade no uso (como no caso dos ônibus e do metrô).

Assim, caso não se ofereçam sistemas que possibilitem o deslocamento de pessoas com deficiência visual desde seus pontos de partida até os espaços de exibição, a existência de um mercado de cinema inclusivo e viável economicamente pode não ser realizável.

Figura 74

**Livia**

Livia vive em Fortaleza e é deficiente visual congênita. Aos 25 anos, nunca teve contato visual com o mundo.

De família muito incentivadora, sempre recebeu apoio em atividades que lhe garantissem autonomia e independência. A cegueira não foi barreira suficiente para impedir os caminhos que gostaria de trilhar.

Livia já completou os estudos nos níveis fundamental e médio, e está concluindo

a graduação em Letras, em uma universidade pública Federal.

Casada com Mauro, que também é deficiente visual, Livia vive com seus pais e o marido. Ela sente-se totalmente independente em sua casa e também na cidade, no entanto, acredita que poderiam ser melhoradas as questões de mobilidade urbana: calçadas, sinalização tátil, ônibus e demais transportes coletivos.

Livia está bem integrada às atuais mídias digitais e redes sociais. Para tanto, se utiliza de recursos de acessibilidade por meio de som, em computador e em seu smartphone touchscreen. Dentre as mídias preferidas de Livia, estão Internet, Rádio e TV.

Livia trabalha todos os dias e adora curtir as horas de folga indo ao cinema, frequentando exposições e as demais opções de cultura disponíveis na cidade. Geralmente, percorre a cidade por meio de carona e com o uso de transporte público. Normalmente, não tem muitos problemas, mas reclama o fato das pessoas não terem preparo para lidar com aquelas que tem necessidades especiais. Para Livia, muitas pessoas não tem “sensibilidade”.

Livia já experimentou o recurso da audiodescrição. Não no cinema comercial, mas em atividades específicas, em auditórios e salas fechadas. Ela gosta da proposta, mas tem críticas em relação a algumas traduções a que teve acesso. Para ela, ainda não há um consenso entre os audiodescritores sobre a quantidade ideal e o tipo de informação a ser apresentada com o recurso.

Livia tem um pensamento muito positivo em relação às inovações tecnológicas que favorecem o acesso à cultura e interação social. Está sempre disposta a experimentar e avaliar esse tipo de atividade.

Figura 75

**Caio**

Caio, 25 anos, nasceu, criou-se e vive na cidade de Fortaleza. É deficiente visual congênito, mas até os 15 anos conseguia identificar cores e contrastes. Seu contato com o mundo ao seu redor se deu sobretudo por meio do tato.

Caio é casado com Rebeca, que também é cega. Eles vivem juntos, sozinhos, em um apartamento. Em casa, Caio se acha independente na medida do possível. Acha bem vinda a ajuda de pessoas sem deficiência visual. Na rua, no entanto, acha bem dificultosa a locomoção e a identificação de caminhos, pontos, sinalização e transportes públicos. Quando precisa se deslocar a lugares conhecidos, não encontra problemas, mas quando vai a lugares diferentes, encontra maiores dificuldades.

Caio gosta de se deslocar em ruas por onde pode encontrar pessoas, pois são delas que consegue referências para suas caminhadas. Em Fortaleza, por exemplo, não gosta de bairros como Aldeota, pois há poucos transeuntes.

Sobre as pessoas nas ruas, Caio afirma que existem “pessoas e pessoas”, algumas

ajudam, outras são indiferentes, outras não ajudam, e outras acabam atrapalhando ao tentar ajudar sem ter qualquer noção de como fazer. Recentemente, em seu perfil no facebook, Caio relatou um contratempo que enfrentou ao negar receber ajuda de um desconhecido que acreditava saber das necessidades do rapaz (ver Capítulo 3). Ele crê que algumas pessoas sem deficiência visual acreditam que as pessoas com deficiência visual são ingratos e antipáticos.

Caio aponta como algumas de suas maiores dificuldades a falta de respeito das pessoas sem deficiência com os espaços de passeio público, tais como veículos estacionados em calçadas, calçadas quebradas, a falta de cultura e de educação inclusiva e a falta de credibilidade das identificações de piso tátil na cidade. Ele não confia nesse tipo de identificação.

Caio é bem integrado às mídias digitais e às redes sociais. Graduando em Jornalismo, adora internet e rádio, que são seus principais meios de aquisição de informação cotidiana e conteúdo midiático. Faz uso de ferramentas de tradução de tela para linguagem sonora (Dosvox e NVDA). Utiliza-se também de telefone celular, mas chateia-se por não encontrar facilidades de uso para aparelhos com teclas. A predominância de aparelhos com tecnologia touchscreen não o agrada.

Caio trabalha em um instituto de cultura, o que o estimula a frequentar ambientes de divulgação e promoção cultural. No entanto, não frequenta atividades fora desse circuito, pois acha dificultosas as formas de deslocamento pela cidade, bem como se recente da falta de segurança pública, de acessibilidade dos diferentes locais e de preparo das pessoas que oferecem as atrações culturais e os serviços. Normalmente, faz seus trajetos por meio de ônibus, onde sempre pede ajuda a terceiros.

Caio vai ao cinema com a esposa, mas não é todo tipo de filme que topa assistir. Em alguns filmes, aliás, volta pra casa sem entender o final. Prefere documentário, devido a proximidade de linguagem com o jornalismo, e por apresentarem conteúdos que lhe garantem algum aprendizado e/ou agregue alguma informação importante.

Caio nunca teve experiência com audiodescrição em cinema comercial, somente em atividades exclusivas. Acredita que a AD é uma boa ferramenta de inclusão, mas encontra um problema na quantidade de informação ideal a ser apresentada. No entanto, percebe essa possibilidade com bastante potencial: “A ferramenta é boa, mas depende dos autores”.

### Análise do método de criação de personas com deficiência visual

As personas cegas configuradas neste trabalho têm essa condição desde o nascimento. No entanto, apresentam perfis bem distintos. Não se debruça sobre o que os leva a tais percepções de mundo sobre suas condições de sociabilidade de maneiras tão distintas. Tal fato faz perceber que não se deve entender as pessoas com deficiência como um grupo homogêneo, cujo comportamento e as necessidades pessoais são idênticas. Ao contrário, é preciso considerar que assim como no caso de pessoas sem deficiência há um universo de indivíduos com características próprias e cujas deficiências não são fatores suficientes para enquadrá-los dentro de uma formatação universal. Considera-se, no entanto, que o fato da família da persona Lívia tê-la estimulado desde cedo a práticas que lhe favorecessem a autonomia pode ter a levado a encarar a vida de forma mais natural, se entendendo como agente transformador de si mesma e da sociedade. No filme “O milagre de Anne Sullivan” (ver sinopse na sessão de anexos), a protagonista Anne aponta a superproteção da família da menina Hellen como o principal inimigo da garota surda e cega.

A mobilidade urbana é apontada como uma das maiores barreiras enfrentadas no dia a dia das personas cegas apresentadas. Ambas encontram dificuldades para se deslocar com autonomia e segurança na cidade. É reconhecido tanto por Caio quanto por Lívia que se deve melhorar as condições de acesso a pessoas com deficiência no cenário urbano.

Hoje, para que se torne possível o deslocamento entre diferentes pontos da cidade, ainda é necessário contar com a boa vontade de transeuntes. Entretanto, se considera que as pessoas não estão preparadas para a convivência com aqueles que tem deficiência.

Sobre a questão, é necessário a proposição de políticas públicas voltadas à educação inclusiva. É preciso considerar que mais do que leis para garantir o

acesso de pessoas com deficiência a instituições de ensino, é necessário que haja nesses ambientes uma cultura que favoreça a integração entre todos os indivíduos dessas comunidades. A nova LBI (ver capítulo 5), por exemplo, busca garantir vagas para esse público em instituições públicas de ensino superior, mas parece desconsiderar a criação de um ambiente favorável. A revisão do conteúdo visto em sala de aula pode ser uma boa estratégia. A inclusão de disciplinas obrigatórias nos currículos das primeiras séries (educação infantil, ensino fundamental e médio) que tratem de temas voltados à inclusão de pessoas com deficiência é essencial para a criação de uma sociedade inclusiva. São projetos que trarão resultados a longo prazo, e que por isso precisam ser planejados e postos em prática o quanto antes.

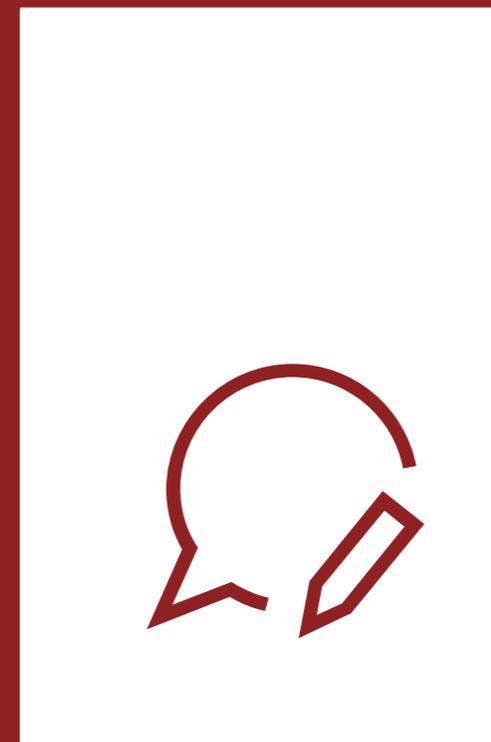
No que concerne à utilização da ferramenta de audiodescrição, Lívia e Caio já tiveram acesso a filmes com esse benefício. Avaliam positivamente o recurso mesmo considerando que há a necessidade de melhorias. Caio é mais reticente e dá preferência ao que chama de “olho amigo”, que é quando alguém conhecido faz o relato do conteúdo presencialmente. De todo modo, a AD pode ser considerada um recurso semelhante ao relatado por essa persona. A diferença está na presença de alguém conhecido, o que pode significar a utilização de uma linguagem mais personificada no estabelecimento da comunicação. Entusiastas desta área revelam que há ainda falta de consenso sobre a melhor maneira de se construir roteiros para AD, o que resulta em produtos com diferenças significativas.

A ausência de conteúdo audiodescritivo em salas de cinema não impedem, no entanto, a presença de Caio e Lívia nesse tipo de atividade. Mesmo sem as ferramentas necessárias para aproveitar ao máximo a fruição dos filmes, a experiência de se fazer presente nesse tipo de ambiente faz parte de suas opções de lazer. A existência de filmes em cartaz que os interesse, bem como a possibilidade de acompanhar alguém próximo nessa atividade são algumas das condições que levam esse público às salas de projeção (ver sessão Indução de Relatos).

A boa interação desse público com as mídias digitais e com tecnologias

assistivas voltadas à acessibilidade nessa área é algo que já faz parte da vida dessas personas. Dessa forma, pode se concluir que a internet deve ser utilizada como importante canal de comunicação entre deficientes visuais e profissionais da área do cinema, no que concerne ao oferecimento de um serviço de cinema inclusivo. Para tanto, as empresas devem investir no desenvolvimento de sites, sistemas e aplicativos que garantam a acessibilidade daquele público, haja vista que para o bom funcionamento de sistemas leitores de tela é preciso a utilização de recursos específicos que garantam a navegação pelo site por meio de outras ferramentas que não o mouse, como por exemplo, o teclado.

## INSTRUMENTOS DE PESQUISA



# 2. INDUÇÃO DE RÉLATOS

## Alisson

### Rio de Janeiro

Inicialmente, cumpre informar que já assisti filmes com audiodescrição em cinemas e, através de mídia. Além disso, já assisti peças teatrais com recursos de acessibilidade. Em ambas situações, me dirigi aos estabelecimentos sozinho ou na companhia de amigos deficientes visuais. Cabe destacar que fiz uso de transporte público na maioria das vezes.

Geralmente, recebo as informações dos espetáculos, através de listas de e-mails ou pelos colegas. Via de regra, a inspiração não é natural, mas sim provocada por meio de informação desse ou daquele filme. Os ingressos são normalmente pagos com desconto de 50% em razão de Lei, salvo algumas iniciativas para concessão de convites.

A ida ao banheiro, escolha e ida aos assentos em geral é realizada por produtores da acessibilidade e/ou de funcionários dos estabelecimentos.

Os filmes normalmente são descritos de duas formas:

1. Através de pessoas que descrevem as imagens, movimentos e cores existentes nos filmes. Já, no teatro, além da descrição da peça em si, o audiodescritor narra o cenário, os atores e vestimentas também.
2. Através de aplicativo que é sincronizado com alguma rede wifi, através da qual é possível conectar o equipamento eletrônico portátil (celular ou tablet).

## Dimas São Paulo

O deslocamento dentro de teatros e cinemas geralmente é feito com o apoio dos audiodescritores e das equipes de apoio. Nesse ponto, nunca tive qualquer dificuldade. Realmente precisamos desse apoio e acho fantástico que os audiodescritores entendem isso, o que aliás, transcende o mero trabalho de audiodescrição.

Fui ao cinema com amigos. Sempre em pequenos ou grandes grupos.

A divulgação geralmente é feita de forma direcionada. Eu mesmo tenho participado da divulgação de alguns espetáculos e a intenção é justamente alcançar as pessoas com deficiência visual. Grupos no Whatsapp e Facebook, listas de e-mails segmentadas são alguns dos canais utilizados.

Para ir assistir a um filme no cinema, confesso a você que geralmente o que fala mais alto é o recurso da audiodescrição. São poucos os filmes apresentados com esse recurso, então não temos muita escolha. Aí, tudo aquilo que tem AD, a gente acaba indo prestigiar.

Em sua grande maioria, os espetáculos e filmes com AD oferecem cortesia para pessoas com deficiência visual. Acho que deveríamos comprar ingressos como todo mundo. De todo modo, os sites de compra de ingressos que conheço são todos inacessíveis, infelizmente.

Quando fui escolher assentos, vi um grande problema: todos os cegos são grupados em um local específico. Claro que a vantagem é ficar perto dos amigos. Mas por outro lado, pode haver uma segregação no local do espetáculo. Eu preferia poder escolher onde ficar, mas isso ainda não foi possível. Por exemplo: tenho baixíssima visão e, quando consigo me sentar nas primeiras fileiras, uso um pouquinho da visão, junto com a AD, para compreender o filme. Quando fico muito distante da tela, isso não é possível. E eu não posso escolher. Nas experiências que participei, os audiodescritores nos auxiliam a chegar aos assentos.

Os filmes com audiodescrição, pelo menos em sua maioria, também tem a ver com deficiência, como é o caso do Colegas e do “Hoje eu não quero voltar sozinho”. Isso é muito bom, claro, porque queremos ter acesso aos filmes que nos dizem respeito, mas penso que a AD ainda carece de maior espaço.

Nunca fui ao banheiro quando fui ao cinema. Mas sempre a equipe da AD se colocou à disposição para acompanhar, quando necessário.

## Lia

### Fortaleza/CE

Comecei a ir ao cinema quando o São Luís ainda funcionava como cinema com filmes não somente voltados para a arte. Na época que ia lá, ainda era bem nova e ia mais por que a turma do colégio ia. Muitas vezes não me importava muito com o filme. Como eu estudava no centro, íamos todos a pé. Quando fui amadurecendo mais, infelizmente o São Luís fechou e eu passei a frequentar os cinemas dos shoppings. Normalmente, vou de ônibus e algumas vezes, vou de carona com amigos ou meu pai. Sempre compro o ingresso no local. Não me importo com o acento. Normalmente, minhas amigas ou meu marido se importam mais. Tanto faz sentar mais na frente, ou mais atrás. Não tenho dificuldades para ir ao banheiro. ... bem tranquilo. Gosto de vários gêneros de filmes como: históricos, romances, suspense policial, drama, entre outros. Sempre gosto de ver filmes que foram inspirados em livros que li e gostei.

Minha experiência com o cinema acessível, que no meu caso se resume a filme com audiodescrição, é muito pouca. Já vi alguns filmes no cine Ceará com AD, e às vezes, vejo um ou outro em casa. Não utilizo muito a audiodescrição o para assistir filmes. Sempre gostei muito de cinema. Desde pequenininha tenho o habito de ver filmes. Comecei com meu pai que sempre gostou muito de cinema e me influenciou bastante. Meu avô tinha cinema no interior e meu pai ajudava ele. Sempre que posso vou ao cinema. É um dos programas que mais gosto de fazer.

## Franco

### Fortaleza/CE

Da minha infância ao início da fase da adolescência fui com uma prima e colegas dela algumas vezes ao cinema. Na época das fitas cassete. Isso há mais ou menos uns 30 anos, já faz bastante tempo. Nessa época nem se falava em acessibilidade, áudiodescrição, inclusão ou coisas do tipo. Nós assistíamos filmes de luta de Kong-fu, o que para mim era só pancadaria e muito barulho, uma confusão. Muitas vezes eu ficava perdido sem saber o que se passava na tela do cinema.

Essas idas ao cinema eram na minha cidade natal, Baturité cidade, interior do Ceará que fica, aproximadamente, 96 Km de Fortaleza.

Apesar de não compreender os filmes, era uma experiência bastante interessante e despertou em mim o interesse por filmes de cinema e televisão. E essa minha prima, que me acompanhava ao cinema,infelizmente já faleceu.

No meu interior sempre ando acompanhado. Já na capital, talvez por ser mais organizado, eu iria ao cinema sem problemas. Até porque em Fortaleza, em alguns shoppings têm seguranças que ajudam o cego a se

deslocar onde quer que o cidadão com deficiência deseje ir.

Depois de adulto fui algumas vezes ao cinema com meu filho e família.

Nunca me liguei em propaganda. Sempre deixava o meu filho escolher. Claro que tinha minhas preferências. Não no cinema, assistia meus filmes em casa na TV, ou alugava filmes.

Gosto de um filme quando nele tem história. Muita fala. Dessa forma, é fácil para mim que sou cego, compreender o desenrolar do filme.

Compro ingressos no dinheiro ou no cartão de crédito. Por ser cego me cobram meia entrada. Sem áudiodescrição. Mas, eu pago mesmo sem acessibilidade.

Prefiro sentar não muito perto nem muito longe do som, barulho demais me incomoda.

Antes de sentar, é melhor que alguém coloque minha mão no local do assento, para que eu sente de forma mais confortável e segura.

(Sobre ir ao banheiro) Ainda não vivi essa experiência. Talvez isso seria um problema. Se um cego levantar o braço viria alguém para ajudar?

## Célio Fortaleza/CE

Não sou frequentador assíduo de cinema. Não por ser cego, mas porque não me sinto atraído por filmes. A primeira vez que fui, foi para assistir Harry Potter e a Pedra Filosofal, em janeiro de 2002. Não notei muita diferença entre assistir um filme em casa ou no cinema, já que não contava com recursos de acessibilidade, a não ser um “olho amigo”, quando pedia a alguém que tivesse comigo para me dizer o que acontecia, quando tinha dúvidas.

Já assisti alguns filmes com áudiodescrição. Um deles foi Cazuza. É inegável que a áudiodescrição é importante e que nos ajuda bastante, mas em alguns casos, acaba atrapalhando bastante. Ainda prefiro a utilização de um “olho amigo”.

Como a maioria dos locais aonde vou, precisei de ajuda para me locomover, mas não tive muitas dificuldades, porque quando estava com amigos, eles me levavam, e quando ia sozinho ou com outro cego, contava com a ajuda de seguranças. Fui com familiares, namorada e amigos.

Os meios de divulgação que acompanho com mais frequência são Rádio e internet.

O que me leva a participar desse tipo de atividade é o por incentivo dos meus acompanhantes.

(Sobre comprar ingressos) No início tive dificuldades, porque não sabia onde ficava o local para entregar o dinheiro e pegar o ingresso, já que a bilheteria é cercada por vidros. Mas após perguntar e passar a mão pelo vidro, acabei encontrando o local. Na última vez, porém, a dificuldade foi maior, já que a máquina para passar o cartão funcionava apenas por toque, sem teclas. Aí tive que fornecer a senha para a atendente.

Com auxílio de vidente, consegui chegar aos assentos tranquilamente, até mesmo porque já sou acostumado a locais com esse tipo de cadeira.

### Análise do método de indução de relatos com pessoas com deficiência visual

O procedimento chamado “Indução de Relato” foi nomeado pelo autor e tem como referência o método conhecido como Storytelling (ver capítulo 2). O processo foi realizado com os entrevistados com deficiência visual, sem a interferência presencial do pesquisador. A proposta foi deixa-los livres para relatar suas experiências, sem que a técnica se assemelhasse a uma entrevista, na qual o pesquisador conduz o processo. Assim, foi construído um roteiro para facilitar o entendimento e possibilitar o relato de conteúdo inerente às necessidades de pesquisa. Tal estrutura está relatada no capítulo 2 e é apresentada no Anexo C.

O processo, realizado por e-mail, não originou os resultados esperados. Tomou-se como inspiração o modelo postado no site Blog da Audiodescrição, no qual Paulo Romeu descreve a experiência pessoal com os aplicativo MovieReading e Whatscine. Esses relatos também são utilizados, na íntegra, como material de pesquisa. À exceção destes dois relatos identificados, todos os outros são frutos do processo proposto pelo pesquisador. Registre-se que para preservar a identidade dos indivíduos, optou-se pela utilização de nomes fictícios: Alisson, Dimas, Franco, Lia e Célio.

Esperava-se relatos mais ricos em detalhes, com informações que estivessem além do indicado no roteiro (Anexo C), bem como a descrição de alguma situação curiosa. No entanto, os entrevistados não se estenderam em seus textos. Foi oferecida a possibilidade de relato de experiências por meio de áudio, mas todo o conteúdo foi enviado na forma escrita, integrado ao corpo de texto dos e-mails.

Contudo, os relatos enviados dispõem de material significativo para discussão e triangulação de dados com os resultados oriundos dos outros instrumentos de pesquisa utilizados.

Dimas e Alisson foram os dois únicos que relataram experiências com audiodescrição em atividades inclusivas acontecidas em salas de cinema nas suas respectivas cidades, São Paulo e Rio de Janeiro. Os demais tiveram experiências exclusivas em ambientes que não eram salas de cinema. No entanto, apesar da experiência daqueles espectadores ter acontecido em salas convencionais, o serviço como um todo foi exclusivo, na medida em que foi realizado por pessoas que trabalharam diretamente com o evento em si – os audiodescritores, e não com profissionais do quadro de funcionários dos cinemas envolvidos.

Dimas diz-se feliz com o serviço prestado por aqueles profissionais (audiodescritores), no entanto, é certo que em condições reais de serviço não se espera que aquele profissional qualificado para a tradução também acumule a função de guia dentro dos ambientes de projeção ou qualquer outra que não se relacione ao seu campo de trabalho. Tais funções devem caber aos funcionários do próprio cinema, tal como ocorre com o serviço oferecido pelo sistema metrô de São Paulo (ver sessão Personas). Esse é um custo que o exibidor deve arcar.

Interessa refletir sobre os relatos de Lia e Franco, que afirmam frequentar sessões de cinema desde muito novos. Ela se fazia presente pelo simples fato de acompanhar seus colegas de turma da escola. Ele era levado pela prima para o cinema da cidade, onde assistiam filmes de luta, os quais o conteúdo é justamente a plástica visual dos golpes. Não à toa, Franco declara que não entendia nada e só ouvia muita pancadaria. Ainda assim, frequentava porque, de alguma maneira, gostava da experiência. Mais uma vez, reforça-se a ideia do cinema como um ambiente de integração social e de lazer. Ressalte-se, ainda, que à época, não havia qualquer preocupação em fazer desse tipo de ambiente acessível. Mesmo assim, ambos participavam da atividade pois não se importavam com o filme, mas com a experiência ou, possivelmente, com a imersão proporcionada.

Lia assume gostar muito de cinema, mesmo que este não conte com AD, recurso

que apesar de entender sua relevância não acha essencial para ter acesso a conteúdos audiovisuais. O relato de que foi estimulada pelo avô que tinha um cinema no interior reforça a necessidade de uma cultura inclusiva, que esclareça e informe à sociedade que é possível integrar-se ao convívio social as pessoas com deficiência visual. Vê-se que nos relatos de Lia autonomia e participação são ideias sempre presentes.

Da mesma forma, Franco faz questão de ir ao cinema com o filho, que não é deficiente visual. A afirmativa de que ele paga mesmo sem acessibilidade é de grande relevância porque aponta que há mercado para um serviço inclusivo, o que deve interessar o setor, haja vista a recorrente necessidade de expansão de clientela que as empresas e o sistema capitalista necessitam.

Sobre o pagamento de entradas, quando em cinemas convencionais, Célio relata a situação delicada pela qual passou em uma bilheteria. No momento em que foi realizar o pagamento de seu ingresso, a máquina destinada à tarefa não tinha botões em relevo. Dessa forma, ele não teve como realizar o processo com autonomia. Assim, precisou informar sua senha à pessoa que recebeu o pagamento. É sabido que senhas são informações confidenciais, assim, cedê-las a desconhecidos não faz parte de um serviço que possa interessar a qualquer que seja o usuário. Conclui-se, portanto, que esse tipo de máquina não faz sentido dentro de um sistema compreendido como inclusivo.

Para além dessa questão, questiona-se, por exemplo, a identificação de valores a pagar naquele tipo de procedimento. É usual que o próprio vendedor preencha a área que corresponde ao valor que deve ser pago. Para os que enxergam, basta conferir a quantia e digitar a senha do cartão. Para usuários cegos, no entanto, não há como fazer essa conferência, pois esses dispositivos não contam com outros sistemas de informação além da interface visual. O usuário com deficiência visual, vê-se, portanto, na condição de confiar na honestidade do atendente e do estabelecimento. Logo, é preciso que as empresas que fornecem tais máquinas, passem a disponibilizar equipamentos capazes de garantir segurança e autonomia aos seus usuários. O Banco do Brasil, por exemplo, oferece sistema de áudio em seus caixas-eletrônicos. Nesse tipo de

equipamento, o usuário pluga um fone de ouvido, e a partir desse momento, é capaz de interagir com a máquina por meio de informações sonoras. Para ter acesso ao serviço, no entanto, é necessário que o cliente informe e comprove sua condição visual previamente.

No que se refere ao estímulo para ida ao cinema, Dimas e Alisson se inspiram em avisos enviados diretamente para seus e-mails. É uma espécie de propaganda boca-a-boca, o que não parece fruto de compromisso do mercado cinematográfico com acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência. É sabido, entretanto, que nesse tipo de mercado o responsável pela produção, financiamento e veiculação de conteúdos publicitários é a figura da distribuidora de filmes (ver sessão Distribuidores). Assim, ter acesso ao *mailing* daquele público específico pode ser uma boa estratégia de comunicação, em vistas a propiciar condições de um mercado de cinema realmente inclusivo.

No tocante à publicidade, por exemplo, não é prática dos anunciantes oferecer conteúdos acessíveis a pessoas com deficiências sensoriais. Para pessoas surdas, ainda há, em algumas situações, a legendagem de conteúdos comerciais, sobretudo quando trata-se de campanhas dos poderes públicos ou propaganda eleitoral. Ainda assim, esses materiais são criticados por profissionais especializados por não apresentarem rigor técnico apropriado. Para pessoas cegas, contudo, propagandas acessíveis são inexistentes, sejam elas veiculadas em suporte impressos, digitais ou virtuais, o que pode justificar declarações como a de Franco, quando demonstra desinteresse pela propaganda.

Considera-se que o cinema é grande anunciante. As campanhas de comunicação de grandes produções, como o caso dos recém lançados “Minions” e “Guerra nas Estrelas”, dispõem de uma gama muito diversificada de mídias de divulgação. Entretanto, é um setor que ainda não despertou para a necessidade de acessibilidade e inclusão. Contudo, acredita-se que seja uma tarefa possível, haja vista a grande quantidade de tecnologias assistivas disponíveis para facilitar o acesso de pessoas com deficiência visual (ver capítulo 4).

