

ESCOLA ESTADUAL BOLIVAR DE FREITAS

**O USO DO INSTAGRAM: INVESTIGANDO O IMPACTO DA HASHTAG
#PARACEGOVER NA PROMOÇÃO DA ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO DA
PESSOA COM DEFICIÊNCIA VISUAL**

Curvelo, MG

2023



Arthur Rodrigues de Araújo
Enzo Roger da Fonseca Trindade
Evellyn Tauany Araujo Macedo

Nome do Coorientador: Judison Rodrigues Pinto
Nome do Orientador: Guilherme Soares Simões

**O USO DO INSTAGRAM: INVESTIGANDO O IMPACTO DA HASHTAG
#PARACEGOVER NA PROMOÇÃO DA ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO DA
PESSOA COM DEFICIÊNCIA VISUAL**

Relatório apresentado à 7ª FEMIC - Feira
Mineira de Iniciação Científica.

Orientação do Prof. Guilherme Soares Simões e
coorientação de Judison Rodrigues Pinto

Curvelo, MG

2023



RESUMO

O estudo em questão assume um papel relevante ao abordar uma questão de grande importância social: a inclusão e acessibilidade de indivíduos com deficiência visual em plataformas de mídia social, notadamente o Instagram. Seu foco é a análise do impacto da hashtag #ParaCegoVer nessa plataforma, visando fomentar a promoção da acessibilidade e inclusão para esse grupo específico de pessoas. Adicionalmente, nossa intenção é procurar por hashtags populares relacionadas à inclusão visual que frequentemente acompanham a hashtag que está sendo investigada. Realizaremos uma análise do conteúdo vinculado à hashtag #ParaCegoVer, visando identificar os principais temas e usuários envolvidos. Avaliaremos a abrangência da hashtag em diversas postagens e analisaremos se sua utilização está alinhada com a promoção adequada da inclusão. A abordagem metodológica é qualitativa, envolvendo análise detalhada de interações e informações virtuais. Pretende-se compreender o contexto cibernético interpretando narrativas nas legendas das postagens com a hashtag #ParaCegoVer. Segundo Yin (2016), a pesquisa qualitativa proporciona liberdade na escolha de tópicos, esclarecendo comportamentos humanos em contextos reais e enriquecendo entendimentos por meio de conceitos estabelecidos ou emergentes. A metodologia adotada é netnográfica, conforme Kozinets (2010), adaptando princípios da etnografia ao ambiente digital, coletando dados para compreender valores, normas e dinâmicas sociais. Espera-se que, a partir dos resultados, possamos aprimorar inclusão e experiência no Instagram para pessoas com deficiência visual, contribuindo para o avanço do conhecimento e preenchendo lacunas acadêmicas.

Palavras-chave: Instagram; Deficiência Visual; Hashtag.



SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 JUSTIFICATIVA	11
3 OBJETIVO GERAL	12
4 METODOLOGIA	13
5 RESULTADOS OBTIDOS	14
6 CONCLUSÕES OU CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
REFERÊNCIAS	17



1 INTRODUÇÃO

No contexto contemporâneo, as transformações tecnológicas têm desempenhado um papel fundamental na ampliação das oportunidades de acesso à informação, comunicação e educação para as pessoas com deficiência. Esses avanços têm possibilitado que indivíduos com deficiência visual (DV) alcancem níveis mais elevados de ensino, autonomia e participação na vida cultural de suas comunidades, constituindo um processo essencial conhecido como inclusão digital e social. Paralelamente, as redes sociais têm se destacado como um elemento central na comunicação e interação entre pessoas, oferecendo um espaço virtual para compartilhar ideias, experiências e perspectivas (HAZARD; FILHO; REZENDE, 2007).

Dentro desse contexto, o Instagram, uma das principais plataformas de mídia social centrada em imagens, assume um papel significativo. No entanto, é imperativo considerar a inclusão e a representação adequada de todos os usuários, incluindo aqueles com deficiência visual (BRUNO; NASCIMENTO, 2019). O alcance e a influência das redes sociais, aliados à crescente conscientização sobre a importância da acessibilidade e inclusão, têm levado a um interesse cada vez maior em compreender como as pessoas com deficiência visual interagem e são representadas nesse ambiente digital dinâmico e influente.

