

**Consumo de Entretenimento por Pessoas com Deficiência Visual:
A Audiodescrição como Recurso de Acessibilidade**

Rachel Macedo
Fábio Barboza
Marina Faria

RESUMO

A deficiência visual está presente em cerca de 18,6% dos brasileiros e é o tipo de deficiência mais representativo na população brasileira. Ainda assim, essas pessoas não costumam ser consideradas importantes dentro do processo de consumo, o que acaba restringindo o seu acesso a muitos serviços. Dessa forma, foi definido como objetivo principal desta pesquisa compreender como a audiodescrição influencia no consumo de entretenimento da indústria cultural por parte dos deficientes visuais. Para atingi-lo foram realizadas entrevistas semiestruturadas com pessoas com deficiência visual e com informantes-chave que trabalham com audiodescrição. Os resultados apontaram que ainda é muito reduzido o número de opções de entretenimento para essa parcela da população. Entretanto, alguns recursos – como a audiodescrição e a internet – vêm surgindo para auxiliar no aumento desta oferta. Constatou-se a audiodescrição tem influência positiva no aumento do consumo de entretenimento e na inclusão social dos deficientes visuais. Esta pesquisa chama atenção também para o papel do Poder Público na fiscalização e realização de ações mais inclusivas através das políticas públicas.

PALAVRAS-CHAVE: deficiência visual, consumo, entretenimento, audiodescrição.

1 Introdução

No mundo existem 1 bilhão de pessoas deficientes. Fazendo uma estimativa, uma em cada sete pessoas vive com algum tipo de deficiência (WHO, 2011). De acordo com o Censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no Brasil o número de pessoas com pelo menos um tipo de deficiência corresponde a 23,9% da população. A deficiência visual está presente em cerca de 18,6% dos brasileiros. Dentre essas pessoas, 6,5 milhões possuem essa deficiência de forma severa (IBGE, 2010). Segundo dados da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) de 2013 a deficiência visual é a mais representativa na população brasileira, com proporção de 3,6% (IBGE, 2015).

As pessoas com deficiência (PcD) se deparam com diversas limitações físicas e sociais. Elas não costumam ser consideradas importantes dentro do processo de consumo, devido a uma estigmatização histórica das PcD, que acaba restringindo o acesso dessas pessoas no que tange a serviços de diversas naturezas. Batinga, Correa e Pinto (2016) afirmam que a deficiência visual talvez seja o tipo que mais afeta o processo de consumo, visto que as pessoas cegas estão impedidas de acessar os recursos comunicacionais visuais, que são os mais utilizados pelas ações de marketing.

Neste sentido, a audiodescrição (AD) vem se mostrando como um recurso de acessibilidade extremamente eficiente, que proporciona a inclusão social dos deficientes visuais, ampliando o acesso à educação, entretenimento, lazer, comunicação e informação (CARPES, 2016). O Decreto Federal 5.296 de 2004 obriga as empresas brasileiras de telecomunicação a oferecer serviços acessíveis. Portanto, a implantação da audiodescrição se tornou obrigatória, ainda que não perceba a cumprimento desse decreto por parte de muitas organizações (SILVA, 2009). É imprescindível, então, que sejam estimuladas pesquisas nessa área para que o recurso ganhe maior visibilidade não só entre os cegos, mas também entre os videntes (ALVES, 2019; FRANCO e SILVA, 2010). Neste cenário, o objetivo principal da pesquisa é compreender como a audiodescrição influencia no consumo de entretenimento da indústria cultural por parte dos deficientes visuais.

Este projeto está alinhado com a proposta da Transformative Consumer Research (TCR), que tem como objetivo colocar em pauta temas que promovam o bem-estar dos consumidores (MICK, 2006). O TCR vem sendo utilizado em estudos com foco em pessoas com deficiência no intuito de gerar conhecimento em marketing que seja útil para esse grupo de consumidores que é vulnerável e costumeiramente desrespeitado pelos agentes de marketing (COELHO e ABREU, 2018; FARIA, CASOTTI e CARVALHO, 2018)

O estudo tem como foco o entretenimento no setor da indústria audiovisual e teatral, nomeadamente filmes, séries, programas de TV, clipes musicais, peças teatrais e musicais. Segundo o Atlas Econômico da Cultura Brasileira de 2017, em 2010 os setores culturais representavam cerca de 4% do PIB anual do Brasil. O Estudo sobre Valor Adicionado pelo Setor Audiovisual Brasileiro da ANCINE (2016) afirma a tendência de crescimento do setor audiovisual nos últimos anos. Em 2007 a geração de valor deste setor era de apenas R\$ 8,7 bilhões na economia e em 2014 foi responsável por um montante de R\$ 24,5 bilhões na economia (ANCINE, 2016).

A pesquisa abrange um tipo específico de deficiência, que é a visual. Dentre as deficiências auditivas, físicas, mentais e visuais, a última é a mais recorrente, podendo ser congênita ou adquirida, encontrada na pessoa totalmente cega ou com baixa visão (SILVA,

2015). A pesquisa foi realizada com adultos entre 18 e 65 anos - que já tiveram bastante experiência em uma sociedade sem a audiodescrição - da cidade do Rio de Janeiro. Raposo e López (2002) apontam que as pessoas com deficiência visual têm a mesma necessidade de lazer que os videntes, mas acabam se contentando com alternativas simples e insuficientes em virtude da falta de opções. É dever de todos disseminar o conhecimento nesta área e colaborar para que haja uma maior adaptação por parte da sociedade às necessidades das PcDs (SILVA, ABREU e MANO, 2015).

O presente artigo está estruturado em mais quatro capítulos além desta introdução. A próxima parte levanta o referencial teórico elucidando alguns conceitos importantes e levantando questões já pesquisadas sobre o consumo de lazer por pessoas com deficiência e em especial consumidores com deficiência visual. O capítulo três apresenta os procedimentos metodológicos seguidas na pesquisa empírica para que, logo em seguida, sejam analisados os achados. O último capítulo apresenta considerações finais e sugestões para pesquisas futuras.

