

Princípios para a audiodescrição de cards de divulgação: a experiência adquirida com o NordEsTrad

Manoela Cristina Correia Carvalho da Silva*
Elaine Alves Soares**
Katherine Herdy Duailibi Zuanny***

1. Introdução

A audiodescrição (AD) é uma modalidade de Tradução Audiovisual Acessível (TAVA) que transforma informações-chave, disponíveis prioritariamente de forma imagética, em palavras. Segundo Greco e Jankowska, ela é “[...] uma descrição verbal de um conteúdo midiático (áudio)visual.¹ [...] A AD, [portanto] pode ser classificada como uma modalidade de tradução intersemiótica na qual sinais acústicos não-verbais, visuais verbais e visuais não-verbais são traduzidos na forma de sinais acústicos verbais”² (2020, p. 69).³

* Doutora em Educação e mestre em Letras e Linguística, ambos pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). É professora adjunta do Instituto de Letras da UFBA e Coordenadora do grupo de pesquisa Tradução e Acessibilidade (TrAce) do Instituto de Letras da UFBA. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1401867652891934>

** Graduada em Letras Vernáculas com uma Língua Estrangeira Moderna (Inglês) pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Integra, como pesquisadora voluntária, o grupo de pesquisa Tradução e Acessibilidade (TrAce) do Instituto de Letras da UFBA. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2866199030578367>

*** Graduada em Letras Língua Estrangeira Moderna ou Clássica (Inglês) pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Integra, como pesquisadora voluntária, o grupo de pesquisa Tradução e Acessibilidade (TrAce) do Instituto de Letras da UFBA. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7383823297781730>

¹ O material a ser traduzido não precisa possuir, necessariamente, uma parte de áudio. Um exemplo disso são as imagens estáticas, como fotografias, pinturas, esculturas etc.

² No caso da AD de um filme, por exemplo, os signos visuais verbais se referem aos textos que aparecem na tela (letreiros, cartas, mensagens de texto etc.), enquanto os visuais não verbais são todas as demais imagens (paisagens, vestuário, características físicas de personagens etc.). Já os signos acústicos não verbais são os efeitos sonoros. Algumas vezes, eles precisam ser apoiados pela AD, especialmente no caso do público infantil, que pode não estar familiarizado com alguns sons: “O trem

Submetido em 14/11/2022

Aceito em 03/04/2023

O público-alvo primário da AD é formado por pessoas cegas ou com baixa visão, mas ela também pode ser benéfica a outros públicos, como pessoas com deficiência intelectual (CARNEIRO 2015, 2020), dislexia, TDHA, aprendizes de língua estrangeira, crianças em fase de alfabetização, idosos, entre outros. Atualmente, o reconhecimento de sua importância tem crescido, especialmente com o avanço das redes sociais e o aumento no uso de recursos visuais para a propagação de informações de forma mais rápida, sintetizada e atrativa.

Com o distanciamento social ocasionado pela pandemia de Covid-19, por exemplo, diversos programas e instituições de ensino precisaram se adequar a uma nova realidade, passando suas atividades da modalidade presencial para a remota. Dessa forma, eventos acadêmicos que aconteciam presencialmente também passaram a acontecer em contextos on-line/*live streaming* e a sua divulgação em tempo real pelos meios digitais se tornou cada vez mais necessária, tornando a circulação dos chamados “cards eletrônicos” uma prática comum.

Com o crescimento da visibilidade de pautas importantes como a da inclusão, muitos desses cards têm sido audiodescritos numa tentativa de eliminar a barreira visual e ajudar a construir experiências e oportunidades que sejam, verdadeiramente, para todos. Contudo, muitas dessas iniciativas partem de leigos e, apesar de bem-intencionadas, resultam em ADs de baixa qualidade que não atendem às reais necessidades e preferências do público-alvo, uma vez que a ordem e a forma na qual as informações são traduzidas têm grande peso na formação da imagem mental por parte de quem utiliza esse recurso.

No entanto, o desconhecimento dos parâmetros para a criação de ADs não se restringe às iniciativas voluntárias e extraoficiais, mas se estende às próprias Comissões de Organização de eventos acadêmicos, que, muitas vezes, não dispõem de integrantes familiarizados com questões de

de ferro chega na estação: [som de uma locomotiva]”. Isso também ocorre com efeitos sonoros não literais (sons que não existem no mundo real), como, por exemplo, em: “Ele desfere golpes com seu sabre de luz: [som do sabre]”.

³ Texto fonte: “Audio description is a verbal description of (audio)visual media content. [...] AD can be classified as an intersemiotic translation practice in which audio-nonverbal, visual-verbal and visual-nonverbal signs are translated into audio-verbal signs”. (A tradução desta citação e de todas as outras em que não houver menção ao nome do tradutor é de nossa autoria.)

acessibilidade. Além disso, mesmo com a existência de trabalhos sobre a AD de imagens estáticas, como imagens presentes em materiais didáticos e charges e cartuns (ex.: MOTTA, 2016; SILVEIRA, 2019), a escassez de pesquisas publicadas que tratem de forma simples e objetiva das especificidades da elaboração de roteiros de AD para cards acaba dificultando ainda mais esse processo.

