



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Letras

Ana Paula Lima Santos

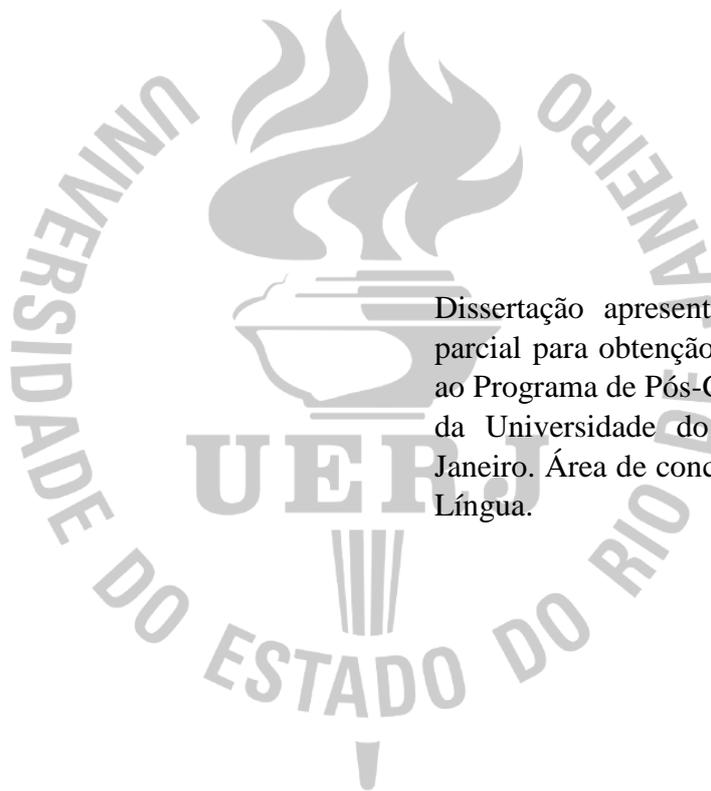
**Audiodescrição na perspectiva da Análise de Discurso: a sonoridade no  
jogo da materialidade discursiva**

Rio de Janeiro

2023

Ana Paula Lima Santos

**Audiodescrição na perspectiva da Análise de Discurso: a sonoridade no jogo da  
materialidade discursiva**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Angela Correa Ferreira Baalbaki

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

S237

Santos, Ana Paula Lima.

Audiodescrição na perspectiva da análise de discurso: a sonoridade no jogo da materialidade discursiva / Ana Paula Lima Santos. – 2023.  
139 f.: il.

Orientadora: Angela Corrêa Ferreira Baalbaki.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.

1. Audiodescrição – Teses. 2. Análise do discurso – Teses. 3. Consumo (Economia) – Teses. 4. Cegos – Teses. I. Baalbaki, Angela Correa Ferreira. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.

CDU 82.085:376.32

Bibliotecária: Eliane de Almeida Prata. CRB7 4578/94

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta Dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Ana Paula Lima Santos

**Audiodescrição na perspectiva da Análise de Discurso: a sonoridade no jogo da  
materialidade discursiva**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Aprovada em 30 de junho de 2023.

Banca Examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Angela Corrêa Ferreira Baalbaki (Orientadora)  
Instituto de Letras - UERJ

---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Beatriz Fernandes Caldas  
Instituto de Geografia - UERJ

---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Tania Conceição Clemente de Souza  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2023

## **DEDICATÓRIA**

Aos meus pais e a todos os meus amigos com deficiência pelo exemplo de perseverança.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pela vida, pela sua misericórdia, pela saúde durante esse projeto de pesquisa e pela força conferida a mim para chegar até o final.

Ao meu pai (in memorian), pelas constantes provocações. Talvez, sem elas, eu não tivesse chegado tão longe!

À minha mãe, por ser meu exemplo de coragem e força. Sua dedicação e amor estão em cada linha desse trabalho.

À minha irmã, Jéssica, pelo simples fato de existir.

Aos meus filhos, Letícia e Eduardo, que são meus melhores presentes! São eles que me renovam a cada dia que amanhece.

À minha orientadora, a tão querida professora Angela Baalbaki, com muita admiração e carinho, por me acompanhar nessa empreitada, por todo o apoio e paciência desde o primeiro e-mail. Sua dedicação e empenho em me orientar, numa temática tão singular, permitiram que essa pesquisa fosse finalizada. Obrigada pela confiança depositada na minha proposta de trabalho!

À Gláucia Vianna, minha grande amiga, pelo constante incentivo e incansável auxílio desde o nascimento desse projeto. Obrigada pelos conselhos, pelas dicas e por ter sido calmária durante minhas constantes inquietações. Em meio a trocas de mensagens, dos mais variados assuntos, você deu o empurrão que eu precisava!

À Edna, minha grande amiga e irmã do coração, pela oportunidade de dividir comigo esse sonho, que é dela também. Afinal, acreditamos juntas, lutamos juntas, choramos e rimos juntas. Durante nossos momentos de fraqueza, mesmo com a esperança abalada, seguimos de mãos dadas, em muitos sábados letivos, alguns feriados, em dias e noites de trabalho.

Aos meus queridos amigos e companheiros de trabalho Alessandro Câmara e Ana Prado, por suas contribuições únicas, pelas oportunidades de troca e aprendizado nos últimos anos.

Às minhas queridas companhias diárias da educação especial por fazerem parte da minha jornada. Sem vocês, minhas manhãs seriam mais árduas e pesadas. Mas foram recheadas de risadas, descobertas, salgadinhos (de vez em quando) e até estresses... A vocês, minha sincera gratidão.

A todos aqueles que compreenderam minhas inúmeras ausências, meus esquecimentos, minha desatenção, e mesmo assim, continuaram me acolhendo nos momentos mais complicados com palavras de encorajamento.

À UERJ e todos os envolvidos de alguma forma nesta pesquisa, meus professores, colegas e membros da banca examinadora, pelas discussões estimulantes e cada valiosa contribuição.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte de minha formação.

A todas as pessoas que utilizam a Audiodescrição enquanto recurso de acessibilidade.

A pior cegueira é a dos que não sabem que estão cegos.

*Clarice Lispector*

## RESUMO

SANTOS, Ana Paula Lima. *Audiodescrição na perspectiva da análise de discurso: a sonoridade no jogo da materialidade discursiva*. 2023. 139 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

A presente pesquisa procura aproximar conceitos postulados pela Análise do Discurso materialista dos mecanismos utilizados pela Audiodescrição. Traz para a reflexão o funcionamento das materialidades discursivas significantes imbricadas na produção de sentidos nessa modalidade de tradução, considerando-a como uma prática ideológico-discursiva. Desta forma, tece algumas considerações acerca de novos deslizamentos de sentido construídos em relação à deficiência, levando em conta o sujeito-cego-consumidor inserido numa sociedade de consumo, onde ocorre o predomínio de uma cultura visual e a maioria das informações chega por intermédio das mídias digitais. Além disso, discorre sobre o período de confinamento ocasionado pela pandemia de Covid-19 no Brasil enquanto acontecimento discursivo e sobre a sociedade contemporânea caracterizada pela tecnologia e o consumo. O estudo retoma o pensamento de Mittmann (2003) acerca do processo tradutório. Destaca, ainda, o papel do sujeito audiodescritor e a movimentação constante no fluxo dos sentidos produzidos nas relações entre o histórico e o simbólico, sobretudo no contexto midiático digital de frequente competitividade. É composta por um *corpus* de análise que contém três filmes publicitários audiodescritos lançados no ano de 2020 e divulgados em plataformas digitais, mais especificamente na plataforma YouTube, voltada para o compartilhamento de vídeos. A pesquisa salienta o caráter discursivo dessa materialidade que funciona a partir da posição ocupada pelo sujeito audiodescritor. Ainda, sugere que, para além do cumprimento da legislação, os recursos de tecnologia assistiva não sejam apenas complementos diante da concepção de produtos e serviços, mas elementos integrantes que dialoguem com o conceito de Desenho Universal. O estudo aponta para a necessidade de mais pesquisas em relação à temática, considerando a ampliação da conscientização sobre a importância da inclusão de grupos sociais marginalizados historicamente.

Palavras-chave: Análise de discurso. Audiodescrição. Sociedade de consumo.

## ABSTRACT

SANTOS, Ana Paula Lima. *Audiodescription from the perspective of discourse analysis: sound in the game of discursive materiality*. 2023. 139 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

The present research seeks to bring concepts postulated by Materialist Discourse Analysis closer to the mechanisms used by audiodescription. It reflects upon the functioning of significant discursive materialities imbricated in the production of meanings in this modality of translation, considering it an ideological-discursive practice. Thus, it makes some considerations about new slides of meaning constructed in relation to disability, taking into consideration the blind consumer inserted in a consumer society, where there is a predominance of a visual culture and most information comes through digital media. In addition, it discusses the period of confinement caused by the Covid-19 pandemic in Brazil as a discursive event and about contemporary society characterized by technology and consumption. The study resumes the thought developed by Mittmann (2003) in relation to the translation process. It also highlights the role of the audio-descriptor and the constant movement in the flow of meanings produced in the relations between the historical and the symbolic, especially in the digital media context of frequent competitiveness. It consists of a *corpus* of analysis that contains three audio-described advertising films released in 2020 on digital platforms, more specifically on the YouTube platform, aimed at sharing videos. The research emphasizes the discursive character of this materiality that works from the position occupied by the audiodescriptor subject. Also, it suggests that, in addition to compliance with legislation, assistive technology resources must not only be complements in the face of the conception of products and services, but integral components that engage with the concept of Universal Design. The study points to the need for more research on the theme, considering the expansion of awareness about the importance of including historically marginalized social groups.

Keywords: Discourse analysis. Audiodescription. Consumer society.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1 –	Os verbetes Normal e Normalidade.....	43
Figura 1 –	Roteiro de Audiodescrição .....	72
Tabela 2 –	Fatos sobre a publicidade 1 .....	96
Tabela 3 –	Transcrição do roteiro da Ad1 completo .....	98
Tabela 4 –	Fatos sobre a publicidade 2 .....	102
Tabela 5 –	Transcrição do roteiro da Ad2 completo .....	103
Tabela 6 –	Fatos sobre a publicidade 3 .....	109
Tabela 7 –	Transcrição do roteiro da Ad3 completo .....	110

## LISTA DE ABREVIACOES E SIGLAS

ABF	Associação Brasileira de Franchising
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
AD	Análise de Discurso
Ad	Audiodescrição
Anatel	Agência Nacional de Telecomunicações
aud	Audiodescritor
FD	Formação Discursiva
nar	Narrador
OMS	Organização Mundial de Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
PCD	Pessoa com Deficiência
SD	Sequência Discursiva
SW	Subtitle Workshop
TAV	Tradução Audiovisual
TV	Televisão

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
1	<b>A ANÁLISE DE DISCURSO MATERIALISTA - CAMINHOS TEÓRICOS</b> .....	16
1.1	<b>Discurso – O simbólico e o político na produção de sentidos</b> .....	16
1.2	<b>Condições de produção e discursividade sobre deficiência – algumas considerações</b> .....	22
1.3	<b>Memória e sustento de dizeres - as redes discursivas de reformulação dos sentidos</b> .....	28
1.4	<b>Novos movimentos na história: um acontecimento discursivo</b> .....	34
2	<b>DISCURSOS SOBRE DEFICIÊNCIA</b> .....	40
2.1	<b>Certa historicidade sobre deficiência- as civilizações antigas</b> .....	41
2.2	<b>Deficiência e Deslocamentos de Sentido</b> .....	50
2.3	<b>Discursividades sobre o sujeito cego</b> .....	54
3	<b>A ANÁLISE DE DISCURSO MATERIALISTA E A AUDIODESCRIÇÃO</b> .....	63
3.1	<b>Os Estudos da Tradução</b> .....	64
3.2	<b>A audiodescrição enquanto modalidade de tradução</b> .....	68
3.3	<b>As relações entre a Análise de Discurso materialista e a Audiodescrição</b> .....	74
3.4	<b>A posição sujeito audiodescritor</b> .....	78
3.5	<b>Entre a imagem, a sonoridade e o silêncio</b> .....	81
4	<b>AUDIODESCRIÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS– UMA PROPOSTA DE ANÁLISE</b> .....	92
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	115
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	121

<b>APÊNDICE A</b> - Sequências discursivas do filme I .....	130
<b>APÊNDICE B</b> - Sequências discursivas do filme II .....	133
<b>APÊNDICE C</b> - Sequências discursivas do filme III .....	137

## INTRODUÇÃO

As tecnologias da informação continuam avançando na sociedade contemporânea e atreladas a elas, caminham a questão da acessibilidade e da inclusão social. O apelo visual, que compõe majoritariamente as informações diárias veiculadas pelos meios de comunicação no Brasil e no mundo, indica a necessidade de se questionar os paradigmas existentes, considerando as demandas da atualidade.

A influência do ambiente online na sociedade contemporânea tem aumentado exponencialmente, numa proporção que indica a predominância desse ambiente no cotidiano dos sujeitos, principalmente em relação ao marketing digital.

Estima-se que, atualmente, mais de 3,8 bilhões de pessoas no mundo inteiro estabelecem conexões diárias com o universo virtual, contando com um número na casa dos bilhões de pessoas ativas nesse ambiente. Constantemente, novas mídias sociais ou atualizações de melhorias são disponibilizadas, possibilitando previsões de aumento significativo das interações com auxílio da internet.

O cenário favorece o setor empresarial, no sentido de investimento na transmissão de conteúdos e informações na captação de mercado consumidor, focando nos usuários em massa das redes sociais, através de plataformas responsáveis por esse compartilhamento em tempo real.

Assim, a publicidade assume certa centralidade na formulação de discursividades que tendem a buscar estabelecer outra relação com o público consumidor na sociedade capitalista. Desta forma, inclui-se um outro sujeito, que é produzido nessas relações estabelecidas pela publicidade: o sujeito-cego-consumidor.

Segundo o Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), os cidadãos com deficiência visual representavam 3,2% da população brasileira, número considerável de consumidores que são produzidos pelo e para o mercado audiovisual, que atenta a formas diferenciadas de interpelar esse sujeito. A referida estimativa carece de nova análise, uma vez que mais de uma década se passou desde a última pesquisa.

Com efeito, é possível considerar que o cenário de crise política e econômica nacional, foi agravado com o período de quarentena imposto pela urgência em deter a propagação do vírus Sars-coV-2. Tal medida impactou sobremaneira o mercado comercial, exigindo deste setor novas estratégias de ampliação de mercado.

As perspectivas negativas e o panorama de incertezas no comércio e no setor de serviços possibilitaram outras condições de produção de discursividades, nas quais destacamos a maior adaptação das empresas e dos consumidores às restrições advindas do isolamento social imposto à população, o que pode ser observado na prática de aquisição de produtos através da internet em maior escala. Consequentemente, demandaram das empresas novas formas de continuar fornecendo seus produtos.

Simultaneamente, a necessidade de cumprimento das normas e critérios básicos relativos à questão da acessibilidade, estabelecida pelo Decreto nº 5.296, de 02 de dezembro de 2004, que regulamenta a Lei nº 10.098 de 19 de dezembro de 2000, vai acelerar a disponibilização de conteúdo acessível nos serviços de comunicação audiovisual.

Com a corrida pela captação de clientes através de um marketing digital mais personalizado, houve um aumento na exibição de publicidades com recursos acessíveis a pessoas com deficiência. Temas como inclusão e diversidade têm feito parte de projetos audiovisuais, chamando mais atenção dessa nova parcela de consumidores para as organizações que engajam nesta causa social.

No intuito de compreender as redes de sentido às quais os sentidos sobre o sujeito cego se filiam, na trama discursiva produzida a partir da materialidade da Audiodescrição (Ad) para esses sujeitos, esta pesquisa se apoia nos pressupostos teóricos da Análise de Discurso (AD), que a compreende como prática de linguagem.

Tenciona inferir, precipuamente, na audiodescrição de filmes publicitários (num contexto com ausência significativa de falas), de que forma a composição de várias materialidades discursivas demanda que o sujeito audiodescritor movimente-se entre a descrição e a interpretação.

Destarte, levantamos alguns questionamentos relevantes para a pesquisa: Como a audiodescrição conseguiria captar o ambiente de produção simbólica constituinte do audiovisual (no caso, filmes publicitários), de modo a formar um conjunto, a partir do qual o sujeito cego pudesse ter acesso em igualdade com os demais? O sujeito audiodescritor ocupa uma posição discursiva ao traduzir? Os cursos de formação devem estimular sua filiação a mitos como o da imparcialidade? O discurso da inclusão social se efetiva em nossa formação social ou encontra-se em movimento, concorrendo com o da exclusão?

Considerando os aspectos expostos, este estudo se compõe de três partes principais. A primeira parte, composta pelo primeiro capítulo, *A Análise de Discurso Materialista – caminhos teóricos*, procura contextualizar os princípios teóricos da Análise do Discurso materialista (AD), dada a sua incontestável importância na fundamentação deste trabalho.

A partir dessa perspectiva teórica, são apresentados alguns conceitos específicos indispensáveis para o desenvolvimento da análise aqui proposta, considerando a possibilidade de se lançar um outro olhar sobre imagem e sonoridade, além de sua singularidade enquanto significantes. Destacam-se, portanto, os conceitos de: discurso, condições de produção, sujeito, gestos de leitura e memória discursiva.

Ainda na Parte I, segue o segundo capítulo, *Discursos sobre Deficiência*. Este contempla basicamente alguns aspectos da historicidade sobre deficiência, assim como o discurso sobre *normalidade* e sujeito cego, relacionando-os à Audiodescrição, posta enquanto recurso de acessibilidade para esses sujeitos na sociedade capitalista neoliberal brasileira. Desta maneira, buscou-se uma revisão literária do trabalho realizado por alguns autores acerca do tema abordado. Aspectos relacionados à audiodescrição e a lógica consumista da sociedade contemporânea, submetida à forte influência das mídias (aliadas ao discurso publicitário em prol da ideologia de consumo), serão igualmente retratados.

A Parte II contempla o terceiro capítulo, *A Análise de Discurso Materialista e a Audiodescrição*, que traz algumas considerações sobre as relações entre a disciplina Estudos da Tradução e a Análise de Discurso. Foca na referida modalidade de tradução enquanto materialidade discursiva a partir das reflexões de Mittmann (2003; 2007), Lagazzi (2011), Courtine (2011), Souza (2001) e Marques (2016). Aborda, ainda, o caráter de incompletude do não verbal e do verbal na audiodescrição. Além disso, encontram-se nesse capítulo reflexões sobre a heterogeneidade da sonoridade e a importância de se desenvolverem estudos mais aprofundados sobre ela.

A terceira e última parte, engloba o quarto capítulo, intitulado *Os sentidos na audiodescrição- uma proposta de Análise*. O capítulo discorre especificamente sobre os procedimentos metodológicos concernentes ao presente estudo, descrevendo a constituição do *corpus*, o espaço virtual do qual foram coletadas as materialidades analisadas, os principais procedimentos analíticos. Desta forma, o *corpus* dessa pesquisa constitui-se de recortes de audiodescrições de três filmes publicitários disponibilizados na mídia social YouTube, durante o período que compreende momentos de bloqueio social de emergência em diversas unidades federativas do país, como também, nas principais capitais. É neste capítulo que se encontra a análise que depreendeu alguns efeitos de sentido por nosso gesto de interpretação. Os referidos recortes aqui incorporados constituíram um arquivo discursivo sobre a Audiodescrição e suas condições de produção na perspectiva teórica da Análise do Discurso materialista.

## 1 ANÁLISE DE DISCURSO MATERIALISTA - CAMINHOS TEÓRICOS

A partir de uma revisão bibliográfica de algumas obras consideradas básicas para os estudos em Análise do Discurso materialista, serão destacados a seguir alguns conceitos próprios da teoria, que balizarão nossas reflexões no decorrer deste estudo.

Inicialmente, busca-se apresentar a concepção de discurso concebida pela teoria, retomando certa historicidade de sua origem e filiações teóricas, destacando algumas noções primordiais referentes aos processos e as condições de produção<sup>1</sup> de discursos como: discurso, sujeito, formações imaginárias, memória discursiva e gestos de interpretação.

### 1.1 Discurso - O simbólico e o político na produção de sentidos

A Análise do Discurso teve início no ponto de encontro entre a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise, operando a noção de discurso em suas bases de sustentação. Entretanto, apesar de se constituir na conjugação dessas três regiões, ela não se desvia ao questionar a Linguística pela historicidade descartada por ela, nem deixa de interrogar o Materialismo em relação ao material simbólico desprezado em suas análises. Tampouco, se priva de interrogar a Psicanálise pela forma como age na relação entre ideologia e inconsciente, sem ser absorvida por ele. No confronto entre o político e o simbólico,

(...) essa nova forma de conhecimento coloca questões para a Linguística, interpelando-a pela historicidade que ela apaga, do mesmo modo que coloca questões para as Ciências Sociais, interrogando a transparência da linguagem sobre a qual elas se assentam; (...) critica a prática das Ciências Sociais e a da Linguística, refletindo sobre a maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua. (ORLANDI, 2020, p. 14-15)

Dessa convergência, resulta a materialidade específica da ideologia, o discurso. Na concepção da AD, como já mencionado anteriormente, a percepção de discurso

---

<sup>1</sup> Segundo Orlandi, são as circunstâncias da enunciação (consideradas como contexto imediato) e o contexto sócio-histórico, ideológico (2020 [1999], p. 28-29).

afasta-se da simples transmissão de informação, como habitualmente se denota a partir de uma ideia recorrente de comunicação.

De acordo com o pensamento de Malidier (1997), a emergência da Análise do Discurso ocorre duplamente na França, “(...) em torno de dois pólos simbolizados pelos nomes de J. Dubois e M. Pêcheux” (MALDIDIER, 1997, p. 16).

Na contramão das ideias dominantes, eles partilham as mesmas evidências sobre a luta de classes, sobre a história, sobre o movimento social. (...) O projeto da AD nasce dentro desse contexto. Limitando-nos estreitamente ao que um e outro dizem, o elo entre a expansão da linguística e a possibilidade de uma disciplina de análise do discurso é explícito. (...) Desse modo, marxismo e linguística presidem o nascimento da AD na conjuntura teórica, bem determinada, da França dos anos 1968-70. (MALDIDIER, 1997, p. 17-18)

O livro “Análise Automática do Discurso”, publicado em 1969 é considerado um marco na fundação da Análise de Discurso a partir dos aspectos trabalhados por Michel Pêcheux, “fundador da escola francesa de Análise de Discurso que teoriza como a linguagem é materializada na ideologia e como esta se manifesta na linguagem” (ORLANDI, 2022 [2001], p. 10).

Aproximando-se do pensamento de Althusser, que atribui à ação ideológica a responsabilidade de interpelar o sujeito dentro das instituições sociais, Pêcheux compreende o discurso como materialidade ideológica, representado na materialização da linguagem a partir de sua exterioridade (que é histórica e social). Nessa perspectiva, cada sujeito ocupa uma posição determinada de acordo com a posição ideológica na qual se inscreve.

Numa tentativa de eliminar algumas ambiguidades produzidas em seu texto, tanto relativas à teoria quanto à sua aplicação, o autor escreve em parceria com Fuchs “A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas [1975]” (1997a). No texto, os autores salientam a questão da ilusão do sujeito de ser o dono do próprio dizer, ilusão esta, causada pela interpelação da ideologia (segundo Louis Althusser), sem que ele se dê conta disso.

Nas palavras de Althusser (1992, p. 104), “(...) o indivíduo é interpelado como sujeito (livre) para livremente submeter-se às ordens do Sujeito, para aceitar, portanto (livremente) sua submissão, para que ele ‘realize por si mesmo’ os gestos e atos de sua submissão”. Nessa perspectiva, é possível inferir que os sujeitos não têm controle sobre o próprio dizer, estando assujeitados em razão de serem atravessados pela ideologia.

Retomando Althusser (1992), Pêcheux (2014 [1988], p. 141) esclarece: “o que a tese ‘a Ideologia interpela os indivíduos em sujeitos’ designa é exatamente que o ‘não-sujeito’ é interpelado-constituído em sujeito pela Ideologia”.

O autor reitera, “o fato de que as ideologias não são feitas de ‘ideias’, mas de práticas (...)” (PÊCHEUX, 2014, p. 130), afirmando que “essas condições contraditórias são constituídas, em um momento histórico dado, e para uma formação social dada, pelo *conjunto complexo dos aparelhos ideológicos de Estado*<sup>2</sup> que essa formação social comporta” (PÊCHEUX, 2014, p. 131, grifos do autor).

Pêcheux (2014) declara, ainda, que a ideologia tem como objetivo central produzir a ilusão de evidências subjetivas que atuam na constituição dos sujeitos em suas situações de enunciação (2014, p. 146). Desta maneira, a evidência do sentido é um efeito da ideologia que não permite a percepção da historicidade de sua composição. Logo, a ideologia é considerada na teoria como necessária enquanto trabalho entre a linguagem e o mundo.

Sob a evidência de que “eu sou realmente eu” (com o meu nome, minha família, meus amigos, minhas lembranças, minhas idéias, minhas intenções e meus compromissos), há o processo da interpelação-identificação que *produz* o sujeito no lugar deixado vazio (...). É a ideologia que fornece as evidências pelas quais “todo mundo sabe” o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado “queiram dizer o que realmente dizem” e que mascaram, assim, sob a “transparência da linguagem”, aquilo que chamaremos o *caráter material do sentido* das palavras e dos enunciados. (PÊCHEUX, 2014, p. 145-146, grifos do autor).

Diante do exposto, depreende-se que a Análise de Discurso não se refere ao estudo de estruturas linguísticas ou ao sistema interno de signos e regras formais de uma língua, mas considera o discurso seu objeto de estudo, enviesando-se por suas características peculiares, ainda que todo o conjunto linguístico lhe seja útil.

Assim, os aspectos linguísticos são trabalhados a partir de uma forma material inscrita na história, produtora de sentidos. Afinal, “essa inscrição dos efeitos linguísticos materiais na história é que é a discursividade” (ORLANDI, 2020, p. 44).

Etimologicamente, derivada do latim *discursus*, a palavra produz efeitos de sentido de movimento, de percurso, prática de linguagem. É através dessa prática que o homem produz sentido ao significar e ao significar-se, na discursividade. Diante dessa

---

<sup>2</sup> Ver ALTHUSSER, L. *Aparelhos Ideológicos de Estado*. 6. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

perspectiva, o discurso é o objeto sócio-histórico no qual o linguístico interfere enquanto pressuposto. Nas palavras de Pêcheux, discurso é

[...] uma parte de um mecanismo em funcionamento, isto é, como pertencente a um sistema de normas nem puramente individuais nem globalmente universais, mas que derivam da estrutura de uma ideologia política, correspondendo, pois, a um certo lugar no interior de uma formação social dada (PÊCHEUX, 1997b [1975], p. 76-77).

Desta forma, a AD percebe a linguagem enquanto constitutiva e intercessora entre o homem e a realidade em que vive, ou seja, no trabalho simbólico humano. A língua não é concebida enquanto sistema abstrato de regras, mas como acontecimento, enquanto produtora de sentidos no mundo, no percurso histórico-social. “Na análise de discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história” (ORLANDI, 2020, p. 13).

A teoria considera, assim, os processos e as condições de produção de sentido produzidos na materialidade linguística: quem fala, por que fala, para quem fala, como fala, quando fala, nas relações existentes entre a linguagem e sua exterioridade. Para Pêcheux (2014, p. 129), “não se deve ignorar as determinações econômicas que condicionam (...) essa reprodução/ transformação, no próprio interior da produção econômica”.

Nessa perspectiva, é na linguagem que objetos e processos vão funcionar, sob determinadas circunstâncias, como signos tendo a possibilidade de adquirir significações definidas. Para a AD o sentido é indissociável do aspecto histórico-social no qual é produzido. Essa relação entre o discurso e sua exterioridade é a marca essencial da teoria, que pensa o sentido em seu processo histórico-social de constituição. “A semântica é a pedra de toque da constituição da AD, tal como esta se desenvolve na linha europeia” (ORLANDI, 1986, p. 112).

Ainda segundo Orlandi (1986), Pêcheux propõe a distinção entre semântica discursiva e semântica linguística. A primeira, considerando uma análise das relações ideológicas determinadas historicamente numa formação social específica, estaria incumbida de constatar a articulação entre o processo de produção de um discurso e suas condições de produção. Já a segunda, seria uma “(...) teoria do funcionamento material da língua na sua relação com ela mesma, isto é, uma sistematicidade que não se opõe ao não-sistemático (língua/ fala)” (ORLANDI, 1986, p. 113).

A diferença entre a Linguística e a AD, estaria no objetivo das duas, pois uma tem a preocupação formal com as sequências produzidas, enquanto a outra, com a descrição de uma unidade sequencial única. A Linguística se aproxima da AD a partir de sua materialidade, visto que a linguagem vai ser apresentada como lugar privilegiado de uma via possibilitadora do funcionamento da ideologia. Nessa concepção, a linguagem é a materialidade linguística sobre a qual se desenvolve o discurso, os efeitos de sentido se constituem sobre essa base. A AD não acontece sem a Linguística.

Orlandi (1986, p. 114), assevera que as sistematicidades (morfológicas, fonológicas e sintáticas) são as condições essenciais para se desenvolverem os processos discursivos, de maneira tal, que não existem como um bloco homogêneo de regras. O fio delimitador entre o que é linguístico e o que é discursivo é constantemente colocado em causa, a cada prática discursiva, já que essas condições materiais de base resultam de relações historicamente determinadas. Pode-se, assim, dizer que há uma relação tensa e crítica entre a Linguística e a AD.

Por conseguinte, Orlandi (2020 [1999]), retomando Foucault, põe em causa a relação do texto como monumento, como podemos ver a seguir:

Os textos, para nós, não são documentos que ilustram ideias pré-concebidas, mas monumentos nos quais se inscrevem as múltiplas possibilidades de leituras. Nem tampouco nos atemos aos seus aspectos formais cuja repetição é garantida pelas regras da língua - pois nos interessa sua materialidade, que é linguístico-histórica, logo não se remete a regras mas às suas condições de produção em relação à memória, onde intervém a ideologia, o inconsciente, o esquecimento, a falha, o equívoco. O que nos interessa não são as marcas em si mas o seu funcionamento no discurso. É este funcionamento que procuramos descrever e compreender. (ORLANDI, 2020, p. 62-63)

A AD, ao contrário da Linguística propriamente dita, ressalta a existência de uma relação entre o dizer e as condições de produção desse dizer, quanto aos efeitos de sentido possíveis num discurso. Essa característica de não dissociar o que é produzido das condições histórico-sociais em que é produzido, a exterioridade, é talvez a razão mais importante para o referido deslocamento.

A partir da ideia de que a Análise de Discurso não tem como objetivo a descrição das formas das sequências produzidas, mas que pretende compreender o funcionamento discursivo, pode-se afirmar que “para a AD o objeto teórico que permite pensar a linguagem em uso, não é uno, nem homogêneo, havendo, na passagem para análise de unidades mais complexas, necessidade de um deslocamento teórico” (ORLANDI, 1986, p. 110). Evidencia-se, assim, o inevitável deslocamento para uma

teoria que considere conceitos que intervenham na exterioridade linguística de uma formação discursiva (FD) específica.

Chamaremos, então, *formação discursiva* aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa etc.). (PÊCHEUX, 2014, p. 147)

No funcionamento da linguagem ocorre um processo de significação que estabelece uma articulação entre sujeitos e sentidos, que ao construir significado, são afetados pela língua e pela história, o que evidencia a impossibilidade de se encarar uma prática discursiva de forma reducionista, como um mero processo de decodificação de códigos emitidos numa mensagem.

Nas palavras de Orlandi (2020, p. 20), “as relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores”. A relação entre língua e fala não se resume a algo estanque, fechado, mas sim, a um conjunto de aspectos relacionados: as formações imaginárias, as condições de produção, a posição dos sujeitos do enunciado<sup>3</sup> etc.

Os ‘atos do sujeito falante’, numa ‘situação’ e em presença de determinados ‘interlocutores’ (...) são, portanto, na realidade, *o efeito de relações entre processos discursivos*. Em particular, o fato de que uma sequência (fônica ou gráfica) materialmente especificada -e não outra- seja, a cada instante, ‘filtrada’, ‘selecionada’, não é, de modo algum, o resultado de uma *escolha do locutor*, mas traduz a intervenção, numa determinada formação discursiva (...), de outras formações discursivas que *des-igualizam uns em relação aos outros*, os elementos que entram em jogo nestes funcionamentos, e os *ordenam* de tal modo que um dentre eles recebe a cada instante o ‘privilégio’ de aparecer como a palavra, a expressão, etc. ‘justas’. (PÊCHEUX; FUCHS, 1997a, p. 245, grifos do autor)

A partir desse entendimento, o discurso é produzido na materialidade linguística e está vinculado a um modo de existência sócio-histórico da linguagem, que não é uma realidade evidente, mas produto construído.

Torna-se imprescindível salientar a importância que a Análise de Discurso materialista ocupa neste estudo, ao permitir o investimento no olhar sobre o discurso da Audiodescrição na forma de objeto simbólico. É ela que possibilita uma identificação

---

<sup>3</sup> Voltaremos a essas noções em outras partes de nossa dissertação

singular do papel da sonoridade enquanto constitutivo da memória discursiva, a partir de suas perspectivas políticas, históricas, suas relações com o simbólico, seus sentidos no domínio do não verbal traduzido em verbal.

## 1.2 Condições de produção de um discurso – algumas considerações

Existe uma relação íntima estabelecida entre língua e sociedade. Em uma visada idealista, é na língua, enquanto instrumento de comunicação, que os traços culturais aparecem interligados ao léxico como elementos indissociáveis, fundamentais na constituição dos enunciados linguísticos.

Nesse sentido, por exemplo, a sociolinguística busca contribuir ao dizer que se deve observar os usos atuais da linguagem, e a pragmática, ao afirmar que esse uso deve ser analisado nos limites dos atos de fala, ou seja, em suas marcas histórico-sociais. Compreende-se, a partir disso, que enquanto trabalho, a linguagem é a relação necessária para que o homem se constitua e natural e socialmente, uma mediação entendida como transformadora.

Contudo, a Análise de Discurso é assumidamente crítica em relação à questão de uma pretensa relação que se colocaria diretamente entre linguagem e sociedade. A AD busca a apreensão dos sentidos, balizando-se na busca das relações entre o sujeito e os sentidos, a língua e a história<sup>4</sup>. Nessa concepção, não cabe deixar de aludir que toda leitura necessita de um artefato teórico para que dela se retirem gestos de interpretação (ORLANDI, 2020 [1999]).