2 Referencial Teórico

2.1 Indústria Cultural

Segundo o Ministério da Cultura (2008), o PRODEC – Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura afirma que a indústria cultural pode abranger as seguintes categorias: Expressões Culturais, Festas Populares, Patrimônio Histórico material e imaterial e seus usos, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme e Vídeo, Telecomunicações e Radiodifusão, Mercado Editorial, Software e Computação, Lazer, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade.

A cultura incentiva o desenvolvimento econômico de um país e promove a inclusão social, conforme citação retirada do Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura:

“Uma população que não tem acesso ao consumo e fruição cultural é amputada na sua dimensão simbólica. Nesse sentido, inclusão social significa, preponderantemente, direito de escolha e direito de acesso aos bens e serviços criativos brasileiros”. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011, p. 34)

A exclusão digital já é considerada co-responsável pela exclusão social, pois a falta de acesso à informação de qualidade prejudica o desenvolvimento social e intelectual do cidadão. Visto isso, precisamos reconhecer que o direito de acesso à rede já pode ser considerado um direito fundamental. Neste sentido, a inclusão digital serve como propulsora da inclusão social. E esta inclusão só será possível se forem utilizados meios que tenham abrangência social majoritária (SCHIEFLER, 2008).

Segundo Wilson Dizard Jr (2000, apud ISHIKAWA, 2014, p.18), estamos passando por um momento de transição das tecnologias da informação e comunicação. A televisão e os outros meios de comunicação estão passando por uma era de mudanças, estão sendo substituídos pela internet, que oferece maior gama de serviços de informação e entretenimento.

O modelo de visualização de conteúdos audiovisuais mais utilizado atualmente é o *streaming*, que começou a ganhar espaço em 2011, quando superou o download (DIAS, 2016). De acordo com Santini e Calvi (2012), o ato de fazer download e assistir conteúdos por *streaming* são as duas principais atividades de consumo e difusão de audiovisual no ambiente

online. Segundo Ladeira (2013), Netflix, Hulu e iTunes-Apple TV são as principais empresas desse segmento de *streaming*.

No ano de 1930 o teatro, parte da indústria cultural atual, foi consagrado como arte e não apenas uma atividade de entretenimento (COSTA, 2003). Conforme argumentado por Oliveira e Stoltz (2010), as artes cênicas são “uma necessidade artística de todo indivíduo”, pois ela faz com que os sentimentos se aflorem, as angústias e os medos se vão, dando lugar as alegrias verdadeiras, que permitem o crescimento das pessoas (COSTA, 2003).

O teatro mostra seu valor ainda em outro âmbito, visto que desencadeia um processo de democratização da cultura e ampliação da cidadania ao passo que permite o acesso da maior parte da população a bens públicos restritos à elite. Portanto, ele torna-se personagem importante na dimensão sócio-política. (TELLES, 2003). As artes cênicas têm uma importância, que com o passar do tempo, já não precisa mais ser questionada. Hoje a arte justifica-se como um todo (WEIGNER e SILVA, 2015).

2.2 Audiodescrição

A audiodescrição é um recurso criado nos Estados Unidos, a partir de algumas ideias de Gregory Frazier em sua tese de mestrado publicada há aproximadamente 40 anos, no ano de 1975 (FRANCO e SILVA, 2010).

No Brasil o assunto começou a ser discutido apenas nos anos 2000 quando o Ministério das Comunicações aprovou a Lei Federal nº 10.098, que estabelece normas e critérios para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou de mobilidade reduzida. Entretanto, a implementação da audiodescrição só se deu de fato no ano de 2011 (OLIVEIRA, 2011). De acordo com a definição técnica do Ministério das Comunicações (2006) na Portaria nº 310/2006:

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

“O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.” É o que afirma o artigo 215 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Entretanto faltam produtos e serviços que permitam que os deficientes visuais, foco deste estudo, tenham acesso à todos esses direitos (PENA e FERREIRA, 2011).

Podemos concluir explicitando a importância da audiodescrição através da fala de Mauricio Santana (2010), que afirma que “[...] um dos caminhos para a inclusão sociocultural e autonomia no campo da informação e do entretenimento audiovisual é, sem dúvida nenhuma, a audiodescrição”.

2.3 Consumo de lazer para pessoas com deficiência

Para Lin *et al.* (2019) é fundamental que os espaços de lazer produzam soluções de acessibilidade dando voz às PcD. Na contramão desta demanda são inúmeros os obstáculos que

os consumidores com deficiência encontram no dia-a-dia. Desde as limitações do transporte de massa até a dificuldade de locomoção dentro dos próprios ambientes de lazer (DAMASCENA, 2014). Além das dificuldades físicas, as PcDs enfrentam também uma limitação social, pois não costumam ser considerados importantes dentro do processo de consumo (DAMASCENA, MELO e BATISTA, 2012).

O lazer é indispensável para o ser humano, funcionando até mesmo como prevenção para certas doenças, além de, muitas vezes, realizar também a função social de integração das pessoas com deficiência (FARIA, FERREIRA e CARVALHO, 2010).

Os autores Araújo, Silva e Isayama (2008) identificaram que o lazer e o turismo são vistos pelos prestadores de serviço quase que exclusivamente como uma atividade comercial. Dificilmente há uma percepção das características sociais e esse é um fato que pode dificultar a inclusão das PcDs nas atividades de lazer.

Os clientes com deficiência podem demandar um tratamento diferenciado no atendimento e no proveito do serviço ofertado e, por esse motivo é um desafio para todas as organizações desse setor identificar esses consumidores, saber se comunicar com eles, prever suas necessidades e satisfazê-las de verdade (FARIA, FERREIRA e CARVALHO, 2010).

De uma forma geral, para lidar melhor com esse segmento específico de mercado, as empresas devem focar em conveniência, eficiência nas compras e nas políticas de troca, ambiente limpo, positivo e confortável - de preferência, que tenha locais para descanso - e funcionários bem preparados, prestativos e empáticos. É evidente que o preço também é uma variável importante, visto que o custo de vida de um deficiente é mais elevado do que das outras pessoas (BURNETT, 1996; SILVA, ABREU e MANO, 2015).

Com um ponto-de-vista muito semelhante, Baker, Holland e Kaufman-Scarborough (2007) listaram, em sua pesquisa, quatro fatores importantes que fazem com que a pessoa com deficiência se sinta bem-vinda ou não em uma loja. São eles: (i) o tratamento recebido dos funcionários; (ii) ambiente físico da loja; (iii) outros clientes presentes na loja e (iv) a variedade de produtos e serviços.