Desta forma, neste artigo compartilhamos uma experiência formativa em TAVA, oportunidade ainda rara mesmo em cursos de formação em Tradução no país, realizada por alunos de graduação integrantes do grupo de pesquisa Tradução e Acessibilidade (TrAce) do Instituto de Letras da Universidade Federal da Bahia (ILUFBA).⁴ O grupo audiodescreveu os cards de divulgação do *NordEsTrad*, evento organizado pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Tradução (ABRAPT), que teve como objetivo divulgar, estabelecer diálogos e apresentar as abordagens de pesquisa em tradução no Nordeste brasileiro. O ciclo de palestras que, no ano de 2021, aconteceu de forma remota através de transmissões ao vivo na plataforma YouTube, contou em sua comissão organizadora com professores que visaram tornar o evento o mais acessível possível. Assim, como parte dessa iniciativa, eles solicitaram ao grupo TrAce que fizesse a AD do material que seria utilizado para a divulgação on-line.

O presente artigo tem como objetivo, então, apresentar o processo de audiodescrição dos cards de divulgação do *NordEsTrad*. Para tanto, além da descrição das etapas do projeto e da análise de exemplos de ADs que circulam nas redes sociais, serão apresentadas as reflexões e conclusões a que o grupo chegou durante a acessibilização dos cards. Desse modo, espera-se que a experiência do TrAce possa trazer orientações práticas para a elaboração do roteiro de ADs de imagens do gênero, pontuando que aspectos devem ser levados em consideração nesse tipo de audiodescrição.

⁴ Além das autoras deste artigo, participaram do projeto as integrantes do TrAce: Adriana da Paixão Santos, Amanda Hora da Silva, Andressa da Silva Queiroz, Fernanda da Silva Góis Costa e Manoela Nunes de Jesus.

2. Princípios para a audiodescrição de cards de divulgação

A maioria absoluta dos guias e Normas sobre audiodescrição, tanto nacionais quanto internacionais, tem como foco as imagens dinâmicas (filmes de cinema, programas de TV, peças de teatro etc.). Quando menções à AD de imagens estáticas são feitas, elas estão direcionadas às artes plásticas (pinturas, esculturas etc.) em contexto museológico (museus, galerias de arte etc.). No caso do Brasil, o problema se repete tanto no *Guia para produções audiovisuais acessíveis* (NAVES; MAUCH; ALVES; ARAÚJO, 2016), quanto na ABNT NBR 16452 *Acessibilidade na Comunicação – Audiodescrição* (2016). A exceção é a Nota Técnica nº 21/ 2012 / MEC / SECADI /DPEE, documento criado no ano de 2012 com o objetivo de apresentar uma série de orientações para a descrição de imagens presentes no dispositivo de geração de livros digitais acessíveis Mecdaisy.

Contudo, como a Nota Técnica foi criada já há algum tempo, o documento possui algumas diretrizes que necessitam de atualização para, assim, refletir o que já foi pesquisado ao longo dos anos. Dois exemplos desse problema são a recomendação do uso de vocabulário técnico, como os relacionados ao enquadramento da imagem (plano geral, plano médio, plano *plongée*), e da expressão “a charge, cartum, história em quadrinho e tira cômica mostra/apresenta” no início da AD.⁵ Além disso, devido ao fato de o documento ter sido pensado prioritariamente como apoio para a acessibilização de livros e também devido à sua própria data de publicação, o texto não trata da audiodescrição de materiais digitais como os cards de divulgação.

Outra questão a ser levada em consideração, independentemente de o guia ou Norma se dedicar à AD de imagens estáticas ou não, é o fato desses documentos apresentarem recomendações e não regras. Uma recomendação comum, por exemplo, é que se faça a descrição dos elementos de uma imagem preferencialmente da esquerda para a direita,

⁵ O uso de jargões do universo cinematográfico, como no exemplo, acaba por quebrar o fluxo de imersão do público no produto audiovisual, deixando a experiência mais artificial. Além disso, muitas pessoas desconhecem o significado desses termos. Já o uso de expressões como “a imagem mostra” é redundante, já que o propósito da AD é justamente traduzir os aspectos visuais de um material. Logo, expressões desse tipo são consideradas “expressões vazias” que não trazem informações novas ou relevantes ao usuário.

de cima para baixo. Contudo, um parâmetro como esse deve ser analisado de forma cautelosa pelo audiodescritor, pois as escolhas tradutórias devem ser pautadas pela finalidade do texto meta, o que pode, inclusive, levar o tradutor a fazer adequações que vão de encontro às próprias instruções presentes nesses guias.

Desse modo, a partir de uma concepção funcional da tradução,⁶ um dos principais aspectos a se considerar durante o processo tradutório é o escopo, ou seja, o objetivo do texto-alvo. Vermeer (1996), em sua Teoria do Escopo, afirma que:

Toda ação se dirige (de forma mais ou menos consciente) a um objetivo determinado, e se realiza de modo que o referido objetivo possa ser alcançado da melhor forma possível na situação correspondente. [...] A produção de um texto é uma ação que também se dirige a um objetivo: que o texto “funcione” o melhor possível na situação e nas condições previstas. Quando alguém traduz ou interpreta, produz um texto. A tradução/ interpretação também deve funcionar de forma ótima para a finalidade prevista. Este é o princípio fundamental de nossa teoria da translação. O que está em jogo é a capacidade de funcionamento do *translatum* (o resultado da translação) em uma determinada situação, não a transferência linguística com a maior “fidelidade” possível a um texto de partida (o qual, inclusive, pode ter defeitos), concebido sempre em outras condições, para outra situação e para outros “usuários”, distintos dos do texto final. (REISS; VERMEER, 1996, p. 5, grifo do autor)⁷

Assim, perguntas norteadoras como o “para quê?” e o “para quem?” são cruciais para alcançar a construção de uma tradução que seja

⁶ O Funcionalismo tem sido usado como aporte teórico por vários estudiosos na área da TAV e da TAVA. Uma explanação detalhada da teoria e sua aplicação à AD fuge ao escopo do presente artigo. No entanto, para os interessados em um aprofundamento dessa questão, sugerimos como leituras iniciais Silva (2009) e Vercauteren (2014).