Nesse cenário, o uso de hashtags no Instagram se tornou uma ferramenta de destaque, permitindo categorizar, organizar e identificar conteúdos específicos em meio a um vasto mar de postagens. A inclusão de uma hashtag em uma publicação amplia seu alcance e possibilita a conexão com outros usuários interessados no mesmo tópico (SUSSAI, 2014). Dessa forma, a análise das hashtags mais empregadas por pessoas com deficiência visual no Instagram oferece uma abordagem intrigante para investigar o engajamento, a inclusão e participação nessa plataforma.

Conseqüentemente, surge o estímulo para investigar a utilização da hashtag #ParaCegoVer no Instagram em prol da acessibilidade e inclusão de indivíduos com deficiência visual. Isso implica em identificar e classificar as hashtags mais populares que fomentam a inclusão nesse contexto, explorar a natureza do conteúdo associado à hashtag, discernir os temas predominantes e os principais usuários que a empregam, bem como avaliar o alcance e engajamento da #ParaCegoVer em postagens na rede social Instagram.



Além disso, a análise buscará verificar se as publicações com a hashtag #ParaCegoVer a utilizam de maneira adequada para efetivamente promover a inclusão da pessoa com deficiência visual.

Neste cenário, o estudo será dividido em três seções distintas: A primeira, intitulada " Deficiência Visual: Desafios e Necessidades", terá como foco a análise das particularidades e obstáculos que as pessoas com deficiência visual enfrentam. Na segunda seção, denominada "Mídias Sociais, Instagram e o Papel das Hashtags", será dada ênfase ao papel das plataformas de mídia social e das hashtags como ferramentas para inclusão e sensibilização. A terceira seção, "Explorando a Plataforma Brand24", terá como enfoque principal a apresentação da plataforma de monitoramento de redes sociais Brand24, incluindo uma análise detalhada do impacto e da presença da hashtag #ParaCegoVer nas plataformas digitais, com destaque especial para a plataforma Brand24.

Deficiência Visual: Desafios e Necessidades

Conforme estudos conduzidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS), a deficiência visual afeta aproximadamente 2,2 bilhões de indivíduos globalmente (WHO, 2019). No cenário brasileiro, as estatísticas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com base na Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios Contínua de 2022, revelam a presença de 18,6 milhões de pessoas com deficiência, considerando aqueles de dois anos de idade ou mais. Dentro desse contingente, estima-se que pelo menos 6 milhões apresentem deficiência visual ou condições oculares relacionadas (IBGE, 2022).

A deficiência visual abrange uma ampla gama de condições que afetam a capacidade de uma pessoa perceber informações visuais de forma convencional. Essa abrangência se estende desde casos de visão parcial até situações de cegueira total, impondo limitações particulares na maneira como esses indivíduos interagem com o ambiente ao seu redor, como indicado pela World Health Organization (2020).

Vivemos em uma sociedade onde a predominância natural da visão sobre os demais sentidos é evidente, conforme apontado por Mansini (2003). Essa prevalência da visão contribui para a inacessibilidade de muitas informações, privando pessoas com deficiência visual de acessar e compreender conteúdos que não foram adaptados adequadamente. A limitação de acesso a informações visuais é uma das principais



barreiras enfrentadas por essas pessoas, já que frequentemente se deparam com informações apresentadas em formatos não adaptados, como imagens, gráficos e vídeos.

Essa limitação não apenas resulta na exclusão de pessoas com deficiência visual das atividades cotidianas, mas também restringe sua participação em áreas cruciais, como educação, cultura e vida social, como observado por Vygotsky (2019). Para superar esse desafio, torna-se essencial adotar abordagens inclusivas que levem em consideração as diversas formas de percepção e acesso à informação por parte das pessoas com deficiência visual.

A acessibilidade emerge como um conceito fundamental nesse contexto, referindo-se à criação de ambientes, produtos e serviços que possam ser utilizados por todas as pessoas, independentemente de suas capacidades. No contexto digital, a acessibilidade se traduz em interfaces e conteúdos adaptados, tornando possível a percepção por diferentes sentidos, como audição e tato. Nesse contexto, tecnologias assistivas, incluindo leitores de tela e softwares de reconhecimento de voz, desempenham um papel crucial para tornar viável essa acessibilidade digital, permitindo que as pessoas com deficiência visual acessem e interajam de maneira eficaz com as informações disponíveis online, como destacado por Rosa, Folmer e Salgueiro (2016).