A maioria das pessoas com deficiência não costuma ir ao cinema ou ao teatro porque se deparam com inúmeras barreiras causadas pela falta de acessibilidade arquitetônica, comunicacional e de atitudes dos funcionários do local, que não são preparados para atender esse público (FARIA, FERREIRA e CARVALHO, 2010; PAULO ROMEU FILHO, 2010).

Por conta de toda essa dificuldade, esses consumidores com necessidades especiais acabam optando por não sair de casa e procuram formas de lazer que possam ser realizadas em domicílio. É o que Faria, Ferreira e Carvalho (2010) identificam como lazer intradoméstico. Os autores chegam à conclusão de que, muitas vezes, essas pessoas nem tentam se aventurar naquele tipo de lazer realizado fora da residência - o extradoméstico - e menos ainda no turismo.

Zhang e Yang (2019) frisam que só recentemente o setor hoteleiro, fundamental quando se pensa em lazer turístico, passou a lançar luz às demandas das pessoas com deficiência dando importância, por exemplo, aos comentários feitos por estas pessoas em sites de avaliação de hotéis.

2.4 Pessoas com deficiência visual como consumidores

A deficiência visual pode ser total - sem visão leve - ou ainda ter algum estímulo visual (BAKER, 2006). Dentre as pessoas com deficiência visual, temos dois grupos: os que nasceram cegos - cegos congênitos - e os que perderam a visão durante a vida - deficiência visual adquirida (FARIA E SILVA, 2011).

O deficiente visual se depara com inúmeras barreiras no mercado consumidor (BAKER, 2006). A pessoa que é totalmente cega precisa de opções diferenciadas das comuns para passar pela experiência de consumo de varejo como, por exemplo, pistas auditivas, táteis e em Braille (DAMASCENA e FARIA, 2013). Apesar dessas necessidades específicas, as pessoas com deficiência visual tendem a ser esquecidas quando se fala em acessibilidade e consumo. O mais comum, ainda que não satisfatoriamente, é que sejam vistas como medidas de acessibilidade adaptações úteis para pessoas com deficiências motoras renegando, assim, as especificidades requeridas pelas pessoas cegas ou de baixa visão (ECHEVERRI e SALOMONSON, 2019).

No estudo feito por Batinga, Correa e Pinto (2016) sobre consumo de serviços de beleza e estética foram identificados alguns fatores que influenciam na escolha do local de consumo e fidelização desse grupo de consumidores. Dois fatores muito relevantes foram: localização e atendimento. As PcDs preferem locais próximos de casa porque o número de obstáculos a enfrentar na locomoção tende a ser bem menor. Além disso, como já foi dito anteriormente por Burnett (1996) e Baker, Holland e Kaufman-Scarborough (2007), um bom atendimento é a chave para que essas pessoas voltem a consumir em qualquer lugar.

Já na pesquisa de Faria e Silva (2011), relacionada à supermercados, um dos elementos primordiais foi a iluminação. Os deficientes visuais costumam ter muita sensibilidade à luz, portanto um ambiente com pouca iluminação é mais agradável para eles. No que se refere à alimentação fora de casa podemos afirmar que há uma preferência por restaurantes à la carte e rodízio, já os self-service não são muito frequentados (CORRÊA e CAMPOS, 2006). No estudo feito por Faria e Silva (2011) constatou-se que os restaurantes são as melhores opções de lazer para os deficientes visuais.

Para que as pessoas com deficiência visual possam exercer plenamente o papel de consumidor é importante que seja garantido fácil acesso em ambientes de lazer, em supermercados, em bancos; é necessário que esses locais estejam adaptados para receber os deficientes visuais com sinalizações apropriadas, intérpretes de línguas de sinais, textos em braille e audiodescrição nos vídeos. Mas o fator mais importante para o avanço da acessibilidade é a eliminação dos preconceitos e estereótipos (BATINGA, CORREA e PINTO, 2016).

3 Metodologia da Pesquisa

A presente pesquisa seguiu a recomendação de Cocks (2008) que aponta as pesquisas de caráter qualitativo como melhores em comparação com outros métodos quando o objeto da pesquisa é pessoas com deficiência. Foram definidos como sujeitos desta pesquisa pessoas com deficiência visual entre 18 e 65 anos e informantes-chave que trabalham com audiodescrição. Os dados foram coletados no período de 19/05/2018 até 29/05/2018.

O percurso metodológico da pesquisa iniciou-se com o contato dos pesquisadores por e-mail com a Diretora Comercial de uma empresa especializada em audiodescrição e legendagem descritiva. Essa empresa forneceu aparelhos com o recurso para diversos espetáculos em três teatros do Rio de Janeiro durante o mês de maio. Os pesquisadores assistiram a três peças que tinham o recurso da audiodescrição disponíveis com o objetivo de observar e coletar entrevistas de pessoas com deficiência visual que estivessem assistindo ao espetáculo.

A participação dos pesquisadores nestes espetáculos, inclusive utilizando o fone para acompanhar as peças com a audiodescrição, também foi muito importante para o alcance do objetivo de pesquisa e pode ser caracterizada como observação. A observação tem a função de fazer com que o pesquisador se familiarize com o ambiente e conheça os sujeitos de pesquisa a

partir do momento que ela insere o pesquisador dentro do cenário (FERREIRA, TORRECILHA e MACHADO, 2012; ZANELLI, 2002). No caso da presente pesquisa a observação foi composta de dois momentos: (1) a apreciação da peça teatral com o recurso da audiodescrição; e (2) no final das apresentações com foco na reação das pessoas com deficiência visual que haviam assistido com audiodescrição. Foi observada a conversa deles com o pessoal da empresa que disponibilizou os aparelhos e a interação deles com a própria família e amigos, que estavam acompanhando.