⁷ Texto fonte: “Toda acción se dirige (de forma más o menos consciente) a un objetivo determinado, y se realiza de modo que dicho objetivo pueda alcanzarse lo mejor posible en la situación correspondiente. [...] La producción de un texto es una acción que también se dirige a un objetivo: que el texto ‘funcione’ lo mejor posible en la situación y en las condiciones previstas. Cuando alguien traduce o interpreta, produce un texto. También la traducción/interpretación ha de funcionar de forma óptima para la finalidad prevista. He aquí el principio fundamental de nuestra teoría de la traslación. Lo que está en juego es la capacidad de funcionamiento del *translatum* (el resultado de la traslación) en una determinada situación, no la transferencia lingüística con la mayor ‘fidelidad’ posible a un texto de partida (tal vez incluso defectuoso), concebido siempre en otras condiciones, para otra situación y para otros ‘usuarios’ distintos a los del texto final”.

adequada à sua finalidade. A AD, como visto anteriormente, é uma modalidade de tradução que foi pensada primariamente para o público de pessoas com deficiência visual. Desse modo, é necessário que o audiodescritor tenha sempre em mente quais são as necessidades e preferências desse grupo, o contexto no qual a imagem se encontra e a sua finalidade de uso.

No caso dos cards de divulgação, o acesso de pessoas com deficiência é geralmente mediado pelos leitores de tela, que são softwares que fazem a leitura em voz alta das informações presentes na tela em que o usuário navega (TEIXEIRA, 2015). O recurso pode ser utilizado tanto em computadores quanto em smartphones. No entanto, a dinâmica da leitura dos elementos irá variar. No computador, por exemplo, a navegação pode ser feita de três formas diferentes: lendo toda a tela, lendo apenas os links ou lendo os cabeçalhos. Já nos smartphones, o usuário pode optar pela leitura da tela inteira ou de conteúdos específicos à medida que eles são selecionados. Contudo, seja qual for a mídia ou a modalidade de navegação, cada texto que corresponde a um item na tela é lido na íntegra, não havendo a possibilidade de que as pessoas que fazem uso desse recurso possam pular trechos que não sejam tão relevantes, por exemplo.

Como os cards de eventos on-line são um tipo de peça publicitária, eles aliam um forte apelo visual à transmissão de informações de forma rápida e objetiva. Isso se justifica, em certa medida, pelo fato desse tipo de imagem ser publicado usualmente na internet, mais especificamente nas redes sociais, onde a dinâmica é cada vez mais veloz e a atenção dos usuários vai se direcionar apenas para conteúdos que sejam relevantes para eles. Como os leitores de tela não leem imagens, apenas texto, esses cards só podem ser acessados por pessoas com deficiência visual por meio da AD. A principal função da audiodescrição desse tipo de material, portanto, é divulgar as informações do evento para atrair possíveis interessados. Logo, o conteúdo imagético, por mais atraente que seja, assume um caráter secundário e deve ser descrito com o nível de detalhamento adequado para não transformar um material direto, sucinto e objetivo em um texto extenso, prolixo e cansativo.

Tendo tudo isso em mente, a AD desse tipo de material vai precisar

seguir uma lógica na qual as informações mais relevantes (nome do evento, palestrantes, local, data, hora etc.) venham em primeiro lugar, enquanto as informações secundárias (descrição de elementos gráficos, características físicas dos palestrantes etc.) apareçam posteriormente. Isso para que o usuário com deficiência visual possa ter, inclusive, a opção de continuar ou não a ouvir a AD de acordo com o seu interesse no evento. Infelizmente, muitas das ADs de cards encontradas na internet não seguem esses princípios. Para exemplificar essa questão, a seguir são analisados dois exemplos de ADs de cards de eventos divulgados nas redes sociais:⁸

#PARACEGOVER: card com fundo vermelho. No topo a frase: Uma história de sucesso. Na sequência, à esquerda, foto do rosto de homem, branco, com camisa azul claro, usando óculos escuros. À direita (sic), foto de mulher branca, cabelo preto, liso, curto, vestindo blusa laranja, usando echarpe na cor laranja em tom mais claro. Usa óculos de grau em formato retangular. Está com batom laranja. Há leve sorriso nos lábios. Abaixo da foto do homem, as palavras: Mediador: X (nome do mediador). Abaixo da foto da mulher, as palavras Convidada: X (nome da convidada). Na sequência, data, dia da semana e horário: 11 de julho, domingo, 18 horas. Seguindo, está o endereço Instagram X (endereço Instagram). Abaixo, as palavras: Apoio do lado esquerdo e Projeto X (nome do projeto) do lado direito. Entre as palavras a logomarca do Projeto X (nome do projeto). Fim da descrição.

Quadro 1 – Exemplo 1

(Adaptação TrAce⁹)

Um dos primeiros pontos a serem observados nessa AD é a da ordem na qual as informações são citadas no roteiro. Nesse caso, a AD segue estritamente a ordem em que os elementos estão dispostos na imagem, obedecendo a recomendação de descrever de cima para baixo e,

⁸ Os roteiros sofreram algumas omissões para a preservação da identidade de terceiros. Desse modo, os nomes de pessoas e instituições citadas, por exemplo, foram substituídos por letras X, seguidas de parêntesis que explicam o que está sendo suprimido.