Mídias Sociais, Instagram e o Papel das Hashtags

No cenário contemporâneo, as redes sociais desempenham um papel cada vez mais proeminente na comunicação e interação entre indivíduos, transcendendo as barreiras geográficas e permitindo a criação de comunidades virtuais em torno de interesses compartilhados (HAZARD; FILHO; REZENDE, 2007). Dentre essas plataformas, o Instagram se destaca como uma das principais redes sociais baseadas em imagens, proporcionando um ambiente visualmente rico para compartilhar experiências, narrativas e perspectivas (MATTERN, 2017). No entanto, é essencial reconhecer que essa predominância visual também pode resultar em desafios significativos para as pessoas com deficiência visual, limitando seu acesso e participação plena nesse ambiente digital dinâmico.

O Instagram, uma das plataformas de mídia social mais influentes da atualidade, foi lançado em outubro de 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger. Inicialmente projetado como um aplicativo de compartilhamento de fotos, rapidamente evoluiu para uma rede social abrangente, permitindo que os usuários compartilhem não apenas



imagens, mas também vídeos curtos, histórias efêmeras e interações em tempo real. Com uma interface altamente visual e recursos como filtros e edições, o Instagram se destacou por sua capacidade de permitir que os usuários expressem sua criatividade de maneira única e cativante. Sua popularidade cresceu exponencialmente ao longo dos anos, atraindo uma ampla gama de usuários, desde indivíduos comuns até celebridades, empresas e organizações (MATTERN, 2017).

Segundo Highfield e Leaver (2015) uma das características distintivas do Instagram é a possibilidade de utilizar hashtags. As hashtags são palavras ou frases-chave precedidas pelo símbolo de jogo da velha (#) nas redes sociais, que servem para categorizar, agrupar e indexar conteúdos relacionados a um determinado tema, tópico ou assunto. Elas permitem que os usuários identifiquem e organizem facilmente postagens que compartilham interesses semelhantes, tornando o conteúdo mais descobrível e acessível. As hashtags também funcionam como hiperlinks, direcionando os usuários para páginas ou feeds que exibem todas as postagens marcadas com a mesma.

A trajetória das hashtags teve início em 2007, quando o designer Chris Messina propôs seu uso no Twitter para categorizar mensagens em uma plataforma em rápido crescimento. Desde então, as hashtags se espalharam para diversas outras redes sociais, incluindo Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn, desempenhando um papel fundamental na cultura digital contemporânea (HALAVAI, 2014).

As hashtags têm um papel fundamental ao facilitar a descoberta de conteúdo relevante e conectar usuários com interesses comuns, independentemente de conexões diretas. Esses marcadores impulsionam o engajamento, aumentam a visibilidade e estendem o alcance das postagens, permitindo que os usuários alcancem uma audiência mais ampla e diversificada. Além disso, as hashtags desempenham um papel significativo em campanhas de conscientização, movimentos sociais e na promoção de causas, permitindo que mensagens importantes atinjam um público mais amplo e estimulem diálogos significativos (HALAVAI, 2014).

A relevância notável do papel das hashtags na promoção da inclusão e conscientização em relação à deficiência visual é evidente. A primeira hashtag a surgir com esse propósito foi a #PraCegoVer, uma iniciativa pioneira concebida por Patrícia Silva de Jesus, também conhecida como Patrícia Braille, em 2012. O projeto tinha uma natureza educativa e inclusiva, buscando sensibilizar as pessoas sobre a importância de



descrever imagens para tornar as redes sociais mais acessíveis aos indivíduos com deficiência visual. Junto à #PraCegoVer, outras hashtags como #ParaCegoVer e #ParaTodosVerem também emergiram para impulsionar a inclusão de pessoas com deficiência visual nas plataformas sociais (DA REDAÇÃO, 2019).

As hashtags #PraCegoVer, #ParaCegoVer e #ParaTodosVerem são predominantemente empregada nas redes sociais como uma estratégia para evidenciar a presença das pessoas com deficiência visual no contexto digital. Essa abordagem delicada visa sensibilizar os usuários com visão, educando-os sobre a inclusão, enquanto promove a acessibilidade digital. Ao enfatizar o termo "ver" no sentido de "ter acesso", a hashtag procura disseminar a noção de que todos podem contribuir para a integração das pessoas com deficiência em suas interações online. Adicionalmente, estas hashtags funcionam como um indicador de que a descrição da imagem está disponível no conteúdo, tornando-o acessível a todos os públicos (GALA, 2023).