Ainda nos teatros nos quais foram realizadas as apresentações, foram feitas sete entrevistas com pessoas com deficiência visual. Em todos os casos foi solicitada a permissão para gravar a conversa, explicando que o áudio não seria utilizado para nenhum outro fim senão de transcrição. As entrevistas seguiram um roteiro semiestruturado (MANZINI, 2004) com foco na vivência dos entrevistados com o recurso da audiodescrição e dando abertura para que eles inserissem outros assuntos na conversa. Sendo assim, as perguntas não foram sempre as mesmas para todos os participantes. A entrevista com as pessoas com deficiência visual foi conduzida com as seguintes perguntas básicas: (1) Você tem o hábito de frequentar o teatro?; (2) Você hábito de assistir filmes?; (3) Quais atividades de lazer você mais pratica?; (4) O que faz em seus momentos de lazer dentro da sua casa?; (5) O que faz em seus momentos de lazer fora de casa?; (6) Qual é a sua opinião sobre a audiodescrição? Realmente ajuda? (7) Você conhece muitos locais com esse recurso?; (8) Em quais locais você costuma contar com o recurso da audiodescrição?

Além dessas entrevistas presenciais com pessoas com deficiência também foi realizada uma entrevista com o jornalista autor de uma página no *Facebook*, de um blog e de um canal no *Youtube* chamados Histórias de Cego. Este autor, que também é deficiente visual, pode ser considerado um informante-chave uma vez que seus conteúdos influenciam diversas pessoas com deficiência visual. A entrevista com ele foi feita através de mensagens de áudio trocadas pelo *WhatsApp*, a pedidos do próprio jornalista, pois para ele é mais fácil falar do que escrever. A pesquisa também contou com a participação de outro informante-chave, um ex corredor paratleta, que participou como comentarista das Paralimpíadas de Pequim e Londres no canal de televisão por assinatura SporTV.

Outras duas pessoas também foram ouvidas como informantes-chave por trabalharem diretamente com o recurso da audiodescrição: uma audiodescritora da empresa CPL – Soluções em Acessibilidade uma produtora que vende soluções em acessibilidade para TVs, cinema, teatro, e eventos ao vivo; a Diretora Comercial da empresa Riovox que presta serviços de locação de equipamentos para tradução simultânea, tradução móvel, sonorização e projeção, inclusive serviços de acessibilidade como libras e audiodescrição. Com elas também seguiu-se um roteiro semiestruturado com foco nas seguintes questões: (1) Como você descreveria a importância da audiodescrição?; (2) Sabe estimar quantos eventos com audiodescrição são produzidos por mês ou por ano?; (3) Como é feita a divulgação desses eventos; (4) Sabe estimar uma média de público com deficiência nesse tipo em eventos com audiodescrição?; (5) Em quais tipo de evento a audiodescrição está mais presente (teatro, cinema, shows...).

O método de análise de dados escolhido foi a análise de conteúdo, que é um procedimento clássico para analisar material textual. O objetivo deste tipo de análise é compreender de forma crítica o sentido das comunicações (BARDIN, 2011). A análise de conteúdo, neste caso, partiu da transcrição dos áudios das entrevistas e do diário de campo das observações.

4 Análise de Resultados

4.1 Audiodescrição como incentivo para o consumo de entretenimento

A cidade do Rio de Janeiro não possui uma oferta abundante de cultura inclusiva como, por exemplo, peças de teatros, cinema ou museus com audiodescrição. Muitas vezes as pessoas com deficiência deixam de consumir produtos ou serviços por não encontrar acessibilidade nos locais, de acordo com Sasaki (2003) e Paulo Romeu Filho (2010). No caso da deficiência visual - objeto de estudo desta pesquisa – a dificuldade se agrava, pois podem ocorrer falhas de comunicação ou de legendas, frustrando a experiência desses consumidores.

- *Só que assim, cinema, eu não vou muito ao cinema. Eu prefiro esperar quando o filme sai em alguma plataforma digital pra assistir porque a maioria dos cinemas não tem audiodescrição. Raríssimos têm. Então eu prefiro assistir em casa com alguém ou com audiodescrição.*

O primeiro fator identificado nas conversas com os entrevistados foi a influência da audiodescrição no consumo de entretenimento para pessoas com deficiência visual. Foi possível perceber que eles têm poucas opções, em comparação com as opções que os videntes têm disponíveis, pelo fato de faltar acessibilidade. Portanto, sempre que eles tomam conhecimento de um evento acessível, eles divulgam, repassam para os amigos e se juntam para participar.

- *E eu sei que sempre que tem um filme desse, todos os meus colegas cegos, todo mundo, a comunidade se agita pra ir assistir.*

Foi possível identificar os três tipos de lazer, de acordo com a classificação de Faria, Ferreira e Carvalho (2010), nas entrevistas com os deficientes visuais. Foram citadas como atividades comuns de lazer a leitura (lazer doméstico), o consumo recreativo de bebidas alcoólicas em bares (lazer extradoméstico) e, surpreendentemente as viagens (lazer turístico).

É importante ressaltar que as viagens, na maioria das vezes, não são motivadas pelo turismo do lugar e sim por ter família ou amigos em outros estados, cidades e até países. Nesse caso, a constatação não diverge do que foi apontado anteriormente por Faria, Ferreira e Carvalho (2010) sobre as pessoas com deficiência não tentarem se aventurar no lazer turístico.

- *Minha forma preferida é a leitura até porque é a forma mais acessível*
- *E hoje com o leitor de tela e tecnologias acessíveis no celular e no computador a gente consegue ler muito mais do que antes.*
- *-Antes as experiências que a gente tinha de lazer eram muito paradas. Muito assim, de frequentar bares, é... beber cerveja*
- *Não foi uma viagem turística. [...] O turismo é uma atividade muito visual e eu descobri isso quando já estava viajando. A partir daí, comecei a inventar diversos modos de driblar esta dificuldade.*
- *Eu viajo bastante assim. Mais a trabalho do que por lazer. [...] Não costumo viajar só pra “ah, vou turistar na cidade tal sozinha”*

Todos os entrevistados afirmaram que passaram a frequentar ou que frequentariam mais o teatro, o cinema e até mesmo os museus se eles tivessem a audiodescrição disponível em um maior número de sessões e de exposições. Afinal, sem este recurso o cinema, o teatro e as exposições tornam-se inúteis para eles, já que eles saem da sessão sem compreender grande parte do que estava sendo apresentado.