Em 2015, uma das maiores empresas do planeta, a Coca-Cola, lançou uma campanha que cativou a emoção de pessoas no México (G1, 2015). Tal campanha baseou-se na popularização conquistada com a estratégia da empresa de imprimir nomes e sobrenomes nos rótulos de seus produtos em latas e garrafas pet. Aproveitando-se do sucesso, a Coca-Cola, naquele país, lançou uma série de latinhas com impressão em braile, para uso exclusivo em uma máquina de refrigerantes instalada em uma instituição de apoio a pessoas com deficiência visual (Fundación Cinépolis). A própria máquina, daquelas onde se insere o dinheiro e se seleciona o refrigerante desejado, foi adaptada para o manuseio inclusivo, acessível tanto a pessoas com deficiência visual quanto aos que enxergam.

Na África do Sul, outra empresa, a rede de fast food Wimpy desenvolveu, junto à uma agência de publicidade, quinze diferentes hambúrgueres com seguinte texto em braile (escrito com sementes de gergelim) na parte superior do pão do próprio sanduíche: “Hambúrguer com 100% de pura carne bovina feito para você”. A campanha teve como objetivo sensibilizar e apresentar os cardápios da rede, que contam com a tradução de suas opções de alimentação naquela linguagem tátil (ECONSULTANCY, 2012). Sobre essa questão, convém lembrar que, no estado do Ceará, existe uma gráfica financiada pelo governo estadual que realiza gratuitamente a tradução para o braile de materiais impressos (ver capítulo 2), o que facilita e promove a acessibilidade de pessoas com deficiência visual. Atualmente, a gráfica presta serviços a um bom número de restaurantes instalados em Fortaleza, que devido a esse serviço, oferecem cardápios acessíveis e em braile para seus clientes.

Tais iniciativas, portanto, demonstram que é possível o lançamento de produtos e campanhas inclusivas, bem como que o mercado cinematográfico pode tomá-las como exemplo ao realizar o lançamento de filmes. Ainda assim, não se deve desconsiderar o serviço de *mailing*, em parceria com instituições de apoio à pessoa com deficiência e com os órgãos públicos, como um importante instrumento de comunicação acessível.

19. Disponível em:  
<http://goo.gl/hzDuRd>

## Relato publicado<sup>19</sup> por **Paulo Romeu**, no Blog da Audiodescrição (2014)

03/11/2014

### EXPERIMENTANDO O MOVIEREADING

Tive o prazer de experimentar o MovieReading, novo aplicativo de audiodescrição para smartphones, na última terça-feira (28/10). Na verdade, já havia experimentado em casa, assistindo o filme “A Valsa do Pódio” que a Iguale disponibilizou em seu canal no Youtube, mas estava ansioso para saber como seria a performance do aplicativo em uma sala de cinema.

Fomos eu e o Laercio Sant’Anna, companheiro de todos os grandes momentos da audiodescrição brasileira. Saímos um pouco atrasados, por isso resolvemos pegar um taxi. Por sorte o motorista conhecia todas as quebradas da cidade pois o trânsito estava infernal naquele dia.

Chegamos no Shopping Frei Caneca menos de 5 minutos antes do horário marcado para a sessão. Não era uma sessão comum, tratava-se de uma sessão especial da Mostra de Cinema de São Paulo que exibiria o filme “A Despedida”, ganhador de vários prêmios no Festival de Gramado deste ano. A sala nº 2 do Cine Espaço Itaú estava lotada, presentes o diretor do filme, o produtor, alguns artistas que participaram do filme, vários jornalistas, várias pessoas cegas e algumas pessoas surdas, além de muitas outras pessoas que apenas queriam ser os primeiros a assistir um filme que avalio como simplesmente maravilhoso.

A recepção tanto de funcionários do shopping quanto do Espaço Itaú me impressionaram, bem melhor que alguns meses atrás quando fui ao mesmo local assistir outro filme. Na porta do shopping um segurança veio ao nosso encontro, imediatamente chamou pelo rádio outra pessoa que nos acompanhou até a bilheteria do cinema, e de lá uma funcionária do cinema nos conduziu até a sala de exibição. Neste ponto vale um destaque, pois pudemos sentar no lugar que escolhemos, diferente de outra oportunidade em que solicitaram que eu sentasse na última fila.

### Instalando e configurando o MovieReading

A instalação e configuração do aplicativo é muito simples, nada de diferente de qualquer outro APP. Basta procurar pelo MovieReading na Apple Store ou no Google Play, mas para facilitar a localização do programa preste atenção na forma como escreve o nome do aplicativo: tudo junto, com o “M” e o “R” maiúsculos.

### Baixando a trilha da audiodescrição ou das legendas para seu smartphone

Recomendo que antes de sair para o cinema você já faça o *download* da trilha da audiodescrição ou das legendas para seu smartphone, assim você garante maior velocidade na transferência pois nem todos os cinemas disponibilizam uma conexão WIFI aberta. Levei menos de 5 minutos para fazer esse *download* em casa. Para isso, ative a guia “Market” no menu do aplicativo. Será apresentada uma lista de todos os filmes disponíveis, basta escolher se deseja baixar a trilha de audiodescrição ou a trilha de legendas, então clique no filme desejado para que o *download* inicie imediatamente.

### Sincronizando o aplicativo com o filme

Logo que começou a projeção, ainda de comerciais e trailers de outros filmes, cliquei na guia “Meus Filmes” do aplicativo, depois cliquei no nome do filme. Na página seguinte, o aplicativo pediu para não esquecer de colocar o smartphone em modo avião e baixar o brilho da tela para não incomodar outras pessoas sentadas próximas. Também é necessário não esquecer de plugar o fone de ouvido pois, a partir deste ponto, o aplicativo desligará os alto falantes do aparelho, também visando evitar incômodo para outras pessoas. Feito isso, clique no botão “OK”, então é só esperar o início do filme que o aplicativo

ficará “escutando” o áudio da sala e reconhecerá o início do filme e fará a sincronização automaticamente. No caso de “A Despedida”, foi necessário incluir a seguinte locução: olá, sincronize seu aparelho agora e boa diversão. Isso porque os primeiros 15 minutos do filme são de silêncio quase absoluto, o que poderia dificultar a sincronização do aplicativo e poderíamos perder descrições importantes durante esse tempo.

Fiquei impressionado com a velocidade com que o aplicativo fez a sincronização com o áudio do filme, mesmo tendo como base uma frase tão curta. Daí em diante, a sincronização das trilhas de áudio do filme e das descrições foi impressionante, nem parecia tratar-se de duas trilhas distintas! Vale a pena destacar que essa providência não foi necessária no caso de “A Valsa do Pódio”, o aplicativo sincronizou com o áudio do filme logo na primeira frase dos atores.

#### **Qualidade do áudio das descrições**

Gostei bastante da qualidade do áudio das descrições. Entendo muito pouco disso, mas segundo o Laercio, músico que tem ouvido absoluto, a qualidade era semelhante a de um MP3 gravado com taxa de compressão de 64 bits em mono.

Segundo o pessoal da Iguale, representante do MovieReading no Brasil, que também estavam presentes na sessão, o aplicativo permite a gravação da trilha de audiodescrição com qualidade ainda maior, o único prejuízo seria maior tempo de *download* de um arquivo mais pesado.

A audiodescrição de “A Despedida”. O roteiro da audiodescrição de “A Despedida” foi produzido pelas gaúchas Mimi Aragón e Kemi Oshiro para a exibição do filme em Gramado. No aplicativo, a narração das descrições é feita na voz do Leo Rossi, diretor da Iguale. E aqui não posso deixar de destacar o quanto me deixou feliz essa parceria, demonstrando o espírito de união existente entre nossos audiodescritores que, despojados de vaidade e ambição, compartilharam uma audiodescrição perfeita e uma locução primorosa a um filme maravilhoso, criando uma verdadeira obra prima para os olhos de quem vê ouvindo.

## Relato publicado<sup>20</sup> por **Paulo Romeu**, no Blog da Audiodescrição (2014)

21/04/2014

20. Disponível em:  
[http://goo.gl/  
CzwSEm](http://goo.gl/CzwSEm)

#### **EXPERIMENTANDO O WHATSCINE**

Aproveitando o feriadão, fui conhecer o aplicativo para *smartphones*, que permite a cegos e surdos desfrutarem de cinemas em igualdade de condições com as demais pessoas. Resultado de uma parceria entre o Espaço Itaú, a ONG Mais Diferenças e a Vitrine Filmes, pude assistir “Hoje Eu Quero Voltar Sozinho” com audiodescrição, assim como surdos podem escolher entre acompanhar o filme com legendas em português ou traduzido para a língua de sinais. Esta maravilha está disponível em uma das nove salas do Espaço Itaú de Cinema, que fica localizado na rua Frei Caneca, bairro de Higienópolis, em São Paulo.

#### **Sobre o Shopping**

Fui sozinho. Entrei no shopping e tive de esperar alguns minutos até que alguém viesse perguntar se eu precisava de ajuda. Pedi para que essa pessoa me levasse até algum segurança do shopping. Ela me conduziu até um funcionário que estava na porta: passei bem ao lado dele quando entrei... Este funcionário solicitou a ajuda de outro pelo rádio, que me levou até a bilheteria do cinema demonstrando estar bem treinado na condução de cegos.

Para sair, tive de me virar sozinho e pedir orientação para visitantes do shopping porque não havia nenhum funcionário à vista. Ainda bem que o elevador tem indicações em áudio e braile e o Shopping Frei Caneca é pequeno em

comparação a outros da cidade.

A falta de linhas-guia e o treinamento da atitude que os funcionários devem ter em relação à pessoas com deficiência deixaram a acessibilidade um pouco aquém do que já vi em outros shoppings.

### Sobre o Espaço Itaú

Paguei meia entrada não porque tenho deficiência, mas porque o cinema oferece desconto para clientes que paguem com cartão de crédito ou débito do Banco Itaú.

Assim que peguei o bilhete, uma outra funcionária do cinema já estava a meu lado e se ofereceu para me conduzir até a última fileira da sala: este espaço está reservado para usuários do Whatscine em todas as sessões de “Hoje Eu Quero Voltar Sozinho”. No caminho até lá, a funcionária perguntou se eu já tinha baixado o aplicativo, se havia trazido meu fone de ouvido, se eu já conhecia o Whatscine, e aqui vale uma dica: a Mais Diferenças e o Espaço Itaú se preocuparam em ter dez tablets a disposição para emprestar aos espectadores que não tiverem o seu próprio dispositivo móvel.

A funcionária ficou sentada ao meu lado até ouvirmos a primeira fala da audiodescrição, pronta para me orientar no uso do aplicativo, caso necessário. Antes de sair, me disse que um funcionário viria me buscar ao término do filme.

Dito e feito, quando a narração audiodescritiva começou a ler os créditos do filme, fechei o aplicativo e me levantei: nesse momento o funcionário gritou lá de baixo: espera aí que já vou te buscar. O cuidado e presteza dele me impressionaram bem, mas, por outro lado, causaram algum constrangimento pois a sala ainda estava cheia. Compreendi a preocupação dele pois teríamos de descer uma bela escadaria sem corrimão. Se possível, a substituição daqueles degraus por rampas tornaria o cinema mais acessível para todos os espectadores, e aquele funcionário não precisaria ficar tão preocupado...

### Sobre o Whatscine

Baixei e instalei o aplicativo ainda em casa: para isso, basta procura-lo na Apple Store ou na Google Play, buscando por “whatscine”. Recomendo que façam isso para que não tenham de baixá-lo no cinema, com conexão 3G.

Usar o Whatscine é bastante simples:

1. Antes de abrir o aplicativo, recomendo conectar-se a rede wifi do cinema: no caso do Espaço Itaú a rede chama-se “whatscine”. Agora explico porque a última fila foi reservada para usuários do Whatscine: para que fiquem mais perto do roteador, melhorando a qualidade do sinal;
2. Agora conecte o fone de ouvido antes de abrir o aplicativo: ele automaticamente alterna para o modo viva-voz;
3. Feito isso, abra o aplicativo e confirme que deve usar a rede “whatscine – tentei me conectar a esta rede pelo próprio aplicativo e não consegui;
4. Em seguida o aplicativo te pedirá para escolher o cinema: no caso, escolha audiodescrição. Fiquei imaginando o dia em que o Espaço Itaú oferecer acessibilidade em todas as nove salas: quando isso acontecer, seria melhor que a pergunta fosse “Escolha o filme”;
5. Na próxima tela o Whatscine te pedirá para selecionar o tipo de recurso de acessibilidade: audiodescrição, legendas ou Libras;
6. Pronto, agora é só esperar pelo início do filme.

Me impressionou bastante o baixo consumo de bateria do aplicativo: foram apenas 15% para quase duas horas de uso em transmissão de áudio por *streaming*.

A meu ver, alguns detalhes que poderiam ser melhorados nas próximas versões do aplicativo:

a) Sensibilidade aos toques na tela do dispositivo móvel. Todos os toques precisaram ser repetidos porque não funcionaram de primeira.

b) Senti falta de um botão para controle de volume da audiodescrição: mesmo com o volume do smartphone no máximo e apesar do filme não ter grandes variações no volume do áudio, não consegui entender o que dizia o narrador nos momentos em que a plateia ria.

No dia seguinte, quando liguei o smartphone, recebi o alerta de que tinha uma mensagem do Whatscine. Ao abri-la, a mensagem dizia: Precisamos de sua ajuda. Abri o Whatscine e a primeira tela me pediu para responder se havia assistido ao filme. Respondi que “sim”, claro.

Não consegui explorar outro recurso que parece estar presente no aplicativo: a possibilidade de sincronizar os recursos de acessibilidade a partir da trilha sonora do filme, o que dispensaria a necessidade de conexão à rede wifi do cinema.

#### Sobre a audiodescrição

- A sincronização entre a narração audiodescritiva e as falas do filme foi perfeita.
- Gostei bastante da locução: narrador com ótima dicção, interpretação na medida, timbre de voz discreto.
- O roteiro me pareceu ter descrito todos os elementos mais importantes para a compreensão do filme, apesar de alguns intervalos que poderiam ter sido aproveitados. Mas essa é uma questão discutível, pois há quem prefira descrições mais detalhadas e outros menos.

#### Sobre o filme

“Hoje Eu Quero Voltar Sozinho” é a versão longa-metragem do curta “Hoje Eu Não Quero Voltar Sozinho”, que fez bastante sucesso. A história gira em torno das experiências de três adolescentes de ensino médio, na família e na escola. Merece destaque pelo fato de um deles ser cego e gay.

#### Conclusão

Parabenizo o Espaço Itaú, a Mais Diferenças e a Vitrine Filmes por essa iniciativa. Cheguei em casa radiante em ver como a tecnologia pode nos favorecer e mais feliz ainda com a informação dos funcionários do cinema de que, até aquele momento, tiveram pessoas cegas presentes em praticamente todas as sessões, a maioria comparecendo espontaneamente.

Como um entre muitos batalhadores pela audiodescrição no Brasil, não existem palavras para traduzir a emoção de ver o quanto evoluímos em menos de dez anos. Pensava que batalhávamos por um recurso que seria desfrutado por nossos filhos, talvez netos. É muito bom ver que, apesar de ainda pouco presente na televisão, cinemas e teatros, a audiodescrição já se consolidou como recurso de acessibilidade e a tecnologia certamente vai facilitar sua difusão para que todos possam tirar proveito do recurso.

E para concluir, recomendo que assista esta matéria do Jornal da Band sobre o lançamento do Whatscine no Espaço Itaú de Cinema<sup>21</sup>.

21. Link para matéria indicada: <https://goo.gl/Qr1Xe6>



## Análise dos relatos de Paulo Romeu

Os relatos de Paulo Romeu foram coletados de seu site, o Blog da Audiodescrição. Trata-se, portanto, de material não oriundo dos instrumentos de pesquisa apresentados nesta sessão “Indução de Relatos”. Entretanto, o contato com esses depoimentos foi inspirador para a seleção de técnica de pesquisa que pudesse originar dados primários a partir do contato com outras pessoas com deficiência visual, que tivessem passado pela experiência de assistir a um filme no cinema, por meio de assistência de tecnologias ou não.

A decisão pelo uso, apresentação e análise desse material se justifica pela riqueza de informações que tal relato descreve.

Por não representar dados primários deste trabalho, portanto, optou-se por fazer a análise do conteúdo em texto à parte aos demais relatos apresentados anteriormente.

Primeiramente, merece destaque o evento pelo qual Paulo Romeu participou quando utilizou o aplicativo MovieReading, considerado (o evento) uma atividade inclusiva, já que se realizou com a participação de pessoas com diferentes condições físicas e sensoriais. Ressalte-se, entretanto, que essa classificação se dá pela experiência vivenciada na própria sala de cinema, uma vez que o todo da experiência, como se percebe pelo relato, não fora oferecida de forma inclusiva ou acessiva, pois tratava-se de um evento específico e fora do padrão convencional de exibição de filmes em cinema.

Destaque-se que Paulo foi acompanhado ao cinema. No relato, não se pode concluir se quem o acompanha é um espectador com ou sem deficiência visual, no entanto mais uma vez reforça-se o cinema como um espaço de interação e integração social.

O deslocamento foi realizado de táxi. Sabe-se que a cidade de São Paulo, lugar

onde aconteceu a experiência relatada, conta com outras modalidades de transporte público urbano, como metrô e ônibus. Como não se especifica o lugar de onde saíram os espectadores não é possível afirmar que se podia utilizar o metrô, transporte ideal para a fuga do trânsito congestionado. Entretanto, a afirmação de que o taxista conhecia bem a área onde se localizava o cinema aponta esse modal como uma opção ideal para o público com deficiência visual, uma vez que com os outros transportes é necessário ainda o deslocamento do passageiro entre estações de metrô, pontos de ônibus e locais de partida e de chegada, o que, pelo que já foi relatado neste trabalho, ainda é uma barreira nas cidades brasileiras.

Os relatos são interessantes também porque aconteceram por meio da utilização de diferentes aplicativos de audiodescrição, o Whatscine e o MovieReading (ver capítulo 4). Dessa forma, é possível avaliar os benefícios e dificuldades resultados da sua utilização pelo público com deficiência visual.

No caso do MovieReading, sistema utilizado no primeiro relato, se percebe a necessidade do próprio usuário realizar o download previamente antes de sair de casa, o que indica a realização de uma experiência pré-programada, processo o qual foi identificado como padrão pelas pessoas sem deficiência que já frequentam as salas de cinema (ver sessão Personas). A vantagem desse aplicativo sobressai, sobretudo, à figura do Exibidor, que não precisa ter qualquer preocupação no fornecimento de condições de acesso às pessoas com deficiência, diminuindo, assim, seus custos sobre o desenvolvimento de condições de acessibilidade. É importante frisar que mesmo que a utilização do software relatado não atribua necessidade de investimento do exibidor, é necessário, para a garantia de um serviço inclusivo, que outras tecnologias assistivas sejam oferecidas naquele ambiente, como por exemplo, pisos táteis, dispositivos de guia sonoro, sistemas acessíveis para compras de ingressos, aparelhos capazes de divulgar a programação em cartaz por meio de técnicas acessíveis à diversidade de público etc.

No que concerne aos aplicativos utilizados, se considera que corresponde a dispositivos com plenitude de funcionamento, na medida em que cumpre

sua função de transmitir e sincronizar, sem percalços, o conteúdo acessível. Ainda que o Whatscine, conforme relata Paulo Romeu, necessite de algum refinamento, o que é normal para dispositivos que ainda estão em avaliação por parte de seus usuários. Dessa forma, pode se concluir que esse tipo de ferramenta é um instrumento apropriado para facilitar o acesso de pessoas com deficiência sensorial em salas de cinema convencionais ou em outros tipos de ambiente os quais haja a necessidade de exibição de conteúdos audiovisuais, como uma sala de aula, um auditório etc.

Percebe-se, pelo relato, que, nos dois casos retratados, mesmo tratando-se de exibição de filme com audiodescrição, a experiência acessível contemplou somente a produção cinematográfica em destaque. Os trailers, por sua vez, não foram traduzidos e disponibilizados por meio de técnica acessível, o que se considera uma lacuna na garantia de um serviço inclusivo, haja vista que essa parte do conteúdo esteve acessível somente às pessoas com condições sensoriais ideais para comunicação audiovisual.

No que diz respeito ao segundo relato, com a utilização do sistema Whatscine, vale ressaltar que Paulo Romeu foi à exibição sozinho, o que revela a necessidade do ambiente oferece-lo condições de acesso, autonomia e segurança. O fato de ter ocorrido em um cinema de shopping aponta que, nesse caso, há a necessidade de não só o preparo de funcionários do espaço de cinema para o melhor atendimento das necessidades das pessoas com deficiência, mas também das pessoas que trabalham com o atendimento ao público no próprio shopping, como seguranças, recepcionistas, vendedores, entre outros. Da mesma forma, esses ambientes também precisam oferecer condições de orientação e para locomoção do público com deficiência visual dentro, pelo menos, de seus limites, garantindo segurança, conforto e autonomia àquele público.

Sobre o Whatscine, esse dispositivo exige do exibidor um investimento anterior não só nas condições relacionadas agregadas à experiência de assistir a um filme na sala de cinema, mas a esta própria, na medida em que necessita de conexão de internet para transmissão do conteúdo acessível,

seja a audiodescrição, a legendagem ou a janela de LIBRAS. Ressalte-se que esse dispositivo foi o escolhido pelos espaços de cinema beneficiados pelo financiamento da Rio Filmes. Nesses ambientes, foram comprados tablets e fones de ouvido para a utilização do público com deficiência em atividades que oferecessem condições de acesso.



### 3. MAPAS DE EXPECTATIVAS

## Alisson

### Rio de Janeiro

O serviço de cinema deveria se preocupar mais com a questão de acessibilidade. Acho que o consumidor com deficiência visual iria mais ao cinema, se oferecessem serviços especializados.

Espero que os trabalhos acadêmicos sirvam para impulsionar o mercado cinematográfico, no sentido de oferecer mais recursos de acessibilidade aos usuários com deficiência. Penso que não há um modelo ideal ainda. Na verdade, a tecnologia pode ser uma saída para assegurar mais independência, autonomia e segurança à pessoa com deficiência. porém, o sistema ainda é falho, tendo em vista que depende de aparelhos, os quais nem sempre estão ao alcance dos usuários.

Por outro lado, a narrativa com pessoas especializadas é mais segura, mas depende de muito treinamento.

## Dimas

### São Paulo

O recurso da audiodescrição nos permite ter acesso à coisas que, sem AD, seria impossível. Então a compreensão do filme é muito maior, para não dizer total. Isso aumenta o interesse por ir ao cinema, bem como muda uma cultura.

Penso que o Brasileiro não tem hábito de ir ao cinema, teatro... E com as pessoas com deficiência, isso não é diferente. Agora, com a AD, estamos consumindo mais cultura, o que é maravilhoso.

(Sobre estar no caminho certo para a inclusão de pessoas com deficiência visual no cinema). Confesso que não me ocorre nada, no momento.

Acho que aquela questão do posicionamento. Tenho uma certa dificuldade com essa coisa de todos os cegos ficarem agrupados em um cantinho. Na realidade ainda não conversei com ninguém sobre isso, mas pretendo levar essa questão à diante. Penso que nós, com deficiência visual, precisamos estar em todos os lugares da platéia, sem um local demarcado específico. Isso certamente viabilizaria uma inclusão maior. Compreende o que quero dizer?

## Lia

Fortaleza/CE

Não vejo grandes problemas no cinema que impossibilite os cegos de frequentar esses ambientes. Acho sempre válida a experiência de ir ao cinema. O som dos cinemas hoje em dia é muito bom e isso facilita o meu entendimento do filme. As salas tem um espaço bom entre as poltronas facilitando o deslocamento dos usuários e a única coisa que acho inaceitável é a falta de cuidado com a disponibilidade de locais para os deficientes físicos. Muitas vezes, são disponibilizados locais na primeira fila e não acho isso correto. Os deficientes físicos deveriam ter o direito de escolher sentar na frente, no meio ou atrás. Acredito que se houvessem mais sessões com audiodescrição isso chamasse mais a atenção dos cegos despertando assim, a curiosidade e a vontade dos cegos irem ao cinema. Sou uma frequentadora assídua e vejo mais pontos positivos que pontos negativos.

## Franco

Fortaleza/CE

O bom são pessoas que desenvolvem políticas públicas que tem como preocupação, tornar o cinema mais acessível para que o cego possa assistir filmes de maneira mais confortável. As pesquisas de faculdade, com certeza ajudarão o cego assistir o cinema de modo prazeroso e atraente.

A audiodescrição é o caminho certo. Para melhorar seria a acessibilidade em todos os cinemas.

O inaceitável é por enquanto o cego não ter a liberdade de escolher o filme que deseja assistir, pois há pouquíssimas opções de filmes que tem audiodescrição.

## Célio Fortaleza/CE

(Sobre o que é bom) Ter a companhia de pessoas agradáveis, e saber que os funcionários do cinema, mesmo que não preparados para receber pessoas com deficiência, tinham boa vontade para ajudar.

(Sobre o que está no caminho certo) Nada. Infelizmente os cinemas não contam com recursos de acessibilidade, e isso precisa ser mudado.

É inaceitável que as pessoas com deficiência, que somam quase 46 milhões de brasileiros, sendo, portanto, um público consumidor, não seja atendido em suas especificidades.

Para mim, o modelo ideal seria um cinema que fornecesse treinamento para os funcionários, ensinando-os a tratar um deficiente, onde houvesse mais espaço entre as cadeiras para que as pessoas que tenham deficiência física (não falo de cadeirantes), possam andar. Também teria recursos de audiodescrição. Como falei anteriormente, somos 46 milhões de pessoas, número nada desprezível.

## Análise do processo de construção de mapas de expectativas

Esperava-se que com o procedimento do Mapa de Expectativas fosse possível colher opiniões e sugestões particulares dos entrevistados cegos a respeito de como poderia ser oferecido um serviço inclusivo para pessoas com deficiência visual em salas de cinema de modo que lhes atendesse suas necessidades mais exclusivas, bem como se almejava a coleta de críticas a respeito de experiências em cinema convencional. Entretanto, não foi possível, a partir do método escolhido, alcançar os objetivos em totalidade.

O procedimento de construção do Mapa de Expectativas realizou-se a partir do mesmo material que se destinou à Indução de Relatos (ver capítulo 2). O procedimento dispendeu mais tempo do que o esperado pois os entrevistados demoraram bastante tempo para envio do conteúdo resposta. Os resultados, contudo, apesar de estarem abaixo das expectativas do pesquisador, trouxe bons elementos para confronto e triangulação com os dados oriundos dos demais instrumentos de pesquisa.

No geral, os entrevistados não fizeram críticas contundentes em relação ao serviço de cinema como um todo, como por exemplo, sobre a inexistência de informações acessíveis nos cinemas. Acredita-se que a falta de opções culturais e de lazer acessíveis a esse público possa fazê-los conformados com a situação e despreparados para criticar esse tipo de serviço. Pode se associar esta mesma visão ou percepção a outras situações cotidianas onde eles encontram as mesmas ou maiores dificuldades.

Mas destaca-se como exceção a crítica de Célio, que afirma que “nada” está no caminho certo, no que diz respeito à acessibilidade de deficientes visuais em cinema.

Outra importante colaboração dos entrevistados se dá no entendimento de que

os cinemas devem investir em acessibilidade, e que isso refletirá na presença desse público nos espaços de projeção. De fato, conforme afirma Célio, no Brasil convivem 46 milhões de pessoas com alguma deficiência (IBGE, 2010). No que concerne à deficiência visual, essa é a mais recorrente no país (ver capítulo 3). Dessa forma, é correto afirmar que consiste em uma faixa de mercado que está deixando de consumir o cinema. Para além de compreender-se acessibilidade e inclusão como missões sociais, no caso da atividade cinematográfica a questão pode ser interpretada pelo viés mercadológico, uma vez que aquela parcela da população se encontra inserida no mercado de trabalho e, portanto, apta ao consumo de produtos da indústria cultural. Dados do IBGE apontam que as pessoas com deficiência visual pertencem ao grupo de deficientes que apresentam a maior taxa de atividade, com 63,7% dos homens maiores de idade e 43,9% das mulheres nessa condição formalmente empregados (CARTILHA DO CENSO, 2010). Nas entrevistas com especialistas, Maurício Santana apresenta argumento nesse sentido (ver sessão Entrevista com Especialistas – Maurício Santana). Ressalte-se, ainda, que todos os entrevistados estavam inseridos no mercado de trabalho à época que realizaram a atividade do Mapa de Expectativas.