O processo gradual de descrever imagens utilizando hashtags envolve uma série de etapas essenciais. Comece por integrar a própria hashtag na publicação, estabelecendo o contexto para a descrição acessível da imagem. Identifique o tipo de imagem presente, seja uma fotografia, ilustração, cartum ou tirinha, e siga a ordem natural da leitura ocidental, começando da esquerda para a direita e de cima para baixo. Em relação às cores, descreva os tons predominantes, como tons de cinza, sépia ou preto e branco, e omita essa menção caso a imagem seja colorida, uma vez que você abordará as cores dos elementos visuais ao longo da descrição. Enfoque a atenção em cada elemento específico da imagem, avançando de uma área para outra de forma lógica, mantendo frases curtas e diretas para transmitir informações essenciais. Comece pelos detalhes menos significativos, contextualizando a cena, e progrida em direção ao clímax ou ponto central da imagem. Durante todo o processo, evite o uso de abreviações, garanta a adequada pontuação e modere o emprego de adjetivos, conferindo à pessoa com deficiência visual a liberdade de interpretar a imagem com base na descrição proporcionada (DA REDAÇÃO, 2019).

Explorando a Plataforma Brand24

As plataformas de mídia social estão causando uma revolução significativa na forma como nos expressamos e nos relacionamos na atualidade. Atualmente, essas plataformas exercem um papel crucial tanto para indivíduos quanto para empresas,



permitindo uma conexão instantânea com pessoas de todo o mundo e a disseminação massiva de informações. Conforme a influência das redes sociais expandiu, também surgiu a necessidade de monitorar e analisar a presença e o impacto dessas interações online. Nesse contexto, as plataformas de monitoramento de redes sociais ganharam destaque, disponibilizando ferramentas poderosas para rastrear menções, avaliar o sentimento do público, analisar tendências e mensurar o engajamento em tempo real (MORTARI; SANTOS, 2016).

Entre as várias plataformas de monitoramento de redes sociais, a Brand24 se destaca. Fundada em 2011 e presente no mercado polonês, a Brand24 é uma ferramenta de monitoramento e análise de mídia social que proporciona a empresas e indivíduos a capacidade de rastrear e compreender como suas marcas, produtos ou serviços estão sendo percebidos no ambiente online. Através da coleta e análise de menções e conversas em redes sociais, blogs, fóruns e outros sites da web, a Brand24 oferece informações valiosas sobre a percepção do público e tendências emergentes. Além disso, a plataforma também permite medir a visibilidade em torno de marcas, produtos, hashtags ou palavras-chave selecionadas. Desde o início do monitoramento, o serviço armazena todos os dados coletados. Outra função essencial é o suporte ao cliente, envolvendo pessoas que estão nas redes sociais, como Facebook, Twitter ou Blip. Isso é particularmente útil, pois o serviço pode informar o usuário sobre discussões relacionadas a uma marca ou produto em questão em questão de minutos. A mensagem é enviada ao consultor, que pode reagir imediatamente à discussão em andamento (DWIANTO; NURMANDI; SALAHUDIN, 2021)

A Brand24 apresenta uma série de recursos que aprimoram a eficácia e a eficiência do processo de monitoramento e análise. A plataforma permite rastrear palavras-chave e hashtags relevantes, bem como identificar influenciadores e usuários-chave nas redes sociais. Além disso, ela disponibiliza métricas de engajamento, como curtidas, compartilhamentos e comentários, fornecendo uma visão abrangente do impacto das postagens e campanhas. A análise de sentimento é outra dimensão crucial da Brand24, facultando aos usuários avaliar se as menções são positivas, negativas ou neutras, fornecendo percepções acerca da opinião pública em geral (CLEARY, [s.d.]).

A relevância das plataformas de monitoramento de redes sociais, como a Brand24, reside na sua capacidade de fornecer informações valiosas para que empresas possam



ajustar suas estratégias de marketing, melhorar a comunicação com os clientes e identificar oportunidades de engajamento. Por exemplo, uma empresa pode utilizar a Brand24 para monitorar a reação do público a um novo produto lançado, detectar problemas de atendimento ao cliente e até antecipar potenciais crises (MORTARI; SANTOS, 2016).