⁹ Para a consulta do material sem adaptação, acessar: <https://aiabrasilia.blogspot.com/2021/07/uma-historia-de-sucesso.html?m=1>

por isso, iniciando do topo do card até a sua parte inferior. A ordem utilizada acaba sendo problemática pelo fato de não dar protagonismo às informações mais relevantes e por não facilitar o processo cognitivo exigido para se correlacionar alguns dos elementos do texto.

Um exemplo disso é a forma como primeiro os palestrantes do evento são descritos sem ao menos terem seus nomes citados e como essa informação é dada posteriormente e em bloco, após ambas as descrições físicas. Embora seja perceptível que houve um cuidado para organizar as informações do card, é preciso lembrar que seguir uma lógica na qual elementos que se relacionam sejam descritos como um todo significativo (Por exemplo: nome do convidado e sua descrição) diminui o esforço cognitivo para memorização e interpretação desses dados.

Além disso, uma segunda característica importante em uma AD é a padronização ou busca por equilíbrio na descrição de elementos de natureza semelhante. No caso da descrição da foto dos participantes do evento, há um contraste significativo entre a AD do mediador e da convidada. De um lado, a descrição do homem acaba sendo um pouco vaga, sem elementos que permitam a construção de uma imagem mental mais clara daquele indivíduo. Por outro lado, a descrição da mulher, mesmo sucinta, se apresenta muito mais completa, com características como a aparência do cabelo, a expressão facial e, até mesmo, a cor do batom.

É possível que essas descrições sejam exemplos de autodescrições, ou seja, que tenham sido elaboradas pelos próprios palestrantes e, por isso, apresentem essa discrepância. No entanto, essa disparidade acaba, mesmo que não intencionalmente, dando maior destaque a um dos participantes. No caso do card em questão, esse destaque foi assegurado à convidada, o que é perfeitamente compreensível e, muitas vezes, até mesmo desejável. No entanto, caso houvesse mais convidados, um cuidado especial com a padronização e a orientação com relação a que elementos incluir no roteiro poderia garantir maior equilíbrio entre as ADs produzidas, especialmente no caso de autodescrições.

Por fim, outro aspecto a ser observado nesse exemplo é a forma como a própria *live* é apresentada. Apesar do tema da palestra aparecer no

início da AD (“No topo a frase: Uma história de sucesso”), o roteiro acaba não indicando, em nenhum momento, que se trata de um evento e qual a sua natureza, deixando para o usuário da AD a tarefa de inferir a partir das informações apresentadas posteriormente.

LIVE! Audiodescrição, autodescrição ou apenas descrição de si mesmo?
 No canal X (nome do canal) no Youtube
 Dia 13/07 às 19h
 Participação:
 X (nome do convidado 1)
 X (nome do convidado 2)
 X (nome da convidada 3)
 X (nome do convidado 4)

Descrição: cartaz horizontal, de fundo lilás com letras brancas.
 No topo o título da live e à direita a logo do X (nome do canal) na cor amarela.
 À esquerda, sob o título, as fotos de rosto dos participantes, X (nome do convidado 4) e X (nome da convidada 3) e, abaixo, X (nome do convidado 2) e X (nome do convidado 1). Ao lado das fotos a frase “No canal do X (nome do canal) do Youtube”. À direita, o símbolo da AD, sendo o A, vermelho vivo e o D, preto.
 No canto inferior direito, a data e horário.

Quadro 2 – Exemplo 2
 (Adaptação TrAce¹⁰)

Neste exemplo temos o emprego de uma estratégia de condensação interessante, qual seja, o uso da legenda da imagem como espaço para oferecer as informações mais importantes sobre o evento, deixando para a AD a função de descrever o conteúdo visual do card. O roteiro é sucinto e apresenta boa redação. No entanto, há a ausência de qualquer informação acerca da descrição física dos convidados. Apesar de termos a menção às fotografias dos participantes da *live*, não são fornecidas informações sobre a

¹⁰ Para a consulta do material sem adaptação, acessar: <https://www.instagram.com/p/CROsma-FwHq/>

aparência dessas pessoas, o que acaba sendo um ponto problemático, já que as pessoas sem deficiência visual que tiverem acesso à imagem terão acesso a esse dado. Além disso, esse ponto também chama atenção pela própria temática do evento, que está relacionada justamente à discussão desse aspecto da AD. É importante, então, também levar em consideração o contexto do card e do evento para que informações importantes e relacionadas ao tema não fiquem de fora.

Por fim, o texto menciona as cores nas quais as letras que formam o símbolo da AD estão grafadas, mas não descreve o próprio símbolo, que pode não ser conhecido pelo público. Como o pictograma, que é formado apenas pelas letras “A” e “D”, seguidas de três linhas verticais curvas e convexas, não demanda uma descrição longa, essa informação poderia ter sido facilmente incluída no texto sem prejudicar seu estilo enxuto e direto.

Após a análise desses exemplos, na seção a seguir, apresenta-se a experiência da criação das ADs dos cards do evento *NordEsTrad*, a fim de que os parâmetros delineados pelo TrAce possam ser explorados de forma mais detalhada e aprofundada.

3. A audiodescrição dos cards do *NordEsTrad*

O curso de graduação em Letras da Universidade Federal da Bahia não dispõe de uma habilitação em Tradução. Contudo, muitos de seus discentes se interessam pela temática e desejam prosseguir seus estudos ingressando em uma das linhas de pesquisa dos dois programas de pós-graduação da instituição ligadas a essa área: Estudos de Tradução Cultural e Intersemiótica (Programa de Pós-Graduação em Literatura e Cultura – PPGLitCult) e Aquisição de Línguas, Tradução e Acessibilidade (Programa de Pós-Graduação em Língua e Cultura – PPGLinC).