- *E quando se estender mais nos cinemas (a audiodescrição), aí sim acho que meu interesse pelos filmes vai aumentar.*
- *E você acha que você frequentaria mais cinema, o teatro, o museu se tivesse mais acessibilidade?*
- *Com certeza!*
- *Se não fosse esse recurso (audiodescrição) seria quase que inútil (ir ao teatro). A gente só ia ouvir a música.*

O recurso da audiodescrição tornou-se, na opinião de todos os entrevistados, um grande incentivo para que as pessoas com deficiência visual consumam entretenimento. Afinal, com esta ferramenta elas conseguem aproveitar atividades como ir ao cinema e ao teatro, por exemplo, que são produtos da indústria cultural extremamente visuais, repletos de informações transmitidas através de imagens que antes eles não conseguiam captar.

4.2 O papel da internet e dos novos entrantes

Conforme citado por Dias (2016), o *streaming* vem ganhando cada vez mais espaço como modelo de visualização de conteúdos audiovisuais. Foi possível observar nas entrevistas que esta é uma verdade também para as pessoas com deficiência visual. Eles procuram essa alternativa porque já sabem que lá vão encontrar mais opções de conteúdos interessantes e acessíveis para eles. A fala de um dos respondentes, citada abaixo, concorda com a afirmação de Ladeira (2013) que coloca o Netflix como uma das principais empresas desse segmento de *streaming*.

- *Como é o caso - e não fazendo propaganda - da Netflix, que você tem ali um acervo de filmes e de séries com audiodescrição... isso é fabuloso, isso é bacana demais. Por exemplo, eu e a minha esposa assistimos a segunda temporada de 3%, que é uma série da Netflix com audiodescrição. Nossa, foi empolgante demais! A gente não queria parar.*
- *Então a gente procurou (a Netflix) por conta desse recurso (audiodescrição), né?*

Não só o *streaming* surge como uma excelente alternativa para eles, mas também a internet com o *Youtube*. Não são muitos os vídeos acessíveis, mas existem alguns. O *Youtube* torna-se uma ferramenta mais fácil de ser utilizada por eles do que a televisão porque atualmente os computadores e celulares têm o leitor de tela, que transmite em áudio o que está escrito.

- *A gente assiste no Youtube ou DVD mesmo comprado ou emprestado. [...] Mas mais mesmo é da internet. A gente vê do Youtube.*

A internet foi identificada também como o meio de divulgação mais importante e mais utilizado. Nas conversas com as informantes-chave, audiodescritora da CPL e Diretora Comercial da Riovox, foi possível perceber que a maior parte da divulgação é feita através de grupos ou conversas individuais no *WhatsApp*. Já foram utilizados outros meios como jornais, por exemplo, mas nenhum se mostrou tão eficiente como as redes sociais.

- *A gente pega as pessoas que já vão, a gente tem os e-mails e telefones via WhatsApp. [...] A gente divulga nesses grupos e esses grupos acabam entrando em grupos do Facebook enfim, aí vai.*
- *Geralmente é tudo WhatsApp que eu falo com eles. Pra eles às vezes a gente nem escreve, é tudo no áudio. Fica muito mais fácil pra eles, entendeu?*

Diante disso podemos concordar com Wilson Dizard Jr (2000, apud ISHIKAWA, 2014) quando ele afirma que a televisão e outros meios de comunicação estão sendo substituídos pela internet. Para eles é muito mais vantagem adquirir o Netflix, um celular ou um computador do que um aparelho de TV mais moderno com acessibilidade. Afinal, a maioria dos recursos prometidos para a TV digital já estão disponíveis na internet (Simões e Bittencourt, 2010).

4.3 INCLUSÃO SOCIAL ATRAVÉS DA AUDIODESCRIÇÃO

Em diversas situações os deficientes visuais encontram dificuldades para interpretar por completo as informações que são passadas, visto que não têm acesso às imagens. De acordo com Batinga, Correa e Pinto (2016), isso pode afetar o processo de consumo, bem como o acesso à informação, além de limitar as atividades de lazer. Segundo Schiefler (2008) a falta de acesso à informação limita o desenvolvimento social. Visto que a maior parte da informação atualmente surge através da rede, a exclusão digital já pode ser considerada um dos fatores responsáveis pela exclusão social.

Foi possível perceber que a audiodescrição faz com que eles se sintam incluídos e parte da sociedade. Esta análise converge com a afirmação de Faria, Ferreira e Carvalho (2010) no sentido de que o lazer realiza também a função social de integração das PcDs. Ao final dos espetáculos foi observado que as famílias, compostas de cegos e videntes, saíam do teatro conversando sobre a peça, falavam sobre o que entenderam e o que acharam interessante.

- *Primeiro é ter 100% do espetáculo. Muitas vezes eu assisto com um amigo que enxerga ou uma amiga que enxerga, sei lá, que está do meu lado e sai sem entender alguma coisa porque meio que se perdeu e eu não. Então eu aproveito 100 + 1. 101%. (risos)''.*

A audiodescrição, em eventos abertos para o público, é transmitida através de um aparelho com um fone de ouvido. Esse aparelho com fone permite que numa mesma sessão estejam juntos cegos e videntes, aproveitando da mesma forma e interagindo no mesmo espetáculo.

Para a pessoa com deficiência visual é desagradável estar assistindo a um filme ou espetáculo e ter que pedir que alguém descreva o que está sendo passado pelas imagens que eles não podem enxergar.

- *Se a gente não tiver a audiodescrição, a gente fica com uma amiga. Aí fica assim: e aí, aconteceu o que? Aí ela fica também atrapalhada porque ou bem assiste ou bem descreve. Uma vez fui ao cinema com meu amigo, que era como um irmão. Aí ele começou a descrever, aí o pessoal começou a protestar atrás que tava fazendo barulho.*

Através das falas dos entrevistados e das observações feitas pela pesquisadora durante a pesquisa de campo, foi possível constatar que a audiodescrição proporciona a inclusão social dos deficientes visuais. Diante disso, podemos concordar com Mauricio Santana (2010), que coloca a audiodescrição numa posição de destaque ao afirmar que ela é um dos caminhos para a inclusão sociocultural e autonomia no campo da informação e do entretenimento audiovisual.