2 JUSTIFICATIVA

A Escola Estadual Bolivar de Freitas está localizada no centro da cidade de Curvelo, Minas Gerais. O público atendido pela escola são estudantes do 6º ao 3º ano de escolaridade. Trata-se de uma escola de grande porte, que é reconhecida pela comunidade local pelos serviços prestados. Em 2022 a escola participou da primeira edição do Projeto ICEB, onde foi realizado um trabalho envolvendo a rede social Instagram. O engajamento dos estudantes envolvidos no projeto resultou na necessidade de aprofundar na temática refletindo sobre a questão da inclusão e a acessibilidade das pessoas com deficiência visual no cenário digital, especialmente nas redes sociais, incluindo o Instagram.

A relevância dessa iniciativa é respaldada por dados impactantes provenientes de estudos conduzidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que revelam que aproximadamente 2,2 bilhões de indivíduos ao redor do mundo são afetados pela deficiência visual (WHO, 2019). Ao direcionar o foco para a realidade brasileira, dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), obtidos por meio da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios Contínua de 2022, destacam a presença significativa de 18,6 milhões de pessoas com deficiência no país, considerando aqueles com dois anos de idade ou mais. Dentro desse grupo, estima-se que pelo menos 6 milhões enfrentem desafios relacionados à deficiência visual ou condições oculares correlatas (IBGE, 2022).

Este projeto tem como objetivo primordial analisar a eficácia do uso da hashtag #PraCegoVer, com enfoque no Instagram, como instrumento estratégico para impulsionar a conscientização e a inclusão de pessoas com deficiência visual. A abordagem adotada visa não apenas compreender a dinâmica dessa hashtag, mas também contribuir para aprimorar a acessibilidade digital em consonância com as necessidades e direitos das



peessoas com deficiência visual, visando possibilitar uma participação mais completa e igualitária no contexto online.

A escolha do Instagram como plataforma de estudo é justificada pela sua proeminência como uma das principais redes sociais. Mediante uma investigação realizada na Escola Estadual Bolivar de Freitas, foi possível avaliar a realidade dos alunos no que se refere à inclusão digital. A pesquisa, conduzida por meio do Google Forms, coletou respostas de 527 estudantes. Os resultados revelaram que os alunos possuem maior habilidade no uso de redes sociais, sendo que 208 deles indicaram o Instagram como a plataforma mais utilizada, representando 39,5% das respostas. O TikTok ocupou o segundo lugar, com 23,7%, seguido pelo WhatsApp com 16,7% e o YouTube com 15,9%. A relevância e popularidade do Instagram reforçam sua pertinência como objeto de estudo para compreender o impacto das hashtags na promoção da inclusão e acessibilidade para pessoas com deficiência visual.

Portanto, essa pesquisa tem o potencial de inspirar novas iniciativas e contribuir para a formação de comunidades virtuais engajadas e culturalmente sensíveis, impulsionando uma transformação positiva em direção a uma sociedade mais inclusiva e sensível às necessidades das pessoas com deficiência visual.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

A presente pesquisa possui como objetivo investigar de que forma a hashtag #ParaCegoVer é utilizada no Instagram para promover a acessibilidade e a inclusão de pessoas com deficiência visual.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar e classificar as hashtags mais populares que promovem a inclusão de pessoas com deficiência visual no Instagram;
- Explorar o tipo de conteúdo associado a esta hashtag e identificar os principais temas e usuários que mais utilizam-na;



- Verificar o alcance e o engajamento da hashtag #ParaCegoVer em publicações relacionadas à deficiência visual no Instagram;
- Analisar se as postagens que apresentam a hashtag #ParaCegoVer são utilizadas de forma correta, propiciando a inclusão da pessoa com deficiência visual;

4 METODOLOGIA

Neste estudo, será empregada uma abordagem qualitativa, pois abrange uma análise minuciosa das interações, registros e informações obtidas no ambiente virtual. Além disso, almeja-se obter uma compreensão aprofundada do contexto cibernético por meio da interpretação das descrições e narrativas presentes nas legendas das postagens que incorporam a hashtag #ParaCegoVer, compartilhadas na rede social Instagram.

Segundo Yin (2016) a pesquisa qualitativa oferece maior liberdade na escolha de tópicos, explorando vidas em contextos reais para capturar visões autênticas. Ela abrange as condições contextuais, proporcionando percepções que esclarecem o comportamento humano, indo além da narrativa cronológica ao elucidar eventos reais por meio de conceitos estabelecidos ou emergentes, resultando em uma compreensão rica e contextualizada das experiências humanas.