Ao mesmo tempo, acredita-se que a legitimação de um mercado de cinema inclusivo, com participação ativa de pessoas com deficiência visual nesse contexto, refletirá no oferecimento de boa quantidade de programação com recursos de audiodescrição. A Agência Nacional de Cinema – Ancine tem atuado em direção a essa proposta. A normativa 116, proposta pela agência, é um instrumento que pode favorecer a presença de filmes acessíveis tanto em cinemas como em TV aberta, fechada e canais *on demand*.

Mesmo não propondo modelos nem procedimentos ideais para uma proposta de cinema inclusivo, os entrevistados acreditam que está nas tecnologias assistivas e na audiodescrição por pessoas capacitadas as possíveis soluções para a garantia da proposta. É importante salientar que os entrevistados Dimas e Alisson já fizeram uso da ferramenta Whatscine. O primeiro, em sessão promovida em São Paulo e o segundo em atividade oferecida em um cinema comercial do Rio de Janeiro. Alisson, no entanto, preocupa-se com os custos

que essa tecnologia pode trazer ao usuário. Porém, como visto no capítulo 4, o aplicativo de audiodescrição é gratuito. Além disso, nas atividades em que foram exibidos filmes com a utilização do recurso, os organizadores do evento disponibilizaram aparelhos especiais e adequados para instalação e utilização da ferramenta.

No que se refere à capacitação de profissionais para o desenvolvimento de audiodescrição, existe, hoje, no Brasil, uma série de instituições que promovem esse tipo de treinamento. Destaque-se o papel da Universidade Federal de Juíz de Fora - UFJF, que criou a primeira Pós-Graduação na área. Esse tipo de atividade está em expansão no país e Maurício acredita que o Brasil conta com um bom número de profissionais preparados para esse trabalho (ver sessão Entrevistas com Especialistas – Maurício).

A não possibilidade de escolha de assentos por parte dos deficientes visuais em cinema foi um fator recorrente em suas críticas e que levanta questão importante. Em salas de projeção, é comum que as cadeiras reservadas a pessoas com mobilidade reduzida, como cadeirantes, sejam agrupadas e posicionadas em uma única fila, à frente da tela de projeção, ou bem ao fundo, a depender do local de entrada, se por cima ou por baixo. Como a sala contém muitos degraus e escadas, o posicionamento desse espaço exclusivo facilita e diminui os custos na construção do ambiente. Entretanto, os cegos, se munidos de ferramentas de auxílio para locomoção, não apresentam dificuldades para deslocamento nesse tipo de ambiente. Assim, não faz sentido agrupá-los em um lugar específico.

Compreendendo a ida ao cinema como uma atividade de integração social, na qual a maioria dos usuários gosta de ir acompanhado (ver anexo A e sessão Personas – Maria), a possibilidade de sentar-se onde se deseja é valorizada pelo público. Assim, se estabelecendo lugares exclusivos para esse público, pode-se gerar constrangimentos na utilização do serviço caso estejam juntos uma pessoa com deficiência e outra sem deficiência, como o caso relatado por Franco (ver sessão Indução de Relatos – Franco).



### 3. ENTREVISTAS C/ESPECIALISTAS



1. Leandro
  2. Fernando
- Florianópolis/SC

# EXIBIDORES

## Leandro Florianópolis/SC

*É necessário que haja incentivo por parte dos exibidores e dos distribuidores de filmes, sobretudo esse último grupo.*

Leandro é gerente operacional do espaço de cinema do Shopping Iguatemi, em Florianópolis/SC. O espaço faz parte da rede brasileira Cinesystem.

O espaço, inaugurado em abril de 2007- junto ao próprio shopping, conta com 7 salas de projeção, com capacidades variadas. À época da inauguração, o espaço contava com 4 salas de 195 lugares, 2 de 355 e uma de 526 lugares. Após a reforma ocorrida em 2014, a configuração do espaço passou para 4 salas de 195 lugares, 2 de 280 (salas Premium), e uma de 360 (Cinépic). Há diferença de preços nas diversas modalidades de salas. As salas Premium e Cinépic tem o mesmo valor de ingresso, que é superior às demais salas convencionais. As salas Premium são a de maior conforto nas poltronas, uma das salas conta com projeção 3D e a outra com 2D. A sala Cinépic é 3D, com tela gigante, que cobre toda a parede de projeção, com imagem até o chão. Das quatro salas convencionais, apenas uma delas oferece projeção 3D, com ingresso mais caro. As demais contam com projeção convencional 2D. Atualmente, o espaço estuda a possibilidade de oferecer uma nova sala, a Vip, em 2016. Esta com menor número de poltronas, mas com assentos reclináveis, mais espaçosos, com serviços exclusivos. O estudo está sendo realizado por um grupo de marketing

da Cinesystem, por meio de pesquisas de mercado, e busca responder qual tipo de serviço o Florianopolitano prefere: o conforto de uma sala Vip, ou o conforto aliado ao atendimento Vip.

Outra mudança pela qual o espaço pode vir a passar diz respeito ao auto-atendimento, focado tanto na compra de ingressos quanto na de produtos na bomboniere. A ideia é que os clientes possam eles mesmos se servir com os produtos que desejarem e só após a escolha de seus produtos, se dirijam ao pagamento, com atendimento humano, aos moldes de um restaurante self service, por exemplo.

O espaço oferece a compra de ingressos via internet, serviço esse que tem o preço acrescido ao valor do bilhete comum. De acordo com Leandro, esse serviço é oferecido por uma empresa que também serve a todos os outros espaços de cinema que disponibilizam ingressos à venda online. “É um monopólio grande”, brinca o gerente. A mesma empresa realiza a venda de ingressos online, na bilheteria e, ainda, a venda na bomboniere. Leandro considera “até grande” a venda de bilhetes online. Para ele, o acréscimo de 10% ao valor do ingresso na compra via internet não é um problema para o espaço no Iguatemi. No entanto, considera falho o suporte que a empresa de vendas oferece, quando, por exemplo, um cliente precisa cancelar a compra de um ingresso.

Leandro não sabe ao certo a média de público que frequenta o espaço de exibição. De acordo com ele, varia muito em relação ao filme que é exibido. A presença de um maior público estaria alinhado aos esforços de marketing relacionados a determinada produção cinematográfica. Atualmente, ele espera que o público “pelo menos duplique” devido à estréia da animação Minions. Além disso, devido a detecção de uma baixa no público, o espaço realizou parceria com o shopping e esteve oferecendo gratuidade no estacionamento àqueles que frequentarem as salas de cinema.

Leandro identifica que o maior incentivador da vinda de público são os grandes filmes em cartaz. Grandes filmes no sentido de produções com grande

investimento em publicidade. Quando o filme não conta com forte apelo midiático, as primeiras sessões são sempre muito vazias, com no máximo 30 por cento de ocupação em uma sala. Dentre os horários de exibição, o horário com melhor média de público é o das 19 horas, sobretudo na quinta-feira e nos finais de semana. Na quinta-feira acontece uma promoção, a “Quinta do beijo”, os casais podem ganhar descontos nos ingressos.

O gerente conhece parte do público que frequenta o local. Principalmente aqueles que são bem assíduos. Há, ainda, uma espécie de clube, o Clube da Pipoca, que é um programa da Cinesystem, pelo qual os clientes ganham pontos cumulativos ao assistirem filmes, e que os permite trocá-los por brindes, tais como refrigerantes, pipoca, pares de ingressos etc. É uma estratégia para fidelizar aquele cliente.

A relação entre o exibidor e os distribuidores não é direta. Há uma central de programação na sede da Cinesystem, em Maringá, no Paraná. Nessa central, um programador é responsável pelo contato com todos os distribuidores. O programador negocia, então, a partir dos interesses da distribuidora o percentual de salas a exibir, e o período em que os filmes estarão em cartaz. Posteriormente, essa programação é repassada aos exibidores da rede. Leandro afirma que esse processo de escolha de filmes e tempo em exibição é uma decisão que, no caso do espaço que gerencia, não cabe a ele, mas sim aos interesses da distribuidora, o que gera, algumas vezes, estranhamento por parte do público quando sai de cartaz algum filme que ainda contava com grandes públicos em suas sessões. O contrário também é possível, de filmes sem muitos espectadores passarem bastante tempo em exibição. Leandro cita sobre isso o exemplo de alguns filmes brasileiros. Segundo ele, existe uma normativa da Ancine que obriga os exibidores a oferecer filmes nacionais em certo percentual de salas e período de tempo. E para atingir essa meta anual, às vezes o exibidor preenche, no final do ano, de filmes brasileiros a sua grade, mesmo que o público seja baixíssimo e tenha sessões canceladas por falta de público. Outra recomendação que existe é que o espaço de cinema não pode ultrapassar certa quantidade de salas a exibir um único filme.

A necessidade de uma boa relação com as distribuidoras é vital. Leandro relata um incidente ocorrido com a pré-estreia de uma grande produção, na qual um rolo de filme foi quebrado, e o evento de pré-estreia teve de ser cancelado. Em represália, o espaço passou dois anos sem receber da distribuidora envolvida qualquer evento desse porte.

Para a utilização da meia entrada, o espaço se vale das Leis Federais, Estaduais e Municipais. A fiscalização é atenta.

A rede Cinesystem faz pesquisas de mercado para conhecer seus clientes.

Leandro afirma que, assim como em grande parte dos espaços de cinema, o faturamento do local onde trabalha é superior na bomboniere, em relação ao arrecadado com a bilheteria dos filmes. De acordo com o gerente, 50 por cento do arrecadado com a venda de ingressos fica com a distribuidora de filmes, o que ocorre tanto no espaço do Iguatemi quando em outros pontos de exibição que Leandro conhece. Sobre os 50 por cento restantes, ainda cabe aos cinemas pagar as taxas de ISS, Pis e Cofins sobre o valor total do ingresso. A exibidora ainda arca com um valor de 2,5% destinado ao Ecad. Para Leandro, os exibidores são os que mais acumulam gastos pelos filmes que exibem.

Leandro diz que em seu cinema a acessibilidade restringe-se ao que é exigido por Lei. No caso, a existência de rampas e assentos especiais para pessoas com dificuldades de locomoção. Sobre demais deficiências, afirma já ter ouvido falar sobre processos que permitem cegos frequentarem os cinemas. No entanto, não os conhece, nem mesmo o recurso de audiodescrição. O gerente afirma que lembra que já teve clientes cegos, que vieram acompanhados de pessoas sem deficiência visual.

Leandro acredita na possibilidade de um mercado de cinema e de outras atividades culturais inclusivas, que possam garantir acesso pleno de pessoas com deficiências visual e auditiva. Ele lembra matérias jornalísticas que viu sobre o tema, na qual apareceu uma peça de teatro com tradução em Libras (o evento aconteceu na sala 4 do cinema em que trabalha).

Ele acredita que o que falta para esse mercado tornar-se real é necessário que haja incentivo por parte dos exibidores e dos distribuidores de filmes, sobretudo esse último grupo.

Leandro relata a atividade “Cinematerna”, que acontece em seu cinema. Segundo ele, consiste em sessões de filmes nas quais as condições ambientais são diferenciadas (meia luz, temperatura mais quente, som mais baixo), para melhor atender ao público alvo: gestantes e mães de bebês recém-nascidos. É um serviço de terceiros. Leandro não está certo da informação, mas diz ser atividade patrocinada pela Natura. Ele ressalta que é comum a locação de salas de cinema para interessados.

## Fernando Florianópolis/SC

*É necessário que haja incentivo por parte dos exibidores e dos distribuidores de filmes, sobretudo esse último grupo.*

Em pleno funcionamento desde 2010, o Paradigma Cine Arte se localiza na cidade de Florianópolis, localizado na SC 401, no bairro Santo Antônio de Lisboa, dentro do centro empresarial à céu aberto Corporate Park, e afastado da zona central da cidade, em uma zona sem fácil acesso. É um espaço de cinema diferenciado na cidade. Primeiro por sua localização, que não é inserido no espaço físico de um shopping center. Segundo por sua programação de cinema, que foge do circuito mainstream “hollywoodiano”. Como seu próprio nome já indica, se concentra na exibição de filmes de arte, ou fora do eixo.

O espaço conta com apenas uma sala de exibição, com 120 assentos disponíveis. A média de público do espaço é de 15 a 20 pessoas por sessão. No entanto, durante os fins de semana, a sala recebe um público maior, de pelo menos 50 pessoas por sessão. O horário mais procurado, dentre as quatro sessões oferecidas diariamente, é o das 19 horas.

Para Fernando, gerente do espaço, o maior incentivo para a vinda do público é a programação diferenciada oferecida. O cinema conta com promoções em dias e horários específicos, mas isso não reflete no aumento da média de público

nem na vinda de pessoas diferentes ao Paradigma. O preço da sessão é de dez reais, com meia a cinco. Na segunda-feira, o valor ainda é mais barato. O preço não é o atrativo. No entanto, existe uma promoção de combo, que permite assistir até dois filmes, no mesmo dia, pagando apenas um ingresso. O espaço conta com parcerias com outros estabelecimentos localizados no mesmo centro comercial, como um café francês, que atende clientes do cinema com bônus. O espaço, aliás, não conta com serviço de pipoca, ou bomboniere tal como se percebe comumente em salas de cinema. Há somente expositores com balas e chicletes.

Fernando conhece o público que frequenta o espaço, até por nome. São, geralmente, os mesmos frequentadores. O público é bastante fiel. Nos horários da tarde, o público presente é mais idoso. Não é feita pesquisa de público.

O contato do cinema com os distribuidores se dá de forma bem diferenciada ao modelo convencional. Enquanto em cinemas de shoppings, no geral, há uma central em São Paulo que define a programação e envia às salas distribuídas pelo país, o formato do Paradigma se dá diretamente com o distribuidor dos filmes. Duas formas são bem comuns. A primeira acontece quando o exibidor entende que algo que o interessa e interessa a seu público está disponível para distribuição. A segunda acontece quando a própria distribuidora tem algo a oferecer e sabe que se encaixa no perfil do local. É uma relação bem próxima com distribuidores. As principais distribuidoras do espaço são a Imovision, Mares, Europa, Pandora, entre outras. A seleção de filmes se dá conforme o público e o horário. A mudança de horários dos filmes é comum. De toda quarta pra quinta, há mudança de horários pra que haja a possibilidade de que novos públicos tenham acesso aos filmes, bem como para o público que frequenta em horários específicos possam acessar outras opções de filmes. O tempo em cartaz também é definido pela observação de desejo do público.

A propaganda dos filmes e da programação não diz respeito ao exibidor. No entanto, são feitos panfletos com opções de programação disponíveis. No espaço, há cartazes de filmes em exibição. A verba vem do cinema e dos apoiadores do cinema. Também existe uma lista de e-mails para divulgação e

um dos apoiadores é a rádio Itapema. Os apoiadores são divulgados antes das sessões de cinema, anexados aos trailers, no material gráfico impresso e no site do cinema.

As distribuidoras cuidam de toda a parte de divulgação dos filmes. Cabe ao exibidor negociar com as distribuidoras os horários a exhibir e o período em cartaz. O espaço aproveita toda a campanha feita pelas distribuidoras de filmes dentro e fora do Brasil.

Não há relação com o espaço de cinema com realizadores. Com excessão de um caso específico, quando houve um contato para o lançamento de um filme em âmbito nacional. Com realizadores locais, há contato, mas não há relação próxima entre esse tipo de contato com a programação diária.

O cinema oferece meia entrada para aqueles favorecidos pelas leis, sem critérios rigorosos de fiscalização de documentação. O local também deve seguir algumas regras com relação ao ambiente físico e sonoro. São realizadas inspeções por órgãos públicos. O setor público se concentra principalmente na fiscalização e cobrança de impostos. Paga-se ECAD, para exibição de filmes, impostos sobre a renda, etc.

Fernando acredita que o cinema passa por uma fase de crescimento, sobretudo o Paradigma, afinal, dentro da proposta, em Florianópolis, é o único a oferecer o serviço. De acordo com Fernando, a revista Exibidor apresentou dados que apontam um crescimento de 13% no segmento do ano de 2014 ao de 2015.

O espaço Paradigma Cine Arte conta com exibição de filmes digitais. E, atualmente, está em processo de mudança de sistema, de Auwe para DCP. Fernando afirma que o cinema também conta com um projeto de película 35mm, que está parado sem uso há bastante tempo porque não há mais lançamentos para esse tipo de uso. Segundo Fernando, os sistemas digitais representaram uma boa diminuição no custo de distribuição dos filmes.

Fernando acredita que ferramentas de acessibilidade dentro do serviço

de cinemas são necessárias. No espaço, há rampas, cadeiras largas para pessoas obesas e acessibilidade para pessoas com deficiência de locomoção, cadeirantes, por exemplo. Para pessoas com outras necessidades, como cegos e surdos não há ferramentas que lhes garantam plenitude, independência e segurança na utilização do serviço. Ele acredita na possibilidade da existência de um mercado de cinema acessível, que possa incluir pessoas com deficiência, sejam elas cegas, surda, ou com qualquer outro tipo de necessidade especial. O exibidor confessa que nunca pensou a respeito dessa possibilidade, mas ainda assim pensa que se houver público, há formas de atingí-lo. Fernando desconhecia a existência de ferramentas como audiodescrição e legendagem. Para ele, falta ofertar o serviço. Serviço esse que passaria pela boa vontade de todas as entidades envolvidas no serviço, seja exibidor, distribuidor, realizador e o próprio governo e seus órgãos de fiscalização.

### Análise do método de entrevistas com especialistas - Exibidores

A diferença de atuação, programação cinematográfica e de público entre os dois espaços de exibição foi o que definiu a escolha do Paradigma (Fernando) e Cinesystem Iguatemi (Leandro) para entrevista com exibidores.

Há diferenças consideráveis entre os dois cinemas, no que se refere a condições de acesso e de programação. Primeiro destaca-se a quantidade de salas e de poltronas disponíveis aos espectadores, o que pode refletir na diversidade de filmes oferecidos. Em segundo lugar, estão as condições de acesso à área interna dos estabelecimentos. No shopping, o controle sobre as condições de mobilidade e conforto são maiores, haja vista que compõe um cenário integrado com diversos outros estabelecimentos comerciais, bem como às condições de mobilidade urbana, com boa disponibilidade de ônibus e vias. Para esse ambiente, é mais fácil configurar condições propícias para a acessibilidade de pessoas com deficiência. Já no outro espaço, que fica à margem de uma autoestrada, cuja velocidade máxima chega a 80Km/h, e apresenta difícil acesso para pedestres, há um nível de complexidade bem maior, pois não há controle sobre o entorno, cujo desenho urbano e de mobilidade estão sob a administração do setor público. Dentro do centro comercial, não há estabelecimentos como lojas e grandes praças de alimentação, mas empresas. É, portanto, um ambiente de trabalho e não de recreação e lazer.

No que se refere ao serviço oferecido nos dois cenários apresentados (Paradigma e Cinesystem), se percebe que são trabalhadas visões de mercado bem distintas. O cinema do shopping faz parte de uma grande rede nacional, cuja programação e a presença de público está ligada ao oferecimento de filmes massivamente divulgados. Ou seja, seu papel dentro do mercado cinematográfico restringe-se à veiculação de filmes orientados pelas distribuidoras parceiras, independente da qualidade do material. Já o cinema

menor tem mais liberdade e se aproveita do fato para se destacar como um espaço diferenciado, com público fiel à sua programação, que pode, por sua vez, orientar-se pela identificação das necessidades de seus clientes.

É importante destacar o papel da distribuidora de filmes dentro do mercado apresentado por Leandro. O fato desse setor ter força suficiente para definir além da programação em cartaz, o tempo de veiculação e a quantidade de salas faz com que se restrinja o número de opções disponíveis ao espectador. Dessa forma, se conclui que o papel do exibidor, neste caso, é o de oferecer condições adequadas para a boa fruição da experiência de cinema.

Mesmo com a independência de programação do cinema menor, não é percebido qualquer reflexo disso na disponibilização de condições de serviços acessíveis a pessoas com deficiência. Ao contrário, o gerente dessa rede não conhecia qualquer TA capaz de permitir o acesso daquele público em sua sala de projeção. Acredita-se que isso resulta da falta de estímulo ao desenvolvimento de uma cultura inclusiva no país, que seja capaz de orientar a sociedade a desenvolver e oferecer condições de acesso. Chega a ser contraditória a afirmação de proximidade que se tem entre o serviço do Paradigma e seus clientes, com a falta de condições acessíveis, haja vista que o público desse ambiente é formado por boa parte de pessoas com idade avançada, quando se sabe que os idosos correspondem a grande faixa da população brasileira que apresenta algum tipo de deficiência, superando os 67% do total (CARTILHA DO CENSO, 2010).

Percebe-se que é cada vez maior a preocupação do setor de exibição em oferecer condições de conforto e de serviços diferenciados para seu público. O oferecimento de salas com super telas de projeção, poltronas reclináveis, cinema 4D – nos quais há a experimentação de sensações, como água e impactos, e até mesmo atendimento por garçons nesses ambientes são propostas que podem agradar parte do público que frequentam hoje esse tipo de atividade. É uma forma de atrair o público para uma experiência que esteja além do assistir a um filme. No entanto, se considera que o setor não demonstra qualquer preocupação em tornar-se acessível a pessoas com

deficiência visual ou auditiva. Os exibidores entrevistados não demonstraram conhecimento sobre tecnologias assistivas relacionadas à sua área de trabalho.

No caso do cinema de Leandro, observa-se que está seguindo na contramão da inclusão, à medida em que o serviço oferecido se prepara para a automatização de compra de ingressos e de itens na bomboniere. De acordo com a pesquisa realizada com o público presente em cinemas (Anexo A), constatou-se que a maioria prefere comprar seus tickets nas bilheterias, onde os clientes são atendidos por pessoas, e não por máquinas. Os motivos que justificam essa preferência não foram questionados. Entretanto, acredita-se que a automatização desse procedimento pode se estabelecer como mais uma barreira de acesso para aqueles que já são excluídos da experiência de ver a um filme no cinema. Naquele espaço de projeção, as outras opções de compra de ingressos são a internet e os totens digitais. Como afirmam os entrevistados cegos (ver sessão Indução de Relatos), os sites que oferecem a compra *online* de bilhetes não são acessíveis para pessoas com severa deficiência visual. Da mesma forma, o serviço automatizado em totens eletrônicos não dispõe de opções de acessibilidade com a utilização de outro sentido que não a visão. Durante a visita àquele estabelecimento, o pesquisador certificou-se de que não haviam teclas táteis nem sistema de som para o manuseio e compra de ingressos nesse tipo de dispositivo. A prática de incorporar os estabelecimentos comerciais com aparelhos de telas sensíveis ao toque representa um verdadeiro obstáculo à acessibilidade de pessoas com deficiência visual. O relato de Célio ilustra bem essa questão (ver sessão Indução de Relatos). É importante ressaltar que os aparelhos *smartphones* que apresentam essa tecnologia se estabelecem como exceção à essa percepção, pois dispõem de aplicativos próprios que tem oferecido um bom desempenho de uso às pessoas com deficiência. Pode se considerar que o problema não está exatamente na tecnologia, mas sim nas condições de acesso que elas disponibilizam. Como já apresentado, há outros casos em que a utilização desse recurso é acompanhado ao oferecimento de recursos acessíveis, como o caso dos caixas eletrônicos do Banco do Brasil (ver sessão Indução de Relatos).

Sobre o serviço de bomboniere, o resultado apresentado com as entrevistas de

público em cinema revelou que a maioria dos espectadores compram algum tipo de alimento naqueles estabelecimentos. Essas vendas, segundo Leandro, representam faturamento maior que a venda de ingressos para os filmes. É, portanto, uma atividade que deve ser considerada ao se desenhar um serviço de cinema inclusivo. Os números apresentados pela revista Exibidor (ver subseção Distribuidores) não revelam valores, mas indicam a importância desse tipo de atividade dentro do mercado de exibição de filmes. É curioso o fato de o cinema Paradigma não oferecer esse tipo de serviço a seus clientes. No local, existe na própria bilheteria a oferta de balas e chicletes, mas não é vendida pipoca, nem qualquer tipo de combinação de produtos. Esse estabelecimento foi o único, dentre todas os espaços de cinemas visitados durante o desenvolvimento deste trabalho que não vendia aquele tipo de produto. Não se questionou a respeito, no entanto, suspeita-se que tenha relação com a não dispersão do público quanto à fruição nos filmes projetados, uma vez que se percebeu, pelas entrevistas com pessoas sem deficiência em cinemas, que os cinéfilos preferem não consumir nenhum tipo de alimento nos ambientes de projeção (ver sessão Personas).

Sobre as questões de acessibilidade em salas de cinema, percebe-se que os exibidores limitam essas condições ao que é estabelecido pela legislação brasileira (NBR 9050), que versa principalmente sobre questões de mobilidade de pessoas com deficiência, sobretudo motora. Dessa forma, são desconsiderados, por exemplo, o aprimoramento de serviços acessíveis, bem como o treinamento e a capacitação de profissionais em vista da facilitação de acesso àquele público.

Importante ressaltar que, assim como no caso dos relatos dos entrevistados cegos, Leandro afirma que já recebeu pessoas com severa deficiência visual em suas salas de projeção, e que estes estavam acompanhados por pessoas sem deficiência. Observa-se mais uma vez que o cinema se demonstra como espaço de interação e integração social, e que há um público novo pronto para consumir e somar ao mercado cinematográfico existente. Assim, esse serviço deve ter orientação inclusiva, na medida em que precisa considerar a participação em uma mesma sala de projeção de pessoas com diferentes

condições físicas e sensoriais.

Contudo, os exibidores acreditam na importância da acessibilidade de pessoas com deficiência no serviço de cinema. Mas para que isso aconteça, seria necessária boa vontade da sociedade, bem como de todos os que compõem o mercado de cinema, sob a fiscalização efetiva dos governos. Leandro ainda reforça o papel do distribuidor nesse conjunto.



1. Clébio
  2. Joe
- Fortaleza/CE

# CINEASTAS

## Clébio Fortaleza/CE

*O custo dessa inclusão sai do bolso do realizador.*

Clébio lida com o cinema desde os dezoito anos, quando mudou-se de Quixadá - cidade do sertão cearense - para a capital do estado, Fortaleza. A primeira memória de cinema que cultiva vem dos 5 anos, quando foi ao cinema daquele município assistir a um filme que não recorda o nome, mas lembra das cenas e do áudio em italiano. Clébio recorda da experiência com muita emoção. Desde então, Clébio apaixonou-se pela arte cinematográfica. Lembra que foi com sua irmã. Lembra também, aos 6 anos, do filme "A morte comanda o cangaço", do início dos anos 60, gravado na cidade de Quixadá, que assistia na TV, como um dos filmes que mais cativam sua memória afetiva.

Clébio não se define como cineasta, pois acredita que esta alcunha deve ser utilizada com pessoas que contam com vasta lista de filmes realizados. Ele prefere o termo Realizador de audiovisual, pois abrange diversas funções dentro da atividade, como Diretor, Produtor, Produtor Executivo, entre outras funções que tem desempenhado desde quando passou a seguir os passos de uma das suas maiores referências, o cineasta cearense Eusélio Oliveira.