A noção de condições de produção envolve as relações estabelecidas entre o sujeito, suas posições e suas contradições nas circunstâncias da enunciação, o contexto sócio-histórico, ideológico que constituem todo o processo de produção do discursivo. De acordo com o pensamento de Michel Pêcheux (1997, p. 74), o processo de produção de um discurso é “o conjunto de mecanismos formais que produzem um discurso de tipo dado em ‘circunstâncias’ dadas”.

as condições de produção implicam o que é material (a língua sujeita a equívoco e a historicidade), o que é institucional (a formação social, em sua

---

<sup>4</sup> Voltaremos a essas noções em outras partes de nossa dissertação.

ordem) e o mecanismo imaginário. Esse mecanismo produz imagens dos sujeitos assim como do objeto do discurso, dentro de uma conjuntura sócio-histórica (ORLANDI, 2020, p. 38).

Isso quer dizer que os saberes/dizeres se constituem pelo processo de memória/esquecimento, subordinados a condições sócio-históricas próprias, marcados pela atuação da ideologia e pelo lugar de ocupação do sujeito que os enuncia. Para Orlandi (2020, p. 37), “Como a nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força<sup>5</sup>, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na comunicação”. O sujeito está inserido num jogo de imagens constitutivas das diferentes posições que ele pode ocupar numa determinada situação histórica estabelecida.

A língua é considerada a materialidade que dá condição de possibilidade ao discurso num momento histórico determinado. A Análise de Discurso concebe, assim, a linguagem como mediação necessária entre o sujeito e sua exterioridade, enquanto lugar de manifestação da ideologia, do inconsciente, do esquecimento, da falha, do equívoco.

Ademais, as condições de produção fortalecem o liame entre a língua e a história, fundamentos do processo discursivo, trazendo às circunstâncias da enunciação (contexto imediato), a historicidade dos sentidos. Com isso, se assegura que os sentidos são produzidos enquanto efeito, produto de condições sociais e ideológicas específicas e anteriores, não restritos, portanto, à situação concreta e imediata da produção verbal. (OLIVEIRA, 2020, p. 50)

De acordo com o arcabouço teórico da Análise de Discurso, sujeitos e sentidos constituem-se na determinação histórica. Esta assume nas diferentes formas sociais, uma forma material distinta, produzida entre o possível e o historicamente determinado.

É isso que significa a determinação histórica dos sujeitos e dos sentidos: nem fixados *ad eternum*, nem desligados como se pudessem ser quaisquer uns. É porque é histórico (não natural) é que muda e é porque é histórico que se mantém. Os sentidos e os sujeitos poderiam ser sujeitos ou sentidos quaisquer, mas não são (ORLANDI, 2007a, s.p.).

Devido à sua constituição enquanto evidência de sentido, vários enunciados passaram a ser considerados incorretos no interior de determinadas formações discursivas e não outras, sendo substituídos, o que nos leva a concluir que nenhum

---

<sup>5</sup> Mais adiante retomaremos a noção em PÊCHEUX (1997).

termo pode ser considerado completamente válido em qualquer condição de produção, pois seus sentidos não são fixos.

(...) O sentido (de uma palavra, uma expressão ou uma proposição) se constitui em cada formação discursiva (não havendo um sentido que lhe seja ‘próprio’, vinculado a sua literalidade), nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva (PÉCHEUX, 2014, p. 147 -148).

Contudo, no processo de substituição, algum sentido permanece ecoando na memória discursiva<sup>6</sup>, que não a memória psicológica, a partir de seus entrecruzamentos e reconstrução de implícitos, já que a formação discursiva é considerada como espaço de conflitos, deslocamentos, de regularização.

No processo discursivo (nas relações com o dizer), esbarra-se em movimentos de forças sociais em constante embate nas formações ideológicas, movimentos que possibilitam que os enunciados façam sentido.

Sujeitos e sentidos não são estáveis, mas instáveis, incompletos, fluidos. Vão se instituindo historicamente na relação com a materialidade discursiva, numa tensão entre mundo e linguagem, submetidos às condições de produção e à memória discursiva.

No campo da discursividade, não existe transparência; mas opacidade, movência de sentidos e deslizamentos metafóricos que se constituem com base nas formações discursivas que atravessam e constituem cada sujeito. (...) as formações discursivas são responsáveis pelas possibilidades de expressão discursiva e produção de sentido, justamente, por mapearem as condições político ideológicas dos sujeitos, num dado momento histórico. (VIANNA, 2010, p. 118)

A esse respeito, destaca-se que “o sentido e o sujeito poderiam ser os mesmos, no entanto escorregam, derivam para outros sentidos, para outras posições. A deriva, o deslize é o efeito metafórico, a transferência, a palavra que fala com outras” (ORLANDI, 2020, p. 51).

Ao contrário do que se pensa, o falante não é a origem do discurso, mas está integrado nesse funcionamento discursivo estruturado sobre formações ideológicas. Nessa perspectiva, pensar sobre uma dada discursividade, pressupõe considerar seu processo de significação enquanto discurso, formulado a partir de determinadas condições de produção.

---

<sup>6</sup> Essa noção será mais bem definida posteriormente.

Segundo Pêcheux (2014 [1988], p. 138), nesse sentido, a história é um vasto sistema em movimento impulsionado pela luta de classes (relações de classes com suas particularidades econômicas, jurídico-políticas e ideológicas). Ou ainda, como o próprio filósofo coloca, “*lutas ideológicas de movimento (...) pensadas (...) como uma série de disputas e embates móveis (...) pelos processos por meio dos quais a exploração-dominação da classe burguesa se reproduz, com adaptações e transformações.*” (PÊCHEUX, 2011, p. 97).

No interior desse processo sócio-histórico encontram-se as conexões entre o sujeito de direito e o sujeito ideológico. Todos são interpelados pela ideologia desde sempre, estando filiados a redes de sentido ocultadas pelo que o autor chama de “esquecimentos do discurso”, constituintes desses sujeitos.

Nessa perspectiva, distinguem-se dois tipos de esquecimento. O denominado esquecimento número 1 resulta da ilusão do sujeito em relação a seu dizer, considerado inédito, originado nele, quando, efetivamente, retoma sentidos, resultado do modo pelo qual é afetado pela ideologia.

Os sujeitos discursivos têm a ilusão de serem a origem de seus discursos, mas não o são. “Apesar de o sujeito do dizer ter a ilusão de que o está dizendo pela primeira vez, ele está dizendo algo já dito em outro lugar, por que os discursos preexistem e são por ele retomados sem que haja qualquer consciência disso” (CARNEIRO, 2020, p. 126).

Já o esquecimento número 2 produz a sensação de que o sentido só pode ser um, pois estabelece uma relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo, como se os sentidos fossem fixos nas palavras.

Filiado a uma FD determinada, o sujeito seleciona no interior dessa matriz de sentidos delimitada pelo interdiscurso<sup>7</sup>, que disponibiliza formas e sequências que significam, ancoradas na impressão de que algo só poderia ser dito daquela forma e não de outra, apoiado na ilusão de ser dono de sua enunciação.

No processo discursivo, os sujeitos, assim, estão condicionados aos dois esquecimentos, inconscientes de que a evidência de sentidos é um efeito da ideologia que dissimula a historicidade de sua construção.

Essa é uma determinação necessária para que haja sentidos e sujeitos. por isso é que dizemos que o esquecimento é estruturante. as ilusões não são

---

<sup>7</sup> Essa noção será mais bem detalhada na próxima seção.

defeitos, são uma necessidade para que a linguagem funcione nos sujeitos e na produção de sentidos. os sujeitos esquecem que já foi dito (...) para, ao se identificarem com o que dizem, se constituírem em sujeitos. (ORLANDI, 2020, p. 34)

As tensões constitutivas no dizer propiciam um processo de significação aberto à outras inúmeras possibilidades de sentidos, interligados às condições de produção do discurso, condições estas que estão sempre instituídas por língua e história, por isso os sentidos podem ser vários, mas não qualquer um, como lembra Orlandi (2020).

Pensando em tais possibilidades de sentidos, podemos observar que, na contemporaneidade, diversos grupos com direitos diferenciados tiveram suas especificidades inseridas em termos de direitos sociais e materiais. Enunciados como “incluir”, “aceitar”, “integrar” e “tolerar” circulam na grande web, nos meios de comunicação em massa, nas redes sociais etc., atravessados por discursividades sobre neoliberalismo, que colocam em tensão um debate diário entre a cultura da padronização e a homogeneização, em detrimento à diversidade.

Nesta perspectiva, o discurso da inclusão em funcionamento numa sociedade de segregação, valida a exclusão dos sujeitos, “cujos sentidos se constituem politicamente, ou seja, são divididos pelas relações de poder instauradas nas relações sociais” (COSTA, 2014, p. 133).

As práticas sociais do sistema capitalista constituem-se no ideário de que todos são pretensamente iguais, porém, alguns precisam ser incluídos, já que os processos de significação sobre os efeitos relacionados à diversidade se encontram ligados aos sentidos de preconceito, marginalização, intolerância, dentre outros.

Pode-se dizer que a busca por uma *normalidade*, se mantém viva, nos discursos sobre a diversidade, camuflada no direito à igualdade. Distingue-se, assim, a relevância das condições de produção nas relações de sentidos, nos efeitos produzidos entre os interlocutores, além das relações de força que se sustentam a partir das relações de força que também emanam dos lugares sociais desses sujeitos.

Afinal, o lugar de fala dos sujeitos considerados “normais”, sem deficiência, acaba sobressaindo ao dos sujeitos com deficiência, constituindo sentidos outros, ancorados num princípio regulador da sociedade capitalista neoliberal: o mercado. O corpo social, estabelece desta forma, meios de classificar os sujeitos de acordo com o que é considerado comum ou natural a cada categoria que integram.

As sociedades, a bem da verdade, nunca estiveram preparadas para lidar com as diferenças, com o sujeito ambíguo, diferente, indefinido, constituído ideologicamente a partir de lógicas sociais (...) diferenciadas dos demais grupos que formam o corpo social. (VIANNA, 2010, p. 74)

Com a crescente industrialização e o desenvolvimento tecnológico, os sujeitos cegos, que eram significados ideologicamente como força de trabalho, passam a assumir novas subjetividades, disciplinados por mecanismos midiáticos, principalmente a internet. Tal como os demais integrantes dessa sociedade, são atravessados “por uma ideologia pautada na tecnologia da informação, traduzida por imagens e signos voláteis, cuja velocidade é a tônica da sua compreensão” (VIANNA, 2010, p. 59).

A nova configuração de mundo cibernético acaba por redesenhar as formas de pensar, produzir, consumir, impactando nos modos de subjetivação dos sujeitos, inscritos numa coletividade baseada em valores sociais apurados pelo efêmero.

Torna-se relevante, desta forma, retomar o momento de pandemia ocasionada pelo novo coronavírus em escala mundial e sua discursividade.

Durante o período de isolamento imposto à população pela urgência em deter a propagação do vírus Sars-coV-2, o desequilíbrio dos cenários político e econômico agrava-se, o que produz um impacto relevante no mercado comercial, demandando dele novas práticas discursivas, que tomam o simbólico por diversas materialidades em direção à ampliação do mercado consumidor.

Investimentos na “transmissão de conteúdo” e informações no ambiente online, passam a focar naquilo que produzem como usuários em massa das redes sociais. Simultaneamente, a necessidade de cumprimento do disposto no Decreto nº 5.296 de 02 de dezembro de 2004<sup>8</sup>, provoca a aceleração da disponibilização daquilo que é posto como conteúdo acessível nos serviços de comunicação audiovisual.

A atuação da mídia no social é evidenciada a partir de uma formação ideológica e histórica determinada, atuação esta que (re)produz sentidos desde esse lugar, entrelaçados por relações de poder que regulam as práticas dos sujeitos no corpo social. Os sentidos materializados nos filmes publicitários promovidos e divulgados nas mídias, são determinados, assim, por toda uma conjuntura sócio-histórica de uma sociedade marcada pela cultura visual.

---

<sup>8</sup> Regulamenta as Leis nº 10.048, de 8 de novembro de 2000 e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que em sua ementa, diz-se que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências.

Assim, a publicidade assume certa centralidade na formulação de discursividades sobre deficiência e inclusão social, estabelecendo relações com os sujeitos consumidores na sociedade capitalista, tópico que será desenvolvido mais adiante.

### **1.3 Memória e sustento de dizeres - as redes discursivas de reformulação dos sentidos**

O conceito de memória discursiva pode ser central no trabalho de alguns analistas do discurso, visto que, diz respeito à recorrência de dizeres que emergem a partir de condições de produção específicas. Nessa perspectiva, ela também pode ser esquecida, manter-se ou ser atualizada de acordo com o processo discursivo.

A memória discursiva funciona, também, pela lembrança de sentidos legitimados, o que difere de (re)lembrar o passado. Ao se examinar os modos de funcionamento da memória, é possível compreender certos funcionamentos discursivos.

Diferentemente da memória psicológica, a memória discursiva não tem relação com lembranças individuais, pois é concebida numa esfera social. Refere-se a como e do que nos lembramos/-esquecemos na relação com a ideologia, do que pode ou não pode ser dito a partir de uma posição dada, em condições de produção específicas de uma FD. Além disso, é um ponto de embate entre forças ideológicas que objetivam, de um lado, estabelecer implícitos, assim como desestabilizá-los. Desta feita, Pêcheux (1999), a respeito da noção de memória discursiva, diz-nos que

Tocamos aqui um dos pontos de encontro com a questão da memória como estruturação de materialidade discursiva complexa, estendida em uma dialética da repetição e da regularização: a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os implícitos (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível. (PÊCHEUX, 1999, p. 52)

Assim, para Pêcheux (1999), a memória discursiva não deve ser compreendida como um receptáculo de sentidos acumulados, homogêneos, mas “como um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de

regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos” (PÊCHEUX, 1999, p. 56).

Por outro lado, segundo Orlandi (2020 [1999]), a memória discursiva “é tratada como interdiscurso”<sup>9</sup> (ORLANDI, 2020, p. 29). Nessa perspectiva, a memória é “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra” (ORLANDI, 2020, p. 29), relacionada à existência histórica do enunciado que ocorre no interior de práticas discursivas, organizadas pela ideologia.

Dito de outra forma, são colocados à disposição (pelo interdiscurso) dizeres que afetam o modo como os sujeitos significam, pois algo vem pela história sem avisar, atravessando os sentidos constituídos por muitos outros dizeres, a partir de compromissos ideológicos. Retomando os dizeres da referida autora, temos

A memória discursiva é tomada na Análise do Discurso, pela forma de **Interdiscurso**, que consiste no conjunto de formulações feitas, já ditas e significadas em algum lugar ou em algum tempo na história, mas já esquecidas, que acabam por determinar o que dizemos hoje, na formulação discursiva. Ou seja, o interdiscurso determina os aspectos da formulação discursiva, pois o sujeito só pode “dizer”, a partir da confluência desses dois eixos: o eixo da memória (o interdiscurso) e o eixo da formulação discursiva (Intradiscurso). A memória discursiva, portanto, figura como instauradora da interdiscursividade, na medida em que evidência na rede de significados, discursos outros que a atravessam, transmutando a relação entre discursos. É notório que a linha demarcatória entre o interdiscurso e o intradiscurso se torna muito tênue e é nessa fronteira que se escondem os sentidos produzidos pelos sujeitos, formulando discursos e mascarando memórias. (VIANNA, 2010, p. 119)

Na produção discursiva, o sujeito é afetado pela memória nas relações com suas condições de existência, constituídas por um imaginário, por filiações de sentidos constituídos marcadamente pela ideologia através de posições nas relações de força. Todo e qualquer dizer significa pela língua e pela história.

A memória discursiva é constituída pelo esquecimento e por aqui se instada a enunciar, portanto, é da ordem do inconsciente, visto que, os sujeitos não percebem a retomada, a repetição de sentidos determinados por sua inscrição sócio-histórica e disponibilizados pelo interdiscurso.

É nesse espaço interdiscursivo, que se poderia denominar, seguindo M. Foucault, domínio de memória, que se constitui a exterioridade do enunciável

---

<sup>9</sup> Perspectiva adotada neste estudo.

para o sujeito enunciador na formação dos enunciados pré-construídos, de que sua enunciação apropria-se.” (COURTINE, 1999, p. 18).

Courtine (1999) reflete sobre a complexidade da noção de esquecimento a partir do texto intitulado “O chapéu de Clémentis”. O autor aborda a questão da memória resgatando uma anedota extraída da obra de Kundera, no início da boemia comunista.

Desta forma, retoma o apagamento de Clémentis numa foto (feita no dia do discurso do dirigente comunista Klement Gottwald, enquanto ele usava emprestado o chapéu de Clémentis, homem que, anos mais tarde, foi acusado de traição e morto, sendo apagado das fotos do referido evento), para ilustrar a produção de efeitos de sentido desse apagamento.

Para haver sentido, então, é necessário que o já dito num determinado momento “se apague na memória para que, passando para o ‘anonimato’, possa fazer sentido em minhas palavras” (ORLANDI, 2020, p. 32).

Para a AD, deve-se considerar que o dito pressupõe um não-dito no jogo das relações dos sujeitos com as redes de sentido, determinadas pela ideologia. O não-dito se apresenta enquanto prática social discursiva, um movimento sobre o que é conveniente que se apague, produzindo sentidos a partir de uma ausência-presença.

Depreende-se, portanto, que dizeres advindos de outros já-ditos podem produzir diferentes efeitos de sentido na relação com a memória discursiva, quaisquer que sejam estas relações: deslocamento, conflito, ruptura etc. Os discursos vão sendo retomados enquanto acontecimentos únicos e interpretações de já-ditos anteriores que evidenciam a movimentação/ atuação da memória.

De acordo com esse entendimento, tudo o que é dito é um já-dito no processo discursivo. Constroem-se, dadas representações imaginárias que estão incumbidas de produzir e interpretar os efeitos de sentido constituintes dos diversos enunciados, encontrando-se arquivadas numa memória discursiva, cultural e sócio-histórica.

Evidencia-se que a produção de discursos pelos sujeitos se dá a partir do batimento entre esquecimento e lembrança, através do papel da memória, já que só é possível esquecer/ lembrar o que está já lá.

Os esquecimentos estruturantes dos discursos, atendem a uma necessidade da filiação dos sujeitos a formações discursivas específicas, o que abre espaço a uma diversidade de efeitos de sentido produzidos. Desta feita, também podemos dizer que “não há como não considerar o fato de que a memória é feita de esquecimentos, de

silêncios. De sentidos não ditos, de sentidos a não dizer, de silêncios e de silenciamentos (ORLANDI, 1999a, p. 59).

É possível relacionar o conceito de memória discursiva (interdiscurso) às operações que regulam a retomada e a circulação da multiplicidade de discursos que sustentam a viabilidade do dizer. O processo de formulação e circulação de discursos na mídia, por exemplo, está fixado num lugar de (re)produção interminável.

A mídia conta com um espaço de circulação e produção de sentidos e da constância de um arcabouço de saberes sobre o que deve ser mostrado e o que deve ser ocultado. Jogo de inclusões e exclusões, ou ainda jogo de evidenciamento e apagamento que também constituem as formulações da audiodescrição

Ao refletirmos sobre as audiodescrições contidas neste estudo, retomamos o pensamento de Orlandi (1995), de que o não verbal é, geralmente, reduzido ao verbal, dando lugar à produção de efeitos de transparência, estabilidade, de evidência de sentido. Nas palavras da autora,

Se a informação pode vir através de diferentes “canais” (leia se “linguagens”), e mesmo simultaneamente, no entanto a sua formulação, para consumo, é verbal. Tem-se um suporte verbal disponível - produzido pela ideologia do discurso social já estabilizado - e reduz-se qualquer processo de significação produzido pelas outras linguagens a este processo. É assim que a multimídia ganha unidade em sua representação: pelo verbal. Garantia da legibilidade, da interpretação, linguisticamente organizada. (ORLANDI, 1995, p. 43)

Numa sociedade de cultura majoritariamente visual, observamos uma organização constituída a partir da relação mídia e poder. Valores e saberes dessa sociedade são difundidos pela mídia, que atua como região de fluxo de sentidos, assentada na relação estabelecida com o poder instituído.

O domínio do espaço midiático, aparentemente, não acontece por meio da repressão, do controle do olhar, mas possivelmente, pela ocorrência de modelos “imagéticos imitativos” de uma realidade a ser alcançada, pela (re) produção da ilusão de evidências e referencialidade de sentidos e de completude do sujeito consideradas adequadas à organização social.

Nessa perspectiva, Foucault (2000 [1978]) ressalta que o poder é uma prática social que se constitui historicamente. Para ele, não se deve atribuir unicamente ao Estado a produção e difusão de poder, considerando que existem outras configurações para o exercício deste em todas as esferas sociais.

Nas palavras de Foucault (2000),

“(...) se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não, você acredita que seria obedecido? O que faz com que o poder se mantenha e seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir.” (FOUCAULT, 2000, p. 7- 8).

Depreende-se, a partir desse pensamento, que as mídias assumem o lugar institucional da informação, sustentando neste espaço social de produção discursiva um lugar de poder. Além disso, legitimam singularmente essa posição reguladas por forças ideológicas, que são primeiramente, políticas, econômicas e sociais, que potencializam alguns sentidos em desfavor de outros.

A audiodescrição de filmes publicitários difundidos nas mídias sociais, nessa perspectiva, apresenta-se enquanto materialidade discursiva<sup>10</sup> na sociedade neoliberal, numa conjuntura em que o mercado é quem gerencia o funcionamento do Estado. Assim, compreendemos que a audiodescrição, tomada como discurso, funciona a partir de uma (re)atualização da memória discursiva, sócio-histórica, que atua na reformulação de saberes, na produção de sentidos e de subjetividades.

As normas estabelecidas socialmente passam a agir implicitamente, de forma a conservar e engendrar nos sujeitos o interesse de se manterem conectados às redes sociais e de mercado. Os sujeitos consumidores são direcionados, por conseguinte, a entrar e permanecer no jogo econômico da sociedade capitalista, assumindo posições no intrincado encadeamento discursivo ao qual se filiam.

Diante do exposto, compreende-se que um discurso não se esgota, não está pronto, acabado, pois em seu interior, a memória discursiva opera retomando o passado, mas também o apagando, assumindo, assim, sua inconstância.

A significação é um movimento, um trabalho na história e as diferentes linguagens com suas diferentes matérias significantes são partes constitutivas dessa história. Mais uma vez se reafirma o caráter de incompletude da linguagem (melhor seria dizer das linguagens). O múltiplo e o incompleto se articulam materialmente: a falha e a pluralidade se tocam e são função do não fechamento do simbólico. Daí os “outros” sentidos que sempre são possíveis.

---

<sup>10</sup> Cf. Orlandi (2020 [1999]), “quando dizemos materialidade, estamos justamente referindo à forma material, ou seja, a forma encarnada, não abstrata nem empírica, onde não se separa forma e conteúdo: forma linguístico-histórica, significativa.

E a existência, ou a necessidade histórica das muitas linguagens é parte dessa incompletude e desse possível. (ORLANDI, 1995, p. 40)

A AD trabalha com as fronteiras da interpretação, seus gestos<sup>11</sup>, visando compreender como os objetos simbólicos significam, a partir de uma leitura ideológica.

Nessa perspectiva, interpretar é estar preso num sentido, é ser capaz de compreender como um objeto simbólico funciona, como se constitui, como se investe de significância para produzir sentidos. Interpretar é “expor-se à opacidade do texto, é explicitar o modo como um objeto simbólico produz sentido, o que resulta em saber que o sentido sempre pode ser outro (...)” (ORLANDI, 1996, p. 64).

A audiodescrição de filmes publicitários, nessa concepção, apresenta-se como produto de significação materializado na língua pelos gestos de interpretação<sup>12</sup> dos sujeitos audiodescritores, possibilitando outras significações, uma vez que fazem parte do processo discursivo.

A interpretação está presente em toda e qualquer manifestação da linguagem. não há sentido sem interpretação. mais interessante ainda é pensar os diferentes gestos de interpretação, uma vez que linguagens, ou as diferentes formas de linguagem, com suas diferentes materialidades, significam de modos distintos. (ORLANDI, 2007b, p. 9)

Ao colocar-se diante do filme publicitário, o sujeito audiodescritor, assim, se inscreve no espaço de interpretação com seu gesto, proveniente de sua relação com a memória (o interdiscurso) determinada historicamente com a exterioridade.

#### 1.4 Novos movimentos na história: um acontecimento discursivo

No final do ano de 2019, o mundo se viu diante de uma pandemia de COVID-19, que atingiu o Brasil, particularmente, a partir do início do ano de 2020. Diversas perspectivas teóricas, inclusive os estudos do discurso, vão caracterizá-la como acontecimento, considerando que “propiciam-nos, afinal, refletir criticamente sobre o modo como o acontecimento é transformado em fato, matéria do dizer, no conturbado cenário com que nos defrontamos” (BAALBAKI; SILVA, 2020, p. 14).

<sup>11</sup> Compreendidos com atos no nível simbólico, tal como posto por Pêcheux (1997).

<sup>12</sup> Interpretação enquanto trabalho contínuo na relação com o simbólico, cf. Orlandi (2007a).

A emergência do novo coronavírus, numa formação social capitalista constituída no embate com as práticas e saberes do colonialismo formal, acarretou um estado de crise, instituído sobre o caráter contraditório das formações discursivas. Silva (2020), esclarece que

estado de exceção e estado de crise são expressões que, ao funcionarem como gatilhos de normalização da repressão de estado ou da austeridade econômica (para as classes média e baixa, claro), evocam em si mesmas o caráter contraditório constitutivo de toda formação social". (SILVA, 2020, p. 45)

A ilusão de que o sistema é estável se dispersa nesse contexto, abalando toda a organização social e promovendo a reconfiguração das estruturas do capitalismo, a partir de um movimento de reação contra as possíveis mudanças das relações de produção existentes.

Numa sociedade capitalista neoliberal, a manutenção das relações de consumo é primordial, demandando textualidades que garantam a perpetuação da mesma dinâmica e simbolismos típicos de um ideal de normalidade, que não se pode afirmar que exista.

Nessa conjuntura, passam a circular discursos diferenciados no que se refere à pandemia, justificando-se pela inevitabilidade de permanência das pessoas em casa para que evitem a disseminação do vírus (ideológico), mas também, contraditoriamente, pela necessidade de retorno às atividades laborais, para que se mantenha o desenvolvimento econômico (não-ideológico).

As condições de produção do discurso revelam uma oposição entre o sistema de saúde e o setor econômico, que coligado à publicidade, lança mão de dizeres para manter o status quo, aumentando a pressão sobre o setor produtivo para a retomada da economia brasileira.

Desse modo, os dizeres produzidos por representantes de diferentes tipos de negócios estão imbricados de uma memória discursiva de "normalidade", utilizada como um meio para se manter a conjuntura de uma forma de viver considerada normal.

A Análise de Discurso materialista, considerando as reflexões de Althusser (1992), considera que a ideologia interpela indivíduo em sujeito para que haja a produção do dizer<sup>13</sup>. A evidência dos sentidos e dos sujeitos funciona de maneira tal como se o assujeitamento pudesse ocorrer independentemente da exterioridade, da complexidade dos processos de significação.

---

<sup>13</sup> Cabe uma ressalva: o sujeito é desde sempre sujeito.

Nas palavras de Orlandi (2020 [1999], p. 93), “o sujeito do discurso se faz (se significa) na/ pela história”. Assim, depreende-se que a retomada de um determinado enunciado indica a posição socioideológica de quem o emprega, visto que a identificação dos interlocutores se materializa no discurso produzido, no interior de determinadas formações discursivas e não outras. Nele, o social se faz presente como construção de determinado grupo, dotado de história e mecanismos cognitivos, acionados de acordo com o contexto apresentado.

Forma-sujeito é a maneira pela qual o sujeito do discurso se constitui numa formação discursiva. Esta identificação baseia-se no fato de que os elementos do interdiscurso, ao serem retomados pelo sujeito do discurso, acabam por determiná-lo. A forma-sujeito, desta forma, é responsável pela ilusão de unidade do sujeito.

Depreende-se que a forma-sujeito capitalista é ao mesmo tempo, submissa e livre. Assim, o sujeito acredita que é dono de seus dizeres, autônomo, o que é uma forma de assujeitamento.

Ao mesmo tempo, o Estado, através das instituições (que já ratificam de alguma forma certos discursos já legitimados), determina seu processo de individualização. Enquanto sujeito de linguagem, portanto, está assujeitado, num confronto entre o político e o simbólico, o que está relacionado à noção de “diferença”.

A contemporaneidade atravessa um período em que o consumismo se evidencia como um elemento central, levando alguns estudiosos a considerarem a sociedade hodierna como uma sociedade de consumo. Bauman (2001, p. 7), compreende esse período como uma modernidade líquida e veloz.

O autor discute as transformações atuais utilizando a metáfora da modernidade “líquida” como forma de ilustrar a circunstância dessas mudanças, vistas por ele como fluidas, adaptáveis, vulneráveis. O que se observa hoje, é que as práticas sociais, as identidades e os valores culturais focam no consumo em detrimento das demais dimensões sociais. Para o sociólogo,

Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. (...) não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas “por um momento” (BAUMAN, 2001, p. 7).

Assim, é possível compreender que a sociedade atual se apresenta submetida à fugacidade, própria do modelo do capitalismo. A massificação da cultura de consumo é

reproduzida por meio das mídias, numa velocidade e dimensão particulares de certo aumento tecnológico, o qual imprimiu novos paradigmas na sociedade, assim como novos processos de interação e (não) comunicação.

A história tem demonstrado que o poder advindo do capital (moeda) reflete cada vez mais no acúmulo de bens materiais e a eficácia do dinheiro em proporcionar influências políticas, a ocupação de posições vantajosas, entre outros. O individualismo assume seu lugar nessa lógica, em detrimento da coletividade, afetando diretamente a formação das identidades culturais, que perseguem a lógica do consumo desenfreado.

Cabe ressaltar que, em uma perspectiva discursiva,

a identidade se constitui através de processos de identificação do indivíduo com posições de sujeito presentes no interdiscurso, processos que são de natureza ideológica e se dão pela inscrição do indivíduo na língua afetada pela história” (ZOPPI-FONTANA, 2003, p. 263).

A partir desse viés, atesta-se que a(s) identidade(s) apresenta(m) sua instabilidade, seu caráter transitório, sua incompletude necessária, porém, as relações estabelecidas entre quem enuncia e a partir de quais condições de produção enuncia, tendem a direcionar os sujeitos na tentativa de alcançar pontos de estabilização e normalização de sentidos.

Busca-se uma ilusão de identidade completa num mundo equilibrado semanticamente. “Há a necessidade do ego se fixar (embora provisoriamente) em pontos de ancoragem enunciativa para que uma ilusão de unidade e, portanto, uma ilusão subjetiva possa ser produzida” (ZOPPI-FONTANA, 2003, p. 263).

No entremeio da lógica de consumo desenfreada (no interior de um funcionamento ideológico hegemônico), uma minoria detém o poder de capital, regulando as vantagens ou desvantagens de uma parte da sociedade oprimida que busca alcançar um status idealizado de prosperidade, baseada na ideia da dependência da aquisição de produtos, em grande parte, dispensáveis. Observa-se a manutenção da divisão de classes.

Cabe salientar que esses sujeitos tendem a se filiar a algumas formações discursivas, ou seja, matrizes de sentido, o que acaba por promover a popularização e a formação de padrões sociais homogeneizadores das massas.

Numa sociedade de consumo, compartilhar a dependência de consumidor — a dependência universal das compras — é a condição sine qua non de toda liberdade individual; acima de tudo da liberdade de ser diferente, de “ter

identidade”. (...) A identidade — “única” e “individual” — só pode ser gravada na substância que todo o mundo compra e que só pode ser encontrada quando se compra. (BAUMAN, 2001, p. 81)

Certamente, a publicidade ocupa um lugar privilegiado na sociedade pós-moderna onde se procura a autoafirmação e os prazeres individuais, que, de acordo com o pensamento de Bauman (2008, p. 154), são constantemente desviadas pelas campanhas publicitárias. Segundo ele, são elas que oferecem o que pode ser aceito, um substituto carregado de utilidade.

Há mecanismos que atuam no funcionamento do discurso, como as relações de sentidos, as relações de força e a antecipação. Tais mecanismos se assentam nas formações imaginárias e operam no trabalho das condições de produção.

Retomando Pêcheux e Fuchs (1997a), as formações imaginárias estão relacionadas à imagem que A e B fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro, passando para posições representadas por determinadas classes em detrimento de outras.

Depreende-se, pois, que, segundo a noção de relação de sentidos (ORLANDI, 2020 [1999]), o discurso publicitário se relaciona a diversos outros discursos, socialmente aceitáveis, sendo sustentados por essas relações com os dizeres possíveis (sempre imaginados). Trabalha no intuito de orientar os sujeitos discursivos a partir do mecanismo ideológico de produção de evidências de sentido.

Por sua vez, um outro mecanismo, o da antecipação, atua na publicidade de forma a se adiantar ao interlocutor quanto ao sentido que as palavras utilizadas na propaganda possam produzir.

Esse mecanismo regula a argumentação, de tal forma que o sujeito dirá de um modo, ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte. Esse espectro varia amplamente (...). Dessa maneira esse mecanismo dirige o processo de argumentação visando seus efeitos sobre o interlocutor. (ORLANDI, 2020, p. 37)

De acordo com essa perspectiva materialista, existem inúmeras possibilidades conduzidas pela forma como determinada formação social se estabelece na história. O discurso publicitário audiodescrito a que se refere este estudo, constitui um imaginário linguístico relacionado às evidências de sentido sobre um concreto-figurado, onde os sujeitos estão inseridos num jogo de imagens (das formações imaginárias) em relação à sua própria posição e à posição do outro, entremisturado com o contexto sócio historicamente estabelecido. Nas palavras de Orlandi (2020, p. 39), “Como em um jogo de xadrez, é melhor orador aquele que consegue antecipar o maior número de

“jogadas”, ou seja, aquele que mobiliza melhor o jogo de imagens na constituição dos sujeitos (...)”.

Concernente à noção de relação de forças, de acordo com o pensamento de Pêcheux (1997, p. 166), também podemos observar que tal noção desempenha seu papel no processo discursivo. Segundo esse mecanismo, o lugar de onde se fala sustentado no poder das relações hierarquizadas que constituem nossa sociedade, faz jus ao que é dito no jogo da comunicação. As relações de força é que balizam o consumo.

A exposição dos produtos pelas mídias, no processo discursivo, é perpassada pelo interdiscurso que constitui os dizeres integrantes dessa rede discursiva, instituída de diferentes materialidades. A publicidade do produto se dará a partir dos lugares sociais projetados pelos sujeitos consumidores, a partir de seus lugares ideologicamente marcados. Como pontua Orlandi,

quanto mais centrado o sujeito, mais cegamente ele está preso a sua ilusão de autonomia ideologicamente constituída. Quanto mais certezas, menos possibilidade de falhas: não é no conteúdo que a ideologia afeta o sujeito, é na estrutura mesma pela qual o sujeito (e o sentido) funciona. (ORLANDI, 2005, p. 104)

Desta forma, os dizeres são ajustados aos objetivos integrantes das relações ideológicas de classes, nas quais diferentes formações discursivas se combinam em formas específicas.