Então, para suprir a lacuna existente, já que poucas disciplinas de tradução são ofertadas na grade do curso,¹¹ os alunos contam com grupos

¹¹ No momento de escrita deste artigo, o curso está passando por um processo de reformulação curricular, com discussões que levam em consideração, dentre outras questões, a escassez de disciplinas sobre tradução.

de pesquisa,¹² entre eles o Tradução e Acessibilidade (TrAce). O TrAce tem como foco a Tradução Audiovisual (TAV) e alia teoria e prática, realizando, entre outras ações, projetos voluntários de acessibilidade para que esse fazer possa alimentar questionamentos e descobertas teóricas. É nesse espírito, portanto, que a audiodescrição dos cards do *NordEsTrad* foi realizada.

No início da atividade, que ocorreu de modo totalmente virtual devido ao contexto pandêmico, a Coordenadora do grupo realizou uma reunião na qual: a) a AD de um card cuja ordem da disposição das informações não era muito efetiva foi analisada; b) outra AD produzida por ela, para que servisse de exemplo, foi apresentada; e c) as diretrizes para que as ADs do *NordEsTrad* ficassem padronizadas foram traçadas,¹³ uma vez que pessoas diferentes ficariam responsáveis pelos roteiros. Assim, foi determinado que:

- 1- Informações gerais sobre o evento são mais importantes do que o elemento estético (ilustrações, tipografia etc.);
- 2- A descrição deve partir dos aspectos mais relevantes para os detalhes;
- 3- Ao descrever os elementos estéticos, a AD deve ser simples e sucinta;
- 4- Ao descrever fotografias, deve-se dar destaque aos convidados e não ao fundo da foto;
- 5- É importante localizar os elementos descritos e tentar iniciar as frases com expressões como “No canto direito” ou “No centro”;¹⁴
- 6- O texto precisa ser conciso, claro e fluido. Também deve-se

¹² Digno de nota é o fato de que o Instituto de Letras da UFBA foi pioneiro na formação e pesquisa em audiodescrição no Brasil com o grupo de pesquisa Tradução, Mídia e Audiodescrição (TRAMAD) ainda no início dos anos 2000.

¹³ Na época da criação dos roteiros, não foram encontrados trabalhos que focassem especificamente na AD de cards. As diretrizes delineadas surgiram a partir da aplicação de princípios funcionalistas à roteirização desse gênero textual, bem como da adaptação de diretrizes mais gerais encontradas em documentos oficiais como, por exemplo, os já citados *Guia para produções audiovisuais acessíveis*, ABNT NBR 16452 e Nota Técnica nº 21.

¹⁴ Essas expressões são essenciais, pois elas podem auxiliar pessoas que tenham algum tipo de resíduo visual funcional na exploração do material, funcionando como uma espécie de guia.

evitar repetições ou “palavras vazias”,¹⁵ utilizando-se vocabulário rico e variado;

7- O uso de *hashtags*, como “#pracegover #pratodosverem #audiodescrição”, é importante;¹⁶

8- Deve-se marcar o final do texto, usando expressões como, por exemplo, “Fim da descrição”.¹⁷

Por fim, a Coordenadora também pontuou a importância dos créditos da tradução, recomendando que se adicionasse, ao final de cada roteiro de AD, o texto: “Audiodescrição: Grupo de pesquisa TrAce – Tradução e Acessibilidade. Roteiro: (nome do integrante). Revisão: (nome da Coordenadora)”.

Após estabelecidas as diretrizes, cada participante do projeto escolheu um card do evento para audiodescrever. Para o evento, foram produzidos oito cards. Porém, à época, o grupo contava com apenas sete alunos. Assim, a Coordenadora incumbiu-se da elaboração do roteiro da AD do card do último dia de evento.

No prazo estabelecido, a integrante que ficou com o card do primeiro dia encaminhou a primeira versão da AD para a Coordenadora, a fim de que fosse revisada e o *feedback* fosse repassado ao restante do grupo. Nesse *feedback*, algumas das questões mais relevantes apontadas pela Coordenadora envolveram a descrição das fotos. Foi recomendado, então, que inicialmente se deveria mencionar se a fotografia está em preto e branco ou é colorida. Depois, descrever o palestrante, incluindo informações como o tom de pele, a cor dos olhos, a cor e comprimento dos cabelos e alguma outra característica que se destaque em sua aparência. Por fim e de forma breve, mencionar a roupa e os acessórios. Além disso, ter

¹⁵ São exemplos de “palavras vazias”: mostra, apresenta, vê, observa-se etc. Elas não agregam significado à AD e tornam o texto mais longo.

¹⁶ O uso da *hashtag* auxilia a indexar materiais em redes sociais, transformando tópicos e frases em hiperlinks que levam a páginas com outras publicações relacionadas ao mesmo tema. Seu uso, inclusive, estimulou o crescimento da presença da AD nos posts digitais. A primeira delas, a #pracegover, foi criada em 2012 por Patrícia Braille. Posteriormente, *hashtags* como #pratodosverem, #pratodomundo ver ou #audiodescrição passaram a enfatizar a utilidade do recurso para um público mais amplo (BETIM; RAMALHO, 2020).

¹⁷ A utilização de expressões como essa faz com que o usuário de um leitor de tela tenha certeza de que o texto foi finalizado e que ele escutou a AD por completo.

tato ao descrever características consideradas menos lisonjeiras (calvície, rugas, cabelos brancos etc.) e evitar usar adjetivos que possam causar algum tipo de constrangimento.