Clébio depende diretamente do incentivo financeiro de terceiros para que sua

produção cinematográfica adentre o mercado. Muito recentemente, Clébio pré-lançou um longa, "A lenda do gato preto", gravado em sua cidade natal e com a participação da atriz Aurora Duarte, musa do cinema brasileiro da década de 60, que também estava no filme "A morte comanda o cangaço". O filme foi patrocinado com verba adquirida por meio de editais de cultura. O financiamento público audiovisual é um dos principais incentivos capitais que o realizador dispõe. O financiamento privado ainda é, segundo o realizador, uma expectativa pouco explorada, no sentido de que as empresas, em geral, não entendem o cinema como uma boa estratégia de investimento.

O setor público é fundamental na produção cinematográfica do Realizador. São grandes as dificuldades enfrentadas para conseguir investimento para a realização de um filme. Foi há sete anos que o recém pré-lançado "A lenda do gato preto" teve iniciado as atividades de solicitação de recursos de investimentos.

As leis de incentivos fiscais, voltadas ao setor privado, buscam estimular o financiamento privado em cultura. No entanto, o que parece ter ocorrido é que o empresariado tem entendido o processo como um "favor" que esses fazem aos que os procuram para financiar seus projetos culturais, sejam filmes, exposições, festivais etc. Essa mentalidade se percebe no número de exigências que os empresários pedem como contrapartidas de financiamento. Contrapartidas que os produtores culturais identificam como exageradas haja vista os benefícios que o setor público já oferece legalmente, por meio das leis, para que o financiamento privado aconteça. A aprovação de investimento é decisão da empresa.

Para Clébio, o cinema brasileiro, sobretudo no Ceará, se caracteriza por um modelo artesanal e criativo, enquanto nos EUA, acontece um cinema industrial. Lá, as empresas que financiam cinema participam da divisão do lucro que as produções cinematográficas produzem. No Brasil, o empresariado ainda não acredita que o cinema possa lhe garantir um retorno financeiro suficiente para algum investimento de peso. Por aqui, a indústria audiovisual se concentra na produção de novelas.

Para Clébio, o principal estímulo que o público tem para ir ao cinema ver um filme específico está nas ações de marketing e na verba que é destinada a esse propósito.

Como realizador de cinema, Clébio acredita que há uma relação desequilibrada entre quem realiza o filme, quem o distribui e quem o exhibe. Os realizadores são aqueles que batalham para conseguir investimento, investem alguns anos de sua vida para a realização de seus filmes, e entregam o fruto de todo esse esforço nas mãos dos distribuidores, que, por sua vez, serão responsáveis por garantir que esses filmes cheguem às telas e aos públicos dos exibidores, que são a parte do serviço que está mais diretamente ligada ao público.

Segundo Clébio, a divulgação e as ações de marketing são responsabilidade dos distribuidores. A primeira bilheteria seria destinada ao pagamento do investimento em propaganda. E de todo o lucro adquirido, o distribuidor fica com 70%, ao passo que o realizador detém apenas 30% daquele valor. Esse processo lembra bastante a venda de produtos artesanais, na medida em que há um intermediário que lucra bastante na venda de um produto que ele não fez para um público que ele conhece.

O processo de exibição de cinema mudou bastante nos últimos anos. A digitalização de filmes e a transmissão de dados via satélite acabaram barateando muito o custo de cópia e de distribuição de filmes. Uma matriz de DCP - cópia digital de alta resolução, que substituíram os 35mm analógicos - custa por volta de sete a dez mil reais. A cópia desse material seria o preço de um HD (por volta de 300 reais), somado ao valor de 500 reais do serviço. Já a cópia de 35mm de um longa saía por um custo muito superior àquela soma. Antes, um longa metragem era enviado em latas, em 15 delas. O transporte, portanto, respondia a um custo muito elevado. O filme "A lenda do gato preto" é exibida em qualidade 2K, e ocupa apenas um HD de 500 GB.

Clébio acredita que o espectador de cinema não interfere no que lhe é oferecido. A mídia é que contagia o espectador a comprar todo o conteúdo que ela oferece. No entanto, identifica que o gênero Comédia encabeça a preferência do público.

A relação entre realizador, distribuidor, exibidor e público se dá em contextos de cinema como indústria. Nessas condições, há uma preocupação comercial em pesquisas de mercado que influenciam na produção de filmes.

O cinema passa por um período de produção efervescente no Brasil. O fácil acesso a tecnologias de produção de vídeos tem colaborado com essa condição. Hoje, se pode fazer um filme com um pequeno aparelho telefônico. Se produz muito audiovisual, como nunca antes. Como escorrer essa produção é que é complexo.

As ferramentas de acessibilidade para pessoas com deficiência no cinema existem, mas não tem sido postas em prática. Há o conhecimento por parte de quem trabalha com cinema, mas, de fato, não tem sido postas em práticas. Praticar acessibilidade no cinema, segundo o realizador, encarece bastante o processo. Clébio não consegue arcar com esse custo em suas produções. Alguns editais de cultura e cinema solicitam a inclusão de ferramentas de acessibilidade para pessoas com deficiência. O custo dessa inclusão sai do bolso do realizador.

Clébio acredita que se houver um público e o público se fizer presente nas salas de cinema, a acessibilidade será hábito e interessará às pessoas ligadas ao mercado cinematográfico.

## Joe Fortaleza/CE

*“Meu irmão, são 980 cópias de um só filme para um universo de duas mil e poucas salas”*

Joe tem contato direto com o cinema. Trabalha com produção audiovisual há pelo menos 25 anos, no desenvolvimento de filmes, peças publicitárias, vídeos institucionais etc. Cinéfilo desde criança, conta que fazia competições com os amigos para disputar quem via mais filmes.

Ainda criança teve contato com uma câmera de vídeo super 8, e de imediato começou a fazer filmagens domésticas, o que mais tarde tornou-se profissão. Adulto, formou-se em jornalismo e passou a trabalhar em agências de publicidade, até abrir a própria empresa, uma produtora de vídeos.

Joe também ministra cursos de cinema e direção cinematográfica na Universidade Federal do Ceará, além de palestras. Sobre a formação de novos profissionais da área, demonstra preocupação com a forma como o novo profissional está sendo capacitado. Segundo ele, há ainda uma “romantização” da profissão, o que gera conflito com a realidade do mercado. Não estão preparando o cineasta para enfrentar os problemas reais da área, o que os faz sair das universidades despreparados, e os obriga a buscar trabalho em agências de publicidade.

Joe afirma que na década de 90 “sobrevivia fazendo publicidade”. Para ele, no Brasil, não era possível viver de cinema. O dinheiro era pouco para se lançar na atividade cinematográfica e o financiamento público ou privado eram inexistentes. Assim, a atividade audiovisual para propaganda foi o que lhe garantiu o aprendizado real da profissão. O cineasta afirma que o fazer prático e o envolvimento com as dificuldades é que garantem o aprimoramento e o conhecimento profissional. Ele lembra que recentemente participou de uma discussão dentro do evento Cine Ceará sobre mercado e financiamento de filmes. Segundo ele, participaram da mesa só os “dinossauros” da área no Ceará. Enquanto isso, na sala vizinha, os jovens estavam lotando uma aula de linguagem de cinema.

Sua primeira lembrança com o cinema remete à sua infância, quando ia ao cinema com os irmãos para assistir os filmes do Chaplin, do “Gordo e o Magro” e outras comédias. Já na adolescência, frequentava assiduamente o Cine São Luiz, localizado no centro da capital cearense, na Praça do Ferreira. À época, a cidade de Fortaleza contava com “sete ou oito cinemas”, e “quase todo dia” Joe estava presente nas salas de projeção. Ele lembra que em uma mudança, encontrou um papel antigo onde relatava os filmes que assistia, e verificou que em um único ano chegou a assistir, no cinema, 188 filmes.

Joe revela que viveu “muitas situações idênticas ao Cinema Paradiso”, quando frequentava um cinema ligado à Igreja que ficava em bairro próximo à sua casa. Segundo ele, cortavam alguns fotogramas do filme para censurar cenas consideradas impróprias. Ele conta que subia nas latas de lixo do local para recolher os fotogramas descartados. Então, os colava e os via em casa.

Joe costumava ir de ônibus, todas as tardes, ao Cine São Luiz só para olhar os cartazes de filmes em exibição e os próximos que entrariam em cartaz, que eram afixados tanto na parte interna do ambiente, quanto nas paredes externas laterais. A paixão era tanta que sempre que podia levava algumas das peças publicitárias para casa.

Profissionalmente, Joe não tem pretensão de viver de cinema. Para ele, essa fase já passou, apesar de considerar que as condições para a atividade profissional nessa atividade têm melhorado significativamente nos últimos anos. Atualmente, percebe que há espaço e verba para a produção de conteúdos para TV. Uma de suas intenções é produzir séries.

Joe critica as últimas gestões do Governo do Estado do Ceará quanto ao incentivo à produção cinematográfica. Segundo ele, foram seis anos de paralização cultural. Ao mesmo tempo, reconhece que a produção cinematográfica cearense não tem a mesma repercussão, por exemplo, do cinema pernambucano, que considera referência no Brasil. Ainda assim, considera que fora do eixo Rio-São Paulo “ninguém vive de cinema”, onde há uma maior proximidade com as empresas, com as estatais, melhores condições de infraestrutura para a atividade.

O cineasta lembra dos aperreios e da frustração que passou (e ainda passa) para a produção de um dos seus filmes. Segundo ele, passaram por suas mãos cerca de um milhão e meio de reais, no entanto, além de não ter sido suficiente para a conclusão do material, não lhe rendeu sequer “um real para comprar um picolé”. O filme foi concluído, mas o financiamento conseguido foi um verdadeiro “presente de grego”. Ao final do processo, não havia qualquer dinheiro para a divulgação, nem mesmo para fazer um cartaz. Hoje, o filme está dentro de uma gaveta de sua casa, não tendo distribuidora e o cineasta responde a um processo envolvendo a produção.

Joe critica a dependência que o cinema brasileiro tem com relação ao Estado, “uma relação paternalista”. Segundo ele, isso tem que mudar. É necessário fazer com que o empresariado entenda a produção audiovisual como um produto rentável a ser investido, tal como acontece em outros mercados de cinema, como nos Estados Unidos. O cineasta concorda que é função dos governos financiar a cultura, a educação, a formação do cidadão, o que passa também pelo cinema. No entanto, acredita que é inadmissível que os recursos públicos sejam a única fonte de financiamento da área, sendo necessária a entrada da visão de mercado para que realmente se estabeleça a lógica comercial do

cinema como produto. Contudo, aponta que o Estado pode, ao invés de o próprio financiar a produção, estabelecer medidas, regras, condições que favoreçam a participação do setor privado no direcionamento de recursos financeiros para a produção de conteúdos.

O cineasta considera que nacionalmente a produção cinematográfica tem sido valorizada pelo Governo Federal, no entanto, nos estados e municípios percebe que não tem se dado o devido valor ao cinema, tampouco às demais manifestações culturais.

Sobre a relação entre cineasta e exibidor de cinema, Joe conta que nunca teve esse tipo de experiência. A relação entre produtor, exibidor e espectador é para ele um conjunto “mais complicado ainda”. Quando tentou lançar o filme que lhe trouxe problemas, o contato com as distribuidoras foi muito improdutivo. Segundo o cineasta, elas alegavam não ter dinheiro para o lançamento. Joe não acreditava nesse argumento e reforça que, na verdade, o que acontece é que as distribuidoras não querem ter gastos nem trabalho, que elas querem tudo pronto só para colher os louros e o lucro. Ele cita o exemplo de uma série de filmes de cunho Espírita lançados, nos últimos anos, no Brasil. Nesse caso, um empresário muito rico decidiu que “tinha que fazer o bem”, e resolveu patrocinar a produção de três filmes, que ele mesmo pagou todas as etapas, inclusive a distribuição para exibição em cinemas e em canais de TV abertas e fechadas. Como resultado, os filmes tiveram boa repercussão e bons públicos.

Joe relata a experiência que teve certa vez quando estava aguardando a entrega de um material seu em uma distribuidora, no Rio de Janeiro. O material era um rolo de filme. Durante a espera, viu uma empilhadeira cheio de latas de filmes chegando e sendo descarregado na distribuidora. Curioso, perguntou sobre o que seria aquele material. Eram cópias, para exibição em cinema, de um dos filmes da série “Piratas do Caribe”, da Disney. “Meu irmão, são 980 cópias de um só filme para um universo de duas mil e poucas salas”. O mesmo sujeito que o respondeu completou que na semana passada teria saído a mesma quantidade de rolos de um outro único filme. “Ou seja, em duas semanas, somente dois filmes estavam ocupando praticamente a totalidade de

todas as salas disponíveis”.

O cineasta acredita que, apesar das dificuldades, o cinema no Brasil passa por um momento único e de expansão, do ponto de vista do trabalho político realizado nos últimos anos no país, a partir da implantação de mecanismos que facilitam o acesso das pessoas, e da descentralização da produção. “Antigamente, fazer um filme fora do eixo Rio-São Paulo era praticamente impossível”, reforça. Hoje, o cenário é outro. Ele aponta o cinema pernambucano, o gaúcho e até mesmo o cearense como expoentes. O surgimento de novas mídias e a democratização das ferramentas de produção de filmes, câmeras, ilhas de edição, softwares permitem que se realize boas produções até mesmo em casa, sem a necessidade do investimento de pequenas fortunas no procedimento.

Para Joe, o elo fraco no sistema de cinema ainda é o mercado e a relação com distribuição e exibição, pelo menos no cotidiano do pequeno realizador, principalmente os que estão fora do eixo Rio-São Paulo, ainda mais se as produções não contam com atores ou profissionais famosos da Rede Globo. O cineasta cita o exemplo do filme cearense que foi sucesso de público em 2013, o “Cine Hollywood”. Nele, há a participação de uma atriz famosa, que em nada contribui com o enredo do filme. Com a distribuição do mesmo, no entanto, a estória é outra.

O cineasta acredita que o mercado de cinema tem focado nas questões de acessibilidade está mais inserido em uma onda do “politicamente correto”. No entanto, não sabe dizer se isso é uma pauta vigente nas questões relacionadas ao mercado cinematográfico. Entretanto, considera a acessibilidade algo importante para o cenário. Cita o exemplo de quando fazia trabalhos institucionais para a Prefeitura de Fortaleza, quando sua produtora, por iniciativa própria, passou a dar atenção a essas ferramentas, o que depois virou uma exigência.

### Análise do método de entrevistas com especialistas - Cineastas

Neste trabalho, se consideram cineastas os profissionais responsáveis pela criação, produção e execução de filmes. É sabido que neste setor estão integrados uma série de profissionais, como diretores, diretores de fotografia, produtores, roteiristas entre outros, os quais estamos considerando, em vistas da simplificação da pesquisa, integrados em uma única nomenclatura.

Dessa forma, os dois cineastas entrevistados para o desenvolvimento deste trabalho são profissionais que assumem diversos papéis dentro do setor de criação cinematográfica.

Os entrevistados possuem ampla experiência e convivência com o cinema. Suas memórias sobre o tema vêm desde a infância, a partir do incentivo de amigos e da família, o que revela a importância da formação de plateia para esse tipo de atividade. Tal formação, aliás, é fundamental para a criação de uma sociedade inclusiva. No caso das pessoas com deficiência, é de extrema importância que familiares, educadores e amigos compartilhem experiências e atividades culturais com aquelas pessoas. O caso de Lia (ver sessão Indução de Relatos) é um exemplo a ser considerado.

Dessa forma, é importante o incentivo a atividades que envolvam crianças e jovens com deficiência. No caso do cinema, as pesquisas realizadas durante a construção deste trabalho não identificaram atividades que buscassem a inclusão de crianças com deficiência nesses ambientes de projeção. Como relatado por Dimas (ver sessão Indução de Relatos) a maior parte dos filmes oferecidos em atividades para acessibilidade apresenta conteúdo relacionado à deficiência, quando se poderia, por exemplo, incentivar a tradução e a exibição de filmes e de programação infantil. Na TV aberta brasileira, o seriado mexicano Chaves é exibido pelo SBT com o auxílio da ferramenta de audiodescrição. A exibição desse programa, que é orientado sobretudo ao público infantil, pode

ser encarada como um instrumento de inclusão desse público ao mundo do entretenimento audiovisual, seja na própria televisão, no cinema, em teatros, espetáculos musicais etc. No entanto, se considera que para tanto é necessário a ampliação da quantidade de material disponível bem como a participação ativa da família na busca e oferecimento desse tipo de possibilidade. A participação da criança com deficiência em contextos de cinema e de atividades culturais diversas deve resultar, a longo prazo, em adultos atuantes e participantes das mesmas atividades, garantindo assim plateia para consumo dos produtos oriundos dessa indústria cultural.

De acordo com os entrevistados, o setor de cinema tem crescido muito nos últimos anos, reflexo de políticas públicas de incentivo ao setor, que tem recebido financiamento estatal por meio de editais de cultura. Esse processo demonstra que o Governo Federal, que subsidia tanto a Secretaria do Audiovisual quanto a Ancine, tem investido no desenvolvimento do setor. A iniciativa privada ainda não participa ativamente da realização cinematográfica. No país, a participação se faz mais presente na produção audiovisual televisiva, na produção de novelas e seriados, que, segundo Joe, é um mercado promissor para o setor. Contudo, mesmo essa produção fortemente patrocinada pelo empresariado nacional não conta com recursos acessíveis em nenhuma de suas fases: produção, distribuição e exibição.

Sobre as necessidades que envolvem o trabalho do cineasta, o financiamento de filmes é uma preocupação recorrente. A revelação de que o cinema nacional depende diretamente do investimento público é tanto positivo quanto negativo. A vantagem dessa perspectiva é que isso pode facilitar a implementação de atividades inclusivas, uma vez que se entende como função dos governos a garantia de condições de acesso a educação e cultura.

Como o cinema é compreendido como um produto inerente a esses dois campos, a interferência das diversas instâncias governamentais pode colaborar com a orientação a atividades inclusivas.

Tal condição é o que se percebe, por exemplo, na normativa 116 proposta pela

Ancine. Essa regulamentação interfere diretamente nos produtos resultantes do trabalho dos cineastas, os filmes. No entanto, os entrevistados dessa sessão discordam quanto ao encaminhamento da responsabilidade de adaptação de produções para os que as realizam. De fato, houve consenso no que diz respeito ao valor arrecadado com o financiamento público de filmes. O relato de Joe, que afirma que o montante do financiamento não corresponde ao total do que é realmente necessário para a legitimação de um filme (no sentido de produção e consumo) é algo a se considerar. Como já discutido na subseção Distribuidores, a adaptação de filmes para acessibilidade de pessoas com deficiência visual ou auditiva não é o suficiente para a garantia de acesso. Outras questões como propaganda e divulgação de conteúdo são essenciais para o sucesso de qualquer produção audiovisual.

Por mais que a iniciativa da Ancine seja realmente promissora no sentido de oferecer acessibilidade a pessoas com deficiência, falta trazer para dentro desse processo a figura do distribuidor, sobretudo quando se trata de um mercado no qual a produção nacional não reflete quantidade significativa do que é exibido ao público. Os argumentos de Clébio e Joe ilustram bem essa realidade.

A argumentação de Clébio, ao definir a produção de filmes nacionais como um modelo artesanal quando comparado aos moldes europeu e norte-americano, onde se encontra o formato industrial apoiado massivamente pela iniciativa privada, precisa ser considerada na perspectiva de um mercado de cinema inclusivo. Somam-se a esse argumento os relatos de Joe, que, primeiro, afirma ter um filme, cujo investimento chega a casa dos milhões de reais, guardado dentro de uma gaveta em sua casa; e segundo a experiência que teve ao presenciar a distribuição de um único vídeo estrangeiro à quase totalidade das salas de exibição brasileiras demonstra o quanto é necessário estabelecer medidas que atribuam ao distribuidor obrigações quanto à acessibilidade do público com deficiência em salas de cinemas, sejam em exibições de conteúdo nacional ou estrangeiro.

Desses aspectos, conclui-se que o governo pode ser decisivo na construção de uma proposta inclusiva, sendo, possivelmente, o que está acontecendo no

momento em que a Secretaria do Audiovisual reúne uma série de profissionais e pesquisadores para o desenvolvimento de um guia de recomendações para o acesso de pessoas com deficiência em salas de cinema (ver subseção Entusiastas – Vera Lúcia). Caso o material oriundo desse processo seja fruto de uma visão holística do conjunto, pode-se, em breve, ser oferecido um serviço de cinema inclusivo no país, que, por sua vez, deve refletir em outros tipos de manifestações culturais ligadas à produção audiovisual, como a TV, o teatro, entre outros.



1. Vera Lúcia  
Fortaleza/CE
2. Maurício  
São Paulo/SP

# ENTUSIASTAS

## Vera Lúcia Fortaleza/CE

*“Você entra nesse mundo, acaba se envolvendo, acaba virando ativista”*

Vera Lúcia Santiago é professora do curso de Letras da Universidade Estadual do Ceará, onde coordena o grupo Legendagem e Audiodescrição – Lead, com vários projetos de pesquisa voltados à acessibilidade de pessoas com deficiência visual e auditiva, com foto na tradução.

Vera Lúcia explica que quando se faz a audiodescrição de um conteúdo, se utilizando do método de pré-gravação, é necessário primeiramente desenvolver um roteiro, que na sequência é narrado e, finalmente, mixado com o material trabalhado. Atualmente, a professora pesquisa sobre o processo de locução desses roteiros. Há discussões, em sua área de estudos, sobre a forma como os locutores e narradores de conteúdos audiodescritos devem se utilizar da voz ao realizar um trabalho, se é preciso colocar significados na forma de falar, com a expressão de emoções, por exemplo.

Esse seu projeto é financiado pelo CNPq, que conta, além de pesquisadores das Letras, com fonoaudiólogos. O processo de pesquisa se iniciou com a escolha de dois filmes, que foram audiodescritos em oito diferentes possibilidades. Esse material, por sua vez, foi submetido a avaliação de um grupo de fonoaudiólogos.

No momento, o grupo avalia os resultados para, em seguida, oferecer um curso específico de locução para audiodescrição. Na sequência, vai ser regravado o mesmo conteúdo, que, finalmente, será avaliado em sua recepção por pessoas com deficiência visual. O projeto é voltado para a formação de locutores.

Vera Lúcia salienta que o processo de audiodescrição de um filme deveria seguir a seguinte lógica: o produtor tem um filme e precisa contratar um profissional para realizar o procedimento de audiodescrição e de legendagem para surdos, do mesmo modo como se faz, por exemplo, a legenda de tradução de uma língua para outra – um filme falado em inglês para legenda português. “O processo deveria ser esse”, reforça. No entanto, isso não tem ocorrido por que, segundo a professora, os produtores culturais ainda não perceberam a viabilidade financeira, o que faz com que esses profissionais não incluam em seus orçamentos – a maioria deles financiados pelo governo – verbas para a realização do procedimento. Contudo, a pesquisadora salienta que a Secretaria do Audiovisual convidou uma equipe de profissionais e pesquisadores da área – à qual ela faz parte – para fazer um guia orientador para apresentar aos cineastas como se realiza os trabalhos de audiodescrição e legendagem, entre outras coisas. Além disso, Vera Lúcia ressalta que a instrução normativa 11622 da Ancine pode ser decisiva para uma nova realidade na garantia dos serviços de acessibilidade a pessoas com deficiência, já que a partir desta decisão só serão financiados, com verba da agência, filmes que apresentem diferentes modalidades de acessibilidade.

Outro projeto que está sendo desenvolvido pelo grupo é o CADTV, que analisa os conteúdos audiodescritos oferecidos pela televisão aberta do Brasil.

Sobre os aplicativos voltados à audiodescrição de filmes, MovieReading e Whatscine (ver Capítulo 3), Vera Lúcia afirma conhecer os dois, mas só ter contato com o segundo. A professora teve conhecimento sobre o último em um congresso, onde um dos desenvolvedores do produto estava presente e o apresentou, o que ela achou “fantástico”. Segundo a pesquisadora, o aplicativo consiste em uma “coisa simples”, no qual só é necessário se fornecer a audiodescrição. A professora também relata sobre um projeto que está sendo

22. Normativa da Agência Nacional de Cinema – Ancine, que estabelece que toda e qualquer produção audiovisual realizada a partir do financiamento público da agência tem que obrigatoriamente contar com ferramentas acessíveis para pessoas com deficiência visual e auditiva.

desenvolvido no IFCE, em Fortaleza, cujo objetivo é desenvolver um aplicativo semelhante aos acima citados.

Fora do Brasil, a professora destaca o projeto espanhol Tracce, no qual a autora analisou mais de duzentos roteiros de filmes europeus com audiodescrição, sendo um dos primeiros trabalhos realmente acadêmicos sobre o tema, na área da Linguística e Tradução. Assim como o CADTV, esse projeto busca avaliar trabalhos que já foram feitos. No que diz respeito a projetos mais propositivos, Vera Lúcia aponta um projeto enviado por seu grupo para obter investimento com os editais de cultura lançados pelo Banco do Nordeste – BNB. Nesse projeto, foram elaborados três DVD's totalmente acessíveis, com menus com áudio navegação, janela de Libras, legendagem para surdos, audiodescrição e legenda em braile na capa.

Vera Lúcia começou a dedicar esforços e pesquisas para acessibilidade “por acaso”. Desde a adolescência ela gosta de filmes com legenda e sua Tese de Doutorado foi sobre legenda audiovisual. Ao concluir o curso e entrar como docente do Programa de Pós-Graduação da UECE, fez pesquisas sobre legendas em televisão e não saiu mais da área. Para ela, quando se começa um trabalho sobre acessibilidade, “você entra nesse mundo, acaba se envolvendo, acaba virando ativista”. Vera Lúcia acredita que tem que haver envolvimento nesse tipo de estudo. Quando seu grupo faz alguma atividade em um teatro, por exemplo, faz questão de que todos os pesquisadores estejam presentes.

O contato entre grupo de pesquisa e pessoas com deficiência se dá por meio das instituições de apoio à pessoa com deficiência. A depender da instituição financiadora das atividades que oferecem, há ônibus que facilitam o deslocamento do público entre instituição e local de evento. A professora afirma que o BNB, geralmente, concede o veículo. No entanto, Vera Lúcia demonstra-se reticente a esse tipo de serviço. Ela acredita que esse deslocamento tem que ser realizado por conta própria das pessoas com deficiência, até mesmo para convencer os produtores culturais de que é economicamente viável o oferecimento de serviços voltados àquele público. Dentre os eventos que o grupo já realizou e teve que disponibilizar um ônibus

para o deslocamento do público estão peças de teatro, exibição de filmes, exposições artísticas e jogos de futebol.

No que diz respeito a financiamento, Vera Lúcia afirma que só está conseguindo realizar as atividades por causa do setor público.

Segundo a pesquisadora, não existe um culpado para a acessibilidade insuficiente nos cinemas do Brasil. O que há é o desconhecimento de todos os envolvidos: profissionais da área do cinema, pessoas com deficiência e a sociedade em geral.

Não há contato entre o grupo Lead e exibidores ou distribuidores de filmes. Existe apenas o relacionamento com os realizadores/produtores, sobretudo com o cineasta cearense Rosemberg Cariri e sua produtora de filmes. Sempre a iniciativa de desenvolver novos materiais parte do próprio grupo. No entanto, Vera Lúcia acredita que a partir da normativa da Ancine, a procura será realizada pelos próprios realizadores, que deverão cumprir essa tarefa em virtude da obrigatoriedade de apresentação de conteúdo com acessibilidade.

Sobre a questão da interferência do poder público nessa medida inclusiva, a pesquisadora afirma que na Inglaterra – que é referência no tema de acessibilidade em ambientes culturais – quem iniciou o processo de inclusão do público com deficiência em salas de cinema foi o setor privado.

A professora acredita que o que falta no Brasil para a existência de um mercado de cinema inclusivo é “vontade”. Vontade de todas as pessoas envolvidas no processo: pessoas com deficiência, de exibidores, produtores, “de todo mundo”. “É uma construção que todos devem construir juntos”. No entanto, ressalva que não é uma iniciativa que o governo precise encabeçar, mas sim a iniciativa privada.