Já quanto aos procedimentos metodológicos, esta pesquisa segue uma abordagem netnográfica, focada na análise das interações e comportamentos online em comunidades virtuais, redes sociais e outros espaços da internet. Conforme enfatizado por Kozinets (2014), compreender e estudar uma cultura específica e sua vida social não é mais viável sem a integração do estudo da internet e da comunicação mediada por computadores. Nesse sentido, a netnografia adapta os princípios da etnografia ao ambiente digital. Os pesquisadores participam ativamente de comunidades online, coletando dados como postagens e comentários para uma compreensão mais profunda dos valores, normas e dinâmicas sociais que permeiam o espaço virtual.

Assim, os procedimentos metodológicos da pesquisa foram organizados em três fases distintas. Inicialmente, uma revisão bibliográfica foi conduzida, abrangendo os termos-chave "hashtags", "Instagram" e "deficiência visual". De acordo com Vianna (2001) a revisão de literatura é uma etapa vital na pesquisa acadêmica, envolvendo a busca e análise de informações relevantes sobre um tema. Seu objetivo é compreender o



conhecimento existente, identificar lacunas e embasar a pesquisa, evitando repetições e contribuindo para o avanço do campo.

A segunda etapa da pesquisa será direcionada à obtenção de dados relacionados às postagens associadas à hashtag #ParaCegoVer, no intervalo de 09 de junho a 09 de julho de 2023. Nesse estágio, o enfoque recai sobre a aquisição e análise das postagens que adotaram essa hashtag específica, com o propósito de compreender o conteúdo associado e identificar os intervenientes envolvidos. Para tal, será empregada a plataforma Brand24, uma ferramenta de monitoramento de mídias sociais, que habilita a identificação e análise das menções de hashtags em distintas plataformas, proporcionando dados como quantidade de menções, níveis de engajamento, alcance, sentimentos associados, influenciadores pertinentes, localização geográfica e tendências correlatas à mencionada hashtag.

No terceiro estágio da pesquisa, inserida no escopo do projeto de pesquisa intitulado " O uso do Instagram: Investigando o impacto da hashtag #paracegover na promoção da acessibilidade e inclusão da pessoa com deficiência visual", busca-se realizar visitas às renomadas instituições: Instituto Benjamin Constant, Instituto São Rafael e Fundação Dorina Nowill para Cegos. Essas instituições são amplamente reconhecidas por sua dedicação à promoção da inclusão da pessoa com deficiência visual. As visitas programadas têm como propósito imergir no contexto das práticas e projetos desenvolvidos por essas entidades, permitindo um contato direto tanto com profissionais especializados quanto com os próprios indivíduos com deficiência visual. Por meio dessa experiência enriquecedora, objetiva-se uma compreensão mais profunda das necessidades, desafios e conquistas relacionadas à inclusão no contexto da plataforma Instagram. A perspectiva e insights obtidos durante essas visitas representam um valioso acréscimo ao estudo da representação e interação da pessoa com deficiência visual nessa plataforma de mídia social

5 RESULTADOS OBTIDOS

A coleta de dados para a pesquisa foi realizada ao longo de um período de trinta dias, compreendendo o intervalo de 09 de junho a 09 de julho de 2023. Essa janela de coleta permitiu uma análise representativa e abrangente das interações e conteúdos



associados à hashtag #ParaCegoVer no ambiente do Instagram. Os dados foram obtidos por meio da plataforma Brand24, que possibilita a rastreabilidade e análise de menções e conteúdos relacionados à hashtag em diversas plataformas e redes sociais. Diferentes variáveis foram examinadas durante a coleta, incluindo a quantidade de menções da hashtag, o alcance das publicações que a utilizam, análise de sentimentos para categorização das interações, identificação dos principais perfis públicos que utilizam a hashtag, hashtags frequentemente utilizadas em conjunto, bem como o contexto de discussão evidenciado por uma nuvem de palavras.