A sociedade contemporânea conta, então, com os efeitos de sentido produzidos por um sujeito que se vê livre para fazer suas escolhas (sujeito do capitalismo), mas ao mesmo tempo, é submisso (ao Estado, às leis, à língua), numa estrutura sócio-histórica determinada. O sujeito tem a ilusão de que determina seu dizer, porém, a exterioridade é que o determina nas suas relações de significação.

Os sentidos são, destarte, determinados no interior das formações discursivas nas quais os sujeitos se inscrevem, pelos posicionamentos ideológicos em exercício “no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas” (ORLANDI, 2020, p. 40). O sujeito se acredita fonte do dizer e que o sentido só pode ser aquele. Contudo, ao se inscrever em determinada formação discursiva, o sentido não está na palavra em si, mas é produzido de acordo com as formações ideológicas ali representadas, o que torna o jogo pela manutenção dos sentidos, um jogo de poder (forma de controle).

Torna-se relevante destacar a ação da ideologia na produção discursiva como condição para que os sentidos e os sujeitos se constituam. No interior de uma FD, a

ideologia é a responsável por interpelar os sujeitos (atravessados pela história e pela língua), funcionando através das formações ideológicas. Fornece a cada um a sua “realidade” através da inscrição da língua na história para que haja sentido.

Podemos observar que o período pandêmico suscitou muitas incertezas, desafiando o mercado a instituir outras formas de fisgar o sujeito consumidor. Segundo afirma Santos,

(...) a pandemia enquanto acontecimento discursivo, trouxe novos desafios, impelindo as marcas a repensarem estratégias, com o intuito de se adaptarem às novas contingências, caracterizadas, maioritariamente, pela incognoscibilidade do futuro” (SANTOS, 2021, p. 4).

Todavia, o sistema tem suas formas de ampliar-se, adaptar-se e atualizar-se com certa voracidade – por meio do funcionamento da ideologia dominante. Consequentemente, o mercado competitivo virtual cresceu nas plataformas digitais, reflexo de uma sociedade tecnológica e consumista que estava fadada ao confinamento. Manifestaram-se novos padrões de processos comunicacionais e a consequente demanda por mais espaços de consumo/ consumidores.

## 2 DISCURSOS SOBRE DEFICIÊNCIA

Ser uma pessoa com deficiência (PcD)<sup>14</sup> pode significar ser um lutador pela sobrevivência em nossa formação social. Muitas das vezes, ao ignorar as necessidades da PcD, apaga-se sua existência material. A que se deveria tal apagamento de uma forma de existência diferente? Se deveria à circulação de certa discursividade sobre a causa inclusiva?

Circulam, em nossa formação social, discursos sobre pessoas com deficiência, sobretudo, ao apontar-se a necessidade de alguma forma de acessibilidade. Cabe ressaltar, contudo, como na perspectiva da AD, é compreendida a relação entre discurso *sobre* e *discurso de*. De acordo com Mariani (1998),

Os discursos sobre são discursos que atuam na institucionalização dos sentidos, portanto no efeito de linearidade homogeneidade da memória Os discursos sobre são discursos intermediários pois, ao falarem sobre um discurso de ('discurso-origem'), situam-se entre este e o interlocutor, qualquer que seja. De modo geral, representam lugares de autoridade em que se efetua algum ripo de transmissão de conhecimento, já que o falar sobre transita na correlação entre o narrar/descrever um acontecimento singular, estabelecendo sua relação com um campo de saberes já reconhecido pelo interlocutor. (MARIANI, 1998, p. 60)

Ao pensar nas condições de produção de certa discursividade sobre deficiência, podemos dizer se tratar de um fenômeno construído sócio historicamente, particular de cada povo, cada cultura, por meio de relações sociais estabelecidas, a época e, ainda, a ordem política e econômica de cada sociedade.

As formas de significar a deficiência, que tinha como base uma discursividade de incapacidade e limitação do sujeito, durante um longo período, caminhou para um modelo social mais abrangente somente a partir do século XX. Antes disso, contudo, usavam-se termos como inválidos, incapacitados, defeituosos, doentes, entre outros, para se referir às pessoas com deficiência. Sasaki (2002, p. 163), pontua que

Estes termos eram utilizados com frequência até a década de 80. A partir de 1981, por influência do Ano Internacional das Pessoas Deficientes, começa-

---

<sup>14</sup> Terminologia apontada pela Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU, 2006) como sendo a mais apropriada. O Brasil promulgou o texto da convenção em 25 de agosto de 2009, através do Decreto n. 6.949. Utilizaremos tal termo ao longo de nossa dissertação para designar esse sujeito.

se a escrever e falar pela primeira vez a expressão pessoa deficiente. O acréscimo da palavra pessoa, passando o vocábulo deficiente para a função de adjetivo, foi uma grande novidade na época.

Historicamente, verificamos que, nas textualidades do discurso sobre deficiência, o uso do termo *deficiência* e o fato de se considerar o indivíduo com deficiência uma *pessoa*, é recente, já que estudiosos da Paleopatologia<sup>15</sup> concluem que doença e deficiência são características da vida na Terra.

Pois bem, é a paleopatologia que nos diz que ossos de animais de todas as épocas indicam a presença de distrofias - sejam elas congênicas ou adquiridas - e lesões traumáticas ou infecciosas. Dentre os ossos encontrados na França, na Espanha e na Argélia, existe mais de uma centena que apresenta anomalias. (SILVA, 1987, p. 19)

Em nossa formação social, com base no discurso sobre a inclusão, observa-se uma construção simbólica do termo deficiência pautada na igualdade de direitos para todos, que julga qualquer diferenciação como concessão de vantagens, incentivadoras das diferenças, portanto, algo reprovável, que não deve ser considerado “normal” no imaginário social.

## 2.1 Certa Historicidade sobre Deficiência - as Civilizações Antigas

A humanidade foi e ainda é assombrada pelo fantasma da “normalidade”. Durante muito tempo, ser diferente das demais pessoas era considerado anormalidade, ou até mesmo, uma monstruosidade. Segundo o pensamento de Foucault,

o que define o monstro é o fato de que ele constitui, em sua existência mesma e em sua forma, não apenas uma violação das leis da sociedade, mas uma violação das leis da natureza. Ele é, num registro duplo, infração às leis em sua existência mesma. (FOUCAULT, 2001, p. 69)

---

<sup>15</sup> Ciência que estuda doenças presentes em restos humanos ou de animais em tempos antigos permitindo conhecer sua história e evolução.

Assim, termos e expressões como “monstros”, “anormais”, “indivíduo a ser corrigido” ocupam variadas formações discursivas na trama do discurso sobre deficiência.

Nas postulações de Foucault (2010), o suposto sujeito normal seria aquele que não possui deformidades, problemas físicos nem mentais, detentor de um comportamento considerado “aceitável” e adequado aos padrões de normalidade de uma determinada sociedade, aquele que segue a norma estabelecida.

Inicialmente, o estudioso considera uma divisão nos domínios da atividade humana em quatro grupos: trabalho, sexualidade, linguagem e ludicidade, concluindo que se os sujeitos infringem as regras definidas nessas categorias, são classificados como marginais, anormais.

Neste ponto, ao buscar uma contraposição, aproveitamos para inserir o verbete *normal* de alguns dicionários em Língua Portuguesa. O senso comum toma a obra como texto de referência, de consulta no cotidiano, geralmente para pesquisar sentidos, que nele se estabilizam, dando uma ilusão de segurança.

Contudo, em uma visada discursiva, como a assumida nesta dissertação, tomamos os dicionários como discursos, visto que “como todo discurso, o dicionário tem uma história, ele constrói e atualiza uma memória, reproduz e desloca sentidos, inscrevendo-se no horizonte dos dizeres historicamente constituídos” (NUNES, 2006, p. 18). De acordo com o autor, sugerir que o dicionário é um discurso significa indagar o lugar de certeza que ele ocupa, além de abrir espaço para gestos de interpretação.

De outra forma, o dicionário passa a observatório dos discursos e das palavras em circulação, dos modos de dizer de uma sociedade presentes à época em que o verbete foi registrado. É, assim, “lugar de observação do léxico” (NUNES, 2001, p. 101), com sua historicidade, renovando-se e atualizando-se, produzindo sentidos em condições de produção deliberadas e relacionadas a posições de sujeito específicas.

Com efeito, apresentamos o nosso gesto de leitura do Dicionário Michaelis online, em que o verbete “normalidade” é definido como “estado ou qualidade de normal” (NORMALIDADE, 2022).

Algumas acepções possíveis para a palavra “normal” constantes no referido dicionário são: “(...) habitual, natural, usual; tudo que é permitido e aceito socialmente; diz-se de pessoa que não tem defeitos ou problemas físicos ou mentais (...)” (NORMAL, 2022).

Já no Caldas Aulete Digital, o verbete “normalidade” é retratado como “condição, qualidade ou estado de normal” (NORMALIDADE, 2022), demonstrando certa uniformidade discursiva, se comparado ao dicionário anteriormente citado. Semelhantemente, é o que pode ser observado na definição de “normal” enquanto o “que é natural ou habitual; que é segundo a norma ou padrão; (...) mental e fisicamente saudável (diz-se de pessoa); (...) Fig. Que é social ou moralmente aceitável (...)” (NORMAL, 2022).

No Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o verbete “normal” é definido como “de acordo com as normas; que é habitual; comum. Antônimo- diferente” (HOUAISS, 2009, p. 529). Já “normalidade” configura como “substantivo feminino” (s.f.) dentro do verbete “normal” (HOUAISS, 2009, p. 529).

Tabela 1- Os verbetes *normal* e *normalidade*

DICIONÁRIO	VERBETE	ACEPÇÃO
Dicionário Michaelis Online (2022)	normalidade	<i>estado ou qualidade de normal</i>
	normal	<i>habitual, natural, usual; tudo que é permitido e aceito socialmente; diz-se de pessoa que não tem defeitos ou problemas físicos ou mentais</i>
Caldas Aulete Digital (2022)	normalidade	<i>condição, qualidade ou estado de normal</i>
	normal	<i>que é natural ou habitual; que é segundo a norma ou padrão; (...) mental e fisicamente saudável (diz-se de pessoa); (...) Fig. Que é social ou moralmente aceitável (...)</i>
Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2009)	normalidade	<i>s.f.</i>
	normal	<i>de acordo com as normas; que é habitual; comum. Antônimo- diferente</i>

Fonte: O autor, 2022.

Nos dois primeiros dicionários (Michaelis e Aulete), verifica-se um pré-construído (PÊCHEUX, 2014) em relação à saúde e à normalidade, o que aparenta não acontecer no Houaiss. Vale destacar que

O pré-construído remete simultaneamente àquilo que todo mundo sabe, isto é, aos conteúdos de pensamento do sujeito universal suporte da identificação e àquilo que todo mundo, em uma situação dada, pode ser e entender, sob a forma das evidências do contexto situacional (PÊCHEUX, 2014, p. 158, 159).

Já os termos “defeitos”, “problemas físicos ou mentais”, “mental e fisicamente saudável”, remetem à uma construção exterior, anterior, constituída de elementos predeterminantes de um pensamento discursivo que estabeleceu essa relação.

Os enunciados são reinscritos no fio discursivo por um sujeito de uma formação discursiva, que ignora a emergência desses enunciados em dada matriz de sentidos. É o que se apresenta como -já nos referimos- memória discursiva: “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra” (ORLANDI, 2020, p. 29).

Desta forma, a pessoa que tem “defeitos físicos ou mentais” se enquadraria no perfil de “anormal”, em outras palavras, estaria inserida no contexto da deficiência, carente de “conserto”.

No dicionário Aulete, outro sentido comparece, ao associar pessoa saudável do ponto de vista físico e mental à pessoa *normal*, ou seja, pessoa sem deficiência.

No terceiro e último dicionário, o Houaiss, na definição apresentada não se observa nenhuma relação estabelecida entre saúde e normalidade. Em contrapartida, encontramos referência ao termo “diferente”. Neste caso, tudo o que foge à norma, ao padrão, ao natural, ou seja, o que não se encaixa no habitual, é colocado na categoria da diferença.

Pode-se dizer que há, no Houaiss, uma ruptura da homogeneidade e estabilidade dos efeitos de sentido sobre deficiência enquanto anormalidade. Pressupõe-se, desta forma, que uma formação social contemporânea traga sentidos de uma outra matriz sobre a questão da *normalidade*, o que pode ser considerado uma mudança atitudinal. Entretanto, a ausência de debate em relação à questão da normalidade, é compensada pelo termo “diferente”, o que direciona o olhar a uma busca pela normalidade a partir da diferença.

Tal fato pode ser evidenciado a partir de um dos paradigmas mais presentes em discursividades que circulam mais recentemente, o da inclusão, principalmente nas últimas décadas, destacando-se os discursos sobre “diferença” e “normalidade”.

Constata-se, assim, a ocorrência de sentidos em disputa, numa relação de forças, característica de qualquer formação social dividida em classes, pois é uma questão de constituição discursiva, ou melhor, de memória discursiva.

Como afirma Orlandi (2020, p. 37), “Como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder (...), que se fazem valer na comunicação”. Não seria diferente com o termo deficiência. A fala do lugar da não-deficiência vale mais, portanto, que a fala do lugar da deficiência.

De acordo com Lorentz (2016), as práticas sociais que se referem às deficiências podem ser reconhecidas em quatro fases<sup>16</sup>, divididas em: fase de eliminação (era pré-cristã), fase de assistencialismo (idade média), fase da integração (por volta do século XVI) e a fase da inclusão (a partir do século XXI).

Os enunciados relacionados à deficiência vão sendo registrados na materialidade linguística que sustentam determinados enunciados no interior do interdiscurso que circundam, delimitam as formações discursivas em circulação, já que os sentidos nunca assumem uma completude de significado.

(...) estas fases históricas de tratamento das pessoas com deficiência em relação a si mesmas, e da sociedade para com elas, têm grande associação com uma determinada fase (às vezes, com mais de uma) de paradigma do direito liberal, social, democrático e neoliberal (ou da globalização). (LORENTZ, 2016, p. 105)

Assim, é possível verificar que práticas relativas a tolerância, exclusão, assistencialismo, preconceito, constituem uma memória discursiva que atua em certas textualidades. Nesse sentido, as palavras de Orlandi (2020, p. 66), esclarecem que “sem dúvida, há uma ligação entre a história externa e a historicidade do texto (trama de sentidos nele) mas essa ligação não é direta, nem automática, nem funciona como uma relação de causa e efeito”.

Voltando à delimitação em fases elaborada por Lorentz (2016), durante a primeira fase, denominada fase de eliminação, de um modo geral, os sujeitos com

---

<sup>16</sup> Cf. Mariani (1998), apesar da organização em fases criar um efeito de linearidade dos sentidos relativos à história das práticas sociais referentes às deficiências, ela nos permite uma certa visibilidade de alguns marcos construídos no interior da própria narratividade sobre os ditos deficientes.

deficiência eram maltratados, abandonados ou até mesmo assassinados. Entretanto, não se pode dizer que tais comportamentos tenham sido uma regra em todos os lugares.

A literatura egípcia guarda uma abordagem de aconselhamento que reflete muitas ideias encontradas nas tradições daquele povo, conhecida como *Seboyet* ou *As Instruções*. Escrito por Amenemope durante o século X a.C., a obra ilustra um exemplo da filosofia ética egípcia através das palavras do escriba:

Não zombe de um homem cego nem caçoe de um anão,  
Nem interfira na condição de um aleijado;  
Não insulte um homem que está na mão de Deus,  
Nem o olhe com desconfiança se ele errar (SIMPSON, 2003, p. 241, tradução nossa)<sup>17</sup>.

Observa-se no uso do imperativo negativo, uma orientação enfática moral, ao proibir que alguém ridicularize, escarneça ou deboche de uma pessoa cega ou anã, para que haja a “prática da justiça” numa sociedade hierarquicamente organizada na qual as PcD também se estabeleçam. Parece tratar-se de uma forma de normatização de práticas consideradas aceitáveis e, ao mesmo tempo, coibir outras de ridicularização, menosprezo etc.

Cumprir salientar que, se foi registrada a necessidade de uma regra a ser seguida, incentivando certa obediência a normas, em algum momento esses sujeitos foram menosprezados ou excluídos de alguma maneira da participação no social.

Outra obra, esta criada na Índia, com o ofício de estabelecer leis que mostrassem o caminho a ser seguido para uma boa convivência social, foi o Código de Manu, onde estão relacionados alguns aspectos como divisão, religião e estrutura social. Segundo Costa et al (2014),

Dos livros sagrados da Índia, o mais importante entre eles é o Código de Manu que se divide em Religião, Moral e Leis civis. Os hindus consideram Manu como progênie de Brahma e como o mais antigo legislador do mundo; a data de promulgação de seu Código não é certa, alguns estudiosos calculam que seja aproximadamente entre os anos 1300 e 800 a.C. (COSTA, et al, 2014, p. 89)

---

<sup>17</sup> O texto em língua estrangeira é: “Do not laugh at a blind man nor taunt a dwarf, Neither interfere with the condition of a cripple; Do not taunt a man who is in the hand of God, Nor scowl at him if he errs” (SIMPSON, 2003, p. 241).

O artigo 617º desse código fala sobre a Sucessão Hereditária: “Os eunucos, os degradados, os cegos e surdos de nascimento, os loucos, idiotas, mudos e estropiados não são admitidos a herdar” (MANUSRTI, Livro Nono).

O emprego do enunciado “não são admitidos” traz consigo a impossibilidade de que algum membro dessa sociedade conteste o que foi estabelecido, ainda, que o aceite como verdadeiro, haja vista a utilização da negação enfatizando o rumo a ser seguido. Passam, então, a ser privadas de bens que seus antepassados lhes deixariam.

Já a civilização grega, ocupante de um patamar que lhe confere grande notoriedade pelo legado de elementos basilares à constituição do mundo ocidental, tinha como prática o que hoje compreendemos como rejeição e o preconceito<sup>18</sup> contra as pessoas com deficiência, desde o nascimento, referindo-se a elas como doentes ou deformadas.

Venerava-se a perfeição do corpo, o que leva à compreensão de que as pessoas com deficiência eram relegadas ao abandono ou ao sacrifício, o que em nossa formação social, concebemos como um crime. Todavia, a mitologia grega, segundo Silva (1987), guarda algumas características em relação à cegueira:

Segundo afirmam os especialistas em mitologia grega, as figuras dos deuses do Amor e da Fortuna são eventualmente apresentadas como pessoas cegas. (...) Todos nós conhecemos também a apresentação simbólica da Justiça como uma jovem cega, figura que chegou aos nossos dias e é muito utilizada em nossos meios jurídicos. (SILVA, 1987, p. 62)

A venda colocada nos olhos de Eros, Fortuna e Justitia parece indicar o caráter de neutralidade, de imparcialidade: o amor, a sorte e a justiça passam a ser retratados como isentos, diante da distinção entre aqueles que serão atingidos por seus feitos. Nota-se, aí, um sinal da suposta não-predileção desses seres por ninguém especificamente, considerando que, por não enxergar, tomariam decisões não vinculadas a um dos lados do litígio.

Outra civilização cujos legados comparecem na constituição do chamado mundo ocidental no campo da arte, da literatura, do direito, do governo e da religião, foi a romana.

---

<sup>18</sup> Discursivamente, o preconceito é mantido por relações imaginárias entre sujeitos, que, de acordo com suas filiações, produzem sentidos que o favorecem ou não. O preconceito “é da ordem da censura em seu funcionamento”. (ORLANDI, 2002, p. 197)

A sociedade romana cultuava a religião politeísta, adorando deuses de variadas origens e celebrando rituais em sua honra. O poder religioso ficava nas mãos do imperador, considerado o pontífice máximo.

Na Roma Antiga, como apontado por Silva (1987), as PcD eram utilizadas comercialmente para fins de entretenimento ou prostituição.

Cegos, surdos, deficientes mentais, deficientes físicos e outros tipos de pessoas nascidas com má-formação eram também, de quando em quando, ligadas a casas comerciais, tavernas e bordéis, bem como a atividade dos circos romanos, para serviços simples e às vezes humilhantes. (SILVA, 1987, p. 130)

O poderio geopolítico e militar do império romano era inegável. Todavia, alguns aspectos contribuíram para o surgimento de um novo modo de ser e pensar dessa sociedade com base na doutrina cristã. Dentre eles, a “garantida” paz levada a vastas regiões do mundo; a utilização de dois idiomas básicos em quase todo o império (grego e latim); além da manutenção do sistema administrativo aceito pelos conquistados. Paralelamente a estes, cabe citar a ocorrência da “uniformidade de direitos garantidos a todos os seus habitantes, direitos esses que eram consequentes do esmero com que eram tratadas as leis em Roma” (SILVA, 1987, p. 105).

A saber, em Roma, a religião cristã vai quebrar a pretensa unidade cultural da comunidade ecumênica clássica e instaura outra ideologia que se torna hegemônica à toda aquela formação social, além de alcançar o lugar de religião oficial do Império (380 d.C.)<sup>19</sup>. Com a institucionalização do Cristianismo, que chegou a ser considerado uma ameaça ao Império Romano, uma nova ordem social passa a se impor.

E houve, com a implantação e solidificação do Cristianismo, um novo e mais justo posicionamento quanto ao ser humano em geral, ressaltando a importância devida a cada criatura como um ser individual e criado por Deus, com um destino imortal - o que, sem dúvida, muito beneficiou os escravos e todos os grupos de pessoas sempre colocadas de lado e menosprezadas na sociedade romana, tais como os portadores de deficiências físicas e mentais, antes considerados como meros pecadores ou pagadores de malefícios feitos em vidas passadas, inúteis, possuídos por maus espíritos, ou simplesmente como seres que, em muitos casos, deveriam continuar sendo eliminados ao nascer, segundo as leis e costumes de Roma recomendavam há séculos. (SILVA, 1987, p. 106)

---

<sup>19</sup> Constantino tornou o cristianismo uma religião tolerável; isto é, acabou com a perseguição a ela. Teodósio foi quem tornou o cristianismo a religião oficial do império.

Consideramos, desta maneira, a ocorrência de paradigmas mais presentes em discursividades que circulam em nossa formação social, como os da inclusão de classes menos favorecidas e das PcD, por exemplo. Ainda, observamos os enunciados “defeitos” e “mal-formações” inscritos na materialidade linguística que os sustenta no interior do interdiscurso, delimitando nas formações discursivas, possíveis efeitos de sentido em relação às PcD que assumem sua incompletude. Percebe-se que um pré-construído sobre *normal* está posto, relacionado à saúde e a algo que está avariado, incorreto, necessitando de conserto.

Destarte, a pessoa com deficiência passa a ser vista de outra forma. Entretanto, mesmo com a difusão da doutrina cristã, ainda se constata no interior social uma ambivalência em relação ao que a deficiência representava.

No modo de pensar dos fiéis, por exemplo, pairava a dúvida se as almas dessas pessoas poderiam ser salvas, já que, ecoava o discurso religioso da criação do Homem à imagem e semelhança divina.

Ressaltam-se algumas referências bíblicas sobre o que seria a base da integridade humana: “Criou, pois, Deus o homem à sua imagem; à imagem de Deus o criou; homem e mulher os criou” (Gn. 1, 27); “(...), porém, com ela amaldiçoamos os homens, feitos à semelhança de Deus” (Tg. 3, 9).

Os enunciados “feitos à semelhança de Deus” e “à imagem de Deus” podem produzir efeitos de sentido de perfeição, pureza, sem pecado ou qualquer contaminação, o que levaria à incerteza quanto à condição de dignidade de salvação das criaturas “diferentes”. Elas poderiam representar a distorção do divino humano, desfiguradas pelo pecado.

Aos poucos, novos deslizamentos de sentido dão lugar a substituição do estigma da “culpa” e tornam todos os seres humanos “dignos” de salvação, juntamente com aqueles que se apiedavam da sua condição.

Ainda assim, a dúvida quanto aos seus status como “filhos de Deus” era comum. Permanecia o paradoxo entre eliminação e proteção. Esses pólos contraditórios em relação à deficiência atravessam o imaginário de diversos grupos sociais mesmo séculos após a queda do império romano do ocidente.

Feitas essas considerações, reportamo-nos ao conceito de memória discursiva, reiterando que os sentidos se constituem no encontro da materialidade da língua e a materialidade da história.

Os sentidos (e eu diria a ideologia) não se aprende, constitui-se por filiação a redes de memória. E esta, concebida como interdiscurso, é irrepresentável. (...) Em sua definição, o interdiscurso é o conjunto de dizeres já ditos e esquecidos que determinam o que dizemos, sustentando a possibilidade mesma do dizer. (...) Filiamo-nos a redes de sentidos em um gesto de interpretação, na relação com a língua e a história, em que trabalham a ideologia e o inconsciente. (ORLANDI, 2022, p. 61-62)

## 2.2 Deficiência e Deslocamentos de Sentido

A fase assistencialista (LORENTZ, 2016), se baseia nos enunciados “caridade” e “piedade”, que podem evidenciar o caráter de inferioridade, incapacidade da pessoa com deficiência, necessitada de benevolência de alguém num patamar superior, por não configurar elemento partícipe da sociedade dita “normal<sup>20</sup>”.

A palavra “piedade” que é a pedra de toque desta fase está muito longe não só do tratamento amoroso, da real generosidade, mas também do respeito e da compaixão, (...). Logo, apesar desta fase implicar avanço em relação interior da eliminação ou da barbarie, não apresentou nenhuma de menção de igualdade (aritmética), respeitabilidade e aceitação da pessoa com deficiência. (LORENTZ, 2016, p. 133)

Segundo o referido autor, a tarefa assistencialista começa com os senhores feudais, passa pela Igreja, por pessoas particulares até ser incorporada às políticas públicas e se conservar nas iniciativas pública e privada (LORENTZ, 2016), em consequência das mudanças nos meios de produção.

O termo “piedade” com efeito de sentido de “compaixão”, parece começar a figurar devido à transposição das sociedades religiosas de antes, para as sociedades laicas e democráticas.

As práticas de caridade vão sendo diminuídas, à medida em que o discurso da igualdade aponta para um sentido de compaixão pela dor do sofrimento do outro, conforme destacaremos mais adiante.

Característicos dessa fase, hospitais, asilos, paróquias e instituições assistencialistas foram surgindo, acabando por confinar as pessoas com deficiência no

---

<sup>20</sup> Segundo Haroche (1998, p. 145): homens edificados, moralizados, instruídos; desejosos de leis, dispostos a aceitá-las e submeter-se a elas, insuflados de emoções, encorajados a certas formas de sensibilidade, que cultivem e suscitem sentimentos com fins políticos.

interior de suas paredes, excluídas da interação em sociedade, o que ainda é praticado na modernidade não só em diversas partes do mundo, como também no Brasil.

O termo assistencialismo parece estar atrelado à memória discursiva de “prestar ajuda”, “prestar socorro”, pressupondo desigualdade entre as pessoas que ajudam e as que são ajudadas, implicando novamente em superioridade e inferioridade nas relações. Tal memória, que dá lastro a formações discursivas de grupos sociais diversos, parece preenchida pelos ideais e concepções de cunho religioso que atravessam formações sociais das mais diversas.

Os próprios sujeitos com deficiência passam a se considerar, em muitos casos, dependentes de auxílio por não se enquadrarem no conceito de *normalidade* imposto, o que pode ser observado nas diversas textualidades tratadas aqui.

Com a transição do Feudalismo para o Capitalismo, novo modelo econômico que substitui o feudo, acompanhado pelo fortalecimento dos Estados Nacionais (europeus) como novo cenário político, ocorrem algumas alterações em determinadas concepções sobre as relações humanas, principalmente advindas da visão científica do mundo e do homem, rompendo com a hegemonia da Igreja.

Iniciava a humanidade mais esclarecida os tempos conhecidos como ‘Renascimento’ - época dos primeiros direitos dos homens postos à margem da sociedade, dos passos decisivos da medicina na área de cirurgia ortopédica e outras, do estabelecimento de uma filosofia humanista e mais voltada para o homem, e também da sedimentação de atendimento mais científico ao ser humano em geral. (SILVA, 1987, p. 157)

A forma-sujeito no Feudalismo tratava-se de outra forma de sujeito histórico, submetido a outra forma de interpelação, de maneira tal que o servo se submetia ao senhor, e este, a Deus, prática diferente da constituição da forma-sujeito jurídico (no Capitalismo). Retomando o pensamento de Haroche (1997), Orlandi (2020 [1999]) ressalta que

Com a transformação das relações sociais, o sujeito teve de tornar-se seu próprio proprietário, dando surgimento ao sujeito-de-direito com sua vontade e responsabilidade. A subordinação explícita do homem ao discurso religioso dá lugar à subordinação, menos explícita, do homem às leis: com seus direitos e deveres. (...) A crença na Letra (submissão a Deus) dá lugar à crença nas Letras (submissão ao estado e às Leis). (ORLANDI, 2020, p. 51)

Um novo caminho é, então, instaurado, em direção ao desenvolvimento da medicina, do conhecimento de métodos, maneiras de fabricação de produtos, o que

parece sustentar os efeitos de sentidos na definição de “normal” nos dicionários Michaelis e Aulete, como mencionado anteriormente.

O fio discursivo, novamente, dá pistas de que o pré-construído em relação à Deficiência, oscila entre os enunciados “problema”, “diferença”, “doença”, “saúde”, “conserto”, “defeito”, “anormal”, “tolerância”, “exclusão”, entre outros.

A busca por uma padronização/normalização da sociedade parece ainda estar configurada, visto que a visão clínica ainda demonstra uma consideração sobre a diferença, possuidora do direito de anuir a distinção entre a anormalidade e a normalidade através do fator patológico.

Na fase de integração, a questão da deficiência a partir de um modelo médico, vai provocar um deslizamento de sentido, saindo do místico para o clínico, que busca *normalizar* as pessoas com deficiência em instituições específicas como via preferencial de ações sociais.

Durante essa fase, segundo Fonseca, é que

(...) a visão assistencialista cedeu lugar definitivamente, à postura profissionalizante e integrativa das pessoas com deficiência. (...) O despertar da atenção para a questão da habilitação e da reabilitação da pessoa com deficiência para o trabalho aguçou-se a partir da Revolução Industrial, quando as guerras, epidemias e anomalias genéticas deixaram de ser as causas únicas das deficiências (...) (FONSECA, 2006, p. 74).

Entretanto, apesar de a balança pender para o lado da humanização dos sujeitos, percebe-se que a preocupação nesta fase pende para o lado do potencial individual em relação à manufatura e ao desenvolvimento de serviços, ou seja, um melhor aproveitamento da mão-de-obra dessas pessoas no Capitalismo.

Observando os enunciados “postura profissionalizante”, “postura integrativa”, “habilitação”, “reabilitação” e “trabalho”, podemos relacioná-los ao caráter de produção e da força para desenvolver atividades necessárias à manutenção do regime econômico, além da questão da “tolerância”.

Conforme Lorentz (2016, p. 135),

(...) inicialmente o modelo médico visava à busca da cura e da ‘normalização’ destas pessoas, a qualquer custo (...). Na verdade, esta fase tinha como pano de fundo a necessidade de primeiro ajustar, consertar, curar a PPD (...), para numa fase posterior permitir seu convívio com as pessoas ditas “normais” da sociedade.

Diga-se convívio com os “normais” para com estes fazer parte de uma mão-de-obra que garanta a mais-valia para o sistema capitalista. As sociedades modernas vão experimentar, após as duas grandes guerras mundiais, um aumento do número de PcD. Evidencia-se que muitos combatentes retornam à sua pátria debilitados emocionalmente e fisicamente, o que demanda um novo paradigma em relação a essas pessoas. Torna-se necessário se adaptar a elas, ao invés de tentar “normalizá-las”.

O pós-guerra evidencia, então, a insurgência de um discurso de direitos, baseado no desenvolvimento de um sistema normativo mundial (a Declaração dos Direitos Humanos)<sup>21</sup>, ocasionando efeitos de sentido diversos, como o de participação, cidadania e igualdade social para todos. Essa discursividade leva, ainda, ao surgimento de vários outros sentidos, a partir dos dizeres produzidos pelos sujeitos que ocupam um lugar à margem de todos os direitos (cf. Orlandi, 2007a).

Nessa fase, o paradigma dos direitos humanos vai destacar o tema da inclusão social, voltado para a designação PcD e seu pleno exercício desses direitos.

Nesse sentido, esta mudança paradigmática aponta aos deveres do Estado para remover e eliminar os obstáculos que impeçam o pleno exercício de direitos das pessoas com deficiência, viabilizando o desenvolvimento de suas potencialidades, com autonomia e participação. (PIOVESAN, 2012, p. 283)

Pela primeira vez, observa-se a ocorrência do enunciado “direito” relacionado à deficiência. Outros enunciados passam a fazer parte da teia discursiva durante essa nova fase nas diversas sociedades, circulando em variados grupos, como por exemplo: “igualdade”, “diversidade”, “aceitação”, “acessibilidade”.

Lorentz (2016) afirma que durante a fase de inclusão, as pessoas com deficiência (PcD) passam a ocupar um patamar de participantes da sociedade complexa e multicultural, usufruindo da oportunidade de ocupar os espaços que, nela, estão disponíveis para todos.

Na contemporaneidade, diversos grupos com direitos diferenciados tiveram suas especificidades inseridas em termos de direitos sociais e materiais.

Segundo Lorentz (2016, p. 143),

(...) Este princípio moderno da igualdade serve para uma maior *inclusão* possível dos cidadãos nos procedimentos de justificação, de aplicação das

---

<sup>21</sup> <https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/portuguese?LangID=por>. Acesso em 06 set. 2021.

normas jurídicas e gozo dos bens públicos e das políticas públicas, sendo compatíveis apenas com algumas formas de tratamentos diferenciados.

Na contemporaneidade, enunciados como “incluir”, “aceitar”, “integrar” e “tolerar” circulam na grande web, nos meios de comunicação em massa, nas redes sociais etc., atravessados pela globalização e o neoliberalismo, num embate diário entre a cultura da padronização e a homogeneização, em detrimento à diversidade.

A formação social brasileira atravessada e constituída por desigualdades sociais que tendem a segregar os grupos minoritários, ao invés de incluí-los, seja por políticas públicas, pela mídia ou outra esfera que componha a sociedade neoliberal atual. A oposição inclusão/ exclusão permanece em circulação, viabilizando

(...) discursos que trabalham a ilusão da relação incluir/excluir como se a sociedade capitalista fosse a da oportunidade, como se ‘bastasse’ o sujeito estudar, trabalhar, ser competente, disciplinado, ter boa vontade para conquistar seu lugar (ao sol). (COSTA, 2014, p. 98)

Vende-se a ideia de que todos são iguais, porém, alguns precisam ser incluídos. Desta forma, no discurso, o que significa são as posições em relação ao contexto sócio-histórico e à memória discursiva.