## Maurício São Paulo/SP

*“Estamos começando uma nova fase de acessibilidade nessa área de cinema”.*

Maurício é diretor da Iguale, sediada em São Paulo, cujo trabalho consiste em oferecer condições, serviços e comunicação acessíveis a pessoas com deficiência visual e auditiva. Tem formação em Publicidade e Propaganda e experiência no desenvolvimento de projetos audiovisuais, área a qual leciona disciplinas em cursos universitários.

A relação de Maurício com o cinema e a acessibilidade é direta. Segundo ele, “passa o tempo todo adaptando filmes”. Hoje, ele não trabalha com cinema sem acessibilidade.

A experiência profissional de Maurício foi, desde antes da sua formação de graduação, em rádio e TV, o que o guiou para o trabalho com audiodescrição. Maurício começou a pesquisar e descobriu a audiodescrição a partir de trabalhos desenvolvidos com legendas em closed caption<sup>23</sup>. Um amigo trabalhava com isso e o apresentou. De pronto, o publicitário questionou como funcionaria um sistema em TV que pudesse também garantir o acesso a pessoas com deficiência visual. A partir daí, pesquisou tecnologias e métodos disponíveis e conheceu a AD. Na época, em 2007, lecionava a disciplina de produção de

23. Também conhecida como legenda oculta e pela sigla CC, consiste na transmissão de legendas via sinal de televisão. Tem como objetivo facilitar a compreensão da informação por pessoas com deficiência auditiva, bem como ao espectador sem deficiência em momentos em que esse, por qualquer motivo, não pode ouvir o som da TV.

rádio, na qual uma das atividades para a turma consistia na produção de uma rádio novela, o que achou muito semelhante à audiodescrição. Houve, assim, uma identificação imediata e a partir de então, de forma autodidata, dedicou pesquisas e esforços no aprimoramento da técnica e no desenvolvimento desse tipo de material. No ano seguinte, fundou sua empresa e já desenvolveu a tradução em audiodescrição de um comercial de TV para uma grande empresa de cosméticos do Brasil. Segundo o publicitário, a Iguale foi a primeira a oferecer, no Brasil, comunicação para acessibilidade audiovisual no país, por meio de AD, legendagem, Libras, closed caption e acessibilidade na web.

Maurício começou a estudar audiodescrição sem saber se haviam outras pessoas com o mesmo objetivo no Brasil. A partir do primeiro anúncio adaptado por sua empresa, teve contato com outras pessoas que também estavam pesquisando nessa área, em diferentes regiões do Brasil.

A empresa de Maurício já desenvolveu projetos envolvendo outros países, como o Canadá. Entretanto, tem concentrado em território brasileiro. Um dos trabalhos recentes realizados por Maurício foi a audiodescrição de um material corporativo para uma multinacional atuante no Brasil, com versões em português e em inglês.

Maurício não trabalha apenas com cinema. Ele realiza audiodescrição de uma série de materiais, não apenas de filmes de cinema ou seriados, novelas etc. Também realiza adaptação de filmes infantis, peças de teatro, entre outros. O carro-chefe da empresa, realmente, é cinema, mas o leque de serviços é mais amplo. A área de Educação, por exemplo, também tem bastante destaque.

No que se refere aos serviços voltados ao cinema, Maurício afirma que seus principais clientes são produtores e distribuidores de filmes. Há também os casos que envolvem festivais de cinema, nos quais o cliente são os produtores desses eventos.

Maurício calcula que “provavelmente 99% do cinema nacional” será afetado pela normativa 116 da Ancine, já que a agência fomenta quase que a totalidade

da produção nacional que chega ao mercado. No caso de filmes internacionais, não há orientações quanto à necessidade de acessibilidade de pessoas com deficiência em cinema. Quanto a esse tipo de filme, o audiodescritor salienta que o que há no mercado brasileiro é a existência de uma lei aprovada em 2006 (ver capítulo 4) que exige a exibição de conteúdo com ferramentas acessíveis nos canais de TV aberta com transmissão em Full HD, com a determinação de quantidade mínima de programação semanal a depender da emissora. A Rede Globo, por exemplo, restringe sua cota obrigatória com a transmissão de filmes, em grande parte estrangeiros. No entanto, Maurício afirma que as TVs estão fazendo esse serviço por obrigação e com qualidade comprometida, com empresas de dublagens, para diminuir custos. No SBT, destaca-se a exibição da série mexicana *Chaves*, com audiodescrição. “Quem está fazendo um trabalho muito bom, muito sério, é a TV *Aparecida*”, que conta com um núcleo de acessibilidade na emissora.

Segundo Maurício, em 2008, a ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão conseguiu derrubar a Lei de 2006 que regulava a obrigatoriedade de transmissão de programação acessível em canais de TV aberta no Brasil. Segundo o pesquisador, durante aquele ano até 2011, muitas produções deixaram de ser produzidas no Brasil. A Iguale havia desenvolvido projetos-piloto para AD do seriado *Chaves*, bem como para programas com bons níveis de audiência de outras emissoras. Como argumento para impor a derrubada das diretrizes da Lei, a Associação alegou a falta de profissionais da área de audiodescrição que desse conta de toda a programação necessária às orientações da Lei, o que para Maurício é um argumento fraco e inverídico, haja vista que a necessidade era de produção de apenas duas horas de programação. Nessas condições, quem deveria arcar com os custos de produção do conteúdo acessível seriam as emissoras.

Maurício relembra a ocasião em que desenvolveu a tradução de um conteúdo para cinema que, por sua vez, foi veiculado na TV aberta sem os devidos créditos ao trabalho de sua empresa. Esse é um dos problemas que também enfrentam os que trabalham nessa área.

Aproveita-se pouquíssimos materiais apresentados em cinemas no mercado de TV aberta. No entanto, Maurício acredita que a partir da normativa 116 da Ancine esse cenário possa mudar, e o conteúdo acessível utilizado nas projeções em cinema também sejam transmitidas pelos canais de TV aberta. Já que houve investimento de recursos na adaptação dos filmes para exibição em cinema, por parte dos realizadores, a venda desse material pode ser um bom argumento comercial para a aquisição das emissoras, que não precisarão arcar com os procedimentos de tradução e adaptação.

Segundo Maurício, o cinema encontra-se em expansão no Brasil.

Maurício tem divulgado, no Brasil, um aplicativo relacionado à de conteúdos audiovisuais (ver capítulo 3), o *MovieReading*. Sua empresa é a representante do sistema em território nacional e já lançou um curta metragem teste chamado “A valsa do pódio” e um filme teste longa metragem, exibido na Mostra Internacional de Cinema, com o filme “A despedida” (ver sessão *Indução de Realos*, neste capítulo). Ele salienta que o aplicativo é italiano e que em seu país de origem, o produto já vem sendo utilizado há alguns anos e conta com a parceria de algumas produtoras de vídeo. Maurício defende a utilização desse sistema pelo fato de ele não gerar ônus para os exibidores, haja vista que depende apenas do download prévio das legendas e áudios por parte do usuário. Uma utilização ideal apontada pelo publicitário consiste nos sistemas de programação audiovisual on demand pela internet, como o *Netflix*.

O audiodescritor ressalta que a maior preocupação de sua empresa é com a qualidade do material por ela produzido. Lembra que diversos trabalhos foram dispensados por sua empresa por não oferecer as condições necessárias para a realização de um produto eficiente. Maurício indica que o investimento para a realização da adaptação do filme em formatos acessíveis corresponde entre um a dois por cento da verba total investida na produção do mesmo. “Não é nada!”, salienta.

Sobre o edital lançado pela Prefeitura do Rio de Janeiro que incentivou a adaptação de salas de cinema da cidade para possibilitar o acesso de pessoas

com deficiência visual e auditiva, Maurício faz críticas quanto ao procedimento escolhido. Para ele, o valor destinado aos interessados (20 mil reais) é suficiente para a compra de, pelo menos, 40 tablets para disponibilizar ao público, somando-se, também, o valor destinado a assinatura de um pacote de internet para facilitar o download nos ambientes. Caso, a orientação do edital preveja que a sala de cinema tenha, ela mesma, que fomentar o procedimento de audiodescrição, nesse caso, não classifica como um método eficaz.

Maurício comentou sobre sua participação em programa da Rádio Mundo Cegal sobre a consulta pública lançada pela Ancine, orientada à acessibilidade de pessoas com deficiência visual e auditiva nos cinemas. Da discussão, segundo ele, participaram representantes da agência, representante do aplicativo concorrente, ele próprio, entre outros.

O publicitário acredita que a normativa 116 da Ancine é algo de grande potencial para garantir um serviço de cinema inclusivo. Da mesma forma, avalia a consulta pública lançada como uma continuidade ao processo, o que indica uma perspectiva muito interessante, uma vez que a quase totalidade da produção de cinema nacional é financiada com recursos públicos administrados pela agência. Maurício não sabe indicar qual seria o próximo passo dessa jornada, a velocidade do processo, mas sente que está no rumo. Reflete que nos últimos dois meses sua empresa teve um incremento de orçamentos para o desenvolvimento de conteúdos, já reflexos da orientação da normativa 116. “Estamos começando uma nova fase de acessibilidade nessa área de cinema”.

Segundo Maurício, para a inclusão ser uma realidade no mercado de cinema no Brasil falta conscientização por parte da sociedade em geral e por parte dos produtores de cinema sobre a importância da acessibilidade, do direito do acesso à informação e à cultura, que as pessoas com deficiência precisam e devem disfrutar. Além disso, acredita que falta envolvimento das próprias pessoas com deficiência na ocupação desse espaço. Para o publicitário, se os produtores de cinema perceberem a importância da acessibilidade de pessoas com deficiência e perceberem o crescimento desse mercado, acompanhado da participação desse novo público, “não tem como esse negócio não dar certo”.

Em termos de mercado, Maurício argumenta que se for formado esse público novo, o próprio mercado só tem a ganhar. Cita exemplo de um cinema em São Paulo que cobra 40 reais o ingresso. Se vão dez cegos nessa sessão, já se aumenta a renda em 400 reais. É um aumento considerável. E esse público também vai comer pipoca, o que já é mais uma renda. É necessário que o empresário perceba que além da obrigatoriedade de acessibilidade, há em questão a inserção de um novo público apto e com vontade de consumo, a partir de baixo investimento.

Maurício consegue avaliar o resultado de seu trabalho a partir de uma ótica diferente. Segundo ele, há algumas passagens no seu trabalho que são inesquecíveis, como o caso do dia em que ao sair da sala de projeção após exibição do filme “A despedida”, viu um grupo de cegos, que participaram do evento, comentando o filme. E eles não comentavam a oportunidade de terem ido a uma sessão de cinema, mas sim o próprio conteúdo do filme. E isso, para ele, é uma das coisas mais emocionantes que viveu.

### Análise do método de entrevistas com especialistas - Entusiastas

Antes de apresentar-se a análise do conteúdo, é importante destacar que foram realizadas duas entrevistas com o entusiasta Luis Mauch, da Mais Diferenças, em São Paulo. Esse material não está relatado nessa sessão porque, infelizmente, as duas gravações de áudio (processo pelo qual se deu a captação dos dados) foram perdidas. O registro do primeiro encontro, em 2014, estava armazenado em smartphone que foi furtado na capital paulista. A gravação da segunda entrevista, de 2015, foi formatada após pane no HD onde eram armazenados o material de pesquisa desta Dissertação. Contudo, o trabalho não foi desperdiçado, haja vista que contribuiu com a pesquisa exploratória e foi fundamental para a indicação de caminhos a seguir, bem como de experimentos com audiodescrição, de entrevistados e pelo primeiro contato com o aplicativo Whatscine (ver capítulo 4).

O primeiro fato a se destacar da entrevista com esses entusiastas é o que os levou a trabalhar com acessibilidade de pessoas com deficiência e com a audiodescrição. É importante saber que o motivo do caminho seguido foi o acaso e o envolvimento consequente. Esse fato é significativo pois trata-se de duas pessoas com trabalhos profissionais e acadêmicos de destaque no campo da audiodescrição no Brasil.

É recorrente a crença de que as pessoas se envolvem apenas com aquilo que, de alguma maneira, lhes apresenta alguma relação pessoal, ou seja, de se defender uma causa a partir de problemas enfrentados por si ou por pessoas próximas no cotidiano, como por exemplo um político que defende determinada temática por estar integrado a ela, ao exemplo dos já citados Romário e Gabrilli (ver capítulo 5). Não se considera isso errado, o que de fato não é, haja vista que é mais fácil ter empatia com temas que rodeiam a própria vida. Contudo, o

envolvimento de pessoas sem qualquer pretensão individual demonstra que há espaço para a participação de toda a sociedade na evolução de um tema que, de alguma forma, reflete na vida social – a acessibilidade e a inclusão de pessoas com deficiência, sem a necessidade de se esperar que algum amigo, ente querido, ou mesmo a se próprio confrontar algum tipo de deficiência.

A expressão “envolvimento”, aliás, é recorrente no discurso daqueles que trabalham com acessibilidade. Tanto Vera Lúcia quanto Maurício demonstram muita empatia com a temática. A afirmação dele sobre a percepção da importância de seu trabalho quando percebeu um grupo de cegos conversando sobre um filme projetado em uma atividade proposta pelo seu grupo de trabalho ilustra o quão importante é a recepção do público nas atividades que oferece.

Percebe-se, no entanto, que o entendimento dos entrevistados sobre as condições de acessibilidade por eles oferecidas não compreende a plenitude de necessidades que esse público necessita. Compreende-se, no entanto, que o objetivo de seus trabalhos e pesquisas tem recorte restrito e dentro do campo dos estudos de tradução. O que, aliás, é recorrente na literatura encontrada durante a primeira fase de pesquisa que compôs esta Dissertação, chamada de levantamento exploratório.

Se percebeu que no que se refere à temática da acessibilidade para pessoas com deficiência há boa quantidade de material relacionado àquela área de estudos, bem como às áreas de Informática, Informática Educativa e Educação (ver capítulo 6), onde não são encontrados estudos orientados a uma visão holística da questão, o que se considera, neste trabalho, fundamental para se garantir a inclusão daquele público aos produtos da indústria cultural e ao próprio convívio social. Contudo, aquelas pesquisas são de suma importância para a construção de um estudo interdisciplinar capaz de integrar as diferentes visões com vistas ao levantamento de questões relativas à acessibilidade e inclusão, bem como à proposição de soluções viáveis.

Outra questão importante a ser ressaltada é a ausência do distribuidor de filmes no processo de produção de audiodescrição descrito pela professora

Vera Lúcia. Isso reforça a hipótese de que há um mal entendimento de quem pesquisa academicamente a temática da acessibilidade audiovisual para cegos. Como apresentado na análise das entrevistas com os cineastas, o papel do distribuidor dentro de uma proposta de cinema acessível é ainda pouco discutido. Nos eventos descritos pela pesquisadora, o processo de escolha de filmes a ser traduzido fica a cargo de seu grupo de pesquisa, o Lead, enquanto que o contato com os responsáveis pela produção se dá diretamente com as produtoras, entendidos nesse trabalho dentro da categoria “cineastas”. Nesse caso, os exibidores também são desconsiderados, uma vez que as atividades são exclusivas e não ocorrem em salas de cinema convencionais, mas em espaços com outras condições de projeção.

No caso dos projetos realizados por Maurício, se pode perceber um entendimento mais amplo da questão, haja vista que são realizados, muitas vezes, em salas de cinema convencionais, como Cine Sesc da rua Augusta, em São Paulo. Sua empresa, a Iguale, realiza contato direto com distribuidores e produtoras de vídeo, além do contato com realizadores de festivais que oferecem condições de acessibilidade ao público com deficiência visual ou auditiva, a partir de uma visão inclusiva, na qual se busca o acesso simultâneo de pessoas com diferentes condições físicas e sensoriais em um mesmo espaço de projeção, por meio da utilização do aplicativo o qual representa no Brasil, o MovieReading (ver capítulo4).

Ressalte-se que a professora Vera Lúcia faz parte da equipe convidada pela Secretaria do Audiovisual para o desenvolvimento de um guia para a acessibilidade de pessoas com deficiência visual e auditiva em salas de cinema. À época da entrevista com a pesquisadora, ainda não haviam começado as discussões aprofundadas dessa questão e durante os meses a seguir não foi possível o contato aprofundado com possíveis encaminhamentos sobre o tema. Foram realizadas tentativas de contato via telefone e e-mail, no entanto, não se estabeleceu uma comunicação mais esclarecedora. Contudo, se acredita que esse processo poderá gerar bons resultados inclusivos.

Vale destacar o entendimento desses entrevistados no que diz respeito à

normativa 116, proposta pela Ancine. Tal iniciativa é, na avaliação desses entusiastas, uma esperança na possibilidade de acesso de pessoas com deficiência visual no mercado cinematográfico atual. De fato, conforme apresentado na análise das entrevistas com cineastas, a normativa pode vir a ser um poderoso instrumento na garantia de produção cinematográfica nacional com condições de acesso a pessoas com deficiências sensoriais, na medida em que obriga aos cineastas beneficiados por financiamento público a oferecer seus filmes com diferentes tecnologias assistivas como audiodescrição, janela de LIBRAS e legendagem para pessoas com deficiência auditiva. No entanto, se considera importante a avaliação de questões levantadas neste trabalho sobre o papel do distribuidor dentro desse mercado (ver subseção Cineastas), além de se ponderar o caso da produção cinematográfica que não está prevista dentro desse texto (ver capítulo 5).

No que concerne ao deslocamento do público beneficiado com as atividades promovidas pelo Lead, ele acontece com o oferecimento de ônibus que o conduz desde um ponto de partida – que em geral é uma instituição de apoio à pessoa com deficiência, até os locais de exibição de cada evento. O fato de Vera Lúcia considerar que esse procedimento precisa acabar, pactua com a discussão de que a formação de plateia deve ser incentivada socialmente, no sentido de que se ofereça condições de locomoção e de estímulo à participação de atividades culturais àquele público, o que se considera um trabalho cujo resultado se dará a longo prazo. Conforme relatado na subseção anterior, a promoção de eventos acessíveis, inclusivos e periódicos que envolvam crianças e jovens com deficiência pode ser um importante instrumento de mudança para o estabelecimento de uma sociedade inclusiva.

É importante considerar a percepção de Maurício no que diz respeito ao processo de tradução de filmes para audiodescrição após a normativa 116, que pode beneficiar não somente o mercado de exibição de filmes em cinema, mas todo o sistema que oferece programação audiovisual ao seu público, como as TV's, os canais de vídeos *on demand*, tanto quanto às empresas que disponibilizam a venda de DVD's e Blurays etc.

O audiodescritor considera que, hoje, a TV digital brasileira tem oferecido material com qualidade discutível em sua programação semanal, pois devido à obrigatoriedade de transmissão de conteúdo acessível regulamentada pela Portaria 130 (ver capítulo 5), as emissoras têm se apoiado em empresas não especializadas no desenvolvimento de conteúdos acessíveis em nome da redução dos custos com esse material. Todavia, após a regulamentação daquela normativa, as produções nacionais já poderão chegar ao mercado de distribuição com recursos acessíveis, o que facilitará o processo de veiculação para aqueles dispositivos. Se considera, no entanto, que isso não reflete no oferecimento de um material com qualidade, pois há o risco do cineasta recorrer à mesma solução financeira baseada no baixo custo. O que irá definir essa condição somente os resultados oriundos desse processo revelarão.

Considera-se, entretanto, que no que concerne ao conteúdo veiculado pela TV aberta brasileira, poderá haver algumas possibilidades de mudanças. Primeiro que a oferta de filmes nacionais na grade de programação pode ser ampliada, haja vista que poderá haver uma maior quantidade de filmes disponíveis com acessibilidade, o que reflete diretamente nos custos da emissora, que atualmente arcam com a produção dos conteúdos acessíveis. Segundo que essas empresas podem criar setores especializados na tradução e produção de conteúdos com aquele tipo de ferramenta, o que, segundo Maurício, vem sendo realizado com destaque pela TV Aparecida. Esta possibilidade, apesar de ideal, deve gerar maiores custos às emissoras, o que se imagina não pactuar com os interesses dos canais de TV, a não ser que mais uma vez o estado proponha dispositivos legais que as obrigue a tomar esse tipo de iniciativa. Em terceiro lugar – o que se considera bem possível, é que se pode estabelecer relações mais próximas entre emissoras e distribuidoras, que podem dividir os custos da inclusão das ferramentas de acessibilidade.

Contudo, os entusiastas acreditam na possibilidade da existência de um mercado de cinema inclusivo no Brasil. Para eles, o que falta é vontade e compromisso de todos que estão relacionados à temática, desde o próprio espectador com deficiência visual até o exibidor. No entanto, refletem que essa condição deve ser orientada, sobretudo, pela atuação da iniciativa privada, que precisa

abraçar a causa e entender a questão como uma possibilidade de ampliação de mercado e, por sua vez, nos lucros oriundos dessa atividade. Da mesma forma, cabe ao governo o estabelecimento e fiscalização de medidas que atendam às necessidades que o tema solicita, sobretudo em políticas que reflitam na melhoria das condições de educação e cultura inclusivas a toda população, seja ela deficiente ou não.



1. **Cristiana**  
Rio de Janeiro/RJ
2. **Eliete**  
São Paulo/SP

# DISTRIBUIDORES

## **Cristiana**

Rio de Janeiro/RJ

*“são necessárias leis que obriguem esse tipo de experiência dentro do mercado de cinema”*

Cristiana Rodrigues faz parte do setor de Marketing da distribuidora de filmes Downtown Filmes, e trabalha no ramo do cinema há 20 anos.

A Downtown iniciou suas atividades há 10 anos e oferece um serviço de distribuição de filmes nacionais, em território brasileiro. Conta com 12 funcionários, divididos entre setores de administração, contabilidade, programação, marketing e o jurídico.

Dentre as funções da distribuidora, além da própria distribuição, estão a de publicizar os filmes. Ou seja, confeccionar e distribuir cartazes, banners, materiais gráficos de divulgação, produção de trailers, de VT's promocionais, de spots de rádio etc. A definição dos canais de comunicação e mídias de divulgação publicitária faz parte do serviço do distribuidor. A Downtown, no entanto, não conta com profissionais de criação de material gráfico. Precisa, portanto, terceirizar esse serviço por meio da contratação de agentes externos, que podem ser agências de publicidade, escritórios de Design, ou mesmo profissionais freelancers.

A Downtown Filmes trabalha diretamente com produtores de filmes. O contato com diretores se dá apenas em alguma circunstância inicial de trabalho, no momento de alguma reunião geral. A empresa realiza pesquisas de mercado com o público espectador de cinema, o que a possibilita realizar um serviço mais eficiente quanto à distribuição de filmes em determinadas salas, de acordo com o perfil de público que frequenta aqueles ambientes. As pesquisas também ajudam a determinar o período em que os filmes ficam e saem de cartaz.

Os clientes da Downtown são empresas de produção e produtores de filmes nacionais. Há algum contato com diretores de filmes, no entanto, as negociações sobre os serviços e as condições de distribuição de filmes se dão mais comumente pelos produtores. São esses profissionais que facilitam a negociação e a divisão da renda obtida com os filmes. Segundo Cristiana, normalmente o exibidor fica com 50% do arrecadado, e os produtor e distribuidor com os demais 50%.

Cristiana acredita que, no Brasil, o cinema passa por um momento de expansão de público, de renda e de oferta de filmes. Dentre os motivos que justificam esse cenário promissor, a profissional de Marketing comenta sobre os incentivos financeiros que a Agência Nacional de Cinema - Ancine tem oferecido aos realizadores/produtores de filmes, com o objetivo de promover o cinema no país.

Segundo Cristiana, a Downtown já ofereceu ferramentas de acessibilidade para filmes com os quais trabalha. O filme "Os homens são Marte e é pra lá que eu vou" foi um dos trabalhos que a distribuidora realizou o processo de audiodescrição, por meio da contratação de empresa especializada no serviço. De onde veio o aporte financeiro para possibilitar essa realização, a profissional de Marketing não soube identificar.

Cristiana valoriza ações de inclusão e de acessibilidade na sociedade e acredita que o cinema pode sim vir a ser uma atividade inclusiva. Ela aponta que "são necessárias leis que obriguem esse tipo de experiência dentro do mercado de cinema", e que além disso, é preciso que haja uma fiscalização eficiente para que isso, de fato, funcione no Brasil.

## Eliete São Paulo/SP

*"Cinemas não são entidades beneficentes. Eles têm contas a pagar no final do mês".*

Entrevista realizada com Eliete, da empresa Imagem. Eliete é gerente de marketing da empresa, formada em Publicidade e Propaganda, especialista em Marketing, e faz parte do quadro de funcionários há dois anos.

Imagem está no mercado há 20 anos. Presta serviços de distribuição de filmes para cinema e home vídeo, trabalhando com filmes nacionais e estrangeiros. A empresa conta com 100 funcionários das mais variadas áreas (comercial, finanças etc), distribuídos em duas sedes, nas cidades de São Paulo/SP e Florianópolis/SC.

Imagem atende vários clientes. Existem os primários, na área de cinematografia, de cinema: os exibidores - CineMark, UCI, Cinépolis. Para homevídeo, atendem locadoras - que apesar do declínio ainda encontra espaço em alguns lugares do Brasil, e também alimentam o setor on demand - que são filmes exibidos por meio de uma rede de internet. No mercado do varejo, vendem filmes para grandes empresas como Submarino e Americanas. No caso dos clientes exibidores, os dois principais estão em São Paulo e Rio de Janeiro. São Paulo fica com 50% a 70% da receita, seguido do Rio com

15 a 20%, Brasília e Salvador disputam um mercado muito próximo, e uma distribuição meio que igualitária, três por cento, quatro por cento no resto do Brasil. “Ainda há muito mercado, muito mercado. Nós temos 2.200 salas no Brasil. Isso é muito pouco, é muito pouco”.

Eliete afirma que o setor do cinema no Brasil, tanto no consumo de obras estrangeiras quando na produção nacional, está em franco crescimento. Há um crescimento dos números de salas de cinema pelo país, resultado inclusive do subsídio de equipamentos pelas diferentes esferas de governo. “É um negócio que está franca em expansão no Brasil”. Eliete acredita que se trata de um reflexo da força atual da produção cinematográfica nacional, que tem atingido números de mercado compatíveis com os grandes “blockbusters”. Mundialmente, também vê uma grande produção de filmes, o que possibilita ao público ver novidades toda semana.

Eliete acredita que a produção de filmes no Brasil, apesar do crescimento, ainda “engatinha, mas a passos largos” quando comparado às grandes indústrias de cinema dos EUA e da Europa, que tem investido no setor há muito tempo, tanto no setor público quanto privado. No Brasil, é recente o incremento de investimento público na produção de filmes.

O serviço de distribuição de filmes na Imagem se dá de forma independente. A empresa compra filmes nas feiras que acontecem anualmente nos mercados americano e europeu. Três dessas feiras são: Berlim (em janeiro), Cannes (em maio) e Los Angeles (novembro). Nessas feiras se apresentam produções, projetos e roteiros para o mundo inteiro. A negociação se dá com as produtoras de filmes, por meio dos representantes comerciais, que vendem seus filmes para garantir o próprio capital de produção. Após a compra do filme, cabe à produtora desenvolver a estratégia de lançamento da obra, o plano de marketing, a comunicação, que, por sua vez, passa por supervisão da produtora. A verba que envolve esse procedimento é oriunda da própria distribuidora.

No que concerne aos valores arrecadados com a bilheteria dos filmes, há a variação da proporção arrecadada pelos diferentes setores (exibidor, distribuidor,

produtor). Ao distribuidor, destina-se entre 40 e 60% do arrecadado.

O contato com os exibidores é realizado pelo departamento comercial da Imagem. Estes apresentam os filmes, que muitas vezes já são de conhecimento dos exibidores, haja vista que alguns deles já chegam com relativa fama no país. Próximo às datas de lançamento, é apresentado aos distribuidores o potencial de mercado de cada filme. O espaço é disputado por várias distribuidoras.