Nesse momento, a Coordenadora disponibilizou, ainda, um documento produzido em um outro projeto do grupo (SILVA *et al*, 2022), que também continha ADs de pessoas, a fim de facilitar o processo. Além disso, a Coordenadora informou aos demais integrantes como cada palestrante e mediador do evento preferiria ser descrito (ex.: pessoa de pele clara, negro, pardo etc.), já que essa informação havia sido solicitada para que as ADs fossem produzidas da maneira mais respeitosa possível.

Após a elaboração do roteiro das demais ADs, as quais também foram analisadas e receberam avaliações que foram repassadas aos outros alunos envolvidos no projeto, o objetivo era submeter os textos aos dois colaboradores com deficiência visual integrantes do TrAce, ambos profissionais consultores em AD.¹⁸ No entanto, fatores como a alta carga de demandas e o curto prazo para a entrega do material fizeram com que os roteiros não pudessem ser avaliados por eles; uma vez que, enquanto voluntários, suas atividades pessoais e profissionais precisavam ser respeitadas pelo grupo.

No entanto, como as ADs dos cards do *NordEsTrad* foram criadas seguindo princípios já avaliados por um desses consultores para um outro evento on-line, o grupo decidiu seguir para a próxima etapa e a Coordenadora encaminhou a versão final dos textos para os organizadores e palestrantes do evento, que gentilmente nos deram *feedback* a respeito de suas descrições. Os comentários foram bastante positivos. Muitos informaram não terem sido audiodescritos anteriormente e elogiaram suas descrições, além de terem apontado a qualidade dos textos, observando que as ADs foram elaboradas de forma enxuta e objetiva.

Vale salientar ainda que, dentro do espírito crítico e colaborativo que caracteriza o TrAce, a AD feita pela Coordenadora também foi analisada pelos demais integrantes do grupo, incorporando sugestões trazidas pelos alunos.

¹⁸ Na época, o grupo contava com os voluntários Ednilson Sacramento e Manoel Negraes. Hoje, o grupo conta também com o apoio de Maria Carlota Pires.

Para ilustrar melhor como as diretrizes foram aplicadas, apresentamos a seguir a versão final da audiodescrição do terceiro card do *NordEsTrad*. Do mesmo modo como procedemos com relação às demais ADs, optamos por omitir as fotos e nomes dos palestrantes. No entanto, apresentamos o layout geral da peça para facilitar o entendimento dos comentários sobre a tradução realizada.



Imagem 1 – Terceiro card do *NordEsTrad*
(Adaptação TrAce¹⁹)

¹⁹ Para a consulta do material na íntegra, acessar:
<https://nl-nl.facebook.com/abrapt/posts/3080757598821004>

Audiodescrição do card: Evento online NordEsTrad – Nordeste em Tradução. Roda de conversa sobre tradução intersemiótica com X (nome do convidado 1) (UFBA/UNEB) e a cineasta X (nome da convidada 2). Mediação de X (nome da mediadora) (UFBA). Dia 11 de agosto de 2021 às 15h com transmissão pelo canal da ABRAPT no Youtube. Haverá emissão de certificados para ouvintes. Apoio: ABRAPT- Associação Brasileira de Pesquisadores em Tradução, UFBA - Universidade Federal da Bahia, PPGLinC - Programa de Pós-Graduação em Língua e Cultura, e LitCult - Programa de Pós-Graduação em Literatura e Cultura.

Cartaz quadrado. No alto, sobre fundo verde, em letras brancas, o nome do evento e o tema da conversa. Abaixo, as fotos da mediadora e dos convidados, lado a lado. À esquerda, a primeira foto é de X (nome da mediadora). Ela tem pele clara, olhos castanhos e cabelos grisalhos, lisos e curtos, presos para trás com uma tiara preta. De perfil, ela exibe um sorriso largo que destaca uma covinha e algumas linhas de expressão. Usa uma camiseta laranja e brincos prateados. No centro, a segunda foto é de X (nome do convidado 1). Ele tem pele clara, olhos castanhos-escuros, cabelos grisalhos curtos e é ligeiramente calvo. Sério, usa uma camiseta vinho. À direita, a terceira foto é de X (nome da convidada 2). Ela tem pele clara, olhos verdes e cabelos cacheados castanho-claros, repartidos de lado. Com um sorriso discreto, usa óculos de armação fina e dourada e uma blusa de alça estampada em tons de azul, vermelho, branco e preto. Na parte inferior do card, as informações do evento seguidas das logos dos apoiadores. Audiodescrição: Grupo de pesquisa TrAce - Tradução e Acessibilidade. Roteiro: X (nome da integrante). Revisão: X (nome da Coordenadora).

#pracegover #pratodosverem #audiodescrição

Fim da descrição.

Quadro 3 – Versão final da AD do terceiro card *NordEsTrad* (Adaptação TrAce²⁰)

²⁰ Para a consulta do material na íntegra, acessar:
<https://nl-nl.facebook.com/abrapt/posts/3080757598821004>

No primeiro bloco da AD se encontram todas as informações essenciais sobre o *NordEsTrad*, como: nome do evento, tema da *live*/roda de conversa, palestrantes, data, horário etc. Podemos observar que a AD busca seguir as recomendações acordadas pelo grupo, respeitando a ordem das informações dentro do card, mas levando em consideração o grau de relevância das mesmas. Dessa forma, para um melhor entendimento, se fez necessário que alguns elementos fossem descritos em ordem diferente daquela que consta visualmente na imagem.