Pode-se dizer que a busca por uma *normalidade*, se mantém em movimento, atravessa e sustenta o direito à igualdade sem o respeito à diferença. Orlandi (2020), assevera que os sentidos estão sempre tocando o possível, o diferente, o novo. Provocam efeitos nos sujeitos, entre a repetição e a diferença, num espaço gerido pela “simbolização das relações de poder” (ORLANDI, 2020, p. 36).

Evidencia-se, desta forma, que não há um sentido único realizável, mas uma construção simbólica inscrita em formações discursivas dadas, “que representam no discurso as injunções ideológicas” (ORLANDI, 2020, p. 51).

### 2.3 Discursividades sobre o Sujeito Cego

Como já comentamos, para Pêcheux (1990) é necessário que se considere as circunstâncias (situacionais e históricas) em que o discurso foi produzido, ou seja, da exterioridade que o constitui e que é resultado das relações entre língua, história e

ideologia. Assim, sob essa perspectiva discursiva, tomar como objeto de estudo a Audiodescrição de comercial publicitário veiculado em TV aberta, implica analisar uma complexa materialidade significativa (LAGAZZI, 2011).

Faz-se necessário buscar significações no campo da discursividade sobre o sujeito cego no Brasil e as questões de acessibilidade comunicacional (barreiras atitudinais), imprimindo gestos de leitura ao discurso da Audiodescrição, de maneira a compreender o funcionamento discursivo, constituído em condições de produção específicas.

Nesse sentido, cumpre-se destacar alguns pontos sobre certa discursividade relativa ao sujeito cego, especialmente a partir do Segundo Império, o que se justifica pela carência de fatos significativamente documentados sobre as pessoas com deficiência.

As primeiras ações tomadas no sentido de atender às pessoas cegas, tiveram início no Brasil, na segunda metade do século XIX, momento pós-independência, momento de traçar sua identidade cultural independente, até então, determinada pela metrópole.

O contexto histórico é de uma sociedade Imperial aristocrática, ainda escravocrata, rural e que se mantinha sem muitas brechas para o que significava ser diferente. Dessa forma, “(...) crescia em importância a ideologia do trabalho como garantia do processo civilizacional e de construção do país e da nacionalidade” (ZENI, 2005, p. 134).

O sujeito cego de família abastada era relegado à invisibilidade social, sendo responsabilidade da família, sem qualquer possibilidade de tomada de decisão autônoma, reforçando o discurso da “dependência” do outro. O sujeito cego pobre, na maioria das vezes se encontrava em situação de mendicância, dependente de esmolas ou da assistência de alguém.

Eram apelidados de “ceguinhos”, forma de representação social negativa que carrega o estigma da inferioridade, da depreciação, da segregação e da humilhação (enquanto prática social) a que essas pessoas foram e são relegadas socialmente.

Torna-se relevante destacar que “a humilhação está no coração das sensibilidades e do político toca o sujeito em profundidade: em seu ser, sua identidade, em seu próprio sentimento de existência. (...) na constituição do sujeito e no seu modo de individua(liz)ação” (DÉLOYE ; HAROCHE *apud* ORLANDI, 2012, p. 219).

Determinado pelas posições ideológicas produtoras de determinados efeitos de sentido nas discursividades sobre o sujeito cego, o enunciado “ceguinho” está inscrito nas relações com outros dizeres e com a memória discursiva.

Ao afirmar que todo enunciado se relaciona com outros enunciados, percebe-se várias discursividades sobre o sujeito cego em jogo, que o significam como “incapaz”, “imperfeito”, “limitado”, “diferente” ou “anormal”.

Fala-se sobre o cego a partir da ótica de alguém que enxerga, baseando-se no que os distingue e mantendo-se um afastamento posto como natural pela diferença. São várias as discursividades em jogo, em épocas determinadas, como já explicitado anteriormente.

Cabe destacar que pessoas com deficiência eram consideradas um “perigo social” (LOBO, 2008), configurando um outro sentido, um outro dizer. Considerava-se, por uma perspectiva social, que a adoção de medidas legislativas e a manutenção da ordem por intermédio de instituições de caridade, eram a saída para uma organização coletiva civilizatória e reguladora das políticas imperiais.

Ou seja, toda essa iniciativa para a criação de uma escola especial para cegos pode ser entendida, (...), a partir do próprio movimento de urbanização e de europeização que caminhava rumo a um processo civilizatório que não tolerava a indigência, a pobreza e a própria deficiência física de sua população. (MACIEL, 2016, p. 44)

Logo, foi criada a primeira instituição para educação e reabilitação dos sujeitos cegos, o Imperial Instituto dos Meninos Cegos, à semelhança do Instituto de Jovens Cegos de Paris. Com isso, perpetua-se o paradigma da institucionalização, que mantinha essas pessoas longe do convívio em sociedade, para se tornarem adequadas a uma posterior reintegração.

O uso do sistema Braile<sup>22</sup> chega ao Brasil no Instituto e passa a permitir aos cegos internos maior participação na vida cultural e social através do tato, apesar de não garantir sua inclusão plena nem eliminar os obstáculos diários relacionados às informações visuais.

O sistema Braile possibilita ao cego a escrita e a leitura, ao contrário dos métodos anteriores que só permitiam leitura, por sua simplicidade e fácil

---

<sup>22</sup> Compõe-se de seis pontos dispostos em uma matriz de três linhas por duas colunas, possibilitando, pela combinação dos pontos, a formação de 63 sinais, 64 se for considerada a ausência de pontos como delimitador de palavras, números e outras notações.

manuseio na composição dos caracteres. (...) Com (...) poucos recursos, foi possível desenvolver-se uma notação alfabética, uma matemática e outra musical, o que lhe garante a longevidade que tem. (ZENI, 2005, p. 174)

Em um mundo de “videntes”, ao longo do tempo, os discursos sobre o sujeito cego foram sempre entoados pelos diferentes de si, minimizando as possibilidades de compreensão desse sujeito, enfatizando suas limitações<sup>23</sup>.

Assim, determinado momento social vai indicar as expectativas quanto à normalidade, que não é algo naturalmente dado. Dentro do próprio Instituto, por exemplo, as possibilidades dos alunos eram restritas. A Educação estava recebendo esse público, ainda baseada no viés da educação para o trabalho e para a normalidade. Nas palavras de Foucault,

O eixo da corrigibilidade incorrigível vai servir de suporte a todas as instituições específicas para anormais que vão se desenvolver no século XIX. Monstro empalidecido e banalizado, o anormal do século XIX também é um incorrigível, um incorrigível que vai ser posto no centro de uma aparelhagem de correção. (FOUCAULT, 2001, p. 73).

Entretanto, mesmo sendo considerados “sujeitos biologicamente anormais sensoriais”, os sujeitos cegos não eram caracterizados como incapazes para o trabalho (já ingressado em uma ideologia capitalista, como visto na seção anterior), ao contrário de pessoas com outras deficiências. Entretanto, as práticas sociais vigentes não previam sua participação plena em todos os setores da sociedade (apesar de serem mão-de-obra), já que as discursividades sobre o sujeito cego em circulação movimentavam sentidos sobre suas limitações.

Depreende-se que os séculos XIX e XX caminharam numa tendência em retirar os sujeitos anormais sensoriais (cegos) da marginalização e permitir que pudessem exercer uma função social com autonomia, comunicando-se através da leitura e da escrita. A intervenção feita foi basicamente a partir da Educação. Apesar da institucionalização a partir do Estado, não havia interesse político voltado para as pessoas com deficiência.

Na perspectiva da AD, podemos dizer que outra discursividade sobre o cego passa a ser formulada, circulando outros efeitos de sentido em nossa formação social.

---

<sup>23</sup> Ervin Goffman vai dizer que “nós (os normais) que construímos uma teoria sobre o estigma, uma ideologia para explicar a sua inferioridade e dar conta do perigo que ela representa (...)” (GOFFMAN, 1988, p. 15).

Com o crescimento populacional, o desenvolvimento industrial e a economia mundial, diversas questões sociais e de desenvolvimento social, tanto nacionais como internacionais, suscitaram uma maior preocupação com os direitos humanos, incluindo aí, os direitos das pessoas com deficiência, a partir da segunda metade do século XX.

De acordo com as reflexões de Orlandi (2007), os sentidos não são aprendidos e sim experienciados ideologicamente. Usualmente, numa formação social burguesa falta um espaço para que os sujeitos signifiquem politicamente, de modo que sentidos e sujeitos sejam ruptura e não reprodução. A autora considera que

não é por acaso, desvio, ou falha que a sociedade burguesa desrespeita a dignidade do ser humano. É porque é assim que ela se estrutura e funciona. (...) por isso há a criação de mecanismos como a Declaração Universal dos Direitos do Homem: para lidar com esta ambigüidade, com este equívoco que é constitutivo do sujeito e do sentido produzido na conjuntura burguesa em que jogam liberdade e submissão, direitos e deveres, autonomia e responsabilidade. (ORLANDI, 2007b, p. 307)

O sentido de deficiência enquanto corpo defeituoso, passa ao de um corpo cidadão, com direitos civis, políticos e sociais, principalmente a partir da redemocratização brasileira e a oficialização do Ano Internacional das Pessoas Deficientes instituído pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Entretanto, no relatório geral das atividades desenvolvidas apresentado pela Comissão Nacional naquele ano, ainda se observa a ocorrência do sentido de normalidade vinculado ao sujeito com deficiência. Dito de outra forma, a memória que faz ressoar sentidos da tensão entre “normal” e “anormal”, como podemos verificar a seguir:

(...) os deficientes podem transformar-se, em indivíduos não só independentes, como também contribuintes para a sociedade e para os cofres públicos, através de seu ingresso produtivo na força de trabalho do País, desde que atendidos em suas necessidades básicas. Portanto, dar a esses indivíduos a oportunidade e a possibilidade de desenvolverem suas capacidades e se integrarem, de forma efetiva, na vida socioeconômica de seu país, PARTICIPANDO de forma PLENA em IGUALDADE com as pessoas consideradas normais é básico e urgente (BRASIL, 1981).

Para a AD, faz-se importante distinguir sujeito de indivíduo, pois ela vai supor que o primeiro está inserido num lugar, numa posição exterior a ele e esse exterior atua o tempo todo na construção da subjetividade. O sujeito (uma noção cara à AD) é visto como heterogêneo, constituído por várias posições, instâncias ideológicas, sócio-

históricas, opacas, que atuam em sua discursividade, produzindo diferentes efeitos de sentido.

O sujeito discursivo não é a origem do sentido nem da realidade de seu pensamento. Contudo, essa é uma ilusão necessária para que os processos discursivos signifiquem, pela falha, pela ausência, através do movimento da língua e da história.

A prática simbólica atua e intervém no real, constituindo o sujeito do discurso. Assim, o sujeito discursivo é constituído por algo fora dele. Tudo aquilo que constitui um discurso remete a referências históricas que são retomadas, modificadas, que podem produzir outros sentidos em uma outra formação discursiva que não é linearizada e é atravessada por outras FDs e pelo interdiscurso que as delimita.

Contudo, esse sujeito permanece intimamente ligado à sua constituição a partir do inconsciente, da ilusão dos sentidos, da memória discursiva, dos sistemas de projeção/representação e do seu lugar histórico-social. Daí a assertiva pècheutiana de que *“não existe discurso sem sujeito e não existe sujeito sem ideologia”* (PÊCHEUX, 2014, p. 117).

Desta feita, podemos observar que a partir da web 2.0<sup>24</sup> e a circulação de discursos nas mídias digitais, diversas marcas passam a ocupar diferentes espaços virtuais em maior escala, oferecendo diferentes oportunidades de consumo, valendo-se da cibercultura e da possibilidade de comunicação integrada disponível na rede.

Aliada a isso, a característica de transformar os produtos em objetos de desejo e naturalizá-los, própria do discurso publicitário, produz valores interligados à ideologia de pertencimento e aceitação.

Imersa em uma cultura imagética sobrecarregada de complexidades visuais, a produção de sentidos em publicidades fílmicas se configura como atrativo dinâmico de possibilidades discursivas (uma forma de fisgar), especialmente no ambiente digital, constituído pelo imaginário de estar a apenas um clique de distância.

Nesse panorama, enfrenta-se o desafio da inclusão social, visto que os sujeitos cegos se deparam constantemente com dificuldades de acesso a determinados tipos de informação, especialmente as advindas de filmes compostos de imagens dinâmicas e sons variados, típicas do discurso publicitário, sobretudo, da era digital.

---

<sup>24</sup> Web social ou participativa, das redes sociais e do compartilhamento multimidiático (início dos anos 2000).

As ações e os efeitos do digital estão aí, o uso das tecnologias digitais, da internet e dos objetos conectados sendo progressivamente integrados a nossas existências, pelo menos nas áreas culturais sociais e geográficas nas quais as ferramentas informáticas e as tecnologias digitais puderam se desenvolver; de fato não se deve esquecer que o digital, como a democracia ou a sexualidade, é uma noção profundamente situada e não comporta nenhuma universalização. (PAVEAU, 2021, p. 27)

A produção de sentidos no ambiente digital (constituído pela circulação: compartilhamento, comentários, postagens etc.) pode ser considerada basicamente como interdiscursiva, com discursos textualizados na não-neutralidade, o que os torna passíveis de interpretações.

Discursivamente, reproduziu-se no imaginário social um sentido de tecnologia no âmbito da perfeição, da plenitude. Tal ilusão levou a um apagamento do político e do ideológico nos processos discursivos envolvidos na significação da tecnologia como dispositivo de controle, “o que não é próprio da tecnologia mas do desenvolvimento de uma sociedade capitalista onde as relações de poder se pautam na produção de dispositivos de controle sobre o outro e sobre os desejos do outro” (PAVEAU, 2021, p. 26).

Consideramos relevante salientar a definição de político para a teoria da Análise de Discurso. De acordo com Orlandi (2010, p. 12), “o político está no fato de que os sentidos são divididos, não são os mesmos para todo mundo, embora pareçam os mesmos”. Numa sociedade capitalista, toda a estrutura é baseada na divisão de classes e nas relações de poder que significam essas divisões.

Considerando que a formação social brasileira atravessa desigualdades sociais que tendem a segregar os grupos minoritários, ao invés de incluí-los, seja por políticas públicas ou outra esfera que componha a sociedade neoliberal atual, depreende-se que a oposição inclusão/ exclusão permanece em circulação, fazendo trabalhar determinada memória discursiva.

Podemos observar que a memória discursiva sobre cegueira provocou efeitos de sentido de incompletude, ao considerar a visão como o mais importante dos sentidos (percepções sensoriais) humanos. A partir desse imaginário, o sujeito cego estaria impossibilitado de vivenciar experiências sociais e estéticas, artísticas, ou culturais disponibilizadas por meio do discurso da imagem<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Na sociedade hodierna brasileira verifica-se que ainda são necessárias medidas jurídicas que tornem acessíveis ao sujeito cego seu lugar de sujeito de direito, apesar de já ser possível identificar um movimento em que se põe que “a inclusão das pessoas com deficiência é uma questão de ética, cidadania

Levando em conta a instituição midiática enquanto instrumento disseminador de discursos e de demais práticas, compreendemos que, ideologicamente, a referida instituição coloca a comunicação numa relação de sustentação e legitimação de seu lugar de poder.

É nesse regime que a inclusão, como elemento de participação e acesso de todos, toma corpo. Não basta ser parte da sociedade é preciso participar. Mais do que isso, é preciso querer participar de certos espaços e ações e incentivar que todos participem. (MEDEIROS, 2014, p. 69)

Participem, sobretudo, consumindo. Em uma formação social capitalista todos vão sendo posicionados numa rede de saberes de modo a contribuir para a manutenção da presença dos sujeitos em redes sociais e de mercado. “Estamos todos, de uma maneira ou de outra, sendo conduzidos por determinadas práticas e regras implícitas que nos levam a entrar e permanecer no jogo econômico do neoliberalismo” (MEDEIROS, 2014, p. 78).

O discurso da publicidade em suas variadas formas e facetas busca no pretenso ideal de inclusão do sujeito não apenas a sua inserção social, mas uma forma de conduzi-lo a abarcar os demais sujeitos para que também se sintam incluídos nesse processo do que é designado como circulação de informações e práticas de consumo, práticas essas imbricadas.

Desta maneira, o sujeito-cego passa a integrar o novo rol de possíveis consumidores no mercado, mantendo-se em constante ilusão de participação, por meio da tecnologia assistiva da audiodescrição em mídias variadas, como também, nas propagandas e anúncios de produtos durante o período pandêmico, instituindo a posição sujeito-cego-consumidor.

Nessa conjuntura, consumir as vantagens da inclusão, no discurso e nas práticas cotidianas, faz com que ela seja objetificada, ou melhor, que torne o sujeito em estado de inclusão, alguém cujo capital humano é mais valorizado, mas não necessariamente inclusos e atuantes nesse processo de fato. (MEDEIROS, 2014, p. 85)

Evidencia-se que o desafio continua posto, a partir dos sentidos antagônicos que circulam na sociedade, nas relações de força entre a promoção da inclusão num ambiente social histórico-discursivo, configurado num espaço de exclusão.

Ao termo “inclusão” são atribuídos sentidos que escapam totalmente ao controle, sentidos que permanecem em constante disputa e movimento, produzindo modos diferentes de significá-lo, tal como depreendemos em nossas análises.

Assim, os sujeitos cegos, já integrantes da produtividade econômica do país, ainda que em atividades restritas, acabam ocupando também a posição de sujeitos-cegos-consumidores na sociedade capitalista da atualidade. A questão que se coloca enquanto fundamental não é se o sujeito é cego ou não, mas sim, a que classe social ele está vinculado.

### 3 A ANÁLISE DE DISCURSO MATERIALISTA E A AUDIODESCRIÇÃO

No intuito de discorrer sobre as redes de sentido às quais os sujeitos se associam no interior das teias discursivas, aqui produzidas a partir da materialidade da Audiodescrição para sujeitos cegos, este estudo se apoia, como já mencionado, nos pressupostos teóricos da Análise de Discurso, que a compreende como prática de linguagem, acontecimento.

Em seu caráter discursivo, importa atentar para a audiodescrição enquanto materialidade tanto linguística quanto sonora, não que essas diferentes materialidades sejam um acréscimo umas das outras, mas sim, como aponta Lagazzi, trata-se de “(...) analisarmos as diferentes materialidades significantes uma no entremeio da outra” (LAGAZZI, 2011, p. 402).

Evidencia-se, portanto, a necessidade de considerar as particularidades das diversas materialidades compreendidas na composição da audiodescrição, neste caso, de filmes publicitários. Destacando, desde já, que a audiodescrição é compreendida nesta dissertação como uma textualidade, uma versão que se torna certa descrição sonora possível a partir de gestos de interpretação.

Desta maneira, a audiodescrição constitui-se produzindo efeitos de sentido, pois também é o lugar da falha, do equívoco, do apagamento. Ao serem veiculadas socialmente a partir de condições de produção dadas, as imagens que aparecem para o espectador (neste caso, o sujeito audiodescritor) estabelecem uma relação discursiva com a memória. Com efeito,

(...) as imagens não são visíveis, tornam-se visíveis a partir da possibilidade de cada um projetar as imagens possíveis. (...) Quando se afirma que uma imagem não é visível, mas torna-se visível através dos gestos de interpretação, se pressupõe o alcance político-ideológico inscrito no uso que se faz das imagens. (SOUZA, 2018, p. 23)

Assim, sob essa perspectiva discursiva, tomar como objeto de estudo a audiodescrição de filmes publicitários veiculados nas redes sociais, implica analisar uma materialidade na qual os sentidos se atualizam, significam em sua especificidade e situam-se enquanto práticas discursivas. Tais práticas são produzidas pelo sujeito audiodescritor que projeta imagens da posição sujeito-cego-consumidor e do próprio referente discursivo (audiodescrição de um produto que se coloca a vender).

A problematização do discurso sobre as imagens dinâmicas que compõem os já referidos filmes, pauta-se na perspectiva do sujeito audiodescritor que as vê pela primeira vez, isto é, que se torna visível, como receptor dessas imagens. No caso dos sujeitos consumidores, demandam uma descrição verbal, a audiodescrição do objeto a ser consumido.

O sujeito audiodescritor ocupa uma posição face a esse enunciado imagético, linguístico e sonoro, além de ser marcado por uma história de imagens e sons (vocais e não vocais) produzidos, ao mesmo tempo em que se debruça em selecionar e excluir enunciados em meio à resistência, às memórias sociais e coletivas. Do ponto de vista discursivo, segundo Souza, “quando se recorta pelo olhar um dos elementos constitutivos de uma imagem produz-se outra imagem, outro texto, sucessivamente e de forma plenamente infinita” (SOUZA, 2013, p. 296).

Partindo dessa perspectiva, pensamos que o sujeito audiodescritor (leitor) imprime seu gesto de interpretação sobre a “evidência” das imagens empíricas e de todo o cenário produzido nos filmes publicitários (textualidade). Torna-se possível ao analista do discurso, assim, debruçar-se sobre o processo discursivo estabelecido na relação entre esse sujeito e as materialidades significantes “lidas” por ele.

Desta forma, evidenciam-se as redes de sentido constitutivas dos filmes publicitários, sobrevivendo na memória discursiva, viabilizando a compreensão de como a audiodescrição dos referidos filmes está investida de significância para e por sujeitos discursivos.

Com base no exposto, voltamos ao ponto que as imagens dinâmicas recortadas pelo olhar de um sujeito audiodescritor, que ocupa uma posição, uma função discursiva, rompem com uma lógica de sentido na discursividade não verbal, deslocando-a no processo de construção da audiodescrição. Para compreendermos o funcionamento da audiodescrição, buscamos retomar uma relação entre os Estudos da Tradução e da Análise de Discurso materialista.

### **3.1 Os Estudos da Tradução**

Em relação aos Estudos da Tradução, evidencia-se que a prática dessa atividade é milenar. Entretanto, enquanto disciplina, se institui somente a partir do século XX.

Até esse período, o quadro teórico a respeito da tradução concebe que o tradutor domina os sentidos a ponto de transportar os significados de uma língua à outra.

Ao longo do tempo, com o desenvolvimento de mais pesquisas e teorias em diversas áreas do conhecimento que acabaram por repercutir nos estudos da tradução, emerge uma nova visão sobre o tradutor na qualidade de construtor de significados. A partir da década de 1950, é o leitor que passa a uma posição de relevância no processo de interpretação, por se considerar que os textos estariam abertos a inúmeras possibilidades de leituras.

Em razão de o processo tradutório de um texto ter como componente a leitura, torna a escrita da tradução resultante da interpretação do tradutor, que passa, então, a produtor de significados, conforme já mencionado. De acordo com Caldas (2009), associa-se o funcionamento da tradução ao de uma ponte, no caso do objeto dessa dissertação, entre o sujeito vidente (o sujeito audiodescritor) e o outro (o sujeito-cego-consumidor).

Dentro da área dos Estudos da Tradução, faz-se necessário destacar as produções de Venuti<sup>26</sup>, que aponta a atividade tradutória como um trabalho que carrega consequências culturais globais. Segundo Campos (2009), o referido teórico e tradutor afirma que “(...) a escolha de uma determinada estratégia tradutória pode criar valores e práticas diferentes do modelo cultural vigente no contexto-meta, proporcionando, dessa forma, uma abertura para a alteridade, para a visualização do outro (...)” (CAMPOS, 2009, p. 47).

Na sociedade capitalista neoliberal a prática da tradução aparece de forma consistente no mundo empresarial fortalecendo a economia cultural global. “Assim, a tradução é uma prática cultural que está profundamente implicada nas relações de dominação e dependência igualmente capaz de mantê-las ou interrompê-las” (VENUTI, 2019, p. 317).

Partindo das línguas de maior difusão, principalmente a língua inglesa, a tradução torna viável que organizações multinacionais tenham autoridade sobre as mídias impressas e eletrônicas, além de figurar como um negócio lucrativo.

Para as culturas letradas com meios de comunicação avançados ou se estabelecendo, as traduções acompanharam acordos lucrativos com editores

---

<sup>26</sup> Venuti elabora sua teoria levando em consideração o campo literário.

multinacionais e companhias cinematográficas e televisivas, sustentando o desenvolvimento industrial ao construir públicos leitores da língua nativa para os produtos culturais de países hegemônicos. (VENUTI, 2019, p. 14)

Assim, por sua característica de domesticação e questionamento de autoridades e valores culturais de instituições dominantes, acaba sendo colocada numa posição marginal.

Na tradução, os tradutores se utilizam de estratégias diversificadas, visando resolver alguns entraves que surgem durante o processo tradutório, além de buscar proporcionar ao leitor uma compreensão melhor do texto traduzido. No campo da tradução, essa prática é tomada como elemento domesticador. Nessa perspectiva,

As traduções são produzidas por muitas razões, literárias e comerciais, pedagógicas e técnicas, propagandísticas e diplomáticas. Contudo, nenhum tradutor ou instituição que patrocina uma tradução pode ter a esperança de controlar ou mesmo ter consciência de todas as condições de sua produção. E nenhum agente de uma tradução pode ter a esperança de prever cada uma de suas consequências, os usos que serão feitos dela, os interesses a que servirão, os valores que transmitirão. (VENUTI, 2019, p. 14)

Julga-se relevante mencionar que, tradicionalmente, a noção de fidelidade se justifica no campo tradutório, uma vez que se defende a prática na qual o tradutor consegue estabelecer autonomia a ponto de atingir uma fidelidade absoluta ao texto fonte. Em outras palavras,

Em qualquer circunstância em que se fale sobre tradução, é quase infalível haver, de uma forma ou de outra, alguma referência à questão da fidelidade. Se, por um lado, essa maneira de ver a prática da tradução está inserida numa forma “ingênua” de se pensar a respeito dela, por outro, ela também é objeto de numerosas reflexões teóricas. (CALDAS, 2009, p. 28)

Dessa forma, qualquer processo tradutório constitui-se de relações dissonantes e não pode ser resumido à ingênua comunicação entre interlocutores, dada a sua natureza logocêntrica.

Venuti, baseando-se em Deleuze e Guatarri (1987), considera a língua um domínio coletivo que se move entre diversos grupos culturais e sociais, constituída por formas dispostas em diferentes categorias de valor, onde o dialeto padrão, apesar de dominante, estaria submetido a constantes variações. Por conseguinte, reconhece que todo uso da língua é lugar de relações de poder.

A tradução agora serve a um capital corporativo, uma companhia comercial ou um programa evangélico, em vez de um estado nação. o que permanece intocado é o uso das práticas tradutórias que estabelecem uma relação hierárquica entre línguas maiores e menores, entre culturas hegemônicas e subalternas. as traduções desencadeiam um processo de formação de identidade no qual o colonizador e o colonizado a empresa multinacional e o consumidor local, estão em posição desigual. (VENUTI, 2019, p. 332).

Neste viés, reconhecemos que o campo dos Estudos da Tradução busca uma reflexão sobre o funcionamento da linguagem, destacando que o dizer não é algo particular de um sujeito, já que em cada enunciação há algo que vem pela história, marcado pela ideologia, resultante da ligação entre os sentidos já constituídos nas relações sociais em confronto de forças.

O tema da tradução tem despertado o interesse e a atenção de estudiosos. Observa-se, também, que as reflexões não se limitam à forma tradicional de caracterizar esse objeto, mas a entender o processo tradutório “como um processo de relação de sentidos e de produção de discurso” (MITTMANN, 2003, p. 171). Traduzir, na perspectiva da AD, passa a ser um ato de interpretação.

Cumprir sinalizar o surgimento, ao longo do século XXI, de atualizações das ferramentas de tradução paralelamente a novos instrumentos de escrita.

O tradutor tende a se aproximar cada vez mais das premissas de um sujeito de tecnologia, da informática, com todas as consequências que esse movimento possa acarretar. No entanto, ainda assim, apesar das muitas modificações dessa movência, cabe ressaltar que o discurso sobre a tradução continua a apontar para o desejo de identificação da língua com uma nação e pátria e permanece como um dos traços identitários mais importantes do sujeito tradutor. (CALDAS, 2015, p. 110)

Deste modo, partindo da concepção de tradução como processo discursivo, onde a prática tradutória produz efeitos de sentido entre sujeitos, a ideia de transmissão exata de sentidos é substituída por uma visão de tradutor, autor e leitor enquanto produtores de sentido. Passa a ser compreendida como um processo em que múltiplos dizeres atuam na discursividade constituindo os discursos.

Nessa perspectiva, elencamos relações de afinidade entre os Estudos da Tradução e a Análise de Discurso: ambas concordam que tradutor e leitor desempenham um papel de produtores de discursos; se interessam pelas relações estabelecidas entre ideologia e língua; contestam a transparência da língua (cf. Campos, 2009).

### 3.2 A audiodescrição enquanto modalidade de tradução

Nos Estudos da Tradução, a audiodescrição (Ad) transforma imagens em palavras, sendo considerada uma modalidade de tradução (intersemiótica). Pode ocorrer por meio de um texto digitado e lido por programas específicos para leitura de tela, através de uma narração gravada e sobreposta ao vídeo, ou ainda, disponibilizada em segundo canal de áudio.

A descrição das imagens é inserida em pontos estratégicos, de modo a possibilitar ao espectador assistir à publicidade alcançando informações que lhe sejam relevantes. Para ter acesso ao conteúdo imagético produzido nos diferentes domínios do mundo globalizado, os sujeitos cegos passam a lançar mão do recurso da audiodescrição.

O referido recurso de acessibilidade comunicacional é posto enquanto garantia de acesso às informações visuais essenciais a esses sujeitos consumidores com acesso à Web 2.0 (referindo-se ao *corpus* aqui apresentado).

Considera-se que a audiodescrição tenha nascido em meados da década de 1970 nos Estados Unidos, conforme as pesquisas de Franco e Silva, “enquanto atividade técnica e profissional (...), a partir das ideias desenvolvidas por Gregory Frazier em sua dissertação de mestrado” (FRANCO; SILVA, 2010, p. 24).

Todavia, apesar da indicação de sua origem ter ocorrido no meio acadêmico, a Audiodescrição “logo adquiriu um caráter mais prático-técnico e utilitário”, segundo Franco e Silva (2010, p. 27), ressaltando-se que a apresentação de pesquisas começa a acontecer apenas em torno da década de 1990.

A partir do ano 2000, a área de estudos da tradução é a que mais apresenta pesquisas relacionadas à essa tecnologia assistiva comunicacional.

A audiodescrição<sup>27</sup> pode ser considerada uma tradução audiovisual (TAV), uma vez que os signos não verbais são lidos e traduzidos em signos verbais. A partir desse viés, espera-se que ela favoreça a acessibilidade do público com deficiência visual aos meios audiovisuais, através da descrição das informações apreendidas pelo canal visual

---

<sup>27</sup> O marco inicial da Audiodescrição no Brasil foi com Bell Machado, em 1999, com a audiodescrição de filmes numa associação de cegos em Campinas.

e que não estejam contempladas nos diálogos ou efeitos sonoros que integram determinada produção.

Originalmente conectados, os conceitos de TAV e tradução interlingual realizados através da legendagem, da dublagem e do voice-over tiveram que ser revistos por causa do novo cenário que se impôs desde o começo do novo século, em que leis de acessibilidade para o audiovisual forçaram a tecnologia a pensar em novos recursos que tornassem a comunicação nesse meio acessível a pessoas com deficiência auditiva e visual. Daí surgiu a legendagem para surdos e ensurdecidos (LSE) e, bem mais recentemente, a audiodescrição (AD), destinada ao público cego e com deficiência visual. (FRANCO; ARAÚJO, 2011, p. 4)

Vários países já normatizaram esse recurso de acessibilidade, como Espanha, Alemanha, França, Estados Unidos e Reino Unido. No Brasil,

desde a promulgação da lei 10.098 (BRASIL, 2000), regulamentada pelo Decreto 5.296 (BRASIL, 2004), alterado pelo Decreto 5.645 (BRASIL, 2005) e pelo Decreto 5.762 (BRASIL, 2006b), o recurso da audiodescrição tornou-se um direito garantido pela legislação brasileira. (FRANCO; SILVA, 2010, p. 32)

Um texto visual, diferentemente de um texto verbal, é sinuoso, não-linear, comunicando um todo simbólico, o que torna a tradução de sua totalidade não verbalizada algo improvável. Essa característica acaba aproximando o trabalho de um audiodescritor ao do tradutor que legenda. Ambos são levados a fazer escolhas.

Em relação à Audiodescrição, quem audiodescreve deve fazê-lo com o propósito de tornar o filme acessível aos sujeitos desprovidos de visão, selecionando o que considera mais relevante entre tudo o que o texto oferece.

Cabe mencionar que a cultura de um sujeito cego de nascença ou com pouca idade, difere da cultura visual partilhada pelos sujeitos com experiência visual anterior e videntes, como a linguagem corporal, as cores e sua simbologia, entre outros, que indicam a necessidade de uma tradução intercultural.

O caráter polissêmico de uma imagem permite suscitar leituras variadas, tais quantos forem os seus leitores, garantindo uma pluralidade de sentidos, originando novas imagens elaboradas sobre as originais. O texto produzido a partir do texto fonte é essencialmente verbal, apesar de representar um reflexo das imagens que o originaram.

Em relação a seu caráter de sonoridade, torna-se relevante mencionar as considerações de Chion (1990),

O som no cinema é voco- e verbocêntrico, acima de tudo, porque os seres humanos também o são, habitualmente. Quando num ambiente sonoro você ouve vozes, são essas vozes que captam e focam sua atenção antes de qualquer outro som (vento soprando, música, trânsito). Somente depois disso, se você souber quem está falando e sobre o quê, você poderá ter sua atenção desviada para o restante dos sons que está ouvindo. Portanto, se essas vozes utilizam uma linguagem acessível, primeiro você vai buscar o sentido das palavras, passando a interpretar os outros sons apenas quando o seu desejo pelo significado estiver satisfeito. (CHION, 1990, p. 6, tradução nossa)<sup>28</sup>.

No trecho, o autor se refere à tradução audiovisual (TAV), considerando o som como valor agregado, contudo, tais aspectos se estendem à audiodescrição, visto que, trata-se de um recurso de acessibilidade essencialmente sonoro, utilizado por sujeitos que não têm acesso às imagens dos filmes publicitários em questão neste estudo.

Diante do exposto, observa-se o caráter tradutório da Audiodescrição, que embora seja feita a partir de um texto visual para outro, verbal, carrega uma relação compatível com as regras da tradução tradicional.

No Brasil, a audiodescrição se tornou um direito garantido após a regulamentação da lei federal nº 10.098 pelo decreto 5.296, alterado pelo decreto 5.645 (que foi alterado pelo decreto 5.762). As emissoras de televisão estariam obrigadas a oferecer duas horas de programação audiodescrita diariamente, o que deveria ser aumentado gradativamente, até que o recurso fosse estendido a toda a programação num prazo de dez anos.