As redes sociais são o principal canal de comunicação entre a distribuidora Imagem e os espectadores de cinema. A empresa também contrata pesquisas qualitativas de público para analisar o perfil e os desejos desse consumidor, principalmente para fazer o lançamento de filmes. Teaser, trailers, posters são todos instrumentos de comunicação produzidos pela empresa.

O tempo em cartaz de filmes é definido pelo consumidor final, o espectador. Eliete entende que filmes são produtos como outros quaisquer, assim a duração deles nas salas de exibição é reflexo de sua boa recepção e da procura nas bilheterias.

A reserva de mercado, regulamentada pela Ancine, que estabelece o número mínimo de exibição de produções nacionais em salas pelo Brasil funciona para proteger a produção nacional. No entanto, Eliete acredita que mesmo essa proteção pode não apresentar bons resultados caso não haja público. Filmes que não trazem recursos não são valorizados pela indústria. “Cinemas não são entidades beneficentes. Eles têm contas a pagar no final do mês”. Segundo a publicitária, felizmente a produção nacional tem se preservado por si mesma, não tendo seu sucesso como reflexo da política de cotas de tela. Os exibidores têm conseguido proporcionar espaço à produção nacional por mérito das produções e não por obrigatoriedade. Tal cota, entretanto, não é uma regulamentação apenas no Brasil. Em outros países do mundo, ela também existe, ressalta Eliete. Contudo, apesar da cota, a Imagem não se preocupa em oferecer filmes baseados nesse fato. Segundo Eliete, o principal critério de distribuição é a boa qualidade dos filmes.

A carga tributária, no Brasil, é “leonina para qualquer seguimento no Brasil”. Para o setor cinematográfico não é diferente. Os impostos são pagos como em qualquer outro setor. No entanto, as moedas correntes no seguimento são o dólar, o euro, a libra, o que torna o produto muito caro. A crise financeira mundial afeta, assim, no mercado e na distribuição de cinema. No entanto, a Ancine tem trazido benefícios para fomentar a indústria.

No que concerne à acessibilidade em cinema, o que se apresenta como padrão é a preocupação com o público de baixa mobilidade, como pessoas com cadeiras de rodas, o que se reflete no oferecimento de rampas, elevadores. Segundo Eliete, para ser liberada uma sala de cinema comercial, é necessário que essas questões de acessibilidade para pessoas com dificuldade de locomoção sejam atendidas conforme a legislação. Sobre o acesso de pessoas com deficiências sensoriais, como visuais e auditivas, a publicitária não vê, no momento, movimentos que possam garantir a inclusão desse público no mercado de cinema. No entanto, acredita que é possível sim que haja no futuro uma proposta de cinema inclusivo, na medida em que o mercado está preocupado em levar novos públicos a consumir seus produtos. Eliete ressalta o esforço realizado pelos exibidores para trazer novas experiências nas salas de projeção, como cinema 3D, 4D (que envolvem sensações para além do audiovisual), salas Vips com oferecimentos de produtos diferenciados. A gerente de marketing diz que não é fácil fazer com que as pessoas saiam de casa e procurem opções de lazer dentro do cinema.

Eliete acredita que para se concretizar uma proposta de cinema inclusivo falta um compromisso ético da sociedade como um todo. Ela cita o exemplo da meia no cinema, que foi criada para beneficiar um público, mas que hoje, por meio de formas lícitas e ilícitas, tem sido utilizado para pessoas que não poderiam ter esse direito. Como reflexo, houve, por exemplo, aumento dos preços de ingressos.

### Análise do método de entrevistas com especialistas - Distribuidoras

Foram entrevistadas, via Skype, duas representantes de distribuidoras de filmes de destaque no cenário brasileiro, Downtown Filmes e Imagem Filmes. A escolha se deu por indicação de profissionais da área de cinema, bem como pela diferença de tamanho e atuação de cada instituição.

A Downtown filmes, sediada na cidade do Rio de Janeiro é uma empresa menor e com menos tempo em atividade. Além disso seu foco está na distribuição de produções nacionais. Já a Imagem filmes está no mercado pelo dobro de tempo e atua com produções internacionais, além de contar com um número bem superior de funcionários. Essa diferença de características é interessante para uma avaliação mais abrangente.

Pode-se entender que a função do distribuidor é fazer a ponte entre produtores e cineastas e o mercado consumidor propriamente dito. Nesse processo, compreende-se o papel do exibidor como coadjuvante, haja vista que muitas vezes se torna refém do que os distribuidores o oferecem (ver subseção Exibidores). Nessa linha de percepção, o exibidor apresenta como função ceder o espaço e cuidar da experiência mais agradável possível ao espectador. Essa questão, aliás, é o que provoca confusão no entendimento daqueles que discutem acessibilidade em cinema. Para os entusiastas, por exemplo, a obrigação de oferecer acessibilidade ao público é dos espaços de projeção, ou seja, do exibidor. A própria literatura que trata da audiodescrição desconsidera o papel do distribuidor na lógica desse mercado. É sabido pelos pesquisadores da área que o cineasta/produtor/realizador deve ser consultado no momento de realizar-se a audiodescrição de um produto. E quanto à verba para realização desse processo, se compreende que cabe a esse último a tarefa de financiá-la.

Durante a fase de pesquisa exploratória, que se concentrou na leitura de bibliografia especializada e no contato com instituições e pessoas cujas

atividades profissionais fossem orientadas à acessibilidade de pessoas com deficiência visual, os distribuidores simplesmente não são citados quando se considera a inclusão desse público em cinemas, o que se considera uma grande falha.

O caso dos resultados relativos ao edital de financiamento proposto pela Rio Filmes é emblemático (ver capítulo 4). Um ano após o encerramento do processo, as cinco salas selecionadas estão devidamente equipadas com sistema de acessibilidade audiovisual oferecido pelo aplicativo Whatscine, e ainda assim não dispõem de qualquer programação cinematográfica capaz de permitir o acesso do público que deveria ser beneficiado (cegos e surdos). Isso demonstra que algo foi planejado equivocadamente.

De fato, o contato com representantes das salas que foram agraciadas com o financiamento (Cine Jóia, Cine CariocaMeier, Ponto Cine, Cine Star Laura Alvim e CineCarioca Nova Brasília) revelou que as salas (exibidores) estão aptas para proporcionar atividades inclusivas, no entanto, não foi possível a realização de qualquer procedimento daquela natureza porque não houve oferta de filmes com recursos acessíveis.

Conclui-se, assim, que o processo não projetou a cadeia que envolve o serviço, haja vista que a simples adaptação de uma sala de projeção não é suficiente para garantir a inclusão do público com deficiência sensorial. Não se pode apontar falta de conhecimento ou de experiência dos criadores do projeto, no entanto, desconsiderar o papel do distribuidor de filmes e sua relação com os exibidores é motivo suficiente para o insucesso de uma iniciativa tão importante.

No que se refere ao papel das distribuidoras pode-se depreender, com as entrevistas, que é parte fundamental na programação de cinema oferecida nas salas de projeção. Elas são as responsáveis pela divulgação dos filmes e cuidam do planejamento de comunicação de seus produtos. Além disso, têm força suficiente para definir o número de salas em que uma produção será exibida, bem como o tempo que ficará em cartaz (ver subseção Exibidores).

De certa forma, exibidores e cineastas estão nas mãos dessas empresas. Joe relata experiências desagradáveis pelas quais passou um de seus filmes (ver subseção Cineastas). Segundo o realizador, um de seus longas-metragens está guardado em uma gaveta porque empresas de distribuição não se interessam em investir capital na distribuição e divulgação de uma produção que não atende às suas necessidades de mercado.

Sobre essa questão, um vídeo postado pelo ator Caio Blat (2012) gerou polêmica na mídia ao revelar possíveis procedimentos controversos de uma das maiores produtoras de filmes do país, a Globo Filmes. Segundo Blat, a distribuição de filmes ligados à produtora e suas parceiras se utiliza de recursos públicos para financiar tanto suas produções (o que seria correto), como também se apropria do financiamento público para investir em si mesma por meio de inserções publicitárias em programas de TV das emissoras que compõem as organizações Globo. Dias depois, o ator, que faz parte do elenco de profissionais da Rede Globo, arrependeu-se, pediu desculpas e solicitou que retirassem do ar o vídeo divulgado (UOL, 2012). Percebe-se, assim, que o mercado de distribuição de filmes nacionais encontra problemas de concentração de recursos por parte de um grande grupo de comunicação, o que reflete na produção de conteúdos no eixo Rio-São Paulo, que, segundo Eliete acumulam quase a totalidade do mercado.

Da mesma forma, quando se fala em distribuição de filmes estrangeiros, percebe-se que há pouca diversidade de material oferecida pelos grandes exibidores, reflexo de uma indústria com grande valorização do cinema norte-americano (ver subseções Exibidores e Cineastas).

Ainda assim, quando se avalia o mercado de cinema no Brasil, as distribuidoras consideram estar passando por uma fase de expansão, tanto na produção nacional quanto no consumo de filmes locais e estrangeiros. Os números da Ancine (2015) comprovam essa percepção. Segundo dados da agência, nos últimos anos houve um aumento de 23,2% da renda do setor, o correspondente a 568 milhões de reais. Ao mesmo tempo, o número de salas de exibição expandiu, chegando à quantia de 2.870, que atendeu, no primeiro trimestre de 2015, mais

de 43 milhões de expectadores em todo o país.

As distribuidoras apresentam, também, a relação entre poder público e o mercado de distribuição. No entanto, essa participação tem se manifestado na cobrança de impostos, que como em diversos outros setores do mercado brasileiro, tem alta carga tributária. No que concerne à regulamentação da prática de distribuição, não existe, por exemplo, qualquer legislação ou norma orientada à acessibilidade de pessoas com deficiência. Há, no entanto, o estabelecimento de cotas de tela, que refletem mais no exercício profissional dos exibidores do que dos distribuidores. A própria normativa 116 (ver capítulo 1), que é uma esperança na garantia de fornecimento de programação de cinema para pessoas com deficiência visual e auditiva, também não parece refletir na atividade de distribuição de filmes, haja vista que se destina ao cineasta e ao financiamento público a ele concedido.

Sobre as questões relacionadas a acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência visual em salas de cinema, as distribuidoras consideram que esse tipo de proposta deve ser implementada, sobretudo porque pode levar novos públicos ao consumo de cinema, mas se considera que é necessário um conjunto de ações que possam conduzir esse processo, como a elaboração de legislação orientada a essa causa.

De fato, se percebe que no mercado de cinema, apenas o que é obrigatório tem sido realizado, como o caso, por exemplo, das condições de acessibilidade a pessoas com baixa mobilidade em espaços de projeção. Apesar de se compreender que há grande faixa de público ainda excluído desse mercado, que está ativo no trabalho e ansioso para o consumo, não se percebe iniciativas do setor privado em direção ao oferecimento de condições de acessibilidade ao público com deficiência. Somente o estabelecimento de regras de conduta e de prestação de serviços, acompanhados de fiscalização eficiente podem fazer com que esse setor invista naquele mercado.

A partir da triangulação das entrevistas com cineastas, exibidores e distribuidores, pôde se vislumbrar que a função do distribuidor no mercado

de cinema atual é semelhante à de um atravessador que revende os produtos de um artesão para um determinado público, a um preço que lhe garante bom percentual de lucro e pouca obrigação de investimento. É necessário, portanto, que se estabeleça atividades próprias ao setor de distribuição que colaborem com a implementação de um serviço de cinema inclusivo. Aos distribuidores, se poderia, por exemplo, atribuir a tarefa de desenvolver materiais publicitários e inovadores (como totens com sinopses gravadas em áudio) e de comunicação acessíveis (como trailers com audiodescrição), bem como a criação de produtos como DVD's e Blurays com tecnologias assistivas ou mesmo o financiamento da tradução de filmes para a linguagem da AD, por meio de instituições especializadas, como a Mais Diferenças e a Iguale (ver capítulo 1).

### Relações entre stakeholders e processos

A partir da triangulação dos dados obtidos por meio do método Entrevista com Especialistas, se viu a necessidade da configuração de um esquema (Figura 76) que buscasse resumir como se dá, hoje, o processo pelo qual se torna possível a atividade de cinema – desde o cineasta, entendido como o agente inicial do processo até a experiência do público. Além disso, foi elaborado outro diagrama (Figura 77), que ilustra possíveis alterações capazes de refletir em um serviço de cinema inclusivo.

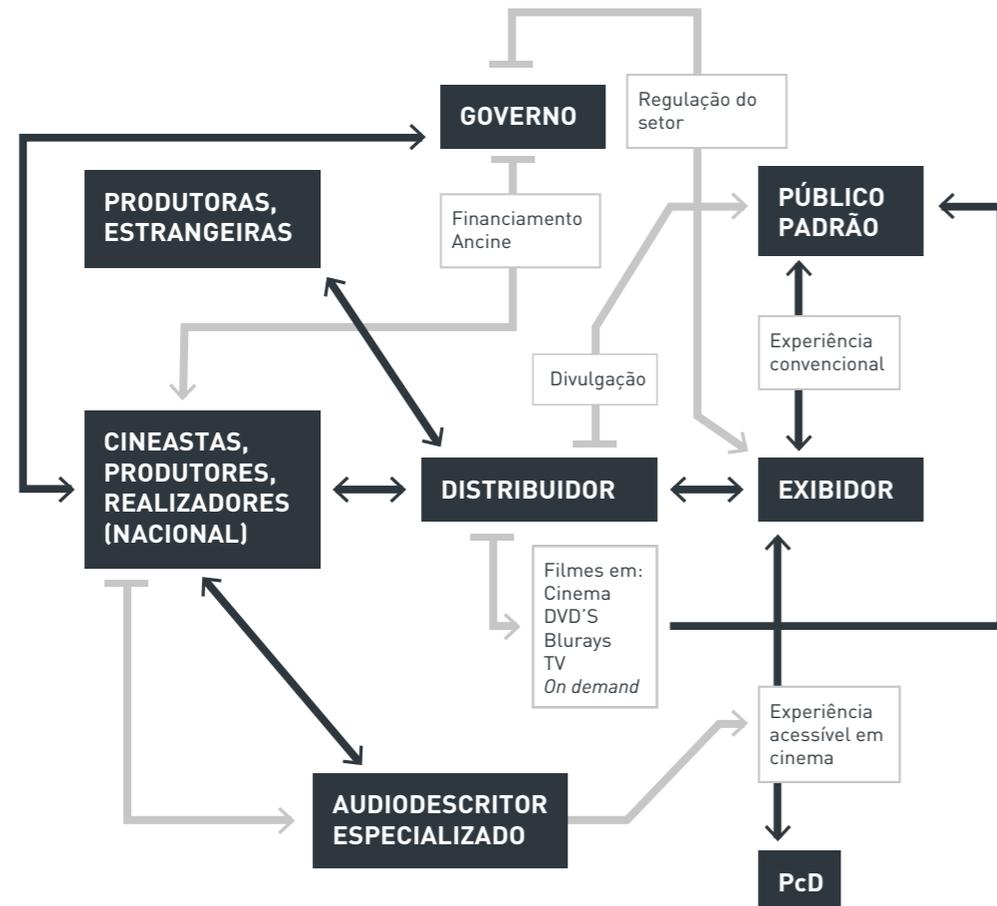


Figura 76. Stakeholders e processos hoje. Elaborado pelo autor.

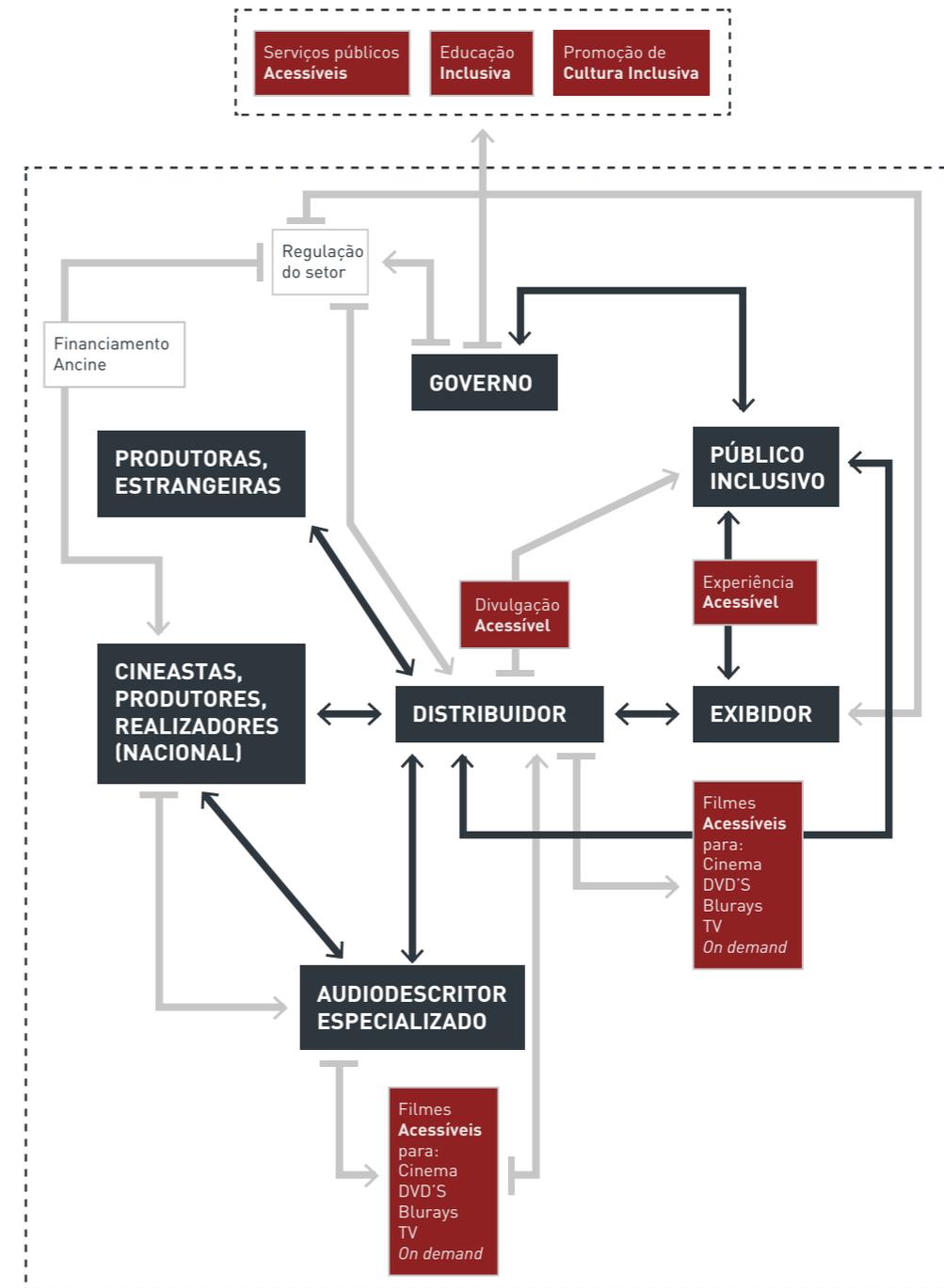


Figura 77. Modelo para proposta inclusiva. Elaborado pelo autor.

L: Sinto um perfume no ar. Não me diga qual é... sabonete Ogilvie!

D: Incrível!

L: Minha função é ser incrível.

D: É o sabonete que usei.

Diálogo entre os personagens Lieutenant e Donna



**Perfume de mulher**  
Comédia/Drama(1992)  
Direção: Martin Brest

Este trabalho não pretendeu propor ou apresentar uma solução definitiva para a inclusão de pessoas com severa deficiência visual em salas de cinema, tampouco propostas reguladoras que visem a inserção na estrutura social. O objetivo que guiou a pesquisa foi o de contribuir para o estudo e a análise deste tema no campo de conhecimentos do Design, colaborando com propostas ou pesquisas dentro da abordagem aqui considerada, por meio da realização de abrangente levantamento bibliográfico e referencial sobre condições de acessibilidade existentes e atuais, que possam tornar aquela experiência possível, levando em conta uma visão holística do tema. Considera-se que este trabalho se apresenta como instrumento provocativo em vista da inclusão de pessoas com deficiência visual em cinemas, bem como em demais atividades culturais e educativas.

Outra particularidade deste trabalho foi o de trazer essas questões sob uma abordagem inovadora, dentro da visão do Design, e ainda assim apontando para possíveis soluções que não estão ligadas somente ao desenvolvimento de produtos, mas sim de um serviço que envolva tanto artefatos táteis quanto digitais, bem como soluções comportamentais, processuais e sistêmicas. Desse modo, o trabalho se apoiou em métodos de pesquisa e desenvolvimento inerentes aos processos de Design de Serviços.

Sobre essa questão, compreende-se que o Design de Serviços, que considera, conecta e inter-relaciona ações, agentes, usuários, recursos, ambiente e espaços, produtos, políticas e planos, entre outros aspectos, contribui no desenvolvimento de serviços acessíveis e inclusivos. No entanto, foi percebido nos levantamentos e entrevistas aqui realizadas, que, apesar de agregar e oferecer uma série de métodos e ferramentas de pesquisa, ainda é necessário adaptar-se e criar processos para o atendimento eficaz das particularidades de pessoas com deficiência, sobretudo aquelas com dificuldades sensoriais, como cegos e surdos.

Durante a pesquisa, se constatou que a necessidade de inclusão de pessoas com deficiência no convívio social é fato e está presente nas discussões que se apresentam como desafios da humanidade. A Organização das Nações

Unidas – ONU, a Organização Mundial da Saúde – OMS, e os grupos defensores dos Direitos Humanos conseguiram, ao longo do tempo, colocar em pauta tais questões, mesmo que ainda não seja possível afirmar que se vive em uma sociedade verdadeiramente inclusiva. A sociedade está indo nesse caminho, mas é notório que ainda há um grande percurso a trilhar.

A questão da legislação brasileira para a acessibilidade demonstrou grande preocupação no que diz respeito ao oferecimento de condições físicas e de locomoção para pessoas com deficiência: rampas, pisos táteis e elevadores são exemplos. No entanto, quando se necessita de procedimentos relacionados ao oferecimento de serviços que demandem ações “extra”, deslocamentos nas cidades, condições de adaptação ou projeto de espaços adequados, atividades de bens ou serviços intangíveis como a seleção de filme ou a compra de ingresso com segurança e autonomia do usuário, se percebe que não há orientações que regulem essa questão.

Considerando que leis (e em parte normas, que contam com participantes e técnicos da sociedade civil) são desenvolvidas, regulamentadas e fiscalizadas por indivíduos ligados ao poder público, acredita-se que as diferentes instâncias governamentais (Municipal, Estadual e Federal) deveriam estimular a seleção e contratação de profissionais especializados no desenvolvimento de serviços, cuja formação passe pela área do Design e do Design de Serviços. Esse profissional poderia contribuir com sua visão, especialidade e experiência no desenvolvimento de processos que garantam o atendimento às necessidades do público, seja ele com ou sem deficiência, sobretudo no que diz respeito à educação, saúde e cultura.

No Brasil, muitas iniciativas surgem mirando o acesso e a inclusão de pessoas com deficiência visual em salas de cinema, como o caso da normativa 116, de 2014, proposta pela Agência Nacional de Cinema – Ancine, bem como à criação de um grupo para a discussão da temática e desenvolvimento de guia para a garantia de acesso a pessoas com deficiência em salas de cinema. Concluiu-se que é forte a participação da regulamentação pública no setor de cinema, mesmo tratando-se de atividade de cunho privado.

Em outra iniciativa, a Prefeitura do Rio de Janeiro, por meio da Rio Filmes, lançou edital em consonância com a Ancine, no qual oferece financiamento para até dez salas de cinema, instaladas na cidade, para a adaptação de seus ambientes de projeção em vistas à acessibilidade de pessoas com deficiência visual ou auditiva. É inegável que esta é uma importante iniciativa pública para garantir a inclusão daquelas pessoas, sobretudo em um mercado que, como apresentado nas entrevistas, ainda depende muito do financiamento dos órgãos públicos. No entanto, o projeto parece não ter se preocupado com todo o conjunto de fatores que interferem e podem oferecer as reais condições de inclusão. Das cinco salas contempladas e já em funcionamento, nenhuma tem oferecido qualquer programação que incluam as pessoas com deficiência. Segundo os representantes desses espaços, a maior dificuldade que há para a garantia do acesso é a disponibilidade de filmes com recursos acessíveis. Até dezembro de 2015, não houve avaliação dos resultados obtidos com os processos de financiamento, por parte da Rio Filmes. Acredita-se, entretanto, que a normativa 116 possa contornar essa ausência de material para projeção.

No último dia de 2015, a Ancine lançou duas novas instruções normativas (as de números 124 e 125), frutos de consulta pública, com o objetivo de simplificar os procedimentos de apresentação, acompanhamento e prestação de contas de projetos audiovisuais para fins de fomento direto e indireto. Tais normativas substituem as de número 22 e 110, englobando centenas de contribuições oriundas de diferentes setores relacionados do cinema, tais como profissionais e associações, bem como indivíduos e grupos que participaram de audiências públicas ocorridas em São Paulo e no Rio de Janeiro, durante o mês de outubro daquele ano. (BLOG DA AUDIODESCRIÇÃO).

Há, hoje, um grupo de profissionais e pesquisadores trabalhando a acessibilidade em cinemas junto à Secretaria do Audiovisual – que é ligada ao Ministério da Cultura, com o objetivo de desenvolver um guia sobre a acessibilidade em produções audiovisuais. O primeiro encontro deste grupo ocorreu durante o Seminário de Tradução Audiovisual (TAV) e Acessibilidade, na Universidade de Brasília (UnB), com apoio do Instituto de Letras da Universidade, cujo contato não pode ser viabilizado no período de vigência desta

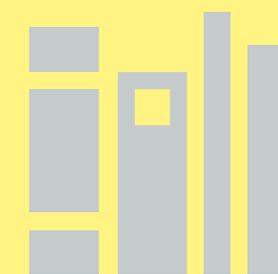
pesquisa, entretanto acredita-se que os resultados possam vir a contribuir para os direitos das pessoas com deficiência.

Contudo, tendo por base a pesquisa que foi realizada nesta Dissertação, é possível concluir que é necessária uma abordagem do tema a partir de uma perspectiva abrangente, inter-relacionada e multidisciplinar de todos os agentes e ações intervenientes neste tema. Não se deve, assim, reduzir as discussões ao campo dos estudos de Tradução e da Linguística. Métodos de Design de Serviços e de Design Centrado no Usuário podem ser ferramentas essenciais na garantia do acesso e da inclusão de pessoas com deficiência nas mais variadas situações.

Para se conseguir resultados eficientes é preciso considerar o conjunto de fatores que envolvam o processo de ir a uma sala de cinema, que passa pela adaptação de filmes a uma linguagem acessível, mas também pelo treinamento de profissionais prontos a atender às diferentes necessidades das pessoas com deficiência; pela garantia de mobilidade e transporte urbano confortável e seguro para o deslocamento desse público; pela inclusão dessas pessoas à mídia que divulga e socializa as novidades do mercado cinematográfico; pela sensibilização dos agentes que financiam, produzem, distribuem e exibem os filmes; pelo desenvolvimento de produtos acessíveis que facilitem e permitam o acesso de pessoas com as mais variadas condições físicas e sensoriais às salas de projeção; a aplicação e fiscalização de leis e normas que favoreçam e promovam a inclusão de todos; e a formação e instrumentação de todos os tipos de pessoas, com e sem deficiência.

Conclui-se, assim, que se trilha um caminho promissor rumo à proposta de um cinema inclusivo, que, por sua vez, pode refletir na inclusão desse público em outras modalidades de manifestações culturais, como teatros, exposições, espetáculos de dança, eventos de música e de esportes, entre outros.

Contudo, não se espera encerrar o estudo por aqui, ao contrário, pretende-se abrir caminhos para o aprofundamento do levantamento das necessidades para os segmentos de pessoas com deficiência mirando a construção de uma sociedade cada vez mais inclusiva.



# CRÉDITOS

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Natalí. Bombonières um problema recorrente. **Exibidor**, São Paulo, Out. 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 9050: **Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2004, 97 p.