A primeira adequação feita foi em relação à ordem de indicação dos palestrantes no parágrafo inicial da AD. Apesar da mediadora aparecer primeiro no card (se considerarmos a ordem “da esquerda para a direita”), ela é mencionada apenas após a apresentação de todos os convidados. Tal ordem foi decidida para dar destaque aos convidados, uma vez que eles são a atração principal da roda de conversa e podem influenciar o público na decisão de assistir ou não ao evento.

Em seguida, após o dia e meio de veiculação da roda de conversa em questão, há a presença de um dado relevante, mas que por vezes é deixado para a parte final da AD: a informação de que haverá emissão de certificados para os participantes do evento. Ressaltamos aqui a importância de se colocar essa informação também nesse primeiro trecho da AD, por ser um dos fatores que incentiva a participação do público.

Outra decisão foi trazer, ainda neste bloco, as organizações e associações que apoiam o evento. Mesmo que essas informações estejam visualmente na parte inferior do card, é preferível mencioná-las logo no início da AD para que seja dado o devido destaque. Isso porque os apoiadores são parte essencial para a realização dos eventos aos quais estão associados. Pontuamos, no entanto, que nem sempre será necessário fazer uma descrição detalhada, por exemplo, das logos que geralmente aparecem ao final do card já que a adição desse tipo de informação pode acabar apenas delongando a AD que, neste contexto, deve ser o mais sucinta possível.

Uma escolha feita pelo grupo em relação às siglas dos apoiadores foi a de trazê-las todas seguidas de seus respectivos significados em um

trecho só. Apesar de haver a menção à ABRAPT, por exemplo, numa frase anterior ao trecho dedicado aos apoiadores, foi decidido trazer o significado da sigla apenas no momento seguinte. Isso porque é recomendável que a AD busque equilíbrio e uma certa padronização na descrição de elementos de natureza semelhante.

No segundo bloco da AD, os elementos estéticos (como o design geral e a cor das letras do card) foram descritos de forma simples. Em seguida, foi feita a descrição sucinta de cada um dos participantes do evento, seguindo agora a ordem de disposição das fotografias na peça publicitária, neste caso da esquerda para a direita.

Houve casos em que os cards do evento contavam com quatro fotografias de palestrantes (duas em cima e duas embaixo). Nesses contextos, o grupo seguiu a lógica de ordenar a descrição das fotografias “de cima para baixo” e “da esquerda para a direita”, para ajudar na organização e percepção do todo da imagem. Essa estratégia ajuda a evitar o movimento de “subir e descer” entre elementos da imagem, o que poderia gerar confusão ao usuário da AD. Desta forma, esse trecho da AD para os cards que continham quatro fotos, ficou da seguinte maneira:

Abaixo, as fotos da mediadora e dos convidados, duas em cima e duas embaixo. À esquerda, a primeira foto é de X (nome e descrição da mediadora). À direita, a segunda foto é de X (nome e descrição do convidado). Na linha seguinte à esquerda, a terceira foto é de X (nome e descrição do convidado). À direita, a quarta foto é de X (nome e descrição do convidado). (Adaptação TrAce, 2021)²¹

Em relação à descrição dos palestrantes, seguimos a ordem de mencionar primeiro o tom de pele, a cor dos olhos e dos cabelos. Depois descrevemos os traços que de certa forma caracterizam as individualidades dos participantes, mesmo que pudessem ser considerados menos lisonjeiros, a exemplo de: cabelos grisalhos, menção a calvície e linhas de

²¹ Para a consulta do material na íntegra, acessar:
<https://www.facebook.com/abrapt/photos/pb.100039970191640.-2207520000..3080754625487968/?type=3>

expressão.²² Por último, de forma simples e sucinta, foram descritas a vestimenta, a maquiagem e os acessórios usados. Ressaltamos, ainda, que os componentes intrínsecos a esses dois últimos itens só foram descritos por aparecerem de forma perceptível. Por fim, como muitos dos mediadores do evento participaram de mais de uma *live*, a fim de manter o padrão, a mesma descrição foi repetida em cards posteriores.

Uma vez concluída nossa análise das ADs dos cards do *NordEsTrad*, passamos agora às nossas considerações finais, nas quais retomamos de forma resumida nossas principais recomendações para a produção de audiodescrições de cards.

4. Considerações finais

O presente artigo buscou apresentar princípios para a audiodescrição de cards de divulgação, por meio do relato da experiência adquirida pelos membros do grupo TrAce, quando da realização das ADs do evento on-line *NordEsTrad*. Como mostrado ao longo do texto, cada tipo de imagem a ser audiodescrita terá diferentes funcionalidades, por isso, ao se redigir um roteiro de AD deve-se ter em mente o escopo da tradução. Além disso, o audiodescritor precisa levar em consideração quais são as preferências e necessidades do público-alvo. O “para quem?” e o “para quê?”, portanto, determinam em grande medida o “como” de uma audiodescrição.

Uma vez que a AD de cards tem como prioridade a função informativa, recomendamos que os principais dados sobre o evento sejam os primeiros elementos a serem descritos. Desse modo, o público terá, de imediato, não só uma ideia clara sobre a programação, como sua navegação via leitor de tela será facilitada, com a opção de continuar ou não a ouvir a AD de acordo com o seu interesse no evento. Além disso, como o elemento estético, incluindo a descrição dos palestrantes, tem um peso secundário, nossa recomendação é que esse trecho da AD seja sucinto e simples, dando ao público uma ideia geral de como são as pessoas e o design do card, mas respeitando a natureza rápida e objetiva desse tipo de material publicitário.

²² É importante assegurar que os indivíduos cegos ou com baixa visão também tenham acesso a esse tipo de informação, já que a imagem dos participantes estará disponível para as pessoas videntes sem nenhum tipo de censura.