Entretanto, o prazo de início de utilização da audiodescrição na TV foi vencido em 2008, o que resultou na publicação de três portarias (sendo a terceira, a que determinou a transmissão em canal digital aberto em duas horas semanais).

A Portaria nº 188/2010<sup>29</sup> do Ministério das Comunicações estabeleceu a inserção da Audiodescrição na televisão brasileira. Contudo, somente para o ano de 2020 havia a previsão de veiculação de vinte horas por semana de programação das emissoras com o referido recurso.

Segundo essa portaria, Audiodescrição é definida como

---

<sup>28</sup> O texto original é: Sound in film is voco- and verbocentric, above all, because human beings in their habitual behavior are as well. When in any given sound environment you hear voices, those voices capture and focus your attention before any other sound (wind blowing, music, traffic). Only afterward, if you know very well who is speaking and what they're talking about, might you turn your attention from the voices to the rest of the sounds you hear. So if these voices speak in an accessible language, you will first seek the meaning of the words, moving on to interpret the other sounds only when your interest in meaning has been satisfied. (CHION, 1990, p. 6)

<sup>29</sup> Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/legislacao/normas-do-mc/443-portaria-188>>. Acesso em 01/03/2017.

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. (ANATEL, 2010)

Na produção de uma Audiodescrição é indispensável a participação de diferentes sujeitos. Zardo (2017) menciona os seguintes: o roteirista audiodescritor, o consultor audiodescritor, o narrador audiodescritor. São eles que tentarão garantir o favorecimento da formação de imagens pelos usuários dessa tecnologia assistiva.

A Audiodescrição pode ser pré-gravada, como é o caso do *corpus* analisado nessa pesquisa, ao vivo (com um roteiro pré-elaborado) ou simultânea (sem roteiro prévio). Todos os tipos, embora sejam diferentes, seguem algumas fases de maneira geral.

O processo de Audiodescrição pré-gravada compreende quatro partes principais. Primeiro, o roteirista assiste ao produto audiovisual destacando as imagens mais relevantes para a narrativa (COSTA; FROTA, 2011). Elabora um script através de um software, como, por exemplo, o Subtitle Workshop (SW)<sup>30</sup>, que lhe permite verificar em tempo real se há alguma sobreposição de falas, o que pode vir a interferir no entendimento da sonoridade.

Em seguida, esse script é encaminhado a um consultor, preferencialmente com deficiência visual, que vai sugerir alterações que devem ou não ser realizadas pelo roteirista. Depois de concluída a revisão, o roteiro é finalizado com todas as rubricas necessárias para gravar em estúdio, com a marcação do tempo de entrada e de saída da Audiodescrição, além da marcação de tempo.

Com o roteiro em mãos, é hora de testá-lo oralmente para só então adentrar à fase de gravação da voz pelo narrador. Após a gravação, é preciso revisá-la (COSTA; FROTA, 2011).

O exemplo de roteiro a seguir foi retirado de Franco; Araújo (2011, p. 18):

---

<sup>30</sup> Programa de edição e criação de legendas para vídeos.

Figura 1 - Roteiro de Audiodescrição

Número sequencial	Tempo inicial	Tempo final	Deixa	Texto	Rubrica
<b>Nº ordem</b> 114	00:26:58,726	00:27:05,547		- Vamo vê quem joga a pedra mais longe?	
				Os dois arremessam pedras no rio várias vezes. Ao fundo várias carnaubeiras e um lindo céu azul formam a paisagem.	
115	00:27:11,135	00:27:20,012		No interior da casa, a mãe de Zeca observa da porta do quintal o entardecer atrás da serra. O vento sopra balançando as folhagens.	
116	00:27:41,020	00:27:42,254		(RÁPIDO) As crianças acariciam o cachorrinho.	

Fonte: FRANCO; ARAÚJO, 2011, p. 18.

Desta maneira, é possível compreender a audiodescrição gravada (de imagens dinâmicas) como um texto que envolve escrita e oralidade, posto que só há produção de sentido a partir da narração ou locução em conjunto com o texto original (no caso, o filme publicitário).

É preciso atentar para o fato de que as imagens dinâmicas podem conter os elementos verbais (as falas entre personagens, palavras ou frases escritas etc.) e auditivos (os sons de modo geral no ambiente cenográfico).

Torna-se relevante mencionar que durante o processo de tradução do visual para o verbal, a narração aparece nos espaços oferecidos entre os diálogos que compõem a obra, pois o som representa um elemento essencial para quem vai se beneficiar da Audiodescrição (ALVES; TELES; PEREIRA, 2015).

Outro elemento importante a ser estudado é a simultaneidade das imagens com sua descrição. Na medida do possível, as informações devem ser veiculadas simultaneamente; porém, mais uma vez é preciso relativizar a regra. Há muitos casos em que a descrição da cena só pode ser feita um pouco antes ou um pouco depois do desenrolar da cena, justamente porque nela há um diálogo. (POZZOBON, 2010, p. 112/113)

É importante salientar que há algumas diretrizes a serem seguidas na elaboração de roteiros de Audiodescrição. De forma resumida, apontam-se algumas delas baseadas no Guia para Produções Visuais Acessíveis (NAVES; MAUCH; ALVES; ARAÚJO, 2016), considerando que há “(...) um pilar central, unânime, na audiodescrição: descreva o que você vê” (COSTA; FROTA, 2011, p. 11).

No Guia é possível distinguir as seguintes diretrizes:

deve-se usar uma linguagem objetiva e simples, priorizando léxico variado adequado ao produto audiovisual; o audiodescritor deve empregar adjetivos sem valoração subjetiva; as ações devem ser descritas utilizando verbos específicos que expressem a forma de realização da ação; os verbos devem estar no presente do indicativo e as orações utilizadas devem ser as coordenadas, para melhor fluidez textual, evitando termos chulos e linguagem rebuscada. (NAVES et al, 2016)

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) também dispõe de diretrizes normativas para a produção da Audiodescrição, elaboradas conforme convenção do desenho universal, no intuito de garantir a qualidade da acessibilidade (ABNT BNR 16452, 2016).

Observa-se, portanto, que a audiodescrição enquanto tradução audiovisual abarca um aspecto fundamental: o que deve ser descrito e como.

Na Ad, a objetividade de cada audiodescritor certamente irá variar, e também será fortemente variável a avaliação daquilo que é necessário descrever. As infinitas possibilidades de “como” e com que palavras descrever a imagem completam a complexa condição que levará sempre à pluralidade de estilos e formas de Ad, por mais que um mesmo conjunto de regras seja respeitado por todos os audiodescritores. (POZZOBON, 2010, p. 111).

Considerando a proposta teórica de Venuti (2019), as normas técnicas elencadas nas determinações legais, como em vários estudos realizados na área de audiodescrição, podem ser compreendidas como elementos castradores, domesticadores da audiodescrição, que assujeitam o audiodescritor a uma prática

Numa perspectiva discursiva, as orientações anteriores funcionam como um discurso do dizer-fazer; elencando uma série de técnicas que promoveriam a neutralidade das audiodescrições, deixando de lado a questão dos sujeitos em seus processos histórico-sociais de constituição. Desta forma, desconsidera-se que numa audiodescrição é possível haver a dispersão do sujeito, ou seja, de que ele ocupa várias posições.

Considerando, portanto, o modo como essa atividade tem sido descrita e concebida, invisibilizando o trabalho de todos os envolvidos no longo processo de produção de audiodescrição, torna-se relevante observar como a audiodescrição, ainda que se proponha *objetiva, neutra e sem julgamentos*, é uma atividade humana indeterminada, incompleta e passível de (re)interpretação. (MAZUCHELLI, 2012, p. 7)

Considerando o que já foi discutido anteriormente, firma-se que audiodescrever não se resume apenas a traduzir algo que se vê, já que o produto audiovisual não se constitui apenas de imagem, mas de outros elementos tão importantes quanto, como a trilha sonora, a existência de diálogos, elipses, por exemplo.

Segundo Motta e Romeu Filho, a Audiodescrição é

um recurso de acessibilidade que amplia o entendimento das pessoas com deficiência visual (...), por meio de informação sonora. É uma atividade de mediação linguística, uma modalidade de tradução intersemiótica, que transforma o visual em verbal, abrindo possibilidades maiores de acesso à cultura e à informação, contribuindo para a inclusão cultural, social e escolar. (MOTTA; FILHO, 2010, p. 7)

Na perspectiva assumida pelos autores citados, a audiodescrição (Ad) buscaria atuar como facilitadora da integração entre todos, a partir do momento em que contribui para a produção simbólica de um contexto, se tornando uma materialidade importante para que o sujeito cego apreenda os signos visuais e as relações semânticas, que de nossa posição teórica, seriam estabelecidas em determinadas formações discursivas.

Desta forma, a produção de sentidos nessa materialidade significativa pode ser considerada como interdiscursiva, com discursos textualizados na não-neutralidade, o que os torna passíveis de interpretações.

### **3.3 As relações entre a Análise de Discurso Materialista (AD) e a audiodescrição (Ad)**

Nesta seção, buscamos aproximar a Análise de Discurso materialista da audiodescrição, compreendida como um trabalho de tradução que ocupa um lugar de recurso possibilitador da supressão de barreiras comunicacionais encontradas por sujeitos cegos.

Durante muito tempo, considerou-se que uma tradução, em qualquer modalidade, pudesse transpor a evidência dos sentidos produzidos em sua textualidade, desconsiderando novos movimentos próprios da produção de sentidos. Havia a crença na correspondência direta entre línguas orais, textos escritos e, no caso da Ad, entre imagem e oralidade. A compreensão de que a língua não é transparente direciona a

reflexões sobre o discurso publicitário, a Ad e sua evidência neutralidade, possibilitando a aproximação da AD com a Ad.

A materialidade sonora da Ad promove a construção um imaginário de completude, homogeneidade, sem falhas, como se fosse possível, sob a perspectiva da AD, não apresentar marcas ideológicas. Tal ilusão é (im)posta aos sujeitos, que são atingidos pela dispersão do real e a unidade imaginária, na trama da linguagem. Essa unidade viabiliza uma “realidade” para cada sujeito, um sistema de significações, efetivado pela submissão ao pré-construído. Atesta-se, assim, que a língua funciona de maneira singular em cada sujeito do discurso, visto que, o assujeitamento não acontece da mesma forma entre eles.

Orlandi (2022 [2001]), sobre a Análise de Discurso materialista, discorre que a teoria se apresenta no lugar em que interroga a interpretação.

Frente a não importa que objeto simbólico, o sujeito não pode não significar/fazer significar: ele é levado a dizer o que “isto” quer dizer. Há assim injunção à interpretação. Há, neste fato, o que tenho chamado ilusão de conteúdo, apagamento da construção discursiva do referente. Trata-se da redução do sentido a um conteúdo, sendo que esta redução é parte da ilusão referencial, produção do efeito de evidência. É aí que reside um dos mecanismos ideológicos importantes. (ORLANDI, 2022, p. 26)

O termo “audiodescrição” nos remete à sonoridade (áudio) e certo funcionamento da descrição que se pretende colocar “a realidade na perspectiva do saber (...)” (ORLANDI, 2020 [1999], p. 102) sobre o produto. Dito de outra forma, a descrição está atrelada, segundo Orlandi, à ilusão referencial. Assim, podemos considerar a audiodescrição, tal como trabalhada nesta dissertação, como um “modo que sistematiza as ‘informações’” (ORLANDI, 2002, p. 305) sobre um produto a ser vendido, uma textualidade que produz efeito de estabilidade desse referente, assim como de sua objetividade.

O exercício de audiodescrever coopera para o deslocamento do sujeito tradutor entre os diferentes espaços de discurso, um sujeito que se movimenta entre a materialidade sonora, a materialidade da imagem e a materialidade linguística, posicionando-se como leitor na textualidade dos filmes publicitários. Ao se subjetivar, interpelado pela ideologia, o sujeito audiodescritor pratica seus dizeres: apaga, insere, acentua, minimiza, exclui etc., em se tratando de uma descrição, sem se dar conta disso.

Consequentemente, por seu caráter descritivo, a Ad está exposta ao equívoco da língua, à exceção de alguma “interdição explícita da interpretação” (ORLANDI, 2022

[2001], p. 27). Muito embora, a audiodescrição, no domínio da homogeneidade, objetive livrar os sujeitos cegos das formulações não-unívocas, no interior de um “mundo” logicamente estável, tal modo de aparente sistematização é atravessado por uma série de equívocos.

O equívoco nos remete ao modo de funcionamento da ideologia: o que está presente por sua ausência necessária. O equívoco é estruturante e não de conteúdo. (...) De tal modo que o apagamento das evidências produzido pelo dispositivo sobre o olhar leitor (a exposição do olhar leitor a Opacidade do texto) trabalho interpretação enquanto exposição do sujeito a historicidade (ao equívoco, a ideologia) em sua relação com o simbólico (ORLANDI, 2022, p. 28)

Ao considerarmos discurso como efeito de sentido, temos no produto audiovisual (filme publicitário), diferentes materialidades significantes que, combinadas, compõem simultaneamente, ou seja, uma composição híbrida que produz efeitos de sentidos.

Depreende-se que a audiodescrição é o enunciado que surge a partir da posição de um sujeito que se diz (e se acredita) ter controle da percepção de quem enxerga, o tradutor, neste caso, o sujeito audiodescritor. Dessa posição-sujeito, produz-se um discurso como materialidade histórica diante da infinidade de efeitos de sentido que as imagens vistas evocam em quem as observa.

Assim, faz-se necessário destacar a importância do arquivo de imagens comuns que circulam na sociedade, produzindo novos discursos e novas possibilidades de imagens, vistas ou imaginadas.

Toda imagem se inscreve no interior de uma cultura visual e essa cultura visual supõe a existência de uma memória visual no indivíduo, de uma memória das imagens na qual toda a imagem tem um eco. Há um sempre-já de uma imagem. Essa memória das imagens pode ser uma memória externa percebida, mas pode muito bem ser a memória das imagens internas sugeridas pela percepção exterior de uma imagem. (COURTINE, 2010, *apud* MILANEZ, 2006, p. 168)

Neste ponto do trabalho, portanto, promove-se o encontro entre a Análise do Discurso e a Audiodescrição (que integra o campo dos Estudos da Tradução), o que torna inevitável a retomada do ponto de vista de Orlandi (2007). De acordo com a autora, a interpretação acontece pela ação do interdiscurso em condições de produção determinadas. Manifestam-se nos enunciados os efeitos de sentido produzidos e a possibilidade de emergência de outros sentidos, possibilitada por essa movimentação.

Assim, para a AD, interpretação se refere ao modo pelo qual um sujeito significa o acontecimento linguístico em suas condições de produção. Uma palavra só terá sentido no contexto de uma determinada formação discursiva, organizada por uma formação ideológica.

Porque é em referência à sociedade e à história que pode haver aí ligação, identificação ou transferência, isto é, a existência de uma relação abrindo a possibilidade de interpretar. E é este o sentido do social, não nos reduzindo a meros animais em interação, mas a sujeitos históricos constituídos pelo simbólico. (...) A descrição não é um cálculo de deslocamentos na rede da filiação de sentidos, ela abre sobre a interpretação. (ORLANDI, 2022, p. 30-31)

Ao interpelar o sujeito para que produza seu dizer, a ideologia, materializada em uma FD, determina o que pode ou não ser dito, atestando assim, a relação entre história e língua e seus efeitos sobre os sujeitos. Orlandi (2020, p. 32) destaca que ao falarmos, “o fazemos determinados por nossa relação com a língua e a história, por nossa experiência simbólica e de mundo, através da ideologia”.

Deduz-se, portanto, que na produção discursiva o sentido não está preso a uma palavra diretamente, mas se constitui a partir da ideologia, que ocupa seu lugar como “(...) mecanismo estruturante do processo de significação” (ORLANDI, 2020, p. 94). O que importa é a maneira como uma prática de linguagem produz sentidos, observando-a a partir das relações entre língua e ideologia, nas condições em que foi produzida e na relação com a exterioridade.

Torna-se relevante destacar, que, apesar de haver um entendimento distinto em relação à noção de interpretação nos Estudos da Tradução (que se refere à atividade específica do intérprete de traduzir de uma língua para outra na modalidade oral ou sinalizada), conceitos próprios da AD atuam “no entremeio dos aspectos destacados da área dos estudos da tradução, estão atravessados nas práticas, nos enfoques” (RUSSO, 2009, p. 59).

A área dos Estudos da Tradução, atualmente, se apropria e se aproxima de outros campos, ao considerar que ao interpretar, o tradutor não faz desaparecer as determinações históricas, políticas, sociais nem ideológicas, apesar de ocupar uma posição de evidente neutralidade diante do objeto a ser audiodescrito. Ao reformular essa noção de sujeito, os Estudos da Tradução acabam por fazer o mesmo sobre a noção de interpretação.

Ainda de acordo com Russo (2009), os tradutores

são os intérpretes de si mesmos, intérpretes enquanto profissionais que interpretam de uma língua para outra, bem como intérpretes de suas memórias e de suas histórias. (...) são intérpretes no sentido de produzirem um enunciado, registrado pela escrita, pela fala ou por sinais, instaurando, assim, um lugar de interpretação, à medida que tudo aquilo que enuncia for interpretável. (RUSSO, 2009, p. 47)

Desta forma, o sentido para existir necessita da inscrição da língua na história, intervindo pelo equívoco, pela opacidade, pela espessura material do significante, numa relação com a ideologia. “As palavras recebem seus sentidos de formações discursivas em suas relações” (ORLANDI, 2020, p. 44).

Durante o processo tradutório o texto a ser traduzido é materializado no roteiro da audiodescrição, que será narrado, estabelecendo relações de sentido com outros discursos, inclusive o das imagens. Desta feita, a tradução não pode

ser tomada como algo isolado, mas em relação às suas condições de produção, que no caso da tradução também envolvem outros textos a que o autor recorre, tais como dicionários, artigos e livros relacionados ao assunto da tradução, outras traduções etc. (CAMPOS, 2009, p. 51)

Considera-se que o discurso produzido será resultado de novas condições de produção, apesar de os sujeitos continuarem sob a ilusão de que estão diante do texto original, sem perceber que ler é produzir sentidos, graças às relações de sentido estabelecidas com outros discursos. A audiodescrição, como qualquer materialidade discursiva, está atrelada à incompletude.

### **3.4 A posição sujeito audiodescritor e a administração de sentidos**

Conforme exposto anteriormente, o sujeito se inscreve num espaço social ideologicamente marcado, constituído de verdades que já foram produzidas historicamente, que se transformam e que se atualizam pela memória discursiva.

Aliada às propostas de Mittmann (2003), Campos (2009) afirma que “falar sobre o tradutor do ponto de vista da AD implica abordar a interpelação ideológica que constitui esse tradutor como sujeito por meio de sua relação com a forma-sujeito de uma

formação discursiva” (2009, p. 52). Os sujeitos são interpelados, entretanto, se acreditam livres.

Diante de uma obra audiodescrita, os sujeitos têm a ilusão de que as palavras representam as imagens do original e não de um audiodescritor. Exige-se que sua interferência seja apagada, garantindo a ocupação de um espaço de neutralidade durante todo o processo. “Como se esse apagamento fosse capaz de esconder o fato de que é precisamente esta voz que está ali presente, não como o outro, o intruso, mas como o enunciador do discurso da tradução” (MITTMANN, 2003, p. 227).

A materialidade da língua é o lugar onde todo o embate disperso na história, que fica no plano ideológico vai se materializar, seja ele proveniente de ideologias dominantes ou não. Não se pode pressupor o sentido de uma palavra porque este se encontra nas formações discursivas. Não há evidência no sentido.

A quem se inscreve na posição que audiodescreve um material composto por imagens, sejam elas estáticas ou dinâmicas, lhe é dito não dispor de tempo suficiente para mencionar tudo o que está sendo mostrado em tela, o que levaria a enfatizar os elementos simbólicos que apresentem maior relevância (ALVES; TELES; PEREIRA, 2015).

Contudo, o sujeito cego<sup>31</sup> conta com a sonoridade a que tem acesso, o que acaba por fazer transparecer a composição das materialidades discursivas no filme publicitário e o apagamento da voz de quem audiodescreve, como se atuassem em unicidade.

Mittmann (2003), em relação à tradução de textos entre línguas, assume que

Não há uma via de mão única do autor para o leitor, com o tradutor servindo de instrumento neutro intermediário, capaz de apagar os obstáculos de comunicação, eliminando as diferenças entre os códigos, mas há produção de sentidos pelo autor, pelo tradutor, pelos leitores, ou ainda entre todos os participantes do processo. (MITTMANN, 2003, p. 223)

Da mesma maneira é o que sucede quando se traduz imagens em palavras, onde os sujeitos envolvidos no processo discursivo ocupam as projeções de seus lugares sociais, espaço de funcionamento das formações imaginárias. Elas são as responsáveis por determinar a imagem que cada uma dessas posições confere ao outro, a si e ao referente discursivo.

---

<sup>31</sup> É pela materialidade sonora que o sujeito ocupa a sua posição discursiva, tornando possível seu gestos de interpretação pela acuidade sonora

Numa perspectiva discursiva, podemos dizer que não é o texto original que serve de base para que se produza o texto da tradução, mas a imagem que o tradutor faz, não apenas do texto original, mas também do lugar do autor, do lugar do leitor, do seu próprio lugar, da imagem que faz de outros discursos etc. (MITTMANN, p. 1999, 224)

Pelo viés discursivo podemos compreender os deslizamentos de sentido que ocorrem na tradução. Após a leitura das imagens contidas nos filmes publicitários, o sujeito tradutor (audiodescritor) produz um discurso, materializado num texto. Da mesma forma, o sujeito leitor desse texto (sonoro), por seu gesto de interpretação, vai produzir outros efeitos de sentido.

Compreende-se, portanto, que o processo tradutório é um processo de produção discursiva no qual funcionam as formações imaginárias, onde o audiodescritor é mais um sujeito que ocupa um lugar social, uma posição sujeito, uma função-autor.

Diríamos que o autor é a função que o eu assume enquanto produtor de linguagem. Sendo a dimensão discursiva do sujeito que está mais determinada pela relação com a exterioridade (contexto sócio-histórico), ela está mais submetida às regras das instituições. Nela são mais visíveis os processos disciplinares. (ORLANDI, 1999b, p. 77).

A função autor (posição entre outras), uma das formas de representação do sujeito, se apresenta como responsável pela unidade e coerência do texto. “É da representação do sujeito como autor que mais se cobra sua ilusão de ser origem e fonte de seu discurso”. (ORLANDI, 1999b, p. 78.)

O sujeito audiodescritor, numa perspectiva discursiva, ocupa um lugar no discurso, uma posição enunciativa, “que se divide em várias posições-sujeito no discurso e, portanto, no texto da tradução” (MITTMANN, 2003, p. 227). Pode-se, assim, deduzir que a produção de efeitos de sentido pelo audiodescritor é estabelecida pelo interdiscurso em sua posição autor.

Os discursos são diversos, heterogêneos. Neles encontram-se os sentidos dispersos que o constituem e o atravessam pelo interdiscurso, que é mantido pela ação dos pré-construídos. Ao traduzir, contudo, há um entendimento imaginário, de que o sujeito seja capaz de transferir os sentidos de uma materialidade imagética para outra linguística, sem levar em conta as condições sócio-histórico-ideológicas. De acordo com essa percepção, desconsidera-se a exterioridade que ele a constitui. E o que a esse sujeito audiodescritor nada lhe escaparia.

Por outro lado, pelo viés da AD, podemos dizer que se produzem efeitos de sentido na tradução realizada (materializados na audiodescrição). Nessa concepção, o audiodescritor (função-autor), ao audiodescrever o não verbal (sempre incompleto), encontra no processo discursivo um outro sistema igualmente, a língua constituída por falhas e equívocos.

De acordo com as bases da AD, passamos a contestar a ilusão de que há uma neutralidade no discurso do tradutor, “capaz de apagar os obstáculos de comunicação, eliminando as diferenças entre os códigos (...)” (MITTMANN, 1999, p. 223). Afinal, todos os participantes do processo produzem efeitos de sentidos.

A posição de audiodescritor pode ser tomada com a de função-autor, como já mencionado anteriormente. O sujeito, apesar de interpelado pela ideologia, continua na ilusão de que é a origem do dizer e do saber.

Qual seria, portanto, a projeção do lugar que o audiodescritor ocuparia em face de seu discurso? Seria aquele da invisibilidade? Não temos como assegurar uma resposta, contudo, compreendemos que, como um processo tradutório, a audiodescrição também pode ser considerada “um processo de produção de discurso” (MITTMANN, 2003, p. 11), que produz determinados sentidos e não outros.

### **3.5 Entre a imagem, a sonoridade e o silêncio**

A publicidade se assenta como fundamental na sociedade de consumo da contemporaneidade dado seu caráter de atuação no sistema de produção e na circulação de objetos discursivos. Os filmes publicitários são dispositivos complexos, capazes de trabalhar com a arte e a técnica, visando captar a atenção e a motivação de um público consumidor na direção de seus produtos – consumidores esses já produzidos no discurso da publicidade.

O sujeito consumidor das publicidades dos produtos já é produzido (enquanto imagem/ projeção) no interior de tal discurso. Assim, ao produzir gestos de interpretação desse discurso, o sujeito consumidor já se depara com um sujeito (consumidor) imaginado.

Torna-se imprescindível destacar que, embora favoreçam o consumo, os filmes comerciais podem, ainda, desestabilizar ou reafirmar posições ideológicas concernentes

à sociedade em geral. Independentemente do propósito a que se destina, um filme publicitário compõe-se de uma necessidade de vantagem na perspectiva promocional, materializada por enunciados que buscam promover um determinado produto.

Imagem e som se compõem no audiovisual, de modo que a leitura do texto não verbal perpassa pelas possibilidades de olhar, interpretar e traduzir em palavras uma imagem social e culturalmente determinada. “Propriedades como a representatividade, garantida pela referencialidade, sustentam, por um lado, a possibilidade de leitura da imagem e, portanto, reafirmam o seu status de linguagem” (SOUZA, 2001, p. 70).

Cabe salientar que nossa formação social (dominada pela ideologia da interpretação verbal) indica estar envolta por diversas manifestações de linguagens, que permanecem disponíveis continuamente, com suas diferentes matérias significantes constitutivas de um trabalho na história.

A significação é um movimento, um trabalho na história e as diferentes linguagens com suas diferentes matérias significantes são partes constitutivas dessa história. Mais uma vez se reafirma o caráter de incompletude da linguagem (melhor seria dizer das linguagens). (...) É no conjunto heteróclito das diferentes linguagens que o homem significa. As várias linguagens são assim uma necessidade histórica. (ORLANDI, 1995, p. 40)

O verbal e o não verbal constituintes dos filmes publicitários produzem sentidos, num processo de significação interativo, constitutivo do discurso. Em relação à audiodescrição, considerando que nela se instalam variadas relações com os sentidos e as posições ocupadas pelo sujeito audiodescritor, ocorre a produção de sentidos outros, além dos efeitos de sentido de transparência, de correlação entre a imagem e a sonoridade.

Em face do exposto, conclui-se que não é possível tratar da audiodescrição como discurso que se pretende ser recurso de acessibilidade sem considerar que a sua materialidade sonora tem relação com sua materialidade linguística e imagética, além de todos os operadores discursivos<sup>32</sup> (SOUZA, 2001) que atuam nessas materialidades. Ou melhor, há de se considerar como essas materialidades significantes são postas em composição (LAGAZZI, 2011) na audiodescrição. Fazemos, contudo, um recorte, promovendo, provisoriamente, uma fissura nesta composição.

A materialidade da imagem produz sentidos articulados com o domínio da memória discursiva sob a perspectiva da intericonicidade, que segundo Courtine (2011),

---

<sup>32</sup> Conjunto de elementos visuais possíveis de recorte (p. 74)

é “(...) a relação entre imagens externas, mas também entre imagens internas, as imagens da lembrança, as imagens de rememoração, as imagens das impressões visuais armazenadas pelo indivíduo” (COURTINE, 2011, p. 160).

Considerando o vínculo entre imagem e memória discursiva, de acordo com o pensamento de Courtine (2011), qualquer representação imagética é concebível de ser recuperada pelos sujeitos, seja ela já vista ou imaginada, pois se assenta numa cultura visual, condição sócio-histórica de produção dos enunciados.

Toda imagem se assentaria em uma cultura visual e deteria uma característica histórica possível de ser recobrada pelos sujeitos, sobretudo no contexto midiático de uma sociedade alicerçada num contexto de frequente competitividade.

As imagens são produções interiores e exteriores a nós e que nossas vidas estão recheadas de imagens de todos os lados, tanto em nossos entornos quanto dentro de nós, ou seja, qualquer imagem ou paisagem mental que é por nós (re)criada, imaginada ou sonhada. Há, assim, um laço inseparável entre as imagens exteriores e as imagens interiores que são percebidas pelo nosso olhar, pelo nosso corpo, que olha para fora e para dentro de si. (MILANEZ, 2013, p. 201)

Se para Courtine (2010) e Milanez (2006) a imagem se refere a um todo, para Souza (2001), diferentemente, a imagem é atrelada aos elementos de visibilidade (recortes) possíveis de interpretação. Esse trabalho de interpretação, similarmente à interpretação do verbal, implica não só a relação com a cultura, o social, o histórico, mas também ao efeito de sentido que se pressupõe no olhar.

A materialidade significativa da imagem geralmente não aparece em sua forma discursiva nas discussões sobre seu processo de significação. Fala-se da imagem a partir da segmentação, da palavra que a descreve, propondo-se um entendimento do não verbal pautado num detalhamento formal dessa imagem. Em outras palavras, os usos que são feitos das imagens e suas mais diversas possibilidades de existência em sua forma material, acabam por não ser discutidos.

Segundo Souza (2001), “é a visualidade que permite a existência, a forma material da imagem e não sua correlação com o verbal. A não correlação com o verbal, porém, não descarta o fato de que a imagem pode ser lida. (...) ela se constitui em texto, discurso” (SOUZA, 2001, p. 70).

Daí a afirmação de que a noção de recorte a partir do olhar é determinada pelos gestos de interpretação. Para Souza (2001, p. 72-73), “Um olhar que trabalha diferente quando da leitura da imagem. Enquanto a leitura da palavra pede uma direcionalidade

(da esquerda para a direita), a da imagem é multidirecionada, dependendo do olhar” de quem a decodifica.

Logo, a imagem produzida pelo olhar de quem vê (um sujeito histórico que ocupa uma posição de interpretação, em determinadas condições de produção), é sustentada pela imagem empírica (a das trocas sociais); neste caso, os filmes publicitários.

De acordo com o pensamento de Orlandi (2022, p. 94), “O discurso é sempre incompleto assim como são incompletos os sujeitos e os sentidos. (...) A incompletude é o índice da abertura do simbólico, do movimento do sentido e do sujeito, da falha, do possível”. Quanto mais se recorta o não verbal pelo olhar, maior a oportunidade de produção de outros sentidos, de outros textos, dado o caráter de incompletude da imagem.

O sujeito vidente (neste estudo, o sujeito audiodescritor), ao assistir a um filme publicitário, lança mão de um arquivo de imagens gerais relacionadas a seu contexto sócio-histórico, imagens coletivas que transitam, repercutem e compõem discursos, possibilitando o surgimento de novas imagens pela atuação do interdiscurso. As imagens, assim como as palavras, “recebem seus sentidos de formações discursivas em suas relações” (ORLANDI, 2020, p. 44).

O efeito de evidência da imagem reconhecida pelo senso comum<sup>33</sup> é pautado na noção de que todos visualizam a mesma imagem, porém, a veem de forma diferente. Tal efeito é ideológico, fazendo com que não se perceba a historicidade da construção dos sentidos. “A evidência, produzida pela ideologia, representa a saturação dos sentidos e dos sujeitos produzida pelo apagamento de sua materialidade, ou seja, pela sua des-historicização” (ORLANDI, 2020, p. 53).

Pelo viés da AD, a visualização de uma imagem se constitui em discurso (s), em texto (s). O(s) traço(s) selecionados pelos gestos de interpretação do espectador se reorganizam como operadores discursivos (SOUZA, 2001) e não como “blocos lógicos” organizados de maneira a produzir sentidos pré-determinados.

Torna-se relevante citar o conceito de policromia, cunhado por Souza (2001) em relação à análise de textos não-verbais. Nessa concepção, o texto imagético é

---

<sup>33</sup> Senso comum, de acordo com D’OLIVO (2011) é “um discurso formulado pela identificação do sujeito com certos dizeres, que possuem uma força coercitiva e normalizadora. Esta força funciona, portanto, para o estabelecimento de uma organização, de uma ordem social, por meio da naturalização dos sentidos” (D’OLIVO, 2011, s.p.)

constituído por heterogeneidade tal qual o texto verbal. Contudo, não deve ser analisado pela mesma perspectiva, evitando-se a redução de um ao outro.

É essa a noção que traça o caminho de como se dá a textualização do político na esfera do não verbal, sendo definida como “lugar que permite ao interpretar a imagem projetar outras imagens, cuja materialidade não é da ordem da visibilidade, mas da ordem do simbólico e do ideológico. Da ordem do discurso” (SOUZA, 2001, p. 72).

A heterogeneidade da imagem compõe-se de uma série de elementos, dentre os quais: as cores, o ângulo, as falas, a música, a luz etc. A organização desses elementos projeta possibilidades de imagens, que compõem uma rede, não necessariamente própria do texto visual em si, mas de outras contingências de inúmeros outros sentidos.

No esteio desse raciocínio, devemos admitir que o que a imagem ‘mostra’, o seu ‘visível’, não é sua condição de verdade ou falsidade, nem lhe é intrínseco. O seu visível é historicamente (sobre) determinado pela formação discursiva a partir da qual o sujeito a produz. (...) A imagem, assim, longe de ser um enquadramento consensual ou mesmo pacífico do olhar, é, antes de mais nada, a projeção em um suporte textual de um olhar investido de História. (ERNST; QUEVEDO, 2013, p. 330)

Quando a mídia intervém entre a imagem e seu espectador no processo discursivo, disciplinando a interpretação dessa imagem de maneira uniforme, apaga seu caráter de texto. É o que ocorre na televisão brasileira e nas plataformas digitais. Similarmente, pode-se inferir que é o que ocorre no processo de audiodescrição de um filme comercial.

Pautados no conceito de policromia, os gestos de interpretação das imagens que constituem os filmes publicitários apresentados no *corpus* de análise, se efetivam pela relação dos efeitos de sentido produzidos entre o olhar, a imagem e o recorte, a partir das posições ocupadas pela função- autor do texto, o sujeito tradutor/audiodescritor e o sujeito ledor.

Partindo dessa compreensão, buscamos analisar como os fios discursivos do não verbal se articulam na audiodescrição.