4.4 O papel do poder público

De acordo como artigo 215 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, o Estado deve garantir pleno exercício dos direitos culturais. Entretanto, foi possível observar que este artigo não se cumpre no que se refere às pessoas com deficiência visual. No Rio de Janeiro não existe uma fiscalização ou mesmo um incentivo sobre a oferta de entretenimento

com acessibilidade. Dessa forma, acabam restando poucas opções para as pessoas com deficiência visual frequentarem nos momentos de lazer.

São inúmeros os fatores que limitam as opções de entretenimento das pessoas com deficiência visual. Elas acabam evitando sair de casa em busca de entretenimento por motivos como: falta de segurança nas ruas da cidade do Rio de Janeiro, falta de mobilidade urbana e ainda o preço das atividades de lazer cariocas. Conforme citado anteriormente por Silva, Abreu e Mano (2015), o custo de vida de uma pessoa com deficiência já é mais elevado que das outras pessoas.

- *Vou muito pouco ao teatro, muito pouco ao cinema até porque as coisas aqui no Rio são muito caras e tem todo o problema da violência, deslocamento e aí eu acabo não indo.*

Conforme dito anteriormente, o assunto da audiodescrição só começou a ser discutido no Brasil nos anos 2000 e somente em 2011 se deu de fato a implementação da audiodescrição (OLIVEIRA, 2011). Na fala de uma das pessoas cegas entrevistadas é possível perceber que a mudança na oferta de entretenimento com este recurso disponível começou a aumentar de fato neste período. Entretanto, na fala de outra entrevistada, verifica-se que ainda há muito a ser feito para satisfazer as necessidades de lazer dessa parcela da população.

- *A audiodescrição ela é eficaz. [...] mas não posso dizer que ela mudou a minha vida. [...] Acho que eu poderei dizer que ela mudou minha vida quando realmente eu puder escolher: hoje eu vou assistir tal coisa porque eu tenho certeza que vai ter audiodescrição. E não ficar indo a lugares esporadicamente porque tem audiodescrição esporadicamente, entendeu?*

Na fala de uma das informantes-chave, transcrita abaixo, foi possível perceber que muitos estabelecimentos procuram divulgar certas medidas voltadas para a questão da acessibilidade apenas para parecerem socialmente responsáveis, mas na verdade, não oferecem pleno acesso às pessoas com deficiência.

- *Então eu liguei pra menina e falei: “poxa, do que adianta vocês colocarem um cardápio em braile se vocês não têm acesso pra eles”*
- *É por isso que eu acho que no poder tinha que ter sempre [...] alguém com algum membro da família com deficiência, que aí não ia colocar aqueles gelos baianos na calçada e iam ver acessibilidade, iam cuidar mais das calçadas, enfim.*

Diante disso, podemos constatar que as ações culturais inclusivas de verdade só serão possíveis através das políticas públicas. É dever da Administração Pública procurar realizar políticas eficientes no sentido de garantir um maior número de opções de lazer para essas pessoas. Ademais, somente através do poder de polícia dado aos órgãos da Administração Pública é que conseguiremos fiscalizar o pleno acesso das pessoas com deficiência em estabelecimentos de entretenimento privados.

5 Considerações finais

Este estudo teve como objetivo principal compreender como a audiodescrição influencia no consumo de entretenimento da indústria cultural por parte dos deficientes visuais. Paulo Romeu Filho (2010) e Mauricio Santana (2010), que colocam a audiodescrição como um recurso que permite o aumento da acessibilidade e como um dos caminhos para a inclusão sociocultural e para a autonomia na informação e no entretenimento.

Quando levada a campo a questão da influência da audiodescrição, foi possível observar que o recurso de acessibilidade influencia positivamente de diversas maneiras tanto no consumo de produtos da indústria cultural, como, na vida social da pessoa com deficiência visual.

Foi identificado que a audiodescrição proporciona uma maior inclusão social, pois permite que a pessoa com deficiência visual compreenda por completo as informações que são passadas através das imagens e possam discutir em pé de igualdade com os videntes. Além disso, o recurso serve de incentivo para que os deficientes consumam cada vez mais produtos e serviços da indústria cultural, como filmes, peças de teatro e até mesmo exposições em museus. Segundo Batinga, Correa e Pinto (2016) a audiodescrição é apontada como uma das ferramentas que possibilitam que o cego exerça plenamente seu papel de consumidor.

As pessoas com deficiência acabam optando por não sair de casa e procuram formas de lazer intradomésticas (FARIA, FERREIRA e CARVALHO, 2010). Dessa forma, observou-se que o *Youtube* e o Netflix vêm surgindo como uma das opções de lazer preferidas das pessoas com deficiência visual. A constatação está de acordo com o proposto por Dias (2016), que coloca o streaming como modelo de visualização de conteúdo audiovisual mais utilizado atualmente e com Ladeira (2013), que coloca o Netflix como uma das principais empresas desse ramo. Foram identificados todos os tipos de lazer na pesquisa de campo: intradoméstico, extradoméstico e turístico. O consumo de bebidas alcoólicas em bares foi identificado como uma das atividades de lazer comuns, convergindo com o estudo feito por Faria e Silva (2011).

Quanto ao papel do Poder Público, foi observado na fala de diversos entrevistados que os dirigentes não dão a devida atenção à opinião das pessoas com deficiência. Essa mesma observação foi feita por Faria, Ferreira e Carvalho (2010) ao afirmarem que a Administração Pública não dá o devido valor às adaptações de acessibilidade.

Os dirigentes devem não só garantir uma gama maior de alternativas de entretenimento para essas pessoas, como devem também proporcionar um acesso mais fácil e seguro até esses ambientes de lazer.

O presente estudo mostrou que as pessoas com deficiência visual também afetam de forma positiva o consumo nessa indústria, mas gostariam de poder aproveitar e consumir muito mais do que é possível atualmente. Portanto, podemos concluir que deve-se dar mais atenção a esse nicho de mercado. Afinal, conforme citado por Baker, Holland e Kaufman-Scarborough (2007), as pessoas com deficiência querem ser vistas pelo mercado como consumidores e querem ser um nicho importante para as empresas.