BATISTA, M. E. **História e o storytelling na era da comunicação**. In: II Encontro ULEPICC. 13 a 15 ago. 2008. Anais...2008. p. 80 a 94. Disponível em: < [http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/ulepicc2008/anais/2008\\_Ulepcc\\_0080-0094.pdf](http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/ulepicc2008/anais/2008_Ulepcc_0080-0094.pdf)>. Acesso em 04 de janeiro de 2016.

BAPTISTA, Arthur H. N. **Crítérios para uma teoria da acessibilidade efetiva**. In: MONT'ALVÃO, Cláudia; VILAROUÇO (Org.) **Um novo olhar para o projeto**. Teresópolis, RJ: 2AB, 2011, p. 47-60.

BATTARBEE, Katja. **Co-experience: Understanding user experiences in social interaction**. 2004. 216p. Academic dissertation. University of Art and Design Helsinki, Helsinki, 2004.

BLOG DA AUDIODESCRIÇÃO. **Experimentando o MovieReading**. Disponível em: <<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2014/11/experimentando-o-moviereading.html>>. Acesso em: 15 nov. 2014.

BONATTI, Fernanda Alves da Silva. **Design para deficientes visuais: proposta de produto que agrega videomagnificação a uma prancha de leitura** / Fernanda Alves da Silva Bonatti. --São Paulo, 2009. 189 p. : il. Tese (Doutorado - Área de Concentração: Design e Arquitetura) - FAUUSP.

BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

\_\_\_\_\_. (Org.) **Desenho Industrial para pessoas deficientes**. Brasília: CNPq, 1982. 96 p.

BOWDITCH, J. I., BUONO, A. F. **Elementos de Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pioneira, 1992.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Imprensa Oficial, 1988. Portaria nº 188.

\_\_\_\_\_. **Decreto Nº 3.298**, de 20 de dezembro de 1999. Dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm)>. Acesso em: 20 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Decreto Nº 5.296**, de 8 de novembro de 2000. Regulamenta a Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d3298.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm)>. Acesso em: 20 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Decreto Nº 5.904**, de 27 de junho de 2005. Dispõe sobre o direito da pessoa com deficiência visual de ingressar e permanecer em ambientes de uso coletivo acompanhada de cão-guia e dá outras providências. Disponível em: <<http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/95429/decreto-5904-06>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Decreto Nº 7.612**, de 17 de novembro de 2011. Institui o Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência - Plano Viver sem Limite. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Decreto/D7612.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Decreto/D7612.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 4.169**, de 4 de dezembro de 1962. Oficializa as convenções Braille para uso na escrita e leitura dos cegos e o Código de Contrações e Abreviaturas Braille.. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/1950-1969/L4169.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/1950-1969/L4169.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 4.595**, de 31 de dezembro de 1964. Dispõe sobre a Política e as Instituições Monetárias, Bancárias e Creditícias, Cria o Conselho Monetário Nacional e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l4595.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4595.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 7.853**, de 24 de outubro de 1989. Dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência, sua integração social, sobre a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência - Corde, institui a tutela jurisdicional de interesses coletivos ou difusos dessas pessoas, disciplina a atuação do Ministério Público, define crimes, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l7853.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7853.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 8.213**, de 24 de julho de 1991. Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8213cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213cons.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 10.048**, de 8 de novembro de 2000. Dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l10048.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10048.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 11.126**, de 27 de junho de 2005. Dispõe sobre o direito do portador de deficiência visual de ingressar e permanecer em ambientes de uso coletivo acompanhado de cão-guia. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2005/Lei/L11126.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/Lei/L11126.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 12.933**, de 26 de dezembro de 2013. Dispõe sobre o benefício do pagamento de meia-entrada para estudantes, idosos, pessoas com deficiência e jovens de 15 a 29 anos comprovadamente carentes em espetáculos artístico-culturais e esportivos, e revoga a Medida Provisória no 2.208, de 17 de agosto de 2001. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Lei/L12933.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12933.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Medida Provisória Nº 1.799-1**, de 21 de janeiro de 1999. Altera dispositivos da Lei no 9.649, de 27 de maio de 1998, que dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/mpv/Antigas/1799-1.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/Antigas/1799-1.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Projeto de Lei Complementar 295/2005**, de 14 de setembro de 2005. Altera a Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, estabelecendo a obrigatoriedade de diferenciação de tamanho de cédulas e moedas em função do respectivo valor, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=300262>>. Acesso em: 29 nov. 2014.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CARTILHA DO CENSO 2010 – Pessoas com Deficiência / Luiza Maria Borges Oliveira / Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR) / Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNPD) / Coordenação-Geral do Sistema de Informações sobre a Pessoa com Deficiência. Brasília: SDH-PR/SNPD, 2012.

CID – **Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde** – Doenças do Olho e Anexos – Centro Colaborador da OMS. Edusp, Maio, 2004.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DEFICIÊNCIA, Viver sem Limite – Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com

/ Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR) / Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNPD) • VIVER SEM LIMITE – **Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência**: SDH-PR/SNPD, 2013.

DIAS, Cláudia. **Usabilidade na WEB: Criando portais mais acessíveis**. Rio de Janeiro: ALTA BOOKS. 2003.

HENRY DREYFUSS ASSOCIATES. **As medidas do homem e da mulher: fatores humanos em design**. Porto Alegre: Bookman, 2005

ESG - ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA. **Subsídios para estudos dos fundamentos doutrinários**. Rio de Janeiro: ESG, 1996.

FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANCO, Eliana P.C; CARVALHO, Manoela C.C.S. Audiodescrição: breve passeio histórico. In: MOTTA, Livia M.V.M; ROMEU, Paulo. **Audiodescrição: transformando imagens em palavras**. São Paulo, 2010. p. 23-42. Disponível em: < [http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/planejamento/prodam/arquivos/Livro\\_Audiodescricao.pdf#page=119](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/planejamento/prodam/arquivos/Livro_Audiodescricao.pdf#page=119)>. Acesso em 17 Abr, 2015.

FREIRE, Karine de Mello (2011). **Design de serviços, comunicação e inovação social: um estudo sobre serviços de atenção primária à saúde**. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design.

FREIRE, K. M.; DAMAZIO, V. M. M. . **Design de serviços: conceitos e reflexões sobre o futuro da disciplina**. In: 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa &

Desenvolvimento em Design, 2010, São Paulo. Anais do 9º P&D Design, 2010.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**. Porto Alegre: Penso, 2012.

HESKETT, John. **Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

HOLLINS, BILL; HOLLINS, GILLIAN. **Over the Horizon: planning products today for success tomorrow**. London: John Wiley & Sons Ltd. 1999.

\_\_\_\_\_. **Total Design: managing the design process in the service sector**. London: Pitman, 1991.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 12 de agosto de 2012.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1995.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2009.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. 12th ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Propositions of Human-centeredness: A Philosophy for Design**. In DURLING, David; FRIEDMAN, Ken (Org.), **Doctoral Education in Design: Foundations for the Future**. Staffordshire (UK): Staffordshire University Press, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi (org). **Marketing Interativo: a utilização de ferramentas e mídias digitais**. São Paulo: Saint Paul Editora, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviço: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.

MACIEL DUTRA, Diego; MARIANI, Eliete; DAYE, Cláudia. Encontro Nacional de Ergonomia do Ambiente Construído, 5., 2014, Rio de Janeiro. **Por mais olhares no Metrô: a circulação de pessoas com deficiência visual no sistema metrô de São Paulo.**

MALDONADO, Tomás. **Design industrial.** [S.l.]: Edições 70, 2006

MAGER, BIRGIT. **Service Design as an emerging field.** In: (Ed.). Designing Services with innovative methods. Keuruu: University of Art and Design Helsinki, v.1, 2009. Service Design as an emerging field.

\_\_\_\_\_. **Introduction to Service Design.** ,2009b. Culminatum Innovation 2009: Digital communications tool. Disponível em: < <http://www.service-design-network.org/read/touchpoint-authors/birgit-mager-2/>>. Acesso em: 02/12/2015.

\_\_\_\_\_. **Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology.** ,2007. Basel: Birkhäuser. Disponível em: < <http://www.service-design-network.org/read/touchpoint-authors/birgit-mager-2/>>. Acesso em: 02/12/2015.

\_\_\_\_\_. **Service Design – A Review.** Cologne: Köln International School of Design, 2004.

MONT´ALVÃO, Cláudia; VILAROUÇO, Vilma. **Um novo olhar para o projeto.** Teresópolis, RJ: 2AB, 2011.

MORITZ, S. **Service Design: Pratical Access to an evolving field.**Faculty of Cultural Science. Cologne: Köln International School of Design, University of Applied Sciences Cologne, 2005.

MOZOTA, **Brigitte Borja de.** **Design management – using design to build brand value and corporate innovation.** New York: Allworth Press, 2003.

NORMAN, A. D. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os**

**objetos do dia-a-dia.** Rio de Janeiro, Rocco, 2008.

\_\_\_\_\_. **O design do dia-a-dia.** Rio de Janeiro, Rocco, 2006.

PAPANEK, Victor. **Design for the real world: human ecology and social change.** Londres: Paladin, 1974.

PARRISH, Patrick. **Design as storytelling.** Tech Trends, v.50, n.4, p.72-82, 2006.

PRADO, Adriana. **Acessibilidade e Desenho Universal.** In: 3º Congresso Paulista de Geriatria e Gerontologia – GERP, 2003, Santos. Disponível em: < <http://direitodoidoso.braslink.com/pdf/acessibilidade.pdf>>. Acesso em: 15 Fev. 2014.

QUIVY, R. e CAMPENHOUDT, L. V. **Manual de investigação em ciências sociais.** Lisboa: Gradiva, 1998.

RAMASWAMY, R. **Design and Management of service process: keeping customer for life.** United States of America: AT&T. 1996.

SÃO PAULO. **Decreto Nº 45.122,** de 12 de agosto de 2004. Consolida a regulamentação das Leis Nº 11.345, de 14 de abril de 1993, nº 11.424, de 30 de setembro de 1993, nº 12.815, de 6 de abril de 1999, que dispõem sobre a adequação das edificações à acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida. Disponível em: <<http://www.leispaulistanas.com.br/sites/default/files/DeficientesFisicos/DECRETO%2045122.PDF>>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 11.424,** de 30 de setembro de 1993. Dispõe sobre o acesso de pessoas deficientes físicas a cinemas, teatros e casas de espetáculos. Disponível em: <<http://www.leispaulistanas.com.br/deficientes-fisicos/lei-no-11424-de-30-de-setembro-de-1993>>. Acesso em: 29 nov. 2014.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 12.815,** de 6 de abril de 1999. Dá nova redação ao artigo 1º da Lei Nº 11.424/93, de 30 de setembro de 1993, que dispõe sobre o acesso

de pessoas portadoras de deficiência física a cinemas, teatros, casas de espetáculos e estabelecimentos bancários. Disponível em: <<http://cm-sao-paulo.jusbrasil.com.br/legislacao/816110/lei-12815-99>>. Acesso em: 29 nov. 2014.

SACO, R. M.; GONCALVES, A. P. **Service Design: An Appraisal. Design Management Review**, v. 19, n. 1, p. 10-19, 2008.

SAKURAI, Tatiana. **MEMOrabilia. Critérios para o design de mobiliário doméstico para a experiência**. 2012. 283 p. Tese (Doutorado - Área de Concentração: Design e Arquitetura) – FAUUSP. Programa de Pós-Graduação Arquitetura. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

SATO, Keiichi. Constructing Knowledge of Design, part 1: understanding concepts in design research. In DURLING, David; FRIEDMAN, Ken (Org.), **Doctoral Education in Design: Foundations for the Future**. Staffordshire (UK): Staffordshire University Press, 2000.

SILVEIRA, Henrique Flávio Rodrigues da (2000). **Um estudo do poder na sociedade da informação**. IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 29 (3) pp.79-90.

SONZA, Andréa Poletto. **Ambientes virtuais acessíveis sob a perspectivas de usuários com limitação visual**. 2003. 313 f. Tese (Doutorado em Informática na Educação) – Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

STICKDORN, Mark. **Isto é Design Thinking de Serviços**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

VILARONGA, Iracema (2010). **O Potencial formativo do cinema e a audiodescrição: olhares cegos Iracema**. Dissertação de Mestrado, Salvador: Programa de Pós-Graduação em Educação e Contemporaneidade, Universidade do Estado da Bahia.

VIVARTA, VEET. **Mídia e deficiência**. Brasília: Andi; Fundação Banco do Brasil, 2003.

UBIERNA, J.A.J., coord. **Manual de Accesibilidad Integral; guía para la aplicación del Código de Accesibilidad de Castilla-La Mancha**. Castilla La Mancha: Junta de comunidades de Castilla-La Mancha, Consejería de Bienestar Social, 1999.

Um prognóstico otimista para o país. **Jota Zero**, São Paulo, Nov/Dez, 2014.

WHITELEY, N. **O Designer valorizado**. Arcos, Rio de Janeiro, v. 1, n.único, p. 63-75, 1998.

\_\_\_\_\_. **Design For Society**. London, Reaktion Books, 1993.

YOUNG, L. **From products to services**. England: John Wiley & Sons, 2008.

#### Conteúdo Virtual

ALISSON, Elton. Novo instrumento reduz tempo de aprendizado de braille. **FAPESP**, 10 Maio, 2013. Disponível em: <[http://agencia.fapesp.br/novo\\_instrumento\\_reduz\\_tempo\\_de\\_aprendizado\\_de\\_braille/17250/](http://agencia.fapesp.br/novo_instrumento_reduz_tempo_de_aprendizado_de_braille/17250/)>. Acesso em: 15 nov. 2014.

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA  
<http://www.ancine.gov.br/>

ASCOM. Lei Brasileira de Inclusão é sancionada. **Romário**, 06 Jul. 2015. Disponível em: <<http://www.romario.org/news/all/lei-brasileira-de-inclusao-e-sancionada/>>. Acesso em: 06 Jul. 2015.

## BLOG DA AUDIODESCRIÇÃO

<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/>

BLAT, Caio. Caio Blat desabafa sobre a farsa das “promoções culturais” na Globo. **Youtube**, 31 Jul. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rYN22IZq494>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

**CAPACITAÇÃO EM ACESSIBILIDADE**. Disponível em: <[http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/acessibilidade/conteudo-para-capacitacao-em-acessibilidade](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/ acessibilidade/ conteudo-para-capacitacao-em-acessibilidade)>. Acesso em: 11 Jan. 2015.

Coca-Cola cria latinhas em braile para deficientes visuais. **G1**, 12 Maio. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/05/coca-cola-cria-latinhas-em-braile-para-deficientes-visuais.html>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

CHOWNEY, Vikki. Wimpy reaches 800,000 blind people with ‘Braille burger’ campaign. **Econsultancy**, 12 Jan. 2012. Disponível em: <<https://econsultancy.com/blog/8665-wimpy-reaches-800-000-blind-people-with-braille-burger-campaign/>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA – CONADE  
<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/conade>.

DALDER, MICHAEL. Google conquista segundo maior valor de mercado mundial. **Revista Exame**, 10 Fev, 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/mercados/noticias/google-conquista-segundo-maior-valor-de-mercado-mundial>>. Acesso em: 10 Set. 2015.

HUMPHREYS, Wilsians. Acessibilidade iOS: entenda como os deficientes visuais interagem com o Ipad e o Iphone. **Canal Ponto de Vista**. Ponto De Vista 02 - Touchscreen, iPhone e iPad para cegos. Disponível em: <<http://blogdoiphone.com/2011/09/acessibilidade-ios-entenda-como-os-deficientes-visuais-interagem-com-o-ipad-e-o-iphone/>>. Acesso em: 15 nov. 2014.

## INSTITUTO LARAMARA

<http://laramara.org.br/>

## MAIS DIFERENÇAS

<http://www.maisdiferencas.org.br/>

## OCA - OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL

<http://oca.ancine.gov.br/>

PAPA FRANCISCO. Discurso do Papa na sede das Nações Unidas.

**Rádio Vaticano**, 25 set. 2015. Disponível em: <[http://br.radiovaticana.va/news/2015/09/25/discurso\\_do\\_papa\\_na\\_sede\\_das\\_na%C3%A7%C3%B5es\\_unidas/1174602](http://br.radiovaticana.va/news/2015/09/25/discurso_do_papa_na_sede_das_na%C3%A7%C3%B5es_unidas/1174602)>. Acesso em: 20 Dez. 2015.

PERSONAL digital assistant. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Conteúdo\\_aberto&oldid=15696001](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Conteúdo_aberto&oldid=15696001)> Acesso em: 15 nov. 2014.

ROMEU, Paulo. Experimentando o Moviereading. **Blog da Audiodescrição**, 03 Nov. 2014. Disponível em: <<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2014/11/experimentando-o-moviereading.html>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

ROMEU, Paulo. Experimentando o Whatscine. **Blog da Audiodescrição**, 21 Abr. 2014. Disponível em: <<http://www.blogdaaudiodescricao.com.br/2014/04/experimentando-o-whatscine.html>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

## SITE DESIGNING WITH PEOPLE

<http://designingwithpeople.rca.ac.uk/>

## UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

<http://www.ufc.br/>

STYCER, Mauricio. Caio Blat fala mal da Globo, se arrepende, pede desculpas e manda tirar do ar vídeo com críticas. **UOL**, 31 Jul. 2012. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/07/31/caio-blat-fala-mal-da-globo-pede-desculpas-e-tira-do-ar-video-com-suas-criticas.htm>>. Acesso em: 05 Fev. 2016.

### Audiovisual

**CINEMA Brasileiro: luz, câmera, verba!** Direção: Bianca Vasconcellos.  
TV Brasil, 2013. (52 minutos) Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/caminhosdareportagem/episodio/cinema-brasileiro-luz-camera-verba>>.  
Acesso em: 02 jul. 2015.



# EXTRAS

ANEXOS

**Anexo A -**  
Questionário  
aplicado em  
usuários sem  
deficiência  
visual, em  
cinemas

Nome	Idade	Sexo
Escolaridade	Profissão	Local

1. O que lhe fez ver este filme?  
\_\_\_\_\_

2. Onde prefere ver filmes? Por quê?  
\_\_\_\_\_

3. Quando você assiste filmes em casa, como tem acesso a eles?  
**Ordenar de 1 a 3**  
 TV Aberta  TV Fechada  
 Aluguel  Empréstimo  
 Internet (download)  
 Netflix/HBO GO/Telecine Play  
 Compra filmes  Outros\_\_\_qual?

4. Com que frequência você vai ao cinema?  
\_\_\_\_\_

5. Como funciona seu processo de escolha do filme?  
\_\_\_\_\_

6. Como você acessa à programação de cinema?  
\_\_\_\_\_

7. Você assiste trailers antes de se decidir sobre qual filme vai ver?  
\_\_\_\_\_

8. Com quem você vai normalmente ao cinema? **Ordenar de 1 a 3**  
 Namorado  Cônjuge  
 Amigos  Sozinho  
 Pais  Filhos  
 Irmãos  Outros Parentes

9. Você iria ao cinema sozinho(a)? Por quê?  
\_\_\_\_\_

10. Você considera ter alguma dificuldade visual? Qual?  
\_\_\_\_\_

11. Você precisa usar óculos/lentes?  
\_\_\_\_\_

12. Você considera que sua deficiência atrapalha na sua experiência de cinema?  
\_\_\_\_\_

13. Que acha do tamanho das letras em legendas de filmes no cinema? E a cor das letras?  
\_\_\_\_\_

14. Qual sua preferência na compra de ingressos para cinema?  
**Quando**  
 Pouco antes da exibição  
 Antecipado  
**Onde Ordenar!**  
 Bilheteria  Tótem eletrônico

15. Costuma comer algo na sala de cinema? O quê? Onde compra?  
\_\_\_\_\_

16. Você costuma frequentar cinema casualmente? *Ex.: Você está em um shopping e, sem planejar, decide ver um filme no cinema.*  
\_\_\_\_\_

17. Como costuma ir ao cinema? **Ordenar de 1 a 3**  
 Veículo próprio  Carona  
 Táxi  Ônibus  Metrô  
 A pé  Bicicleta  Outros\_ qual?

Obrigado! [=D#

**PDV** Local DATA / / Horário FICHA

Nome	Idade	Sexo
Escolaridade	Profissão	

1. Qual sua deficiência visual?  
\_\_\_\_\_

2. Há quanto tempo você convive com essa deficiência? Houve evolução no quadro?  
\_\_\_\_\_

**CONGÊNITO**  
Como você construiu seu repertório?  
\_\_\_\_\_

**ADQUIRIDO**  
Em que medida o período pelo qual foi vidente contribuiu com a sua percepção do mundo ao seu redor?  
\_\_\_\_\_

3. Você mora sozinho(a) ou com outras pessoas? Com quem?  
\_\_\_\_\_

4. Você se sente independente dentro de sua casa? Por quê? E na cidade?  
\_\_\_\_\_

5. Quais os maiores obstáculos que podem dificultar sua total independência em sua casa e cidade?  
\_\_\_\_\_

6. Você faz uso de alguma ferramenta assistiva? Qual(is)?  
\_\_\_\_\_

7. Qual estímulo que mais aguça sua percepção?  
\_\_\_\_\_

8. Como você se informa sobre o que acontece no mundo ao seu redor?  
\_\_\_\_\_

9. Quais mídias de comunicação você mais utiliza?  
\_\_\_\_\_

10. Você se sente afetado por propagandas? Qual tipo?  
\_\_\_\_\_

11. Você frequenta espaços de exposições e atividades culturais? Por quê?  
\_\_\_\_\_

12. Sente alguma dificuldade em ter contato com esses tipos de eventos? Qual?  
\_\_\_\_\_

13. Como se dá sua locomoção na cidade e nos espaços públicos/privados?  
\_\_\_\_\_

14. Gosta de assistir filmes? Por quê?  
\_\_\_\_\_

15. Já foi ao cinema? Pode relatar a experiência?  
\_\_\_\_\_

16. Já teve alguma experiência com serviços de cinema ou vídeos com ferramenta de audiodescrição? Qual? Pode descrever sua experiência?  
\_\_\_\_\_

**Anexo B -**  
Questionário  
aplicado em  
pessoas com  
deficiência  
visual

INDUÇÃO DE RELATOSMAPA DE EXPECTATIVAS**Anexo C -**  
Roteiro de  
construção  
de *Indução da*  
*Relatos e Mapa*  
*de expectativas*

A proposta é contar experiências.

Você pode fazer um relato escrevendo, ou gravando áudio. A escolha é sua! No entanto, tenho dado preferência ao texto.

São, pelo menos, dois relatos.

No primeiro deles, você conta experiências relacionadas às suas idas a salas de cinema. Pode ser uma experiência específica ou um levantamento de várias. Caso tenha experimentado alguma sessão acessível, com audiodescrição, gostaria que a relatasse também.

Fiz um roteiro sobre pontos específicos que gostaria que você relatasse. No entanto, você pode fugir desse modelo e apresentar outras questões e outros pontos de vista. Mais do que elucidar minhas questões, quero saber seu ponto de vista, sua própria avaliação e percepção sobre a atividade.

São nove os pontos que proponho que você aborde:

1. Locomoção
2. Com quem foi
3. Divulgação
4. Inspiração para ver o filme
5. Compra de ingressos
6. Escolha do assento
7. Ida aos assentos
8. Filme
9. Banheiro

Observação: Você pode relatar quantas experiências quiser.

No segunda parte, você toma como referência as experiências que descreveu no bloco anterior. Gostaria que relatasse as expectativas que tem ao ir ao cinema, bem como sugerisse um modelo ideal de como acredita que deveria ser o cinema para que pudesse ser garantida total acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência visual.

São três os tópicos principais que gostaria que fossem abordados nesse bloco:

1. O que foi bom na experiência de cinema?
2. O que está no caminho certo, mas poderia melhorar?
3. O que é inaceitável?

Fique à vontade para relatar quantos relatos desejar.

**Anexo D -**  
Roteiro de entrevista com Cineastas

Há quanto tempo você lida com o cinema?

Qual a primeira memória que você tem sobre cinema?

Qual sua relação profissional com o cinema? Como se dá essa relação?

De que depende seu trabalho no cinema?

Qual tipo de recomendação/norma/lei você é obrigado a seguir?

Qual você segue por questões éticas/de respeito?

Qual tipo de incentivo é fundamental para o desenvolvimento de seu trabalho/cinema?

Qual a relação de seu trabalho/cinema com o setor público?

Qual a relação de seu trabalho/cinema com o setor privado?

Como se dá a relação entre produtor e exibidor de cinema? E como você avalia?

Como se dá a relação entre produtor, exibidor e espectador de cinema?

Acredita que o cinema passa por alguma fase de expansão, contração ou estagnação? Por quê?

Em que medida ferramentas de acessibilidade interagem com o mercado de cinema? E no seu trabalho?

Você acredita na possibilidade de existência um mercado de cinema acessível a pessoas com deficiência, como para cegos e surdos?

O que acha que falta para que isso possa tornar-se uma possibilidade crível?

**Anexo E -**  
Roteiro de entrevista com Distribuidores

Seu nome? Qual é seu cargo na empresa?

Há quanto tempo trabalha na empresa e/ou na área?

Quais os serviços oferecidos pela empresa?

Há quanto tempo a empresa está em atividade?

Qual é o número de profissionais na empresa? E o perfil desse profissional?

Quem são os clientes da empresa?

Onde estão os clientes da empresa? Existem clientes fora do Brasil?

Como se dá o serviço de distribuição de filmes?

Como se dá o contato com os exibidores de filmes?

Como se dá o contato com os/as produtores/produtoras de filmes?

Há algum canal ou forma de relacionamento entre distribuidora e espectador de cinema?

Quais os principais critérios para definição de filmes em exibição, e período em cartaz?

Quais são as obrigações legais que a empresa tem para com a legislação nacional?

Qual a função de uma distribuidora de filmes dentro do mercado de cinema?

Acredita que o cinema passa por alguma fase de expansão, contração ou estagnação? Por quê?

Em que medida ferramentas de acessibilidade interagem com o mercado de cinema? E dentro do serviço de distribuição de filmes?

Você acredita na possibilidade de existência um mercado de cinema acessível a pessoas cegas e pessoas surdas?

O que acha que falta para que isso possa tornar-se uma possibilidade crível?

**Anexo F -**  
Roteiro de  
entrevista com  
Exibidores

Há quanto tempo esse espaço está em funcionamento?

Quantas salas compõem o espaço? Qual a capacidade delas?

Qual a média de público? FDS e Semana

O que identifica como maior incentivo à presença do público? Filme, promoção, datas especiais, preço, campanha publicitária?

Vocês conhecem o público que frequenta o espaço? Que tipo de estratégia usam para conhecer?

Fazem pesquisa de satisfação?

Como se dá o contato com os distribuidores de filmes? Qual a relação com os distribuidores? Quais são seus principais distribuidores?

Qual o processo de seleção de filmes a exibir? E sobre o tempo em cartaz, como é definido?

Sobre os filmes que aqui chegam, o que cabe a vocês, como realizadores? Quais seus deveres perante as distribuidoras?

E as distribuidoras? Qual os deveres delas para com vocês exibidores?

Vocês tem alguma relação com os realizadores, cineastas?

Quais os deveres legais que vocês precisam seguir? Que normas, leis, regulamentação?

Em que medida o setor público interfere na atividade do exibidor de cinema?

Acredita que o cinema passa por alguma fase de expansão, contração ou estagnação? Por quê?

Tipo de projeção?

Em que medida ferramentas de acessibilidade interagem com o mercado de cinema? E no seu trabalho?

Você acredita na possibilidade de existência um mercado de cinema acessível a pessoas com deficiência, como para cegos e surdos?

O que acha que falta para que isso possa tornar-se uma possibilidade crível?

O que esse espaço de cinema oferece de acessibilidade às pessoas com deficiência? O que já ofereceu? O que pretende oferecer?

Pessoas com deficiência tem algum tipo de benefício em suas salas de cinema? Qual? Por quê?