Nunca vemos a mesma coisa quando também ouvimos; não ouvimos a mesma coisa quando a vemos, da mesma forma. Devemos, assim, ir além das preocupações em identificar as chamadas redundâncias entre os dois domínios e debater as interrelações entre forças (a famosa questão dos anos setenta, “O que é mais importante, som ou imagem?”). (CHION, 1990)<sup>34</sup>

<sup>34</sup> O texto original é: We never see the same thing when we also hear; we don't hear the same thing when we see as well. We must therefore get beyond preoccupations such as identifying so called redundancy

Trata-se de considerar um texto não verbal veiculado de uma forma verbalizada (traduzida), que se dá por recorte e não pelo todo, numa tentativa de condução dos sentidos. O que está posto é um processo de silenciamento da incompletude da imagem pela formação ideológica. A redução do não verbal ao verbal, acaba por ceder espaço ao “efeito de transparência, de objetividade da informação” (SOUZA, 2001, p. 80).

Destaca-se, aqui, a composição dos operadores discursivos que ocorrem no comercial, através de imagens dinâmicas, música, cores, língua, entonação, entre outros elementos, todos trabalhando a memória discursiva na relação com a produção de sentidos.

Embora a análise discursiva das imagens ocupe seu lugar de relevância, o cerne deste estudo recai sobre a materialidade da sonoridade e seus efeitos de ilusão de transparência, informação e estabilidade, produzidos a partir da tradução das imagens projetadas pelo sujeito audiodescritor.

Assim, se a discussão de Souza (2001) e Orlandi (1995), que põe em causa o verbal sobre o não verbal, terá em nossas análises, um deslocamento: da sonoridade (verbal e não verbal) sobre a imagem.

Os trabalhos sobre sonoridade no âmbito dos estudos em Análise de Discurso ainda são poucos, mas nem por isso com pouca densidade teórico-analítica. Pêcheux, em seu livro “O Discurso: estrutura ou acontecimento”, já apontava que os processos de significação são construídos a partir de diferentes materialidades discursivas.

Por exemplo, em sua análise do enunciado “On a gagné”, é possível observar certo destaque para a sonoridade, em especial, para a musicalidade do enunciado cantado em coro pela massa de eleitores franceses.

On a gagné [Ganhamos], cantado com um ritmo de uma melodia determinados (on-a-gagné/dó-dó-dó-sol-dó) constitui a retomada direta no espaço do acontecimento político, do grito coletivo dos torcedores de uma partida esportiva cuja equipe acaba de ganhar. Este grito marca o momento em que a participação passiva do espectador-torcedor se converte em atividade coletiva gestual e vocal, materializando a festa da vitória da equipe, tanto mais intensamente quanto ela era mais improvável (PÊCHEUX, 1990, p. 21)

Certamente, muito da sonoridade se produziu pela mídia, sobretudo, com os novos instrumentos técnicos. Contudo, cabe deslocá-los do lugar da técnica de produção de audiovisual para as suas condições de produção, já que, de acordo com Dela-Silva (2016), “o processo de produção, com o propósito de compreendê-lo discursivamente, enquanto uma prática que, embora pressuponha uma técnica, ganha existência por sujeitos que se constituem sócio historicamente e, como tal, produz sentidos” (DELA-SILVA, 2016, p. 77).

Em relação ao sujeito cego, há algo que foge à possibilidade instrumental da mídia (ao menos até o desenvolvimento desse estudo): a possibilidade do toque e, portanto, o uso do tato. Assim, podemos dizer que há um real do corpo que escapa à mídia, pois

ao mesmo tempo em que o dispositivo midiático impede, pelas propriedades de seu funcionamento, a assimilação do corpo “real” da percepção, ele produz efeitos de real, sobretudo graças à sua capacidade de associar a imagem ao movimento e ao som (PIOVEZANI, 2008, p. 22).

A sonoridade ganha contornos outros na produção desse efeito de real da percepção por meio da audiodescrição para o sujeito cego. Lembrando que o som também é material, ou seja, tem espessura sócio-histórica. Buscaremos trabalhar ainda a noção de “intersonoridade” (MARQUES, 2016), memória sonora.

A memória, neste sentido, não concerne apenas à linguagem verbal ou às imagens, mas também aos sons e objetos. Ou seja, no interior das diferentes vibrações sonoras que alcançam a escuta, sejam elas acompanhadas da voz articulada ou inarticulada, ou mesmo delas desacompanhadas—visto que há outros sons que não são necessariamente produzidos pelo aparato vocal –, subjaz uma memória social, sendo que ao emergirem na enunciação só podem produzir determinados sentidos em virtude dessa memória que retomam (MARQUES, 2016, p. 799).

O emaranhado de fios discursivos que compõem o audiovisual se entrecruza na língua, na imagem e na sonoridade (do verbal e do não verbal), diante de uma cultura iconográfica capitalista, cujas características convergem para estimular o consumo. Sobre a musicalidade, por exemplo, Trajano (2017, p. 153), salienta que

À medida em que uma organização-composição é posta em relação com outras linguagens, produz ainda direcionamentos de sentido que marcam relações de significação entre linguagens. (...) O significado de uma obra musical não cessa de atualizar-se a cada nova possibilidade de interpretação. Além disso, sua compreensão não se restringe aos elementos internos que a compõem, porque a composição mantém ligação intertextual com outras

obras, uma relação em que estão incluídos os aspectos que articulam a música a sociedade.

Evidencia-se, desta forma, o caráter de heterogeneidade da materialidade significativa da audiodescrição, base em que os discursos se materializam produzindo sentidos nas relações sociais. Discursivamente, propõe-se que as composições sonoras integrantes das audiodescrições aqui analisadas, atualizam sentidos, não separadamente, mas em conjunto com a materialidade linguística e a materialidade sonora, inscrevendo-se na história.

Devemos considerar nessa composição híbrida (LAGAZZI, 2011) a questão da sonoridade, que por um lado pode ser compreendida como música ou qualquer outra produção sonora, como a voz. Mais uma vez visitamos Trajano (2017). Segundo o autor,

A música não é um amontoado de ruídos que pairam ao léu, mas uma produção organizada segundo ilusões de totalidade. Organizada historicamente, marcada, afetada por relações (de sentido), por determinações históricas que envolvem não apenas o modo como se a organiza, como também as condições de sua reprodução e circulação (técnicas, tecnológicas, sociopolíticas). (TRAJANO, 2017, p. 158)

A música estabelece relações entre imaginário<sup>35</sup> e simbólico<sup>36</sup> e, ainda, é mais um elemento na audiodescrição, visto que, “a música acarreta produções e reclama interpretações nesta composição com outras linguagens, (...), construindo sentidos na relação mesmo com o verbal, o imagético ou outras sonoridades. Fazendo corpo” (TRAJANO, 2017, p. 160).

Importa destacar também que aos sujeitos consumidores projetados pela audiodescrição das peças publicitárias são de sujeitos cegos, usuários de tecnologias como programas e aplicativos leitores de tela, internet, plataformas digitais e que desfrutam de certa autonomia para acessar informações em meios de comunicação que não a televisão ou o rádio.

Torna-se relevante salientar o lugar ocupado pela voz do audiodescritor narrador e as vozes dos personagens numa perspectiva discursiva. Embora o exercício da fala

---

<sup>35</sup> Refere-se ao mecanismo de organização dos sentidos que projeta imagens do sujeito e do objeto do discurso num momento sócio-histórico (cf. ORLANDI, 2020).

<sup>36</sup> Compreende o espaço de caráter multidimensional onde ocorrem os mecanismos de interpretação em materialidades distintas (cf. ORLANDI, 1996).

humana materialize-se também através da voz, ela nem sempre se torna objeto enquanto matéria vinculada ao discurso.

A dimensão significativa da voz se assenta no domínio em que esta se materializa em discurso, possibilitando a produção ou não de sentidos, a existência ou não de um sujeito. A voz é marca singular da subjetivação. “O que singulariza a voz é o lugar particular que ela dá à língua, de um lado em relação às condições de produção, e de outro, pelo interdiscurso, no inconsciente” (SCHERER, 2006, p.14).

No caso da voz, podemos considerá-la como um elemento constitutivo do discurso, enquanto ferramenta através da qual a “oralidade se inscreve e inscreve o sujeito” (SCHERER, 2006, p. 14). A questão que se coloca é tomar a voz como deslocamento de um lugar discursivo para outro, de acordo com sua modulação. Desta forma, a fala é textualizada “no encadeamento de todo um ritmo de voz” (SCHERER, 2006, p. 14), de acordo com esse movimento. O efeito de subjetividade comparece na maneira de impositação dessas vozes.

A voz articulada do audiodescritor (acompanhada dos efeitos e das trilhas sonoras, músicas), evoca memórias no interior das diferentes vibrações de som que alcançam a escuta, assegurando que “a pronúncia é marcada discursivamente, e aí entra o político, porque as marcas discursivas dessa voz são constituídas pela diferença no falar (...), não se pode separar a pronúncia dessa língua no discurso que a realiza” (SCHERER, 2006, p. 18).

Na audiodescrição, as vozes produzem sentidos em suas relações com a exterioridade, sejam elas a do sujeito audiodescritor narrador ou a dos personagens. Cabe enfatizar que o sujeito cego, atenta para a sonoridade que compõe essa materialidade em sua composição híbrida, ocupando seu lugar discursivo como sujeito-leitor.

Em sua materialidade sonora, a imagem vista que não foi descrita, é silenciada, na audiodescrição. São a voz do audiodescritor narrador e outros sons que materializam as imagens em conjunto com os demais operadores discursivos que atuam no referido recurso de acessibilidade.

Os sujeitos cegos que fazem uso das audiodescrições estão alheios ao corpo empírico dessa voz, valendo-se da tensão entre a sonoridade e o silêncio dessa materialidade significativa.

Os gestos de leitura conferidos durante o processo de tradução, produzem efeitos de sentido que particularizam a audiodescrição, indicando que ao invés de relegada a

produto, deva ser pensada enquanto processo discursivo. Enquanto produto, a audiodescrição é tomada por sua característica instrumental, referencial, o que apaga a relação entre as suas condições de produção e circulação de sentidos.

A discursividade está no que é e pode ser visto e ouvido, mas também, no que não está visível, nem audível, mas presente nas materialidades em que os efeitos de sentido se realizam. As audiodescrições de filmes comerciais em sua materialidade (dada exclusivamente pela sonoridade), constituem discursos, “o que significa afirmar que (...) produzem efeitos de sentidos para e por sujeitos” (DELA SILVA, 2016, p. 88).

Conforme já discutido anteriormente, os filmes publicitários constituem-se de uma linguagem audiovisual organizada de imagens e sons.

A audiodescrição (Ad) torna audível uma imagem que não é visível, mas através de gestos de interpretação se torna interpretável<sup>37</sup> aos sujeitos. Pressupõe-se haver um apagamento do visível no audível, o que aponta para o alcance político-ideológico inscrito no uso que se faz dessa modalidade de tradução.

Desta forma, não se relacionam apenas as imagens que serão descritas, mas também, o modo como serão traduzidas sonoramente. Presume-se que há uma voz que se sobrepõe à Ad, num trabalho nítido de condução dos sentidos daquilo que está sendo mostrado (SOUZA, 2001), e, por conseguinte, posto pela sonoridade.

Na ordem do discurso, a estruturação discursiva da Ad constitui-se também de não-ditos que significam, indicando que a descrição das imagens tem relação com o que não foi descrito. Para Orlandi, o silêncio é “o não-um (os muitos sentidos), o efeito do um (o sentido literal) e o (in)definir-se na relação das muitas formações discursivas têm no silêncio o seu ponto de sustentação” (ORLANDI, 2013, p. 15).

Explicitar como se dá o silenciamento do visual é pôr à mostra o jogo de relações de forças que subsidiam o imaginário social, base dos discursos sobre. Tais discursos projetam como naturais sentidos que, são historicamente construídos por esse jogo de relações de forças (SOUZA, 2011).

Tal como teorizado por Orlandi (2020 [1999]), “as palavras se acompanham de silêncio e são elas mesmas atravessadas de silêncio (...). Entre o dizer e o não-dizer desenrola-se todo um espaço de interpretação no qual o sujeito se move” (ORLANDI, 2020, p. 83). Nessa perspectiva, o silêncio significa.

---

<sup>37</sup> Outras considerações sobre o interpretável podem ser conferidas em Orlandi (2004).

Consideramos que o caráter de incompletude da audiodescrição faz com que o sujeito cego se torne o sujeito a atribuir significados nessa materialidade, a partir de seus gestos de interpretação, visto que, tal caráter sugere a produção de outras imagens, possibilitando que a sonoridade seja interpretada.

A partir desta concepção, é conveniente ressaltar a relevância exercida pelo encontro entre imagens, sons e língua na produção de subjetividades na contemporaneidade.

Cabe ao analista de discurso o exercício de, diante das audiodescrições, se deslocar “em relação ao olhar que se volta exclusivamente ao produto para pensá-lo enquanto práticas que são inscritas sócio historicamente” (DELA SILVA, 2016, p. 88).

#### 4 AUDIODESCRIÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS– UMA PROPOSTA DE ANÁLISE

A partir da perspectiva da Análise de Discurso, tomamos os filmes publicitários audiodescritos enquanto texto. Para tal, torna-se importante destacar que podemos distinguir os conceitos de *discurso e texto*.

Vejamos o que Pêcheux e Fuchs (1990) nos apresentam sobre a distinção entre os dois conceitos. Os referidos autores trabalham com a concepção de leitura que descarta qualquer perspectiva de atribuição de sentido único para um texto, considerando-o como “superfície linguística entendida no sentido de sequência oral ou escrita, de dimensão variável, em geral, superior à frase” (PÊCHEUX; FUCHS, 1990, p. 180).

É possível afirmar que Orlandi (2020 [1999]) e Mittmann (2007) consideram o texto como unidade linguística, objeto empírico que pode ser constituído por diferentes discursos, produzir diferentes sentidos, materializado a partir de diferentes formações discursivas.

Orlandi (2020 [1999], p. 70) vai dizer que o texto é a

unidade de análise afetada pelas condições de produção e é também o lugar da relação com a representação da linguagem: som, letra, espaço, dimensão direcionada, o tamanho. mas é também, e sobretudo, espaço significante: lugar de jogo de sentidos, de trabalho da linguagem, de funcionamento da discursividade.

Já Mittmann (2007, p. 153) vai dizer que na Análise de Discurso “(...) tomamos o texto como unidade linguística para análise do funcionamento do discurso e de suas condições históricas de produção/ leitura”.

Em outras palavras, o texto seria um produto de onde se apreende não uma informação, um sentido dado, e sim, a relação que se estabelece entre leitor e o texto em si. A análise de discurso não se preocupa com o produto, mas com os processos e as condições de produção. E nesse caso, da produção e formulação de textos.

Nas palavras de Orlandi (2020 [1999], p. 67), “(...) o que interessa não é a organização linguística do texto, mas como o texto organiza a relação da língua com a história no trabalho significante do sujeito em sua relação com o mundo”.

Após a leitura destas autoras, compreende-se que as relações estabelecidas entre a materialidade linguística e o funcionamento discursivo não são lineares. Um discurso remete a outros discursos, a outros campos discursivos, e “(...) o discursivo só pode ser concebido como um processo social cuja especificidade reside no tipo de materialidade de sua base, a saber, a materialidade linguística” (PÊCHEUX; FUCHS, 1990, p. 179).

Diferentes formações discursivas compõem-se de elementos de uma diversidade que vão construir outras formações discursivas materializadas pela linguagem.

A partir da materialidade linguística será possível observar, no funcionamento discursivo, a relação entre língua e ideologia. No processo discursivo, o linguístico é atravessado pela história e a língua é condição de possibilidade do discurso. Suas maneiras de abordar a questão se complementam indicando que a Análise de Discurso visa uma criticidade dos processos de significação em relação à exterioridade constitutiva dessa materialidade. De fato, de qualquer materialidade significativa (imagética, fílmica, sonora etc.) como apresentamos no capítulo 3 de nossa dissertação. Feita essa ressalva, passemos à Constituição do *corpus*.

Nas referências feitas em relação à análise, Pêcheux; Fuchs (1990), Mittmann (2007), Orlandi (2020 [1999]), vão concordar no ponto em que os limites do *corpus* seguem critérios teóricos. Para os autores, o objeto de análise se inicia na relação com um discurso anterior e aponta para outro, levando à conclusão de que não existe discurso fechado, mas um processo discursivo aberto a outras possibilidades de significância. Dele se pode recortar e analisar diferentemente, mantendo o dispositivo teórico, porém, lançando mão de diferentes dispositivos analíticos.

Eles consideram também que a construção do *corpus* é feita a partir do gesto de leitura do analista, da sua relação com o discurso, sendo constituído por várias superfícies linguísticas (ou ainda, por materialidades significantes) ou de objetos discursivos de determinadas condições de produção. É um processo de movimento constante no qual não se esgotam as possibilidades, o percurso não cessa.

Fica subentendido que a constituição do *corpus* e sua descrição vão depender das experiências de análise, já que a significação não é sistematicamente apreendida, já que está em relação às condições de produção e com as posições ocupadas pelos sujeitos que a enunciam.

Isso significa dizer que “o *corpus* não está dado, mas é construído pelo gesto do analista de ler relacionar, recortar e, novamente, relacionar” (MITMANN, 2007, p. 155).

A análise se faz por etapas onde se procura pela discursividade do texto verbal ou não verbal. O primeiro passo dado pelo analista, de acordo com Orlandi (2020 [1999], p. 76), é o de construir “um objeto discursivo em que já está considerado o esquecimento número 2 (da instância da enunciação) desfazendo a ilusão de que aquilo que foi dito só poderia ser ela daquela maneira”.

Ainda nas palavras de Orlandi (2020 [1999], p. 76), na segunda etapa, ele “procura relacionar as formações discursivas distintas com a formação ideológica que rege essas relações”.

A pergunta do analista também é fundamental, pois, vai orientá-lo a construir o fato que vai analisar. Dito de outra forma, são as perguntas do analista que determinam as características do material que ele irá observar.

Assim, a proposta deste estudo é analisar o processo tradutório da audiodescrição na publicidade numa perspectiva discursiva. Torna-se relevante citar a contribuição do trabalho desenvolvido por Mittmann (2003), pioneira na análise de tradução na concepção da Análise de Discurso, enquanto norteadora para esta pesquisa.

Entretanto, diferentemente da proposta da autora, feita a partir do estudo do processo tradutório de línguas estrangeiras para a língua portuguesa, destacamos o foco da presente investigação: textos imagéticos traduzidos (audiodescritos) para a língua oral, com a manutenção de outras sonoridades, para a composição de comerciais publicitários brasileiros.

Como metodologia de análise, a perspectiva adotada é a da “leitura-trituração” (PÊCHEUX, 2016, p. 25), em virtude da necessidade de um olhar aguçado para a produção de sentidos na sociedade por meio da linguagem materializada nos roteiros de Audiodescrição, incompatível aqui com a perspectiva da coleta de dados.

Foram priorizados anúncios comerciais de empresas que mantém um canal oficial no YouTube, que tem como objetivo compartilhar conteúdo em vídeo (no caso do YouTube, com audiodescrição), dado o favorecimento na coleta e cruzamento de textualidades, além de ser um material que se diz contar com a atuação de uma equipe capacitada para a elaboração das audiodescrições.

Os textos que compõem o *corpus* discursivo, por sua característica fílmica publicitária, demandaram um procedimento diferenciado para a análise de seu processo

tradutório. Foi realizada uma comparação direta entre a narração dos roteiros<sup>38</sup> das audiodescrições e as imagens (prints de cenas dos filmes publicitários) a que se referem, aquelas que foram traduzidas em palavras, observando os traços linguístico-discursivos recorrentes e aparentemente relevantes para a pesquisa, assim como outros elementos da sonoridade.

Após traçados diversos paralelos entre o texto não verbal e o texto verbal produzido, foi possível distinguir algumas regularidades discursivas e linguísticas do processo tradutório. Tais regularidades sinalizam para a multiplicidade de efeitos de sentido em disputa na Audiodescrição, para a não-neutralidade do sujeito audiodescritor e seu assujeitamento às línguas ao interpretar, imerso na ilusão da possibilidade de controlar seus dizeres.

Para efeito de análise, esta dissertação apresenta recortes de três filmes publicitários. O primeiro, disponibilizado na mídia social YouTube em canal oficial mantido pela marca O Boticário, datado de **junho de 2020**, período que compreende o momento de bloqueio social de emergência em diversas unidades federativas do país, como também, nas principais capitais. O filme encontra-se disponível nos canais oficiais da marca nas plataformas Facebook<sup>39</sup> (sem Audiodescrição), YouTube<sup>40</sup> e Instagram<sup>41</sup> (sem Audiodescrição).

A preferência pela referida publicidade se deve ao fato de que pertence ao grupo O Boticário, uma das gigantes da perfumaria nacional. A marca foi considerada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF) o primeiro lugar no ranking das **50 Maiores Redes de Franquias** do segmento de Saúde, Beleza e Bem-Estar no ano de 2020 (grifo nosso).

A propaganda apresenta a primeira linha de perfumes da marca Egeo, denominada “Vibe”. Outras dez linhas compõem a marca, todas lançadas após a linha “Vibe”. São elas: Blast, Blue, Bomb, Choc, Colors, Dolce, Hit Beat, On, Original e Red.

---

<sup>38</sup> Nesta pesquisa, denominamos roteiro a transcrição das narrações que caracterizam as audiodescrições, por não termos acesso aos originais.

<sup>39</sup> <https://fb.watch/fkNdy5xRcO/> (Acesso em: 17 jun. 2020)

<sup>40</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ZVKA9NY7qH4> (Acesso em: 24 de jun. 2020)

<sup>41</sup> [https://www.instagram.com/p/CBbuM\\_bp\\_T/?igshid=YmMyMTA2M2Y](https://www.instagram.com/p/CBbuM_bp_T/?igshid=YmMyMTA2M2Y) (Acesso em: 17 jun. 2020)

Como já apresentado anteriormente, a constituição do *corpus* e sua descrição e análise são construídas pelo próprio analista, em um movimento pendular (PETRI, 2012) entre teoria e análise.

Assim, a partir da divulgação da publicidade nos canais oficiais da empresa *O Boticário* no ambiente online, optou-se por analisar alguns recortes do filme publicitário na plataforma de compartilhamento de vídeos, o YouTube, por ser considerado um possível “substituto” da TV clássica.

Os dados estão disponibilizados na tabela a seguir:

Tabela 2 - Fatos sobre a publicidade 1

<b>Audiodescrição n°</b>	<b>Link da publicidade</b>	<b>Produto</b>	<b>Trilha sonora</b>
AD 1 – Perfume EGEO – O Boticário	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZVKA9NY7qH4">https://www.youtube.com/watch?v=ZVKA9NY7qH4</a> 	Perfume Egeo – O Boticário	William Tell Overture – de Gioachino Rossini (remix)

Fonte: O autor, 2022.

A análise se inicia pela trilha sonora utilizada (William Tell Overture – de Gioachino Rossini), já que no discurso publicitário em questão, ela também produz efeitos de sentido, além de restringir sua relação com os sujeitos consumidores. Além disso, compõe a audiodescrição enquanto materialidade significante.

A trilha sonora em análise, composta para ser a abertura de uma ópera baseada na peça teatral “Wilhelm Tell” do alemão Friedrich von Schiller, foi publicada em 1804, em exaltação ao herói e mito Guilherme Tell, que luta contra a opressão política e a favor da liberdade.

Imortalizada em incontáveis gravações, inclusive em formatos populares, a parte final da abertura foi bastante reproduzida nos meios de comunicação do século XX, algo construído num dado imaginário produzindo efeitos diversos.

Representa, geralmente, a entrada de cavalos, reis ou cenas de corrida em desenhos animados, com seu final enérgico feito por trompas e trompetes. Essa característica faz com que não seja incomum que alguns de seus trechos componham as estruturas materiais significantes de publicidades, programas de televisão, filmes, entre

outros, talvez devido à construção histórica de um passado mítico da grandiosidade de reis e rainhas. É utilizada neste anúncio em sua versão remixada.

Observa-se um efeito de sentido de movimento e velocidade imprimindo um ritmo peculiar ao se combinar o elemento musical remixado (mais próximo de um público jovem) ao desenho animado. O movimento musical integra-se ao movimento do desenho e, conseqüentemente, ao ritmo da narração e da audiodescrição.

O audiodescritor (aud) é assujeitado a uma prática tradutória domesticadora, postulada pelas normas técnicas para audiodescrição a serem seguidas, formulando a descrição das imagens de modo que esta não se sobreponha à voz do narrador (nar), estabelecendo consonância com o compasso onde se desenrolam as ações presentes no comercial publicitário.

A música permanece ao fundo enquanto a audiodescrição acontece. Há um jogo na composição da sonoridade (abaixar/ aumentar volume; manter música). Ao se apresentar a voz do narrador, o volume aumenta, baixando novamente no retorno da Ad. Em tal jogo de volume da sonoridade, destaca-se o enunciado “partiu good vibes”.

A gíria “partiu” é empregada como sinônimo de *vamos* com um sentido de animação e imediatismo, geralmente acompanhada do lugar para onde se deseja ir ou se vai. Já *good vibes* é uma gíria em inglês, usada no Brasil, que remete a enunciados como “momentos legais”, “aproveitar o momento”, “a energia boa e contagiante de alguém”, referindo-se a pessoas, lugares ou eventos.

A união das duas gírias dá origem ao enunciado “partiu good vibes”, que produz efeito de um possível convite à diversão a partir da obtenção do produto anunciado. Seu uso aqui pode estar ligado à expressão de emoções, reforçando o sentido de positividade, otimismo e confiança do público-alvo.

A partir de uma reflexão sobre esse conjunto discursivo é possível perceber a relação entre os elementos como um gesto argumentativo (PFEIFER, 2001) que pretende persuadir e manipular, próprio do funcionamento do discurso publicitário. Observa-se que a produção de sentidos se dá por meio de um senso comum (D’Olivo, 2011) reconhecido entre o enunciador e o internauta, indicando que mesmo em meio a uma pandemia o discurso econômico se sobrepõe ao discurso científico.

O segundo enunciado realçado é “Egeo é perfumaria e perfumaria é O Boticário”. Constata-se que a audiodescrição assume menor importância ao se contrapor com o que já era narrado no filme publicitário, o que se evidencia novamente na diferença de volume, reforçando a presença da marca.

A seguir serão apresentados alguns recortes do roteiro da audiodescrição número 1, sendo as sequências discursivas representadas pela sigla SD.

Tabela 3 - Transcrição do roteiro da Ad1 completo

*(sem as indicações de entrada e saída e sem as deixas, por não ter sido possível o acesso ao material original):
SD 1 - aud: [desenho animado]
SD 2 - aud: [perfumaria O Boticário apresenta]
SD 3 - aud: [é noite]
SD 4 - aud: [em frente ao espelho um jovem fala ao celular e passa o perfume Egeo]
SD 5 - aud: [ele larga o frasco]
SD 6 - aud: [e outro jovem que brinca de skate pega]
SD 7 - aud: [o frasco do perfume passa de mão em mão]
SD 8 - aud: [uma jovem na cadeira de rodas faz malabares com três frascos]
SD 9 - aud: [uma mulher que corta o cabelo de um jovem pega o frasco e borrifa o perfume]
SD 10 - aud: [na sala um casal joga videogame]
SD 11 - aud: [o homem pega o perfume]
SD 12 - aud: [e eles comemoram o gol]
SD 13 - nar: Novo Egeo, partiu good vibes
SD 14 - aud: [compre sem sair de casa]
SD 15 - aud: [Boticário.com.br]
SD 16 - nar: Egeo é perfumaria e perfumaria é o Boticário

Fonte: O autor, 2022.

A SD 1, indica a composição da obra. O sujeito usuário desse recurso é, então, atravessado por uma memória discursiva que aciona as condições de produção, o contexto sócio-histórico, ideológico. Vários sentidos são convocados nessa SD: concentração, entretenimento, aprendizado, inclusive formas de se comportar em sociedade, são alguns exemplos.

A SD 2 retoma uma linguagem cinematográfica, que proporciona ao anunciante a projeção da manutenção da atenção de sua audiência. O efeito de sentido de expectativa em relação ao que será exibido parece estar presente neste enunciado, produzido pelo audiodescritor numa primeira alusão à marca a partir de um letreiro.

A SD 3 busca descrever uma temporalidade.

Na SD 4, a audiodescrição utiliza o enunciado “jovem” sustentado por estereótipos como tipo de roupa e o uso de tecnologias como padrões estabelecidos pelo senso comum. Em formações sociais determinadas pela lógica burguesa, ter um celular e ter um perfume podem legitimar um falso equilíbrio social ao mesmo tempo em que

causam a ilusão de pertencimento. Ao longo da audiodescrição, a palavra “jovem” se repete e o referente é retomado pelo pronome “ele”.

Observa-se da SD 4 até a SD 12 a presença de verbos cuja ação é realizada com as mãos, que são mencionadas apenas na SD 7: passa (perfume), larga, pega, passa, faz malabares, corta, borrifa, joga (videogame), comemora. Chama a atenção o fato de que o frasco do perfume está relacionado a quase todas as ações denotadas pelos verbos mencionados, apesar de não ser descrito em nenhum momento. Retomamos aqui o conceito de policromia (SOUZA, 2001).

A policromia revela a imagem em sua natureza heterogênea, ou melhor, como conjunto de heterogeneidades que, ao possuírem uma correlação entre si, emprestam à imagem a sua identidade. (...) Ao se definir policromia como rede de elementos visuais implícitos ou silenciados, verifica-se que são esses os elementos que possibilitarão as diferentes interpretações do texto não verbal. (SOUZA, 2018, p. 23)

Na SD 10 observamos que a palavra “videogame” parece funcionar como um pré-construído para “jovem”. Além disso, a rede de elementos visuais presentes no filme publicitário, possibilitam a projeção de outras imagens pelo sujeito audiodescritor. Desta maneira, cumpre salientar que a audiodescrição traz para a materialidade sonora a repetição imagética do produto através da repetição das palavras “frasco” e “perfume” nesse intervalo de SDs, com exceção da SD 6 e da SD 12. O uso remete à lógica da publicidade de aproximar o sujeito consumidor do produto.

No caso do sujeito-cego-consumidor, a repetição de ações com o perfume utilizando as mãos, mesmo que feita inconscientemente, pode estar relacionada ao sistema sensorial. A produção de sentidos, assim, é traspassada por uma memória discursiva tátil, auditiva e olfativa, dada a ausência da visão.

Ao interpretar a sonoridade dessa série de verbos no presente do indicativo, o sujeito-cego-consumidor pode projetar diversas possibilidades de imagens. Tais projeções, são organizadas a partir de uma série de elementos como a cadência da música e o volume, a harmonia da audiodescrição, a entonação do audiodescritor e do narrador proporcionados pela intersonoridade.

São esses operadores presentes no filme publicitário com audiodescrição que vão atuar da mesma forma que para os sujeitos consumidores videntes, com a exceção da materialidade imagética.

A audiodescrição disponibiliza ao sujeito cego, antes relegado à condição de incapaz, passar à posição sujeito-cego-consumidor, convidado a participar da sociedade capitalista gastando, adquirindo algo que satisfaça suas necessidades.

Outro ponto de observação para as análises, é o que se mostra, por exemplo, a partir do efeito de sentido de movimento causado pelos verbos de ação, ressaltando a oposição entre o discurso médico-científico (ficar em casa) e o não-dito (saia de casa), relacionada às determinações econômicas e ideológicas das condições de produção, como veremos mais adiante.

O comercial conta com personagens que representam algumas minorias, apoiando-se no discurso sobre a diversidade, em voga no século XXI. Cinco deles praticam as ações: um negro, um skatista, uma cadeirante e duas mulheres, possivelmente, público incluído no rol de consumidores.

A audiodescrição nomeia os personagens segundo convenções sociais que consideram a aparência e o físico como parâmetros delimitadores de uma faixa etária, são jovens, como podemos verificar nas SDs 4, 6 e 8, por exemplo. Os grupos sociais aos quais pertencem são escritos apenas em duas SDs: a 8 e a 9, que tratam da deficiência e da mulher, respectivamente.

Na SD 8, a personagem é uma “jovem na cadeira de rodas”, terminologia dita politicamente correta para nomear uma pessoa com deficiência. A linguagem formal para tratar da inclusão é atravessada por um discurso de não perpetuação do capacitismo, de inclusão, muito presente na contemporaneidade.

Entretanto, a ação realizada pela personagem, ao ser audiodescrita, sinaliza para o implícito de que a exclusão social continua presente, remetendo aos sinais de trânsito nas cidades, onde a prática de malabares em troca de auxílio financeiro é recorrente. Depreende-se a presença na ausência, indicando que o sentido pode ser outro, uma das formas do silêncio. Segundo Orlandi (2020 [1999]), o silêncio

pode ser pensado como a respiração da significação, lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido. É o silêncio como horizonte, a que chamamos silêncio fundador. silêncio que indica que o sentido pode sempre ser outro (ORLANDI, 2020, p. 81).

A entrada da narração na SD 12, marca o tom um pouco mais coloquial e natural da voz do narrador, ao mesmo tempo em que ocorre o aumento do volume da música. Ao sobressair-se à audiodescrição, a narração assinala maior empatia e aproximação do

sujeito consumidor com o produto, enquanto a linearidade na tonalidade da Ad, a realça enquanto mediadora na relação de compra e venda. Ainda na mesma SD, o referente do pronome “eles” pode causar um efeito de sentido de que todos os jovens comemoram, indicando uma abertura para outros gestos de interpretação.

O verbo no imperativo afirmativo (SD 14) produz um efeito de sentido na materialidade da propaganda, visto que, atua diretamente na função de impelir ações ao interlocutor. Distingue-se, portanto, a relação entre o discursivo e a determinação econômica imposta pela necessidade de se continuar reproduzindo as relações de produção da formação social capitalista. O enunciado é atravessado por um comando exterior, que exige do interlocutor a compra do produto, mesmo “sem sair de casa”. Observa-se a produção de uma posição-sujeito única, a do consumidor, recuperada na audiodescrição.

As SDs 14 e 15 retomam o tom mais distanciado e formal com a audiodescrição se sobrepondo à música, seguidas da SD 16, a última do filme publicitário. O jogo com o volume direciona para uma memória discursiva sobre deficiência, onde os sentidos estão em constante disputa.

Há um pré-construído em relação à inclusão determinante dos lugares sociais a serem ocupados por esses sujeitos, o audiodescritor, o vendedor e o cego consumidor. Na prática discursiva, o sujeito audiodescritor projeta uma recriação dessas imagens e sonoridade também presente na materialidade linguística. Nessa perspectiva, a partir de seu gesto de interpretação, o sujeito audiodescritor ocupa seu lugar constituído no processo de ação conjunta da língua, da história e da ideologia.

Como pudemos observar, a primeira análise aponta para a “separação” entre narração e descrição. Passemos, agora, à segunda análise.

O segundo filme publicitário está disponibilizado na mídia social YouTube<sup>42</sup> em canal oficial mantido pela empresa de telefonia Vivo, datado de **agosto de 2020**, período em que o país já passava do número de cem mil mortes, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS).