Por fim, é importante destacar que os atributos encontrados no presente estudo poderão servir também para pesquisas futuras. Foi possível identificar que o poder público deve ser mais atuante no sentido de proporcionar maior acessibilidade às pessoas com deficiência visual. Portanto, na dimensão teórica, seria interessante realizar uma investigação de políticas públicas que poderiam ser implementadas para garantir um maior número de eventos com acessibilidade na cidade do Rio de Janeiro.

Uma possibilidade seria também o estudo de estratégias que obrigassem os estabelecimentos de entretenimento privados a tornarem-se de fato acessíveis e não só socialmente responsáveis. Conforme citado por um dos entrevistados, o turismo atualmente é uma atividade muito pouco atraente para os cegos, visto que eles não conseguem enxergar as paisagens ou os monumentos históricos. Logo, no campo prático, uma sugestão de estudo futuro é analisar a influência de recursos de acessibilidade como a audiodescrição no consumo de turismo por parte de pessoas com deficiência visual.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE. Valor adicionado pelo setor audiovisual. Rio de Janeiro, 2016.
- ALBERNAZ, Patrícia; BORGES, Priscila; PASSOS, Renata. A dimensão econômica e os museus: uma síntese do caso brasileiro. In: FIALHO, Ana Letícia do Nascimento; VALIATI, Leandro (Org.). Atlas Econômico da Cultura Brasileira: metodologia I. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017. p. 161 - 180. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/publicacoes1/-/asset_publisher/xadX3oKvTsLq/content/atlas-economico-da-culturabrasileira/10883>. Acesso em: 03/06/2018 às 19:30h
- ALVES, J. Acessibilidade e Teatro: a presença das pessoas com deficiência visual como provocação. Revista de Estudos em Artes Cênicas, v.1, n.34, 2019.
- ARAÚJO, M.; SILVA, M.; ISAYAMA, H. O lazer nos cursos de graduação em turismo de Belo Horizonte: visão dos coordenadores de curso. In: SEMINÁRIO LAZER EM DEBATE, 9. Anais... São Paulo: USP, 2008..
- BAKER, Stacey Menzel. Consumer normalcy: Understanding the value of shopping Through narratives of consumers with visual impairments. Journal of Retailing, 82, p. 37–50, Elsevier, 2006.
- BAKER, Stacey Menzel; HOLLAND, Jonna; KAUFMAN-SCARBOROUGH, Carol. How consumers with disabilities perceive “welcome” in retail service scapes: a critical incident study, Journal of Services Marketing, v. 21, n.3, p.160-173, 2007.
- Bardin, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BRASIL. Censo Demográfico 2010. Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010.
- BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de Outubro de 1988. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10648364/artigo-215-da-constituicao-federal-de-1988>>. Acesso em: 18/12/2017 às 19:10h.
- BRASIL. Lei Federal nº 10.098 de 19 de Dezembro de 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L10098.HTM> Acesso em 16/12/2017, às 12:13h.
- BRASIL, Ministério das Comunicações. Portaria nº 310, de 27 de Junho de 2006. Disponível em:<<http://www.anatel.gov.br/legislacao/normas-do-mc/442-portaria-310>>. Acesso em 16/12/2017, às 12:20h.
- BRASIL, Ministério da Cultura. Economia da Cultura: Um setor estratégico para o país. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/economia-da-cultura-um-setor-estrategico-para-o-pais-146941/10883>. Acesso em 03//06/2018, às 22:27h.
- BRASIL, Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. Disponível em:<<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/43697/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf/b5e3bf0e-cd98-4596-8d1a-f37400281b61>>. Acesso em 03//06/2018, às 20h.
- BURNETT, J. What services marketers need to know about the mobility disabled consumer. The Journal of Services Marketing, v. 10, n. 3, p. 3-20, 1996.
- CARPES, Daiana Stockey. Audiodescrição: práticas e reflexões. 1 ed. Rio Grande do Sul: Catarse, 2016. 165 p.

- COCKS, Alisson. Researching the lives of disabled children: the process of participant observation in seeking inclusivity. *Qualitative Social Work*, v. 7, p. 163-181, jun. 2008.
- COELHO, Pedro; ABREU, Nelsio. O deficiente visual e a escola: um estudo etnográfico sob a perspectiva da pesquisa transformativa do consumidor. *Organ. Soc.*, Salvador, v. 25, n. 86, p. 485-510, 2018
- CORRÊA, Gisleine Fregoneze; CAMPOS, Benedito Marques. Comportamento empreendedor e competitividade: um estudo exploratório em restaurantes self-service (RSS). In: *Encontro da Anpad*, 30, Anais... Salvador: Anpad, 2006.
- CORREA, Rafael Santos; PINTO, Marcelo de Rezende; BATINGA, Georgiana Luna. A beleza na escuridão: um “olhar” sobre a experiência de consumo por mulheres deficientes visuais em serviços de beleza e estética. *Revista Ciências Administrativas*, v. 22, n. 2, p. 371-395, 2016.
- COSTA, Neirimar Cerqueira de Assis. O teatro como instrumento de construção de valores éticos na educação. 2003. 38 p. Monografia (Pós-Graduação em Educação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Barroso.
- DAMASCENA, Elielson Oliveira. O Supermercado Visto de Outra Forma: O Uso de Elementos Sensoriais na Busca para Reduzir a Vulnerabilidade de Consumidores com Deficiência Visual. In: *Encontro de Marketing da Anpad*, 6, Anais... Gramado: Anpad, 2014.
- DAMASCENA, E.; FARIAS, S. Os elementos sensoriais em supermercados: um estudo junto a pessoas com deficiência visual na perspectiva da pesquisa transformativa do consumidor. In: *Encontro da Anpad*, 37, Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2013.
- DAMASCENA, E.; MELO, F.; BATISTA, M. A Deficiência Está no Ambiente de Serviços ou no Consumidor? Discutindo Qualidade na Perspectiva de Consumidores com Deficiência In: *Encontro de Marketing da Anpad*, 5, Anais... Curitiba: Anpad, 2012.
- DIAS, José Carlos. A nova TV online: Um estudo de caso sobre o Netflix. 2016.
- DINIZ, Eduardo Henrique et al. Abordagens epistemológicas em pesquisas qualitativas: além do positivismo nas pesquisas na área de sistemas de informação. In: *Encontro da Anpad*, 30, Anais... Rio de Janeiro, 2006.
- ECHEVERRI, P.; SALOMONSON, N. Consumer vulnerability during mobility service interactions: causes, forms and coping. *Journal of Marketing Management*, v. 35, n.3-4, 20019
- FARIA, M.; CASOTTI, L.; CARVALHO, J. Vulnerabilidade e invisibilidade: um estudo com consumidores com Síndrome de Down. *Gestão e Regionalidade*, v. 34, n.100, 2018.
- FARIA, Marina Dias de; FERREIRA, Daniela Abrantes; CARVALHO, José Luis Felicio. O portador de deficiência como consumidor de serviços de lazer extradoméstico. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, v. 12, n. 2, p. 184-203, mai/ago. 2010.
- FARIA, M.; SILVA, J. Desinteresse em Atender as Demandas das Pessoas com Deficiência Visual: Foco nas Experiências de Consumo em Restaurantes In: *Encontro da Anpad*, 35, Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2011.
- FERREIRA, Luciene Braz; TORRECILHA, Nara; MACHADO, Samara Haddad Simões. A Técnica de Observação em Estudos de Administração. In: *Encontro da Anpad*, 36, Anais... Rio de Janeiro, 2012.
- FRANCO, Eliana Paes Cardoso; SILVA, M. C. C. C. Audiodescrição: breve passeio histórico. Audiodescrição: transformando imagens em palavras. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, p. 23-42, 2010.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Pesquisa Nacional de Saúde: 2013: ciclos de vida: Brasil e grandes regiões. Rio de Janeiro, 2015

- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Síntese de Indicadores Sociais: Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira. Rio de Janeiro, 2010.
- ISHIKAWA, Maria Inês Garcia. *Audiodescrição: Um recurso de acessibilidade na televisão digital*. 2014.
- LADEIRA, João Martins. Negócios de audiovisual na internet: uma comparação entre Netflix, Hulu e iTunes-AppleTV, 2005-2010. *Revista Contracampo*, n. 26, p. 146-162, 2013.
- LIN, P.; PENG, K.; REN, L.; LIN, C. Hospitality co-creation with mobility-impaired people. *International Journal of Hospitality Management*, v. 77, 2019.
- MANZINI, Eduardo José. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. *Seminário internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos*, v. 2, 10 p., 2004.
- MICK, David Glen et al. *Transformative Consumer Research for Personal and Collective Well-Being*. New York: Routledge, 2012.
- MICK, David Glen. Meaning and mattering through transformative consumer research. *Advances in Consumer Research*, Washington, v. 33, p. 1-4, 2006.
- MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 15, n. 4, p. 731-747, 2011.
- OLIVEIRA, Adriana Aparecida Fernandes de. O que é audiodescrição: incluindo os deficientes visuais no Universo/Mercado do audiovisual. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Mestrado em Comunicação, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.
- OLIVEIRA, Maria Eunice de; STOLTZ, Tania. Teatro na escola: considerações a partir de Vygotsky. *Educar em revista*, v. 26, n. 36, p. 77-93, 2010.
- PENA, Mônica dos Anjos Lacerda; FERREIRA, Fábio Félix. O direito dos deficientes visuais à audiodescrição. *Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas*, Bahia, ano 8, n. 11, jan/jun. 2011.
- RAPOSO, Ana Cláudia; LÓPEZ, Ramón F. Alonso. Conceitos de lazer em portadores de lesão medular. *Revista Digital*, Buenos Aires, ano 8, n. 49, jun. 2002. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd49/lazer.htm>>. Acesso em 03/05/2018.
- ROMEUFILHO, Paulo. (Org.). *Audiodescrição: transformando imagens em palavras*. São Paulo: Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência, 2010.
- SANTANA, Mauricio. A primeira audiodescrição na propaganda da TV brasileira: natureza e um banho de acessibilidade. *Audiodescrição: transformando imagens em palavras*. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, p. 117-128, 2010.
- SANTINI, Rose Marie; CALVI, Juan C. O consumo audiovisual e suas lógicas sociais na rede. *Comunicação Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 10, n. 27, p. 159-182, mar. 2012.
- SASSAKI, R. *Inclusão e no lazer e turismo: em busca da qualidade de vida*. São Paulo: Áurea, 2003.
- SCHIEFLER, Gustavo Henrique Carvalho. *TV Digital: a nova ferramenta governamental para a inclusão social*. Disponível em: <http://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/tv_digital.pdf>. Acesso em 21/01/2018.
- SILVA, J. D. O.; ABREU, N. R. D.; MANO, R. F. “Consumidores Vulneráveis ou Vulnerabilizados?": Uma Reflexão sobre a Acessibilidade em Meios Hoteleiros na ótica das Pessoas com Deficiência Física. In: *Encontro da Anpad*, 39, Anais... Belo Horizonte: Anpad, 2015.

- SILVA, Liliane Cunha da. Audiodescrição: Um Recurso Facilitador para Aprendizagem da Pessoa com Deficiência Visual no Ensino Superior. 2015. 32 p. Monografia (Bacharelado em Psicopedagogia), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- SILVA, Manoela Cristina Correia Carvalho da. Com os Olhos do Coração: Estudo Acerca da Audiodescrição de Desenhos Animados para o Público Infantil. 2009. 214 p. Dissertação (Pós-Graduação em Letras e Linguística), Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- TELLES, Narciso. Teatro comunitário: ensino de teatro e cidadania. Urdimento-Revista de Estudos em Artes Cênicas, v. 1, n. 5, p. 066-071, 2017.
- WEIGNER, Janaíne Alessandra; SILVA, Eliezer Pandolfo da. Artes Cênicas: O Corpo Como Veículo Facilitador de Conhecimento nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental. In: Seminário de Iniciação Científica do Curso de Pedagogia, 6, Anais... Itapiranga: FAI Faculdades de Itapiranga, 2015.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION – WHO. World Report on Disability. Genebra, 2011.
- ZANELLI, José Carlos. Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas. Estudos de psicologia, v. 7, nº especial, p. 79-88, 2002.
- ZHANG, Y.; YANG, Q. Assessing hotel decision-making of disabled guests: satisfaction correlation study between online comments' credibility and perceived risk. Electronic Commerce Research, p.1-20, 2019.