Vale lembrar que tais recomendações são apresentadas com o intuito de servirem como orientações e não têm a pretensão de serem regras inflexíveis, uma vez que cada imagem a ser audiodescrita terá peculiaridades e pode exigir algum tipo de adaptação com relação aos princípios sugeridos. Por fim, ressaltamos a importância do *feedback* dado por pessoas com deficiência visual para a garantia da efetividade de roteiros de AD e recomendamos a consulta a pessoas cegas ou com baixa visão antes da veiculação das audiodescrições.

Isso posto, esperamos que este artigo possa contribuir para a redução da lacuna ainda existente no âmbito das diretrizes relacionadas à AD de imagens estáticas, especialmente daquelas que circulam digitalmente (cards de divulgação, emojis, banners de redes sociais, etc.), e também possa servir como um incentivo ao desenvolvimento de pesquisas de natureza semelhante.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 16452: Acessibilidade em comunicação - Audiodescrição**. Rio de Janeiro: ABNT, 2016.

BETIM, Nicélia de C.; RAMALHO, David J. S. Projeto #ParaTodosVerem e #ParaCegoVer: o que dizem os deficientes visuais?. **Revista Acadêmica - Ensino de ciências e tecnologias IFSP - Campus Cubatão**, São Paulo, s/v, n. 7, p. 38-54, ago/dez 2020. Disponível em:

https://intranet.cbt.ifsp.edu.br/qualif/volume07/artigo03_ed_07.pdf. Acesso em: 20 de março de 2023.

BRASIL. **NOTA TÉCNICA No 21 / 2012 / MEC / SECADI /DPEE**. Brasília, Distrito Federal: Ministério da Educação, 2012.

CARNEIRO, B. C. dos S. **Recriando o roteiro de audiodescrição para a pessoa com deficiência intelectual**. 2020. 218 f. Tese (Doutorado) - Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. No prelo.

CARNEIRO, B. C. dos S. **Repensando o roteiro de audiodescrição para o público com deficiência intelectual**. 2015. 283 f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Instituto de Letras, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

GRECO, G. M.; JANKOWSKA, A. Media Accessibility Within and Beyond

Audiovisual Translation. *In*: BOGUCKI, Łukasz; DECKERT, Mikołaj (eds.). **The Palgrave Handbook of Audiovisual Translation and Media Accessibility**. Palgrave MacMillan: Londres, p. 57-81, 2020.

MOTTA, Lívia M. V. M. **Audiodescrição na escola**: abrindo caminhos para leitura de mundo. Campinas: Pontes Editora, 2016.

NAVES, Sylvia Bahiense; MAUCH, Carla; ALVES, Soraya Ferreira; ARAÚJO, Vera Lúcia Santiago. **Guia para produções audiovisuais acessíveis**. Brasília: Ministério da Cultura Secretaria do Audiovisual, 2016. 88 p.

REISS, Katharina; VERMEER, Hans J. **Fundamentos para una teoría funcional de la traducción**. Tübingen: Akal Ediciones, 1996. Tradução do alemão de: Sandra García Reina e Celia Martín de León.

SILVA, Manoela C. C. C. da. **Com os olhos no coração**: estudo acerca da audiodescrição de desenhos animados para o público infantil. 2009. 216 f. Dissertação (Mestrado em Letras e Linguística) Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

SILVA, Manoela C. C. C. da *et al.* Caminhos para a acessibilidade educacional: audiodescrição das imagens do aplicativo Iara. *Revista GEMInIS*, v. 12, n. 3, Santa Catarina, fev. 2022, pp. 100–123.

SILVEIRA, Deise M. M. **Audiodescrição de charges e cartuns no livro didático digital: Uma proposta de parâmetros à luz da gramática do design visual**. 2019. Tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

TEIXEIRA, Fabrício. Acessibilidade: como funcionam os leitores de tela. **UX Collective BR**, 2015. Disponível em:

<https://brasil.uxdesign.cc/acessibilidade-como-funcionam-os-leitores-de-tela-3d9b610216e1> . Acesso em: 26 de jun. de 2022.

VERCAUTEREN, Gert. A translational and narratological approach to audio describing narrative characters. **TTR: traduction, terminologie, rédaction**, v. 27, n. 2, p. 71-90, 2014. Disponível em: <https://www.erudit.org/en/journals/ttr/2014-v27-n2-ttr02697/1037746ar.pdf> . Acesso em: 13 jan. 2023.

Resumo

O presente artigo tem como objetivo apresentar orientações práticas para a elaboração de audiodescrições de cards de divulgação a partir de uma perspectiva funcionalista. Para tanto, foi tomada como base a experiência de acessibilização dos cards do evento *NordEsTrad*, realizada pelo grupo de pesquisa Tradução e Acessibilidade (TrAce) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). A partir dessa prática, pôde-se concluir que as ADs de cards de divulgação devem ser concisas, apresentar em primeiro lugar as informações do evento e secundarizar informações menos relevantes, como os elementos estéticos da imagem.

Palavras-chave: Tradução Audiovisual Acessível (TAVA); Audiodescrição (AD); Cards de divulgação.

Abstract

This article aims to present practical guidelines for audio describing event promotion cards from a functionalist perspective. To this end, the process of making the cards of the event *NordEsTrad* accessible, task carried out by the research group Tradução e Acessibilidade (TrAce) from the Federal University of Bahia (UFBA), was taken as a basis. At the end, it was concluded that such ADs must be concise, present the information about the event first and give less emphasis to the aesthetic elements of the image.

Keywords: Accessible Audiovisual Translation (AAVT); Audio description (AD); Event promotion cards.