Neste caso, a preferência pela publicidade se deve ao fato de pertencer à maior empresa de telecomunicações do país, a Telefônica Brasil S.A., e pela grande notoriedade do Grupo Telefônica na América Latina, considerado um dos principais das telecomunicações no mundo. No Brasil, os serviços e produtos da Telefônica são

---

<sup>42</sup> <https://youtu.be/VRbWKOZMZY> (Acesso em: 18 de nov. 2020)

negociados sob a marca comercial Vivo: telefonia fixa e móvel, banda larga e TV por assinatura.

De acordo com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em dezembro de 2020, a Vivo foi a operadora de telefonia móvel que obteve o maior número de usuários ativos, totalizando “(...) 78,5 milhões de linhas (33,6% do mercado)” (ANATEL, 2020, p. 6).

No filme publicitário, a operadora oferece uma das melhores coberturas, a conexão 4.5G para os clientes e suas famílias. Isso significa dizer que os downloads são realizados de maneira mais veloz, assim como a movimentação das informações, já que a tecnologia utilizada propicia maior capacidade de transmissão de dados.

A partir da divulgação da publicidade na TV aberta, elegeram-se recortes do filme publicitário no canal oficial da Vivo, na plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube, com mais de 2 bilhões de usuários, o que a faz ser considerada uma opção de divulgação não para empresas de diversos ramos e atuações no mercado.

A tabela a seguir traz algumas informações sobre a publicidade.

Tabela 4 - Fatos sobre a publicidade 2

<b>Audiodescrição nº</b>	<b>Link da publicidade</b>	<b>Produto</b>	<b>Trilha sonora</b>
AD 2 – Vivo - Campanha Dia dos Pais	<a href="https://youtu.be/VRbWKOZMZDY">https://youtu.be/VRbWKOZMZDY</a> 	Voz + Internet	La Vie en Rose

Fonte: O autor, 2022.

No mês de **agosto** de 2020, a Vivo lançou uma campanha sob a assinatura “Família é com quem você faz planos”, comunicação criada pela Y&R, uma das principais agências digitais da América Latina, em comemoração ao dia dos pais. A partir do termo “planos”, percebe-se um jogo com a linguagem: planos (planejamento de sonhos) e planos (modalidades contratuais de serviço de telefonia e internet).

O vídeo promocional utiliza a estratégia do *storytelling*, uma história contada na publicidade no intuito de vender produtos, serviços e conceitos. Tem como trilha sonora a música francesa “La Vie en Rose”, com a letra escrita por Edith Piaf e a melodia composta por Louis Guglielmi.

O single, lançado ainda na década de 40, tornou-se um clássico a partir do pós Segunda Guerra mundial. Letra e melodia estabelecem relações entre imaginário e simbólico, produzindo uma infinidade de efeitos de sentido através de sua sonoridade. Foi objeto de inúmeras regravações, trilhas sonoras de filmes, tocada em rádios e boates até mais de cinquenta anos após seu lançamento.

Além disso, da forma que é executada no filme publicitário em questão, determina o ritmo de como a história deverá ser contada. A obra apresenta como característica, a incompletude, que promove a abertura à manipulação e às intermináveis transformações, ao adequar-se a uma infinidade de versões e ritmos diferentes.

É tocada de uma maneira delicada e sentimental. Nas condições de produção nas quais o comercial publicitário se inscreve, integra-se à história apresentada (narração), assim como à audiodescrição.

Diferentemente da análise anterior, o sujeito audiodescritor ocupa a posição de narrador dos acontecimentos. Sua entonação, encadeada ao compasso da melodia, confere às ações um começo, um meio e um fim, na medida em que ocupa a posição de narrador observador. A produção de efeitos de sentido nessa materialidade perpassa pelos entremeios do ritmo discursivo, conferindo ao sonoro (filme audiodescrito) seu valor discursivo. Observamos, portanto, um batimento entre narração e descrição distinto da Ad 1 anterior.

#### Tabela 5 - Transcrição do roteiro da Ad2 completo

\*(sem as indicações de entrada e saída e sem as deixas, por não ter sido possível o acesso ao material original):

SD 1 – aud: [numa garagem um homem tira a capa que cobria uma moto com sidecar]
SD 2 – aud: [ele ajuda a filha a colocar um capacete e a entrar no sidecar]
SD 3 – aud: [ele verifica o trajeto no celular e parte por uma estrada]
SD 4 – aud: [no sidecar a menina ergue os braços e sente o vento nas mãos]
SD 5 - Grito de comemoração da menina
SD 6 - aud:[o sol está nascendo e faz um lindo dia]
SD 7 - aud: [pai e filha seguem de moto por uma floresta]
SD 8 - aud: [em seguida param diante de um rebanho de cabras]
SD 9 - aud: [o pai verifica o trajeto no celular]
SD 10 - aud: [começa a chover e pai e filha comem num lugar coberto]
SD 11 - aud: [o pai olha a playlist de músicas da viagem no celular e volta à estrada]
SD 12 – Risadas da menina
SD 13 - aud: [com as pernas das calças dobradas eles se aproximam do mar numa praia deserta]
SD 14 - aud: [a menina segura o braço do pai que a guia até o mar]
SD 15 - aud: [ela se agacha e toca a água]

SD 16 - Fala da menina.

SD 17 - Fala do pai.

SD 18 – aud: [uma lágrima escorre no rosto do pai]

SD 19 - aud: [e em letras brancas está escrito: família é com quem você faz planos]

SD 20 - aud: [planos família 4.5G]

SD 21 - aud: [logomarca da Vivo]

Fonte: O autor, 2022.

Ao longo da audiodescrição observa-se a regularidade de verbos no presente do indicativo, característicos dessa modalidade de tradução. Entretanto, da posição sujeito narrador, esse recurso torna possível a presença do sujeito audiodescritor nas cenas, observando-as de perto, o que causa uma ilusão de fidelidade à história.

Depreende-se que esse sujeito se coloca como aquele que, ilusoriamente, tem uma visão total, objetiva e imparcial, detendo todas as informações sobre a narrativa, além de assumir o papel de mediador entre as ações contadas e o sujeito cego que as ouve.

Na SD 1, constata-se que a partir de seu gesto de interpretação, o sujeito audiodescritor, aqui chamado de audiodescritor-narrador, optou pelo enunciado “moto com sidecar” o que aponta para uma ilusão de referencialidade do objeto (como se houvesse relação direta entre a palavra falada e a coisa representada pela imagem no filme publicitário), possivelmente, projetando a imagem de um sujeito cego que o reconheceria pelo nome “sidecar”, o referente.

Na mesma SD, o personagem principal da história é nomeado como “homem”, assumindo o lugar de pai nas seguintes SDs: 7, 9, 10 e 11. Além disso, é mencionado na fala da menina (SD 16), personagem secundária.

O uso da palavra “filha” na SD 2, evoca a formação social família a partir de um pré-construído de que o homem é o pai, pois numa formação social patriarcal, há um senso comum de que um homem não deveria estar sozinho num lugar fechado (como uma garagem) junto a uma menina que não fosse sua filha.

A palavra “celular” aparece em três SDs com certa similaridade: SDs 3 e 9 tratam do trajeto no celular; a SD 11, da lista de reprodução no celular. Esse uso lexical, pode causar efeitos de sentido diversos, como o de que o objeto é uma ferramenta importante na formação social capitalista, considerando-se as já referidas condições de produção e a atuação do interdiscurso, que se diz em nome de uma ideologia de consumo.

Todas as vezes em que aparece, a tela é mostrada. Verifica-se aí a presença de um pré-construído relacionado à necessidade dos dados móveis para que o acesso ao

trajeto e à lista de reprodução possa se concretizar, produzindo o efeito de sentido de utilidade do produto (que possibilita acessar uma gama de funcionalidades via internet).

Seria no e pelo elemento “celular” que os sujeitos consumidores têm a possibilidade de encurtar distâncias materiais, conferindo as rotas possíveis, diminuindo, assim, o tempo que deveria ser gasto num percurso. Na perspectiva discursiva, essa operação marca a relação entre o discursivo e o economicamente determinado, em que se localiza a exigência de reproduzir a necessidade de consumo desses sujeitos no tempo ocioso de que vão dispor, sem que se deem conta.

Observamos uma regularidade no enunciado “sidecar”, conforme já mencionado, nas SDs 1, 2 e 4. O sidecar foi criado primeiramente para acoplamento à bicicleta, no intuito de proporcionar maior segurança e conforto aos passageiros (geralmente crianças).

Durante a I Guerra Mundial, foram produzidos para o exército americano acoplados às motos, pois possibilitava mais agilidade e facilitava o trabalho do atirador, enquanto o piloto guiava o meio de transporte.

Durante a II Guerra Mundial, foi possível vê-los nas mãos de tropas alemãs, russas e inglesas durante suas missões. No entanto, o pós-guerra trouxe maior desenvolvimento tecnológico para a produção de veículos mais confortáveis, o que reduziu a utilização de sidecars a quase zero.

Cenas que mostram sidecars podem ser vistas em filmes e/ou documentários, já que sidecars não são elementos comumente presentes em nossa formação social. A imagem do sidecar se repete na tela e é repetida na audiodescrição.

Na SD 4, parece ocorrer pela primeira vez um indício de referência à deficiência visual (que tem como característica a apreensão de informações por vias alternativas, principalmente o tato e a audição) através do enunciado “sente o vento nas mãos”.

Todavia, a pele humana possui receptores que permitem perceber o meio, fato que não restringe a sensação causada pelo vento apenas a sujeitos cegos. Desta forma, na formação social em que sujeitos são afetados pela ideologia em sua diferença, os sentidos produzidos nesta SD, apontam para uma *normalidade* nas ações da menina, provocando um apagamento na posição sujeito cego, ocupada por ela. É na SD 4 que a música começa a ser cantada.

Na SD 5, o volume da música aumenta e é dado destaque ao som produzido pela menina após sentir o vento nas mãos. O grito da menina e a ampliação do volume do fundo musical retratam um senso comum de que celebrações são marcadas por braços

levantados e exclamações sonoras. O som do motor da moto é audível, entretanto, a voz da menina se sobrepõe a ele.

A história continua com o volume em seu status anterior. Não há alteração de entonação ou ritmo na audiodescrição. Observamos que a posição sujeito audiodescritor produz o enunciado “o sol está nascendo”, porém, na materialidade da imagem, o sol não aparece na linha do horizonte.

O enquadramento da imagem pode causar o efeito de sentido de contraste entre a luz solar ao fundo e o rosto do pai, mais escuro, possibilitando um gesto de leitura a partir da silhueta do rosto no momento da vibração da menina. Entretanto, na materialidade linguística diferentes sentidos são produzidos, o que acaba sendo silenciado para o sujeito-cego-consumidor.

Há uma substituição do termo “sidecar” pelo “termo moto” na SD 7. A substituição produz efeito de sinonímia entre os dois- um efeito metafórico. Tal substituição pode ter sido causada pela projeção da imagem de sujeito cego produzida pelo sujeito audiodescritor? Atuaria um pré-construído de que o sujeito cego não seria capaz de formular uma imagem de um sidecar, sendo necessário optar por um termo mais próximo do seu conhecimento de mundo?

O enunciado “por uma floresta”, na SD 7, parece ter sido usado a partir do gesto de interpretação da materialidade imagética, pois a floresta ocupa a maior parte da cena. Contudo, a partir do gesto de interpretação do sujeito leitor, no caso, o sujeito cego, outros efeitos de sentido poderão ser produzidos, inclusive o de estranhamento, pelo fato de que os personagens estão de moto numa floresta.

A SD 8, provavelmente remete ao gesto de interpretação do sujeito narrador-audiodescritor a partir da materialidade imagética, pois a cena comporta grande quantidade de cabras (ou ovelhas) em movimento. Entretanto, o gesto de interpretação do sujeito leitor cego, produzirá novamente outros efeitos de sentido, que podem impossibilitar a formulação de um referencial imagético que contemple a existência de cabras numa floresta, por exemplo.

Um deslizamento de sentido da posição sujeito pai na sociedade contemporânea, irrompe. Diferentemente do pré-construído de “homem como provedor, disciplinador”, constituído numa sociedade patriarcal, na materialidade linguística e imagética, observamos que algumas ações estão relacionadas a uma outra projeção do lugar social ocupado pelo sujeito pai: o que guia, cuida, protege da chuva e alimenta (SD 10).

A posição sujeito pai é preenchida conforme as condições de produção, as formações discursivas e ideológicas. Durante a pandemia, com o exorbitante número de mortes causadas pelo vírus, acentuam-se novas configurações dos lugares ocupados por sujeitos na formação social contemporânea.

Na SD 12, as risadas da menina são destacadas com o aumento do volume. A música, mais alta, chega a um ponto de maior expressividade na duração mais longa, mais aguda e mais forte de uma nota, preparando o terreno para o desfecho da narrativa.

O som do mar pode ser identificado na SD 13, num volume mais baixo que a narração, compondo um cenário de fundo. A música para. Até esse ponto, todo o enredo produzia efeitos de sentido de normalidade.

Olhando atentamente para a composição da SD 14, identificam-se os não-ditos marcados pelos ditos “segurar no braço” e “guiar”. Implicitamente destaca-se a necessidade de auxílio provocado por uma deficiência sensorial, no caso, a visual, apresentada pela menina.

No imaginário social ao qual pertencemos, dar as mãos seria o movimento esperado entre pais e filhos num local aberto desconhecido, mas não é o que acontece na história.

Os termos podem, também, remeter a uma memória discursiva de cegueira como incapacidade na independência de locomoção, sendo essencial ao sujeito cego segurar no braço de alguém que possa guiá-lo para poder chegar ao seu destino.

Há um apagamento da deficiência visual, percebida apenas em determinados verbos utilizados pelo sujeito audiodescritor, como tocar, agachar, segurar e guiar. Na materialidade sonora, observamos um pré-construído de que o sujeito cego necessita das mãos para compreender o ambiente à sua volta, restringindo o sentido do tato apenas a essa região do corpo.

A SD 16 é composta pela pergunta da menina ao pai com o som das ondas do mar ao fundo. Faz-se um silêncio repentino e em seguida, a resposta do pai. A canção é retomada junto com a narração.

A câmera se aproxima do rosto do pai e o gesto de interpretação do audiodescritor narrador destaca a lágrima que escorre desse rosto (SD 18), assumindo a relevância do choro de emoção do pai ao ver a filha cega conhecendo o mar. Contudo, a memória discursiva de que “homem não chora” perpassa o discurso produzindo efeitos de sentido diversos.

O efeito de sentido de discriminação em relação à deficiência ecoa quando o enunciado “uma lágrima escorre” é emitido. O pré-construído “homem não chora”, no caso de um sujeito que carrega na parentalidade o estigma da deficiência, não se valida, pois a esse sujeito é dada a possibilidade de derramar lágrimas, já que sua filha é cega – há compaixão<sup>43</sup> como “amor social” (HAROCHE, 1998). A história termina com a audiodescrição dando ênfase ao produto, acompanhando o discurso publicitário, inclusive, mencionando sua logo no fechamento do comercial.

Vale destacar que as brechas na materialidade da audiodescrição, marcam seu caráter de incompletude, abrindo possibilidades de deslizamentos de sentidos e quebrando a estabilização.

Observamos que a diferença no estilo do filme anterior evidencia a diferença de estilos também nas vozes dos sujeitos audiodescritores. Ambas as traduções reforçam seu papel como mediadoras entre o produto e o sujeito consumidor, fixando sentidos. Além disso, outra posição discursiva pode ser depreendida: o audiodescritor narrador.

Passemos à terceira e última análise

O terceiro filme publicitário, datado de **30 de setembro de 2020**, está disponibilizado na mídia social YouTube<sup>44</sup> em canal oficial mantido por um dos maiores grupos financeiros do Brasil: o grupo Bradesco. O grupo atua nas principais áreas do segmento financeiro, sendo considerado um dos melhores gestores de recursos do mercado.

A preferência pela análise deste filme repousa no fato de que o Bradesco foi conceituado como uma das marcas mais valiosas da América Latina pela Brand Finance<sup>45</sup>. No Brasil, além de mais importante, é a mais inovadora em serviços financeiros, contando com milhões de usuários cadastrados.

Os recortes foram feitos a partir da plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube, no canal oficial do banco.

Algumas informações sobre a publicidade encontram-se na tabela a seguir:

---

<sup>43</sup> Para Haroche (1998) a compaixão é a “capacidade de sofrer com o outrem”, ou ainda, “sensibilidade ao sofrimento do outrem” (p. 144). A compaixão também parece funcionar na audiodescrição como uma construção social que constitui certo senso comum.

<sup>44</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=cmJIFhCr2M>

<sup>45</sup> As 50 marcas brasileiras mais valiosas estão incluídas no relatório Brand Finance Brazil 50 2021 (<https://marcasmais.com.br/minforma/pesquisas/marcas/as-50-marcas-mais-valiosas-do-brasil-em-2021-segundo-a-brand-finance/>)

Tabela 6 - Fatos sobre a publicidade 3

<b>Audiodescrição nº</b>	<b>Link da publicidade</b>	<b>Produto</b>	<b>Trilha sonora</b>
AD 3 – Bradesco -Desafios do presente, soluções do futuro	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=c_mJlIFhCr2M">https://www.youtube.com/watch?v=c_mJlIFhCr2M</a> 	Inovações Bradesco	The Jetsons Theme

Fonte: O autor, 2023.

Em 2020, o grupo lançou a campanha “Experimente o futuro com o Bradesco”, elaborada para apresentar novos serviços disponíveis aos clientes. O enunciado “futuro” pode remeter a uma memória discursiva de que com o futuro vem a evolução, a tecnologia e a facilidade maior de execução de atividades diárias.

O termo “experimentar” causa um efeito de sentido de utilização, comprovação da qualidade de algo, no caso, o futuro proporcionado pelo banco.

O filme publicitário exhibe a releitura de um clássico dos desenhos animados da década de 1960 (o primeiro em cores na TV), intitulado “Os Jetsons”, criação dos estúdios Hanna-Barbera (Warner Bros).

A série estreou em nosso país no ano de 1963, na TV Excelsior. Baseada na vida de uma família que vivia no ano de 2062 (a família Jetson), mostra um imaginário de uma temporalidade futura, com carros voadores, robôs falantes, videochamadas, cidades suspensas, entre outros, promovendo um apagamento do passado (também imaginado). A campanha foi idealizada pela agência Publicis.

Como no segundo comercial, aqui observa-se a tentativa de criar conexões com os possíveis consumidores do produto através da estratégia do *storytelling*. O episódio conta brevemente acontecimentos cotidianos na vida da família Jetson no contexto de pandemia, o que é relevante para a criação de vínculo emocional com o público.

O tema de abertura, produzido pelo compositor Hoyt Curtin, é utilizado na publicidade, intitulada “Desafios do presente, soluções do futuro”. A música proporciona novos fios discursivos, inúmeras significações, porém, em nosso gesto de interpretação, possivelmente produz o efeito de sentido de melhoria que o futuro (significado como evolução) poderá trazer.

Logo que sua melodia se inicia, após o rufar de tambores, coloca-se em cena uma expectativa fundada na ideologia de um bem-estar permanente a ser construído nessa outra temporalidade (futura) alcançada no presente por meio dos serviços do banco. De acordo com Zoppi-Fontana (1997), “o funcionamento das formas de representação da temporalidade produz tantas representações imaginárias que constituem discursivamente cada um desses ‘tempos ‘quanto às relações que se estabelecem entre eles” (ZOPPI-FONTANA, 1997, p. 151).

Os enunciados “desafio” e “soluções” parecem acentuar o efeito de transparência do sentido, uma ilusão de que os problemas enfrentados durante a pandemia podem ser solucionados pela instituição financeira. O emaranhado discursivo se evidencia uma vez que as condições de produção refletem a produção de sentidos diversos que são transpostos pelo interdiscurso.

Desafios e soluções podem produzir efeitos de sentido de saída para os problemas, visto que, “vivemos em uma sociedade da positividade, que busca se desonerar de toda forma de negatividade. (...) Pensamentos negativos devem ser evitados. Eles devem ser substituídos imediatamente por pensamentos positivos. (...)” (HAN, 2021, p. 11). A instituição financeira se coloca disponível enquanto recurso provedor de soluções.

Observa-se que a sonoridade (música) combina elementos do jazz, apontando para uma memória discursiva de que esse estilo musical representa a liberdade, produzindo efeitos de sentido que podem ser ressignificados em outras condições de produção. Mesmo em uma pandemia, em que se deve permanecer em casa, a liberdade (econômica) pode ser alcançada com os “novos serviços oferecidos”. Viver no presente como se já estivesse no futuro. Viver o presente (consumindo os serviços do banco) encenando um futuro de desenho animado.

A seguir serão apresentados alguns recortes do roteiro da audiodescrição número três.

#### Tabela 7 - Transcrição do roteiro da Ad3 completo

\*(sem as indicações de entrada e saída e sem as deixas, por não ter sido possível o acesso ao material original):

---

SD 1 – aud: [Bradesco apresenta]

---

SD 2 – aud: [Judy, de máscara, recebe compras]

---

SD 3 - Fala da Judy

---

SD 4 – aud: [aproxima o relógio da máquina]

---

SD 5 - Som da máquina

---

SD 6 – aud: [paga]

SD 7 – aud: [no drive-thru, Jane consulta a Bia]

SD 8 - Fala da Jane

SD 9 – aud: [a inteligência artificial do Bradesco]

SD 10 - Som de embalagem de papel sendo manuseada

SD 11 – aud: [pega o lanche]

SD 12 - Som de válvula de um recipiente líquido

SD 13 – aud: [passa álcool em gel nas mãos]

SD 14 – aud: [e sai]

SD 15 - Som do motor do carro

SD 16 - Fala do George e som de notificação telefônica

SD 17 – aud: [George fala com o gerente]

SD 18 - Fala da Rosey

SD 19 – aud: [na porta, a robô Rosey]

SD 20 – aud: [George tira os sapatos]

SD 21 – nar: pros desafios do presente, experimente o futuro com o Bradesco

Fonte: O autor, 2023.

Na SD 1, diferentemente da primeira audiodescrição, não há qualquer menção de que se trate de um desenho animado, o que indica a projeção de um sujeito-cego-consumidor que reconheça a família Jetson através da sonoridade (consenso subjetivo (Pêcheux, 2014) de que “todo mundo sabe” que a família Jetson se trata/ é um desenho animado).

O rufar de tambores antecede o início da tradução, causando um efeito de sentido de expectativa de que algo irá acontecer rapidamente. A audiodescrição começa e logo se sobrepõe ao rufo dos instrumentos, anunciando a marca. Isto é, “ao mesmo tempo, preenchido das determinações impostas pela referência a uma outra situação de enunciação localizada no futuro” (ZOPPI-FONTANA, 1997, p. 157), com todas as suas mudanças e “evoluções” tecnológicas.

Chama a atenção todo o ambiente simbólico que compõe esse filme publicitário, atravessado pelo interdiscurso de otimismo para o futuro, um tempo que, embora, estaria ainda por vir, com o equilíbrio entre o discurso econômico e o discurso científico, poderia ser alcançado ainda no presente.

No filme publicitário, a primeira personagem (Judy) é nomeada na SD 2 usando máscara, o que sugere a atuação do mecanismo ideológico que leva o sujeito audiodescritor a tecer evidências de sentido, atestando a relação entre sujeito, língua e história. O enredo se passa no período de pandemia e retoma o nome próprio da filha dos Jetsons (seria um elemento que promoveria a possibilidade de reconhecimento do desenho animado?). Por outro lado, neste jogo futuro-presente, algo desliza: o futuro continua marcado pela pandemia (uso da máscara).

Baseados em Zoppi (1997), podemos dizer que essa temporalidade “futura” representada pelos enunciados, coincide e não coincide, paradoxalmente, com as coordenadas espaço-temporais. É um futuro que se representa com referências que retomavam certas condições daquele presente (a pandemia).

Judy é uma jovem que compra itens de supermercado pela internet e possui um smartwatch conectado a seu cartão do banco. A palavra “mercado” está estampada no carro da entrega e no pacote que chega para ela, mas é dada ênfase ao enunciado “compras”.

A personagem que faz a entrega é uma pessoa que usa prótese na perna esquerda, porém, essa imagem é apagada na audiodescrição. Evidencia-se que a questão da deficiência é colocada à margem, silenciada, visto que, nas relações de força, a imagem que se tem de um consumidor cego significa a partir de sua inscrição na história, regida por relações de poder.

Na materialidade sonora, a atmosfera de harmonia se estabelece diante no novo “normal”. O tradutor assume a posição sujeito narrador, que segue contando a história segundo seu gesto de interpretação.

Nota-se que a audiodescrição se intercala às falas dos personagens desse ponto até o fim do episódio. Semelhantemente à Ad 2, o volume oscila, mantendo-se mais baixo durante a audiodescrição e mais alto nas vozes dos membros da família e a robô, como nas SDs 3, 8, 16 e 18.

Depreende-se que, paralelamente à ampliação do volume, evidencia-se o discurso econômico, ressaltando o consumismo e a comodidade de resolver tudo pelo telefone. Os efeitos produzidos por essas vozes envolvem o sujeito consumidor numa ilusão de real da história. Nele, o sujeito é manipulado de modo a experimentar as melhorias oferecidas pelos serviços bancários.

A audiodescrição sugere guiar a produção de sentidos nessa direção, evitando equívocos e deslizamentos de sentido ao não se sobrepor às falas (mesmo sendo uma das diretrizes seguidas).

Durante a narração da SD 4, ouve-se um sinal de bipe (que chamamos de SD 5) ao fundo. Prontamente, temos a SD 6, que através do gesto de interpretação do audiodescritor em relação à imagem, confirma que o pagamento foi feito. Entretanto, o gesto de interpretação do sujeito usuário da tradução, pode levá-lo a compreender que o aviso sonoro veio do smartwatch e não da máquina.

Na SD 7, nota-se uma antecipação do nome que será mencionado pela personagem Jane na SD 8, já que a referência visual está na própria SD 8. Novamente salientamos o gesto de interpretação do tradutor que antecipa a personagem Bia para defini-la na audiodescrição seguinte (SD 9). Ainda na SD 7, os demais personagens que a acompanham ao drive-thru não são mencionados, revelando um apagamento na materialidade sonora do que compõe a materialidade da imagem.

As SDs 10, 11, 12, 13, 14 e 15, parecem seguir um padrão semelhante, de alternância entre os efeitos sonoros que ilustram a ação dos personagens nas cenas e a tradução desses sons em palavras. Um efeito de ilusão de completude é produzido nessas SDs em que os sons só significam o que está sendo dito, como se não houvesse nenhuma necessidade ou possibilidade de outros sentidos.

Finalizando a audiodescrição, constata-se que a fala do personagem na SD 16, se sobrepõe em volume à esta, enaltecendo a possibilidade de se consumir e manter a movimentação do setor econômico, mesmo que o cliente não saia de casa.

A SD 17, não traz em sua materialidade linguística a videochamada, considerada fundamental para o funcionamento de várias instituições e setores de negócios, organizações etc. como recurso durante a pandemia. Contudo, na materialidade sonora, o som da chamada sendo finalizada combinado com a tradução, abre fios discursivos que dependerão do gesto de interpretação do sujeito-cego-consumidor.

A fala da personagem Rosey, como as dos demais, fica em destaque devido à ampliação do volume na SD 19. Aqui, ao contrário das demais falas, observa-se na materialidade sonora o discurso científico, que recomendava a retirada dos calçados antes da entrada em casa. Todavia, a personagem é um robô faxineira, no lugar de subalterna em relação ao patrão, George.

No sistema capitalista, essas posições hierárquicas dividem em duas categorias aqueles que mandam e aqueles que obedecem, ou seja, George é o dono de Rosey, a empregada, que deveria se submeter às suas ordens. No episódio, porém, é ela quem dita as regras, dando um tom de humor ao seriado. É possível ouvir uma leve risada (gesto em nível simbólico que racha os processos/ rituais ideológicos pela inversão) de seu chefe ao fundo, que acata a ordem. O riso faz funcionar essa inversão, essa rachadura.

A ação de George na cena é audiodescrita, o que se assemelha a uma representação de real onde pandemia e economia integram uma nova maneira de se

comportar em sociedade, produzindo o efeito de sentido de completude, através da garantia de segurança e sobrevivência da população.

A classe média brasileira vivenciou uma diminuição de seu orçamento, acrescida da alta dos preços dos alimentos, o que também é apagado no filme e na audiodescrição. Os hábitos de consumo não parecem limitados.

A formulação do filme publicitário aponta para a ordem do interdiscurso, uma memória discursiva (constituição do dizer) de que a normalidade está em ser igual e partilhar os mesmos hábitos que os demais, em busca de segurança e pertencimento social.

Portanto, a projeção de normal que se produz, está em ser cliente do banco e desfrutar as facilidades tecnológicas que a instituição oferece, num momento que ainda era considerado alarmante em termos de saúde pública em nosso país.

Conforme as análises anteriores, compreendemos que o sujeito audiodescritor assume uma posição discursiva e projeta uma imagem de sujeito-cego-consumidor a partir dessa posição. Identificamos, na última análise, a posição discursiva sujeito audiodescritor narrador.

As três análises direcionam para uma imbricação das materialidades linguística, imagética e sonora no trabalho com o simbólico, sacramentando as relações de produção de sentidos entre o verbal e o não verbal. O estudo dessa composição abre diferentes possibilidades de gestos de interpretação e de diferentes posições sujeito, viabilizando o exame de todo um conjunto discursivo, resultado da produção imaginária da relação com as diferentes linguagens.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos nesta dissertação demonstrar como se dá o funcionamento da audiodescrição de filmes publicitários, exibidos durante o período de isolamento social imposto no Brasil durante a crise pandêmica de Covid-19, com base na Análise de Discurso de perspectiva materialista.

De início, indagávamos como o ambiente de produção simbólica constituinte dos filmes publicitários seria transmitido na audiodescrição. Além disso, questionávamos de que forma todos esses elementos pragmáticos seriam captados pela audiodescrição, de forma a estarem num conjunto para que o sujeito cego, e não outro, pudesse se valer desse recurso.

Ao longo da pesquisa, algumas incertezas se apresentaram, nos guiando a caminhos desconhecidos. Tais indagações nos direcionaram a um percurso analítico por meio do qual se tornou possível compreender, no funcionamento discursivo das audiodescrições presentes nesse estudo, o efeito dos gestos de interpretação das posições sujeito audiodescritor em sua textualização.

Fomos levados a discutir o papel da memória na discursividade dos filmes publicitários, que apesar de atuar sobre uma heterogeneidade característica, funcionam regulando sentidos e instituindo “verdades” a partir de sua inscrição no campo histórico-social das relações de força. Assim, consideramos a audiodescrição assujeitada ao interdiscurso de uma FD dominante, determinando seu domínio na produção de sentidos face aos novos padrões de processos tecnológicos e a demanda por mais consumidores e espaços de consumo.

No primeiro capítulo, apresentamos o percurso teórico base para a reflexão do processo discursivo sobre o qual nos debruçamos.

Destacam-se nesse ponto, os processos e condições de produção de sentidos nas materialidades linguística e sonora nas relações entre a linguagem e a exterioridade (história). Os pontos tratados nesse capítulo assumem sua relevância na compreensão de que os sentidos não se dissociam do aspecto histórico-social no qual são produzidos, o que lança um olhar sobre a linguagem e a sonoridade enquanto significantes.

Vimos aqui, que a prática discursiva publicitária se determina pela ilusão referencial da linguagem, o que se reflete na audiodescrição, como se fosse possível relacionar diretamente a palavra e a imagem/ sonoridade representada. Nessa

concepção, a audiodescrição, com seu sistema de limites, é apresentada como produto de significação, materializado na língua pelos gestos de interpretação imprimidos por sujeitos audiodescritores,

Ao observar-se a atualização da memória discursiva da própria constituição do processo tradutório na audiodescrição, esta se reinscreve, sob o efeito ideológico da evidência de sentidos socialmente aceitáveis e das condições de produção a partir das quais os dizeres são produzidos.

No segundo capítulo, trouxemos uma revisão literária do trabalho realizado por alguns autores acerca de uma historicidade sobre Deficiência, no intuito de ilustrar como os “sentidos sobre” se constroem socio-historicamente em cada cultura, por meio de relações sociais estabelecidas em cada época e pela ordem política e econômica de cada sociedade.

Elencamos o conceito de *normalidade* sob a perspectiva da AD, demonstrando como sua busca se mantém em movimento em nossa formação social, atravessando e sustentando o direito à igualdade, em detrimento do respeito à diferença. Identificamos, ainda, a constituição de uma nova posição sujeito, o sujeito-cego-consumidor, que se mantém na ilusão de participação numa sociedade por meio da tecnologia assistiva da audiodescrição.

Julgamos relevante mencionar que, neste capítulo, ressalta-se a questão fundamental na sociedade capitalista da atualidade: a importância depositada na classe social à qual o sujeito cego se vincula, em oposição ao interesse pela cegueira em si, como deficiência. Depreendemos que a oposição inclusão/ exclusão se mantém em circulação, fazendo trabalhar a memória discursiva.

No capítulo subsequente, intentamos aproximar conceitos da Análise do Discurso com base nas reflexões de Pêcheux (2014 [1988]) e Orlandi (2020 [1999]), tais como as condições de produção e o conceito de discurso, à audiodescrição. Além disso, procuramos refletir sobre a modalidade de tradução enquanto materialidade discursiva a partir das reflexões de Mittmann (2003; 2007), Lagazzi (2011), assim como de Courtine (2011), Souza (2001) e Marques (2016).

A trajetória percorrida em nosso estudo, proporcionou a compreensão da aproximação entre os Estudos da Tradução e a audiodescrição. O exame dessa materialidade revelou sua imbricação constituinte, indicando que além da palavra, a música, as falas e os ruídos (sons) constituem essa linguagem, que se dá no âmbito da sonoridade. As imagens vistas, porém, não descritas, são apagadas na audiodescrição,

que se materializa na voz humana agregada ao ambiente simbólico que compõe os filmes publicitários.

O receptor, que apenas ouve essa sonoridade, produz novas projeções, visto que a materialidade sonora significa de diferentes maneiras. O caráter de incompletude da linguagem acentua sua opacidade e a possibilidade de sentidos outros e movência entre as posições sujeito do discurso, o que concebemos em tópico neste capítulo.

A circulação de sentidos atesta para o atravessamento da audiodescrição pela historicidade que constitui o discurso - transposto por memória que comporta o dito e o não-dito (ORLANDI, 2020). Demonstramos que a composição dessa materialidade discursiva, a audiodescrição, heterogênea em sua constituição, atualiza sentidos e inscreve-se socio-historicamente, sendo impossível dissociar as relações que se estabelecem no processo. Os efeitos de sentido perpassam o que se vê, o que se ouve, o que deriva de outros dizeres, sendo ressignificados na trama discursiva, dadas as condições de sua produção, que vão além da evidência de sentidos.