**Anexo G -**  
Roteiro de entrevista com Entusiasta Professora Vera Lúcia Santiago

Qual o nome do projeto/laboratório que a senhora coordena hoje?

Quais os projetos você desenvolve e já desenvolveu na área da acessibilidade?

Quais os projetos em acessibilidade no cinema que você destaca, dentro e fora do Brasil?

O que lhe levou a dedicar esforços para oferecer acessibilidade a pessoas com deficiência?

Como você chega ao seu público? Qual o contato?

Se tivesse que apontar um culpado para a acessibilidade insuficiente no Brasil, quem apontaria? E no cinema?

Nas atividades acessíveis que seus projetos realizam, como se dá a captação de recursos financeiros?

Em que medida o setor público colabora/interfere na garantia dos serviços prestados por seus projetos de acessibilidade? E o setor privado?

Como se dá o processo de realização do serviço de audiodescrição de conteúdos audiovisuais, desde a decisão de escolha do material até a entrega e comunicação ao público?

Qual a relação que os projetos já realizados tem com as entidades de realização, distribuição e exibição de filmes/cinema?

Em que medida ferramentas e tecnologias de acessibilidade interagem com o mercado de cinema?

Você acredita na possibilidade da existência um mercado de cinema acessível e inclusivo a pessoas cegas ou surdas?

O que acha que falta para tornar-se realidade?

Qual a sua relação com o cinema?

Qual a área de atuação da empresa?

Como se dá o processo da realização de seus trabalhos? Quem os procura?

Em qual situação encontra-se o cinema no Brasil? Expansão, estagnação ou contração?

Você acredita na possibilidade de um mercado de cinema inclusivo?

O que você acha que falta para a inclusão de pessoas com deficiência ser uma realidade nos cinemas brasileiros?

**Anexo H -**  
Roteiro de entrevista com Entusiasta Maurício

**Anexo I** - Tabulação de dados obtidos com os entrevistados em cinemas

Nome	Idade	Sexo	Escolaridade	Profissão	Local	P.1
Monique	30	F	Graduação	Fotógrafa	Iguatemi Floripa	Era o que tinha OK!
Gabriela	29	M	Pós	Administradora	Iguatemi Floripa	Falta de outra opção OK!
Lucas	22	M	Graduação cursando	Estudante	Iguatemi Floripa	Queria sair OK!
Bruno	16	M	Ensino Médio cursando	Estudante	Iguatemi Floripa	A companhia (namorada) OK!
Márcia	55	F	Pós	Psicóloga	Beiramar Floripa	Casualidade OK!
Vítor	28	M	Graduação	Químico	S. Via Sul /CE	Divulgação / Trailer OK!
Letícia	25	F	Graduação cursando	Professora	S. Benfica	Indicação Convite de amigos OK!
Ricardo	34	M	Graduação	Publicitário	S. Via Sul /CE	História conhecida, curiosidade, nostalgia OK!
William	27	M	Graduação	Desempregado	Belas Artes/SP	Conhecia o autor OK!
João Paulo	27	M	Graduação cursando	Estudante	Belas Artes/SP	Conhecia o diretor OK!
Juliana	39	F	Graduação	Arquiteta	Belas Artes/SP	Astral do dia OK! ( <i>casualidade</i> )
Gilson	50	M	Superior Inc.	Livreiro	Cine Sesc/SP	-----
<b>Suzana</b>	-----	<b>F</b>	<b>Graduação</b>	<b>Analista</b>	<b>Cine Sesc/SP</b>	-----
<b>Natália</b>	<b>25</b>	<b>F</b>	<b>Pós</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Belas Artes/SP</b>	<b>História / Muitos Diretores OK!</b>
Mariana	26	F	Graduação	Designer	Belas Artes/SP	Indicação de amigos OK!
<b>Diógenes</b>	<b>21</b>	<b>M</b>	<b>Graduação</b>	<b>Jornalista</b>	<b>Belas Artes/SP</b>	-----
Fernando	45	M	Pós	Professor	S.Center 3 /SP	Entrevista com ator OK!
Paola	20	F	Graduação cursando	Estudante	S.Center 3 /SP	Trilha sonora e sinopse OK!
Wellington	26	M	Pós	Administrador	S.Center 3 /SP	Gênero OK!
Robson	24	M	Graduação	Médico	S.Center 3 /SP	Gênero (terror) OK!
Lindomar	40	M	Pos	Professor	Itaú Cultural/SP	Referência ao autor, indicação OK!
Flávia	39	F	Pos	Professora	Itaú Cultural/SP	Tema, título e sinopse

P.2	TV aberta	Aluguel	internet	Canais Internete	Compra	TV fechada	Empréstimo	Outros
Cinema. Não sabe o porquê. <b>Pessoas</b>			1					
Em <b>Casa</b> . Mais cômodo		2	1			3		
Em <b>Casa</b> . Aconchego. Fico à vontade			2	1				
Cinema. <b>Imersão</b>				2		1		
Cinema. <b>Imersão</b>	2	1						
No Cinema. Conforto, tela, som				2		1		
Em Casa. Mais cômodo	3	1				2		
Cinema. Qualidade imagem, conforto som, preço bom	3		1			2		
Cinema de rua.			1	2		3		
Cinema. Experiência mais prazerosa				1	2		3	
Cinema. Pipoca, pessoas, sair		2		1		3		
Cinema. Magia, tela grande, público, fila, contato com pessoas					1			
<b>Cinema. Imersão</b>			<b>3</b>		<b>1</b>	<b>2</b>		
<b>Cinema. Pessoas, sair, ambiente</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>					
Cinema. Ocasão social. Sempre algo após			3	2		1		
<b>Cinema. Imersão. Escuro do cinema</b>			<b>3</b>	<b>1</b>		<b>2</b>		
Cinema. Tamanho da tela e conforto			1	3		2		
Cinema. Sair de casa			1	3		2		
Cinema. Tela maior, som melhor			1		2			
Cinema. Som e imagens superiores			1		3	2		
Cinema. Sala dá outra dimensão, tela maior, <b>imersão</b>					1	2		
Cinema. Espaço da sala, convívio com outras pessoas					2	1		

**Anexo I** - Tabulação de dados obtidos com os entrevistados em cinemas

P.4	P.5	P.6	P.7	P.8_Namorado
1 vez por mês	Sinopse	Programação na Internet	Assiste Trailer. Melhor parte. <b>Fundamental</b> na escolha	
1 vez por mês	Sinopse	Site do Shopping	<b>Não.</b> Tanto faz	1
1 vez por mês	Internet	Sites sobre cinema	<b>Não.</b> Só curiosidade	1
2 vez por mês	Gênero	Internet	<b>Sim. Fundamental</b>	1
1/2 vez por mês	Comentários, indicação revista (mídia)	Internet	Nem sempre. Raro. Prefiro Sinopse	
1/2 vez por mês	Gênero, pesquisa críticas, indicação	internet	Sim. Muitas vezes decisivo	1
Raramente	Gênero, indicação	Internet	Sim. Desperta o interesse. Mas alguém tem que legitimar	
2 vez por mês	Gênero, indicação	Internet	Sim. Decisivo	3
2 vez por mês	Diretor, Sinopse, Elenco	Internet	Não	2
3 vez por mês	Tema / Sinopse	Sites sobre cinema	Não gosto de trailer	
3 vez por mês	Internet, horário, sinopse, trailer	Site, internet	SIM	3
2 vez por mês	Gênero, Sinopse	Jornal, Internet	Não	
<b>8 vez mês</b>	<b>Não comercial, temática</b>	<b>No local / Jornal</b>	<b>Não</b>	<b>3</b>
<b>4 vez mês</b>	<b>Enredo</b>	<b>Internet / Indicação</b>	<b>Sim</b>	
1 vez por mês	Críticas, Trailer, Indicação	<b>Cineclick</b> , internet	SIM	2
<b>8 vez mês</b>	<b>Críticas, sinopse, sites leitura</b>	<b>Cinema, jornais, sites</b>	<b>Não. Prefere surpresa da leitura das sinopses</b>	
2/3 vez mês	Gênero, autor, depende do dia	Internet	Algumas vezes	
2 vez por mês	Sinopse, fanfletos	Panfletos e internet	Geralmente sim	1
2 vez por mês	Facebook (Adoro cinema: fanpage)	Internet	Sim. Fundamental	1
2 vez por mês	Consulta programação e sinopse	Internet	Sim, mas não é fundamental	1
2 vez por mês	Querer ir ao cinema, ver o que tem disponível	Internet	Não. Raramente	
2 vez por mês	Tema, cinema de arte, título, horário e programação	Internet	Algumas vezes. Não é fundamental	

P.8_Amigos	P.8_Pais	P.8_Irmãos	P.8_Cônjuge	P.8_Sozinho	P.8_Filhos	P.8_Outros	P.9_Sim ou Não
1							NÃO
2							SIM
							NÃO
	2						NÃO
			2	3	1		SIM
		2					NÃO
1		2					NÃO
2				1			SIM
1				3			SIM
1				2		3	SIM
1				2			SIM
2				1			SIM
<b>2</b>				<b>1</b>			<b>SIM</b>
<b>1</b>				<b>2</b>			<b>SIM</b>
1				3			SIM
<b>2</b>	<b>3</b>			<b>1</b>			<b>SIM</b>
			1				NÃO
2	3						SIM
							SIM
3				2			SIM
2			1				SIM
2			1				SIM

**Anexo I** - Tabulação de dados obtidos com os entrevistados em cinemas

P.9 Por que?	P.10 Sim ou Não	P.10 Qual	P.11	P.12	P.13 tamanho
	NÃO	-----	Não usa	-----	Tamanho Bom. Letra branca ruim. Amarelo Bom
Minha companhia já basta	SIM	Miopia	Lentes	Sem lente, fica cega	Deveria MAIOR. Amarelo melhor
Não se sente à vontade	NÃO	-----	Não usa	-----	T: BOM / C: BOA
Sozinho, assisto em casa	NÃO	-----	Não usa	-----	T: BOM / C: AMARELA MELHOR
Nem sempre tem companhia	NÃO	-----	Sim	Não	T: BOM / C: AMARELA MELHOR
Programa coletivo	NÃO	-----	Sim, óculos	Sem, atrapalha	T: BOM / C: AMARELA MELHOR
Vai pelo Oba Oba. Tem que se relacionar	NÃO	-----	Sim, lentes	Não	T: MAIOR / C: Branco RUIM
Não dependo de terceiros	NÃO	-----	Não usa	-----	T: MAIOR / C: Branco RUIM
-----	NÃO	-----	Sim, óculos	-----	T: BOM / C: BOA
Hábito	SIM	Astigmatismo	Sim	Só em filmes 3D	T: BOM / C: AMARELA MELHOR
Fugir do trânsito, matar tempo, espontânea	NÃO	-----	Sim, óculos	Não	T: Ótima / C: Ótima
-----	NÃO/SIM	Daltônico	Usa/leitura	Não	T: MAIOR / C: Branco RUIM
<b>Independência</b>	<b>NÃO/SIM</b>	<b>Míope</b>	<b>Não usa</b>	<b>Não</b>	<b>T: MAIOR / C: Prefere Branca</b>
<b>Dificuldade de encontrar quem goste do mesmo estilo</b>	<b>NÃO</b>	<b>-----</b>	<b>Às vezes</b>	<b>Não</b>	<b>T: MAIOR / C: Branco RUIM</b>
Opção	SIM	Miopia	Sim	Sim	T: MAIOR / C: Branco DE MERDA!
<b>Evita a dispersão. Melhor para imersão</b>	<b>SIM</b>	<b>Miopia</b>	<b>SIM</b>	<b>SIM, se sem óculos</b>	<b>T: BOM / C: Branco Ruim</b>
Sozinho, assisto em casa	SIM	Miopia	Sim, lentes	Sem, atrapalha	T: BOM / C: AMARELA MELHOR
Não há problema	NÃO	-----	Não usa	-----	T: BOM / C: Branco RUIM
Gosto	SIM	Várias	Sim	Se sem lentes	T: MAIOR / C: Branco RUIM Amalero Melhor
Gosto muito e não vejo problema em ir só	SIM	Hipermetropia	Sim	Sim, para perto	T: Menor / C: Branca Ruim
Mas prefiro companhia para debater depois	NÃO	-----	Não usa	-----	T: MAIOR / C: Branco RUIM Em festivais, pior!
Se distante, não vai só	NÃO	-----	Não usa	-----	T: BOM / C: Branco Ruim

4 (Na hora / Antecipad	4.1 Bilheteria / Internet / Tótem	P.15 Come ou Não come	P.15 Onde	:16 Casualmente (Sim / Não
Na hora	Bilheteria	Come Amendoin	Supermercado	Não
Na hora	Bilheteria	Come Pipoca	No cinema	Não
Na hora	Tótem	Come Pipoca	No cinema	Não
Na hora	Bilheteria	Come Pipoca	No cinema	Sim
Na hora	Bilheteria / Tótem	Come Pipoca	No cinema	Sim
Na hora	Bilheteria / Tótem	Não é costume. Come Sanduíche	Na praça do shopping	Não
Na hora	Bilheteria	Come Chocolate e toma água	Americanas	Não
Na hora	Tótem / Bilheteria	NÃO	-----	Não
Na hora	Bilheteria	Raramente. Pipoca, Refri	No cinema	Não
Na hora	Bilheteria / Tótem	Não é costume. Só água	No cinema	Sim, só às vezes
Antecipado	Internet / Bilheteria / Tótem	Come Pipoca	No cinema	Sim
Na hora	Bilheteria	Não. Atrapalha	-----	Sim. Hoje, especialmente
<b>Na hora</b>	<b>Bilheteria</b>	<b>NÃO</b>	<b>-----</b>	<b>SIM</b>
<b>Na hora</b>	<b>Bilheteria / Tótem / Internet</b>	<b>NÃO</b>	<b>-----</b>	<b>Não</b>
Na hora	Bilheteria / Tótem / Internet	NÃO	-----	Sim
<b>Na hora</b>	<b>Bilheteria / Tótem</b>	<b>Não é costume. Só água ou café antes da sessão</b>	<b>No cinema</b>	<b>Não. É programado</b>
Na hora	Bilheteria	NÃO	-----	Sim
Na hora	Bilheteria / Tótem	Come Pipoca	No cinema	Sim
Na hora	Bilheteria / Tótem	Às vezes. Pipoca e pão-de-queijo	No cinema	Não
Na hora	Bilheteria / Tótem / Internet	Pipoca, tudo	No cinema	Normalmente não
Na hora	Tótem / Bilheteria	Come Pipoca	No cinema	Não. É sempre programado
Na hora	Bilheteria / Tótem	Come Pipoca	No cinema	De vez em quando

**Anexo I** - Tabulação de dados obtidos com os entrevistados em cinemas

Veículo próprio	Táxi	À pé	Carona	Ônibus	Bicicleta	Metrô	Outros
1		2					
		1	2				
1			2				
2	1						
1							
1							
		2	3	1			
2			3	1			
		3		1		2	
3				1		2	
1		2	3				
		2				1	
			3	1		2	
1			3			2	
		3	2			1	
2				3		1	
1	2						
	1	2					3
	2						1
3	1						2
2							1
2							1

**A cor do paraíso** – No Irã rural, um garoto cego tem que deixar o internato nas férias, mas seu pai, noivo da segunda esposa reluta em levá-lo, pois um filho com deficiência é sinal de má sorte e poderia fazer com que o casamento fosse cancelado. O pai então procura escondê-lo, deixando-o trabalhar como aprendiz de um carpinteiro também cego. Uma história absurda e comovente em mais um belíssimo exemplar do bom cinema iraniano.

**Além dos meus olhos** – Após alguns anos de casados, James e Ethel, que são cegos, descobrem que não podem ter filhos. Quando decidem adotar uma criança, têm que enfrentar uma série de barreiras legais e provar que são capazes de cuidar de alguém.

**A Maçã** - Trata do isolamento social de duas meninas gêmeas filhas de uma mãe cega e de um pai muito velho que para ganhar a vida vive pela aldeia rezando.

**A Pessoa é para o que nasce** - Três irmãs, cegas de nascença e cantoras, encontram o seu estar no mundo na música, cantam pelas ruas da cidade a fim de complementar a renda familiar, sustentada pela mísera aposentadoria.

**A pessoa é para o que nasce (documentário)** - Três irmãs cegas unidas por esta peripécia incomum do destino, elas viveram toda sua vida cantando e tocando ganzá em troca de esmolas nas cidades e feiras do Nordeste do Brasil, a região mais pobre do país. O filme acompanha os afazeres cotidianos destas mulheres e revela as curiosas estratégias de sobrevivência da qual participam parentes e vizinhos. Mergulha em sua história, flagrando uma trama complexa de amor e morte, miséria e arte. E acompanha, numa reviravolta inesperada, o efeito-cinema na vida destas mulheres, transformando-as em celebridades.

**À primeira vista** - O filme “A primeira vista” traz através de seus personagens valiosas lições sobre a aprendizagem. O personagem convivia com a deficiência visual desde a infância e percebia o mundo através das sensações, seus outros sentidos eram apurados e ele desenvolveu várias habilidades que supriam a falta da visão.

**Anexo J** - Catalogação de alguns filmes que trazem temas relacionados à deficiência visual

Extraído do endereço virtual: <http://goo.gl/LICK2Q>

**Blind** – A protagonista Ingrid perde a visão subitamente e resolve isolar-se do mundo, o que o leva a uma reflexão profunda sobre suas atitudes, seu presente e futuro.

**Blink: num piscar de olhos** – Emma Brody (Madeleine Stowe) é uma violinista que ficou cega aos 8 anos, quando foi agredida pela mãe. Após 20 anos faz uma cirurgia que restaura parte da visão, mas é afetada por um retardo de percepção, o que significa que vê algo mas só tem consciência disto depois de algumas horas. Uma noite ela acorda e, olhando através da porta entreaberta, vê uma figura sombria descendo as escadas. Convencida de que sua vizinha foi assassinada, ela vai até a polícia. Inicialmente John Hallstrom (Aidan Quinn), o detetive encarregado do caso, não lhe dá crédito, pois como não enxerga bem acha que ela se confundiu. Porém outras duas mortes seguem o mesmo padrão. Emma tem sua vida ameaçada, assim Hallstrom tem que descobrir o motivo destes assassinatos antes que outras mortes aconteçam.

**Cinema Paradiso** – Filme italiano que relembra a história de vida de Totó, que desde criança apaixonou-se pela sétima arte, influenciado pelos filmes que assistia no cinema de seu vilarejo e por seu grande amigo e tutor Alfredo, projetorista do local, que ficou cego após incêndio na sala de projeção.

**Cores dos cegos** - Um triângulo amoroso reúne uma talentosa atleta cega, seu treinador e a namorada dele. A jovem atleta se apaixona por ele, mas logo descobre a enorme distância que há entre seus mundos. O filme traz a participação de vários atletas portadores de deficiência campeões na China.

**Castelos de gelo** - Patinadora adolescente é descoberta por famosa treinadora, que transforma a garota em campeã mundial. No auge da fama, ela sofre acidente, que a deixa cega, tendo de recomeçar do zero, com a ajuda do namorado.

**Dançando no escuro** – Bjork é uma imigrante que está perdendo a visão rapidamente por conta de uma doença hereditária e corre contra o tempo para conseguir dinheiro para a cirurgia de seu filho que tem a mesma doença. a obra prima de Lars von TRier, num dos filmes mais tristes já feitos.

**Desafio sem limites** – Jogador de futebol americano, no auge da carreira, fica cego. Inconformado, se mete em confusão e é preso. Recebe a visita de um dentista que ficou paraplégico devido a um acidente e que lhe propõe uma inusitada parceria: enfrentarem, juntos, o campeonato de canoagem de Gold Hill. Baseado em fatos reais.

**E aí meu irmão, cadê você?** – Fugitivos da prisão estão acorrentados um ao outro. Na fuga encontram um profeta cego e um vendedor de bíblias com um só olho.

**Encontro às escuras** - Esta comédia , estrelada por Chris Pine como um jovem belo e cego á procura de sexo é “uma misitura inteligente de humor e sentimento”. mostrará o amor e a vida de uma maneira totalmente diferente! Danny é esperto, bonito, popular, e cego...não apenas fisicamente; ele também não consegue enxergar o quanto as mulheres são selvagens para ele! Depois de uma série de dolorosos encontros às escuras arranjadas por seu irmão , Danny se apaixona por uma joven indiana, Leeza , e finalmente tudo parece perfeito. Mas quando as culturas se chocam e Leeza revela que está prometida a outra pessoa, Danny precisa provar a ela que há mais no amor do que os olhos podem ver!

**Ensaio sobre a cegueira** – Uma misteriosa doença atinge rapidamente toda a população de uma cidade, fazendo com que todos fiquem cegos. com a epidemia, a civilidade entre as pessoas acaba e a sociedade entra em colapso. boa produção, bons atores e um ótimo filme de Fernando Meirelles, baseado na obra “infilável” do grande José Saramago.

**Helen Keller e sua História** – Documentário sobre a vida de Hellen Keller, que recebeu o “Oscar” de melhor documentário da Academia de artes e ciências cinematográficas em 1955.

**Janela da alma (documentário)** –19 pessoas com diferentes graus de deficiência visual, que vai da discreta miopia à cegueira total dão seus depoimentos de como se veem e como enxergam o mundo. um documentário luminoso de João

Jardim e Walter Carvalho.

**Liberdade para as borboletas** – Jovem músico cego decide morar sozinho, longe da mãe super protetora. Aluga apartamento em São Francisco e envolve-se com uma vizinha, atriz. A mãe do rapaz e as exigências da profissão da moça são dois grandes obstáculos para o relacionamento deles.

**Luzes da cidade** – Charles Chaplin é um vagabundo que se apaixona por uma florista cega, que pensa que ele é um milionário e ele a deixa acreditar na mentira. Ela adocece e ele faz de tudo para conseguir dinheiro para que ela seja operada e volte a enxergar. bonito, um dos melhores e mais comoventes do genial cineasta.

**Mergulho em uma paixão** – Webster é órfã e mora com a tia, que não faz o menor esforço para compreender as travessuras da menina e logo desiste de criá-la. A garota sai de casa, em busca de seu sonho e acaba se tornando protagonista de um espetáculo onde tem que pular com um cavalo e um tanque de água. Tudo corre bem até um salto não sair como planejado e ela fica cega.

**Mr. Magoo** – Um milionário atrapalhado e com problemas de visão se apaixona por uma ladra, envolvendo-se em problemas quando um cobiçado diamante cai em suas mãos.

**O Demolidor** – Conta a história de um jovem que ainda na adolescência perde a visão após um acidente com um caminhão que carregava lixo tóxico, o que o fez também desenvolver vários sentidos e poderes. Anos mais tarde, passou a viver uma vida dupla: de dia é o advogado Matt, e, à noite, é um super herói que protege as ruas de Hell's Kitchen, sob o codinome de "Demolidor".

**O olho do mal** – Sydney Wells é uma violinista renomada, que sofreu uma tragédia na infância que a deixou cega. Ela sempre sonhou em fazer uma cirurgia de transplante de córneas e, quando finalmente consegue, recupera a visão. Para se adaptar à nova situação ela conta com a ajuda de sua irmã Helen e do dr. Paul Faulkner, um neuro-oftalmologista. Porém logo Sydney passa a ver

imagens sombrias e aterrorizantes, que a assombram. Sem saber se a situação é consequência da adaptação de seu cérebro à nova situação, Sydney passa a desconfiar que a causa está ligada ao doador anônimo das córneas usadas em sua operação.

**O milagre da Anne Sullivan** – Conta a história de Anne Sullivan, jovem de baixa visão que assume o desafio de apresentar o mundo à menina Hellen, cega e surda desde seu primeiro ano de idade.

**O silêncio** – Conta a visão de mundo de um garoto cego pelos sons, pela audição, e não pela imagem, como normalmente é feito.

**O segredo de Beethoven** – Anna Holtz (Diane Kruger) é uma jovem de 23 anos que sonha em se tornar uma compositora. Como estudante do Conservatório de Música, ela é indicada para um cobiçado cargo em uma editora musical. Devido a uma série de eventos ocasionais ela é designada para trabalhar juntamente a Ludwig van Beethoven (Ed Harris), o mais celebrado artista vivo da época. Inicialmente descrente, Beethoven faz a Anna um desafio de improvisação, no qual ela demonstra sua sensibilidade musical. Beethoven a aceita como escriba, dando início a um forte relacionamento entre os dois.

**Perfume de mulher** – Um jovem recruta é destacado para ser acompanhante de um capitão cego, numa viagem de Turim a Nápoles. O oficial não aceita ser tratado com piedade e passa a infernizar o recruta.

**Quando só o coração vê** – Trama de uma garota branca e cega que não sabe que seu namorado é negro. PATCH OF BLUE, A, EUA, 1965

**Ray** – Biografia do músico norte-americano, que ficou cego aos 7 anos de idade, logo após testemunhar a morte acidental de seu irmão menor. sua carreira e as dificuldades com as drogas, o racismo e as mulheres. Jamie Foxx ganhou o Oscar pelo papel.

**Um clarão nas trevas** – Audrey Hepburn é uma jovem que ficou cega

recentemente e ainda não aprendeu bem a se deslocar na escuridão. seu marido chega de uma viagem e, no aeroporto, uma mulher desconhecida lhe entrega uma boneca e pede a ele que guarde. mas um psicopata assassino, vai atrás da boneca, recheada de heroína, e coloca a vida da jovem em perigo. um ótimo suspense, que deu à Audrey uma indicação ao Oscar.

**Uma história de luta** – Saga de um garoto cego durante os anos 70. Ele luta contra tudo e todos para alcançar seus sonhos e sua liberdade. Mirco (Luca Capriotti) é um jovem toscano de dez anos apaixonado por cinema, que perde a visão após um acidente. Uma vez que a escola pública não o aceitou como uma criança normal, é enviado para um instituto de deficientes visuais em Gênova. Lá, descobre um velho gravador e passa a criar histórias sonoras. Baseado na história real de Mirco Mencacci, um renomado editor de som da...

**Uma vida para viver** – Crianças com deficiência visual, preparadas por seus professores para uma vida independente, falam sobre o que querem ser quando crescerem, e mostram acreditar que não existem barreiras ou limites para elas

**Vermelho como o céu** – Anos 70, um garoto toscano de 10 anos, sofre um acidente com a arma do pai e perde a visão. Como na época era proibido aos cegos frequentarem escolas normais na Itália, ele é enviado a um internato em Gênova, onde descobre sua forma de adaptar-se ao mundo. Baseado na história real do mais famoso sonoplasta do cinema italiano, Mirco Menacci. Bello.

**Zatoichi** – Japão do século 19, um andarilho sobrevive fazendo massagens e jogando cartas, mas por trás de sua aparência humilde esconde-se um talentoso espadachim. quando, numa aldeia, ele é obrigado a defender duas gueixas, acaba chamando a atenção da máfia local e é obrigado a voltar à ação. um dos melhores filmes de Takeshi Kitano, também protagonista no filme.

d'ego hormandi

Para o corpo de texto, legendas, notas, sessões, subtítulos foi utilizada a família tipográfica DIN Pro, em versões Regular, Bold, Itálica, Medium, Condensed, Light. Para destaques, abres de capítulos, título em capa utilizou-se a fonte American Typewriter.

O censo demográfico apresentado pelo IBGE em 2010 apontou cerca de 45 milhões de pessoas com alguma deficiência vivendo no Brasil, dentre as quais 35 milhões são deficientes visuais. Apesar de consistir grande parcela da população, são notáveis as barreiras que esse público enfrenta para ter acesso à cultura e ao lazer, pois as iniciativas de inclusão em ambientes de convívio social são limitadas e muitas vezes inexistentes. Sob o olhar do Design, e com base em métodos relacionados Design de Serviços, este trabalho apresenta uma pesquisa não propositiva sobre acessibilidade daquele público em salas de cinema, considerando toda a complexidade que envolve essa experiência, desde, por exemplo, a produção de filmes até a experiência propriamente dita nos espaços de projeção.