Em vista do exposto, concluímos neste capítulo, a impossibilidade de analisar os elementos em composição segundo critérios que tomem a linguagem como transparente, pensando além da lógica precisa entre um significante e um significado, mas sim, como produção histórica ideologicamente determinada. Propusemos, assim, dar início à reflexão sobre o dispositivo de análise.

Para investigar os efeitos de sentidos decorrentes dessa complexa materialidade, foram realizados recortes (sequências discursivas) de três filmes publicitários com acessibilidade: um da empresa O Boticário, outro da empresa Vivo e, por último, um do banco Bradesco. Os vídeos que circularam durante o momento de bloqueio social de emergência para conter a pandemia da COVID-19 no Brasil, foram, então, tomados como *corpus* de análise.

Realizamos uma comparação direta entre a narração da audiodescrição e a cena traduzida, levando em conta os elementos da sonoridade (sonoros que circulam por entre as cenas, conferindo-lhes inesgotáveis efeitos de sentido). Seguimos traçando alguns paralelos entre o verbal e o não verbal nas sequências discursivas recortadas.

No início da análise das audiodescrições que compõem as propagandas, foi possível evidenciar o caráter discursivo dessa materialidade partindo do conceito de intersonoridade proposto por Marques (2016). Contudo, constatamos que, para além da relação entre imagens, trilha sonora e descrição de imagem, dialogam entre si ao ritmo da tradução, a entonação, as escolhas tradutórias e todos os sons que compõem a

audiodescrição, estabelecendo novos fios discursivos que levam à produção de outros efeitos de sentidos. Contemplamos aqui a atuação do interdiscurso, memória que não se detém o controle e faz valer as condições de produção de discursos, possibilitando dizeres que têm efeito sobre o modo como os sujeitos significam.

Essa rede interdiscursiva pode ser compreendida como uma projeção imaginária do lugar social ocupado pelo sujeito-cego-consumidor, provocando um deslizamento de sentido de “deficiência” como “incapacidade” para “capacidade de consumo”. Na referida projeção, tal sujeito utiliza redes sociais com autonomia por meio de tecnologias assistivas, se vale da audiodescrição como recurso de acessibilidade e integra o mercado econômico como mão-de-obra, obtendo poder de compra. Logo, tem permissão para consumir.

Em nosso *corpus* de análise, identificamos que o discurso publicitário pode se relacionar a inúmeros outros, socialmente aceitáveis no momento sócio-histórico no qual os sujeitos se inserem. Os produtos anunciados nos filmes analisados podem ou não ser adquiridos pelo sujeito cego, a partir de seus gestos de interpretação e de seu lugar social, projetado como posição, representada no processo discursivo.

Pudemos contemplar em nossa pesquisa, que numa composição audiovisual (própria dos comerciais) traduzida, ou melhor, audiodescrita, atua uma ilusão de completude de sentidos. Na pretensa transparência da linguagem, a ideologia, ao assujeitar os sujeitos do discurso, fornece evidências de sentido, impressão produzida a partir da equivalência imagem-fala-sonoridade.

Os gestos de leitura aqui empregados apontam para discursos sobre a diferença concorrendo com o discurso da exclusão, uma vez que a publicidade não foi elaborada para usuários não-visuais inseridos numa cultura visual.

A posição sujeito audiodescritor reforça que durante o processo de tradução, apesar do apagamento de imagens (que foram vistas, mas não foram descritas), não há o apagamento das determinações ideológicas, históricas e sociais. Durante o processo de tradução dos filmes, verificamos que esse sujeito assume distintas posições, diferentes espaços discursivos, visto que, encontra-se assujeitado. Em consequência, produz discursos que se revelam como “reflexo da realidade”, numa estrutura social determinada (sociedade capitalista). Assim, há sempre outras possibilidades de sentido, outros gestos de interpretação.

Ressaltamos, ainda, que o lugar discursivo ocupado pelo sujeito audiodescritor vai se caracterizar não apenas por suas relações com pessoas cegas usuárias desse

recurso, quer tais relações existam ou não, mas também pela forma como seu discurso, materializado em palavras (voz) na prática da tradução, produz sentidos.

As três análises apontam para a ocorrência de uma posição sujeito audiodescritor narrador e para uma imbricação de duas tipologias discursivas, a saber, a narração e a descrição.

Para compreendermos o funcionamento do processo de significação nessa materialidade foi preciso nos deslocarmos teoricamente, retomando a afirmação de Souza (1998), de que “nos estudos do não verbal, tem-se como recorrente a compreensão do não verbal perpassado pela linguagem verbal”.

Na audiodescrição, a materialidade fílmica com seu efeito de transparência, dá lugar à materialidade sonora que produz o verbal (em sua base material de realização da língua: voz) e o não verbal (rufar de tambores, entonação, aumento e diminuição do volume da música, risadas, palmas, bipes etc.) simultaneamente.

O resultado dessa textualidade produzida no encontro com a incompletude, aponta para outras possibilidades de interpretação a partir das formações sociais nas quais se inscrevem o sujeito audiodescritor e o sujeito-cego-consumidor.

Esse jogo de sons e vozes nos encaminha a uma apreciação analítica específica do discurso produzido nessa materialidade híbrida, dada a possibilidade de apreensão de diferentes sentidos no âmbito discursivo-ideológico.

É possível compreender, portanto, que não há qualquer possibilidade de se controlar os sentidos produzidos em dada discursividade, pois estão sempre em movimento. Ademais, destaca-se que os discursos produzidos estarão sempre atualizados por uma memória discursiva, aqui, na linguagem e na sonoridade, atribuindo-lhes sentidos produzidos na relação do histórico com o simbólico.

Assim, as materialidades sonora e linguística se fundem enquanto objeto discursivo, que promove a produção de certos efeitos de sentido na audiodescrição. Vale destacar que compreendemos, após as análises, os elementos sonoros (não verbais) como operadores discursivos (Souza, 2001).

A pretensão deste estudo não é de responder se o referido recurso proporciona (deveria ou não proporcionar) a mesma apreensão da subjetividade dos comerciais por sujeitos cegos e videntes, nem de sinalizar a necessidade de um direcionamento único de trabalho nessa modalidade de tradução. Diante da não-regulamentação da profissão de audiodescritor (apesar da tramitação do PL-5.156/ 2013), consideramos necessário que a formação desse profissional (treinamento ou acadêmica) evite estimular filiações

aos mitos de fidelidade, imparcialidade, neutralidade, que perduram em muitos discursos da área, inclusive, nas diretrizes para audiodescrição no Brasil.

Ressaltamos que a concepção de produtos, serviços e similares divulgados por meio audiovisual, deve seguir o conceito de Desenho Universal<sup>46</sup> (ONU, 2006), visto ser um princípio estruturante para as políticas públicas de democratização do acesso a bens e serviços. Assim, os recursos de acessibilidade comunicacional devem integrar todas as fases do projeto, não sendo tratados apenas como complementos que garantem o cumprimento da legislação, como apresentados nessa dissertação.

Certamente, a temática abre perspectivas de outras pesquisas, visto que, muitos aspectos sobre as materialidades discursivas imbricadas na audiodescrição para sujeitos cegos ainda precisam ser considerados. Este estudo, portanto, abordou algumas dessas possibilidades, objetivando uma reflexão sobre a audiodescrição como materialidade discursiva, no intuito de que novas pesquisas sobre seu funcionamento discursivo possam ser levadas adiante na mesma perspectiva.

---

<sup>46</sup> Cf. a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU, 2006), desenho universal significa o projeto de produtos, ambientes, programas e serviços a serem usados, na maior medida possível, por todas as pessoas, sem que seja necessário um projeto especializado ou ajustamento.

## REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. *Aparelhos Ideológicos de Estado*. 6. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

ALVES, S. F.; TELES, V. C.; PEREIRA, T. V. Propostas para um modelo brasileiro de audiodescrição para deficientes visuais. *Kroton Educacional*, [S. l.], v. 22, 8 jul. 2015. Disponível em: <https://revista.pgsskroton.com/index.php/traducom/article/view/1811>. Acesso em: 02 maio 2022.

ANATEL, Agência nacional de Telecomunicações. *Panorama Setorial de Telecomunicações Dezembro/ 2020*. Disponível em: [https://www.gov.br/anatel/pt-br/dados/relatorios-de-acompanhamento/2020#R2020\\_41](https://www.gov.br/anatel/pt-br/dados/relatorios-de-acompanhamento/2020#R2020_41). Acesso em: 13 jan. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 16452: Acessibilidade na Comunicação: Audiodescrição*. Rio de Janeiro, 2016.

BAALBAKI, A. C. F.; RODRIGUES, I. C. Pandemia em discurso: saberes e dizeres sobre surdos e língua de sinais. In: BAALBAKI, A. C. F.; SILVA, L. F. A. (org.). *Discursos da pandemia: entre dores e incertezas*. 1. ed. Campinas: Pontes, 2020.

BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 2008.

BRASIL. Decreto nº 5.645, de 28 de dezembro de 2005. Dá nova redação ao art. 53 do Decreto nº 5.296, de dezembro de 2004. *Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 29 dez. 2005. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5645.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5645.htm) . Acesso em: 15 jun. 2020.

BRASIL. Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004. Regulamenta as Leis nº 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. *Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 3 dez. 2004. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm) . Acesso em: 10 jul. 2020.

BRASIL. Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. *Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 20 dez. 2000. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l10098.htm#:~:text=LEI%20No%2010.098%2C%20DE%2019%20DE%20DEZEMBRO%20DE%202000.&text=Estabelece%20n](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10098.htm#:~:text=LEI%20No%2010.098%2C%20DE%2019%20DE%20DEZEMBRO%20DE%202000.&text=Estabelece%20n)

ormas%20gerais%20e%20crit%C3%A9rios, reduzida%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs. Acesso em: 10 jul. 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 5.156/ 2013: Dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão de audiodescritor. Proposição sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II. Aguardando Parecer do Relator na Comissão de Trabalho (CTRAB). Câmara dos Deputados: Brasília, 2013. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra;jsessionid=03F1D5A625076435F05DACFB89BBA312.node1?codteor=1073586&filename=Avulso+-PL+5156/2013](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=03F1D5A625076435F05DACFB89BBA312.node1?codteor=1073586&filename=Avulso+-PL+5156/2013). Acesso em: 15 maio 2023.

BRASIL. Portaria nº 188 de 24 de março de 2010: Altera a redação da Norma Complementar nº 01/2006 – Recursos de acessibilidade, para pessoas com deficiência, na programação veiculada nos serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão, aprovada pela Portaria nº 310, de 27 de junho de 2006. *Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil*, Poder Executivo, Brasília, DF, 24 mar. 2010. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/legislacao/normas-do-mc/443-portaria-188>. Acesso em 01 mar. 2020.

BRASIL. Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura. *Guia para Produções Audiovisuais Acessíveis*. Ministério da Cultura: Brasília, 2016. Disponível em: [https://noticias.unb.br/images/Noticias/2016/Documentos/Guia\\_para\\_Producoes\\_audiovisuais\\_Acessiveis\\_\\_projeto\\_grafico\\_.pdf](https://noticias.unb.br/images/Noticias/2016/Documentos/Guia_para_Producoes_audiovisuais_Acessiveis__projeto_grafico_.pdf). Acesso em: 07 jul. 2020.

BÍBLIA. Português. *Bíblia Sagrada*. 4. ed. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011.

BORGES, L. M. *Cartilha do Censo 2010: pessoas com deficiência*. 1. ed. Brasília: SDH-PR/SNPd, 2012.

CALDAS, B. S. *Discursos sobre/de Tradução no Brasil: Línguas e Sujeitos*. 2009. Tese (Doutorado em Letras) - Instituto de Letras, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.

CALDAS, B. S. Movência para o sujeito tradutor e a língua nacional. *Tradução em Revista*, n.19, 2015. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=25569@1>. Acesso em 11/01/2023.

CAMPOS, G. C. Estudos da Tradução e Análise do Discurso: Diálogos Possíveis. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 12, 2009.

CARNEIRO, C. O Funcionamento da Memória na Produção de Memes sobre a pandemia de 2020. In: BAALBAKI, A. C. F.; SILVA, L. F. A. (org.). *Discursos da pandemia: entre dores e incertezas*. 1. ed. Campinas: Pontes, 2020.

CHION, M. *Sound on screen*. Trad. Claudia Borgman. New York: Columbia University Press, 1990.

COSTA, G. C. da. Discursividades de Inclusão e a Manutenção da Exclusão. In: FERREIRA, E. L.; ORLANDI, E. P. (org.). *Discursos sobre a Inclusão*. Niterói: Intertexto, 2014.

COSTA, L.; FROTA, M. P. Audiodescrição: Primeiros Passos. *Tradução em Revista*, Rio de Janeiro, n. 11, 2011/2. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=18882@1>. DOI: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.TradRev.18882>. Acesso em: 31 jul. 2021.

COSTA, N. L. S.; RIBEIRO, G. H.; BRASIL, D. R. Código de Manu: principais aspectos. *Athenas*, ano 3, v. 2, ago./dez. 2014. Disponível em: [https://www.fdcl.com.br/revista/site/download/fdcl\\_athenas\\_ano3\\_vol2\\_2014\\_artigo6.pdf](https://www.fdcl.com.br/revista/site/download/fdcl_athenas_ano3_vol2_2014_artigo6.pdf). Acesso em: 26 dez. 2021.

COURTINE, J. Discurso e imagens: para uma arqueologia do imaginário. In: PIOVEZANI, C; CURCINO, L.; SARGENTINI, V. (org.). *Discurso, semiologia e história*. São Carlos: Claraluz, 2011, p. 145-162.

COURTINE, J. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L. (org.). *Os múltiplos territórios da Análise do Discurso*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.

DELA SILVA, S. De produtos a processos: pensando a produção em vídeo discursivamente. In: MARIANI, B. (org.). *Enciclopédia audiovisual virtual de termos, conceitos e pesquisas em análise do discurso e áreas afins: investigação, inovação, divulgação*. Rio de Janeiro: Edições Makunaima, 2016. p. 77-91.

D'OLIVO, F. Análise do senso comum a partir da contraposição entre os dizeres da mídia e do cordel. In: SEMINÁRIO DE ESTUDOS EM ANÁLISE DO DISCURSO, 5, 2011, Porto Alegre. Anais do V SEAD [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Instituto de Letras da UFRGS, 2011. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/5SEAD/POSTERES/FernandaMoraesDOLivo.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2023.

ERNST, A.; QUEVEDO, M. Pré-construído e discurso transversal: ferramentas de derrisão em uma charge de Latuff. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo*, v. 9, n. 2, p. 325-339, jul./dez. 2013.

ESTEVEZ, P. M. da S. “Fique em casa”, “Se puder, fique em casa”, “Se precisar sair, use máscara”: imperativos e condicionais de uma pandemia. In: BAALBAKI, A. C. F.; SILVA, L. F. A. (org.). *Discursos da pandemia: entre dores e incertezas*. 1. ed. Campinas: Pontes, 2020.

FONSECA, R. T. M. da. *O trabalho da pessoa com deficiência e a lapidação dos direitos humanos: o direito do trabalho, uma ação afirmativa*. São Paulo: LTr, 2006.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Trad. Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2000.

FOUCAULT, M. *Os anormais: curso no Collège de France (1974-1975)*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Trad. Luiz Felipe Baeta. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

FOUCAULT, M. *O governo de si e dos outros: curso no Collège de France* (1982/1983). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FRANCO, E. P. C., SILVA, M. C. C. da. Audiodescrição: Breve passeio histórico. In: MOTTA, L. M. V. de M.; FILHO, P. R. *Audiodescrição: transformando imagens em palavras*. São Paulo: Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência, 2010.

FRANCO, E. P. C.; ARAÚJO, V. L. S. Questões Terminológico-Conceituais no Campo da Tradução Audiovisual (TAV). *Tradução em Revista*, Rio de Janeiro, n. 11, 2. Sem. 2011. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=18884@1>. Acesso em: 03 jun. 2022.

GIL, M. (coord.). *O que as empresas podem fazer pela inclusão das pessoas com deficiência*. São Paulo: Instituto Ethos, 2002.

GOFFMAN, E. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Trad. Mathias Lambert. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/308878/mod\\_resource/content/1/Goffman%20%20Estigma.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/308878/mod_resource/content/1/Goffman%20%20Estigma.pdf). Acesso em: 13 jan. 2022.

HAN, B. *Sociedade Paliativa: a dor hoje*. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2021.

HAROCHE, C. *Da palavra ao gesto*. Campinas: Papirus, 1998.

INDURSKY, F. A prática discursiva da leitura. In: ORLANDI, Eni Puccinelli (org.). *A leitura e os leitores*. 2. ed. Campinas: Pontes, 2003.

LAGAZZI, S. M. O recorte significativo na memória. In: SEMINÁRIO DE ESTUDOS EM ANÁLISE DO DISCURSO, 3, Porto Alegre, 2007. *Apresentação no III SEAD*. Porto Alegre: Instituto de Letras da UFRGS, 2007. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/download/8638825/6431/9021>. Acesso em: 20 fev. 2023.

LAGAZZI, S. M. A equivocidade na circulação do conhecimento científico. *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, v. 11, n. 3, p. 497 – 574, set./dez. 2011. Disponível em: [https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/Linguagem\\_Discurso/issue/view/72](https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/Linguagem_Discurso/issue/view/72). Acesso em: 26 out. 2021.

LAGAZZI, S. M. Trajetos do sujeito na composição fílmica. In: FLORES, G.G.B.; NECKEL, N. R. M.; GALLO S. M. L. (org.). *Análise de discurso em rede: cultura e mídia*. Campinas: Pontes, 2017. p. 23- 39.

LOBO, L. F. *Os infames da história: pobres, escravos e deficientes no Brasil*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2008.

LORENTZ, L. N. *A norma da igualdade e o trabalho das pessoas com deficiência*. São Paulo: LTr, 2016.

MACIEL, C. A. *De alunos a professores: trajetória docente no Instituto Benjamin Constant (1960–2015)*. 2016. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

MALDIDIER, D. Elementos para uma história da análise do discurso na França. *In: ORLANDI, E. P. Gestos de leitura: da história no discurso*. Trad. Mônica Graciela Zoppi-Fontana. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

MANUSRTI - Código de Manu (200 A.C. e 200 D.C.). Disponível em: [http://www.dhnet.\(org.\).br/direitos/anthist/manusrti3.htm](http://www.dhnet.(org.).br/direitos/anthist/manusrti3.htm). Acesso em: 04 ago. 2021.

MARQUES, W. Intersonoridade no Discurso Audiovisual: por uma memória no âmbito sonoro. *Domínios de Lingu@gem*, Uberlândia, v. 10, n. 3, p. 796–809, 2016. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/dominiosdelinguagem/article/view/32639>. Acesso em: 14 dez. 2022.

MAZUCHELLI, L. P. O(s) sentido(s) na audiodescrição. *Tradução & Comunicação: Revista Brasileira de Tradutores*, Valinhos, SP, n. 25, p. 53-76, 2012.

MEDEIROS, C. S. O discurso da inclusão pela diferença na relação mídia e sociedade. *In: FERREIRA, E. L.; ORLANDI, E. P. (org.). Discursos sobre a inclusão*. Niterói: Intertexto, 2014. p. 51-87.

MITTMANN, S. Heterogeneidade e função tradutor. *Cadernos de Tradução*, Florianópolis, v. 4, p. 221-237, 1999.

MITTMANN, S. *Notas do tradutor e processo tradutório: análise e reflexão sob uma perspectiva discursiva*. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

MITTMANN, S. Discurso e texto: na pista de uma metodologia de análise. *In: LEANDRO FERREIRA, M. C.; INDURSKY, F. (org.). Análise do discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites*. São Carlos: Claraluz, 2007. p. 153-162.

MILANEZ, N. *As aventuras do corpo: dos modos de subjetivação às memórias de si em revista impressa*. 2006. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2006.

MILANEZ, N. Intericonicidade: funcionamento discursivo das memórias das imagens. *Acta Scientiarum*, Maringá, v. 35, n. 4, p. 345-355, 2013.

MOTTA, L. M. V.; ROMEU FILHO, P. (org.). *Audiodescrição: transformando imagens em palavras*. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, 2010. Disponível para download em: <http://www.vercompalavras.com.br/livro>. Acesso em: 15 jun. 2021.

NAVES, S. B; MAUCH, C; ALVES, S. F; ARAÚJO, V. L. S. (org.). *Guia para Produções Audiovisuais Acessíveis*. Brasília: Ministério da Cultura, Secretaria do Audiovisual, 2016. Disponível em <https://inclusao.enap.gov.br/wp->

content/uploads/2018/05/Guia-para-Producoes-Audiovisuais-Acessiveis-com-audiodescricao-das-imagens-1.pdf. Acesso em: 30 maio 2021.

NORMAL. In: AULETE, C. *Dicionário contemporâneo da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital. Disponível em: <https://www.aulete.com.br/normal>. Acesso em: 03 jan. 2022.

NORMAL. In: HOUAISS, A. *Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro, Ed. Objetiva, 2009.

NORMAL. In: MICHAELIS. *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/normal/> Acesso em: 03 jan. 2022.

NORMALIDADE. In: AULETE, C. *Dicionário contemporâneo da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital. Disponível em: <https://www.aulete.com.br/normal>. Acesso em: Acesso em: 03 jan. 2022.

NORMALIDADE. In: HOUAISS, A. *Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro, Ed. Objetiva, 2009.

NORMALIDADE. In: MICHAELIS. *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/normal/> Acesso em: 03 jan. 2022.

NUNES, J. H. O espaço urbano: a “rua” e o sentido público. In: ORLANDI, Eni (org.). *Cidade atravessada: os sentidos públicos no espaço urbano*. Campinas: Pontes, 2001, p. 101-109.

OLIVEIRA, A. S. Condições de produção. In: FERREIRA, M. C. L. (org.). *Glossário de termos do discurso*. Campinas: Pontes, 2020. p. 47-50.

ONU. *Carta das Nações Unidas*. 1945. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91220-carta-das-nacoes-unidas>. Acesso em: 08 maio 2022.

ONU. *O que são os direitos humanos?* Disponível em: <https://ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/portuguese?LangID=por>. Acesso em: 08 maio 2022.

ORLANDI, E. P. Análise do discurso: algumas observações. *DELTA*, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 105-126, 1986.

ORLANDI, E. P. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. *RUA*, Campinas, SP, v. 1, n. 1, p. 35–47, 1995. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638914/6517> . Acesso em: 2 jun. 2022.

ORLANDI, E. P. *Interpretação: autoria, leitura, efeitos do trabalho simbólico*. Campinas: Pontes Editores, 1996.

ORLANDI, E. P. *Língua e conhecimento lingüístico*: para uma história das idéias no Brasil. São Paulo: Cortez, 2002.

ORLANDI, E. P. O inteligível, o interpretável e o compreensível. In: ZILBERMAN, Regina; SILVA, Ezequiel Theodoro (org.). *Leitura: perspectivas interdisciplinares*. 5. ed. São Paulo: Ática, 2004.

ORLANDI, E. P. A questão do Assujeitamento: um caso de determinação histórica. *Com Ciência Revista eletrônica de jornalismo científico do Labjor*, [S.l.], 10 jul. 2007a. Disponível em:  
<https://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=26&id=296>. Acesso em: 07 ago. 2021.

ORLANDI, E. P. Educação em direitos humanos: um discurso. In: DIAS, A. A. et al. (org.). *Educação em direitos humanos: fundamentos teórico-metodológicos*. João Pessoa: Editora Universitária, UFPB, 2007b.

ORLANDI, E. P. *Discurso e leitura*. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

ORLANDI, E. P. (org.). *Discurso e políticas públicas urbanas: a fabricação do consenso*. Campinas, SP: Editora RG, 2010.

ORLANDI, E. P. *Discurso em análise: sujeito, sentido e ideologia*. 2. ed. Campinas: Pontes Editores, 2012.

ORLANDI, E. P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 13. ed. Campinas: Pontes Editores, 2020.

ORLANDI, E. P. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. 5. ed. Campinas: Pontes, 2022.

ORLANDI, E. P.; GUIMARÃES, E. Unidade e dispersão: uma questão do texto e do sujeito. In: ORLANDI, E. P. *Discurso e leitura*. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

PAVEAU, M. *Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas*. Campinas: Pontes Editores, 2021.

PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 1990.

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD 69). In: GADET, F.; HAK, T. (org.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, F.; HAK, T. (org.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

PÊCHEUX, M. Papel da Memória. In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. Campinas: Pontes, 1999. p. 49-57.

PÊCHEUX, M; GADET, F.A língua inatingível. *In: ORLANDI, Eni Puccinelli (org.). Análise de discurso: Michel Pêcheux. 2. ed. Campinas: Pontes Editores, 2011.*

PÊCHEUX, M. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. 5. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2014.*

PÊCHEUX, M. Abertura do colóquio. *In: BERNARD, C. (org.) et al. Materialidades discursivas. Campinas: Editora da UNICAMP, 2016.*

PETRI, V. O Funcionamento do Movimento Pendular próprio às Análises Discursivas na Construção do Dispositivo Experimental” da Análise de Discurso. *In: DIAS, C.; PETRI, V. (org.). Análise de discurso em perspectiva: teoria, método e análise. Campinas: Pontes, 2012.*

PIOVESAN, F. *Direitos Humanos e o Direito Constitucional Internacional. 13. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.*

PIOVEZANI, C. Vozes do discurso político: sujeitos, sons e sentidos. *Linguagem & Ensino (UCPel)*, v. 11, p. 15-31, 2008.

POZZOBON, L. Blind Tube: Conceito, Audiodescrição e Perspectivas. *In: MOTTA, L. M. V.; ROMEU F. P. (org.). Audiodescrição: transformando imagens em palavras. São Paulo: Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Estado de São Paulo, 2010. Disponível para download em: <http://www.vercompalavras.com.br/livro>. Acesso em: 10 jan. 2021.*

RIBAS, M. C. Depoimentos à meia luz: a Janela da Alma ou um breve tratado sobre a miopia. *ALCEU*, v.3, n.6, p. 65-78, jan./jul. 2003.

RUSSO, A. *Intérprete de Língua Brasileira de Sinais: uma posição discursiva em construção. 2009. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.*

SANTOS, C. *A pandemia e a publicidade: pistas para futuras reflexões. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/cp.12119>. Acesso em: 16 abr. 2021.*

SASSAKI, R. K. Terminologia sobre deficiência na era da inclusão. *Revista Nacional de Reabilitação*, São Paulo, ano 5, n. 24, p. 6-9, jan./fev. 2002.

SILVA, L. F. A. O novo (ou o) normal (?). *In: BAALBAKI, A. C. F.; SILVA, L. F. A. (org.). Discursos da pandemia: entre dores e incertezas. 1. ed. Campinas: Pontes, 2020.*

SILVA, O. M. da. *A epopeia ignorada: a pessoa deficiente na história do mundo de ontem e de hoje. São Paulo: CEDAS, 1987. 470 p.*

SIMPSON, W. K. *The literature of ancient Egypt: an anthology of stories, instructions, stelae, autobiographies, and poetry. 3. ed. New Haven: Yale University Press, 2003.*

SOUZA, T. C. C. de. Gestos de interpretação e olhares nas fotos de Curt Nimuendajú: Índios no Brasil. *Revista FSA*, Teresina, PI, v. 10, n. 2, p. 287-301, 2013.

SOUZA, T. C. C. de. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação. *RUA*, Campinas, SP, v. 7, n. 1, p. 65–94, 2015.

SOUZA, T. C. C. de e. Perspectivas da análise do (in)visível: a arquitetura discursiva do não verbal. *RUA*, Campinas, SP, v. 24, n. 1, p. 17–35, 2018.

TRAJANO, R. de M. A materialidade significativa da musicalidade: uma proposta discursiva de teorização, metodologia e análise. *Cadernos do IL*, [S. l.], v. 1, n. 55, p. 148–163, 2017. DOI: 10.22456/2236-6385.67742. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/cadernosdoil/article/view/67742>. Acesso em: 8 abr. 2023.

VENUTI, L. Escândalos da tradução: *Por uma ética da diferença*. Trad. L. Pelegrin, L. Marcelino Villela, M. Dias Esqueda & V. Biondo. São Paulo: UNESP, 2019.

VIANNA, G. dos S. *Corpo surdo: na língua, na corporeidade e na história, os sentidos*. 2014. Tese (Doutorado em Linguística) - Faculdade de Letras, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

ZARDO, K.O. Produzir com qualidade: o papel do produtor em audiodescrição. In: VILLELA, L.M. (org.). *Acessibilidade audiovisual: produção inclusiva nos contextos acadêmicos, culturais e nas plataformas web*. Bauru: Canal 6 Editora, 2007. p. 13-28.

ZENI, M. *Os cegos no Rio de Janeiro do Segundo Reinado e começo da República*. 2005. Tese (Doutorado em História Social) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

ZOPPI-FONTANA, M. *Cidadãos modernos*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

ZOPPI-FONTANA, M. Identidades (In)Formais: Contradição, Processos de Designação e Subjetivação na Diferença. *Organon*, Porto Alegre, v. 17, n. 35, 2003. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/organon/article/view/30027>. Acesso em: 13 nov. 2021.

## APÊNDICE A – Sequências discursivas do filme I

### Ad 1 – SDs 1, 2 e 3



[desenho animado]  
[perfumaria O Boticário apresenta]  
[é noite]

### Ad 1 – SD 4



[em frente ao espelho um jovem fala ao celular e passa o perfume Egeo]

### Ad 1 – SD 5



[ele larga o frasco]

### Ad 1 – SD 6



[e outro jovem que brinca de skate pega]

### Ad 1 – SD 7



[o frasco do perfume passa de mão em mão]

Ad 1 – SD 8



[uma jovem na cadeira de rodas faz malabares com três frascos]

Ad 1 – SD 9



[uma mulher que corta o cabelo de um jovem pega o frasco e borrifa o perfume]

Ad 1 – SDs 10 e 11



[na sala um casal joga videogame]  
[o homem pega o perfume]

Ad 1 – SD 12



[e eles comemoram o gol]

Ad 1 – SD 13



[novo Egeo partiu good vibes]

Ad 1 – SD 14



[compre sem sair de casa]

[boticário.com.br]

Ad 1 – SD 15



[Egeo é perfumaria e perfumaria é O Boticário]

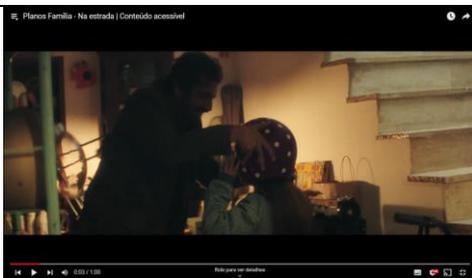
## APÊNDICE B – Sequências discursivas do filme II

### Ad 2 – SD 1



[Numa garagem um homem tira a capa que cobria uma moto com sidecar]

### Ad 2 – SD 2



[ele ajuda a filha a colocar um capacete e a entrar no sidecar]

### Ad 2 – SD 3



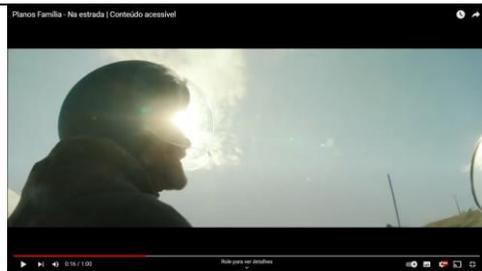
[ele verifica o trajeto no celular]

### Ad 2 – SD 4



[no sidecar a menina ergue os braços e sente o vento nas mãos]

### Ad 2 – SD 6



[o sol está nascendo e faz um lindo dia]

## Ad 2 – SD 7



[pai e filha seguem de moto por uma floresta]

## Ad 2 – SD 8



[em seguida, param diante de um rebanho de cabras]

## Ad 2 – SD 9



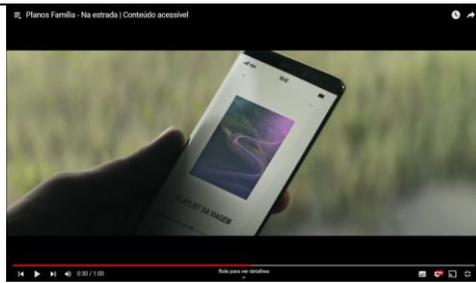
[o pai verifica o trajeto no celular]

## Ad 2 – SD 10



[começa a chover e pai e filha comem num lugar coberto]

## Ad 2 – SD 11



[o pai olha a playlist de músicas da viagem no celular]

Ad 2 – SD 12



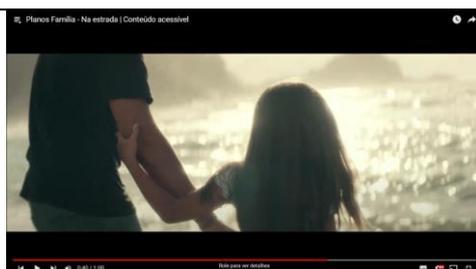
[e volta à estrada]

Ad 2 – SD 14



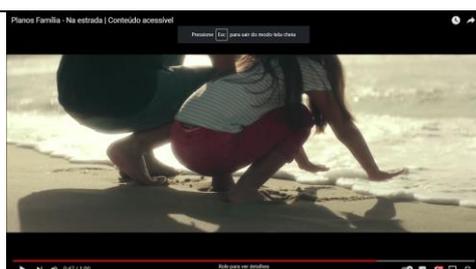
- [com as pernas das calças dobradas eles se aproximam do mar numa praia deserta]

Ad 2 – SD 15



[a menina segura o braço do pai que a guia até o mar]

Ad 2 – SD 16



[ela se agacha e toca a água]

---

Ad 2 – SD 19



[uma lágrima escorre no rosto do pai]

---

Ad 2 – SD 20



[e em letras brancas está escrito: família é com quem você faz planos]

---

Ad 2 – SD 21



[planos família 4.5 G]

---

Ad 2 – SD 22



[logomarca da Vivo]

---

## APÊNDICE C – Sequências discursivas do filme III

Ad 3 – SD 1



[Bradesco apresenta]

Ad 3 – SD 2



[Judy, de máscara, recebe compras]

Ad 3 – SD 4



[aproxima o relógio da máquina]

Ad 3 – SD 6



[paga]

Ad 3 – SD 7



[no drive-thru, Jane consulta a Bia]

Ad 3 – SD 9



[a inteligência artificial do Bradesco]

Ad 3 – SD 11



[pega o lanche]

Ad 3 – SD 13



[passa álcool em gel nas mãos]

Ad 3 – SD 14



[e sai]

Ad 3 – SD 17



[George fala com o gerente]

Ad 3 – SD 19



[na porta, a robô Rose]

Ad 3 – SD 20



[George tira os sapatos]

Ad 3 – SD 21



pros desafios do presente, experimente o futuro com o Bradesco