A análise dos dados coletados foi conduzida sob uma abordagem qualitativa, alinhada ao objetivo de compreender o impacto da hashtag #ParaCegoVer na promoção da acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência visual no Instagram. Inicialmente, os dados foram examinados para identificar padrões, temas recorrentes e variações nas tonalidades emocionais das interações. A quantificação da frequência de menções e do alcance, assim como a análise de sentimentos, permitiu uma compreensão mais profunda das dimensões da hashtag. A identificação dos principais perfis públicos contribuiu para a contextualização dos atores-chave envolvidos. Além disso, as hashtags associadas possibilitaram a exploração das conexões temáticas. A representação visual por meio da nuvem de palavras proporcionou uma síntese gráfica dos tópicos predominantes, oferecendo uma visão panorâmica da discussão. Essa abordagem qualitativa e multifacetada permitiu uma análise completa e contextualizada das interações e conteúdos relacionados à promoção da acessibilidade e inclusão no contexto da hashtag #ParaCegoVer no Instagram.

Nossa pesquisa ainda está em andamento. Os dados que obtivemos estão em processo de análise. Acreditamos que ao analisar as hashtags, poderemos identificar tendências e padrões de uso que revelarão insights sobre as narrativas e perspectivas das pessoas com deficiência visual que estão presentes no Instagram. Além disso, este estudo tem o potencial de oferecer uma compreensão mais profunda das interações entre os usuários, incluindo a troca de informações, o apoio mútuo e a construção de comunidades virtuais.

Com base nos resultados que alcançarmos, esperamos contribuir para a promoção de uma representação mais inclusiva e sensível à deficiência visual no contexto do Instagram. As descobertas deste estudo podem ser valiosas para desenvolvedores,



criadores de conteúdo e profissionais de marketing, orientando-os na criação de um ambiente digital mais acessível, abrangente e capacitar. Portanto, o objetivo desta investigação é fornecer insights relevantes e atualizados sobre as hashtags mais utilizadas por pessoas com deficiência visual na plataforma do Instagram. Isso enriquecerá o reconhecimento de suas vozes e experiências, ao mesmo tempo em que impulsiona a inclusão digital e a conscientização sobre a deficiência visual na sociedade contemporânea.

6 CONCLUSÕES OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa ofereceu uma visão aprofundada das interações e conteúdos relacionados à hashtag #ParaCegoVer no ambiente do Instagram. Os dados coletados e a abordagem qualitativa e multifacetada adotada permitiram a identificação de padrões, tendências e insights que revelaram as narrativas e perspectivas das pessoas com deficiência visual na plataforma.

Além disso, os resultados da pesquisa contribuem para a construção de um ambiente digital mais acessível e inclusivo, não apenas no Instagram, mas também em outras plataformas. Eles fornecem informações valiosas para desenvolvedores, criadores de conteúdo e profissionais de marketing, orientando-os na criação de conteúdo e estratégias que atendam às necessidades e expectativas das pessoas com deficiência visual.

Ao reconhecer e amplificar suas vozes e experiências, essa pesquisa promove a inclusão digital e a conscientização sobre a deficiência visual na sociedade contemporânea, impulsionando um ambiente digital mais diversificado e sensível às necessidades de todos os usuários.



REFERÊNCIAS

BRUNO, Marilda Moraes Garcia; NASCIMENTO, Ricardo Augusto Lins do. Política de Acessibilidade: o que dizem as pessoas com deficiência visual. **Educação & Realidade**, v. 44, 2019.

CLEARY, Ian. **The Social Listen Bible eBook | Brand24**. Estados Unidos. s.d. E-book. Disponível em: <<https://brand24.com/the-social-listening-bible-ebook/>>. Acesso em: 5 ago. 2023.

DA REDAÇÃO. **Conheça Patrícia Braille, baiana que criou o #PraCegoVer e revolucionou a acessibilidade**. Correio24horas, 2019. Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/salvador/conheca-patricia-braille-baiana-que-criou-o-pracegover-e-revolucionou-a-acessibilidade-1019>>. acesso em: 5 ago. 2023.

DWIANTO, Rahmad Agus; NURMANDI, Achmad; SALAHUDIN, Salahudin. The Sentiments Analysis of Donald Trump and Jokowi's Twitters on Covid-19 Policy Dissemination. **Webology**, v. 18, n. 1, 2021.

GALA, Ana Sofia. **#PraCegoVer: o que é, para que serve, como e quando não usar?** Hand Talk - Acessibilidade Digital em Línguas de Sinais, 2023. Disponível em: <<https://www.handtalk.me/br/blog/pracegover/#:~:text=O%20que%20C3%A9%20a%20%23PraCegoVer,defici%C3%Aancia%20visual%20no%20mundo%20digital.>>. Acesso em: 5 ago. 2023.

HALAVAIS, Alexander. Structure of Twitter: Social and technical. **Twitter and society**, p. 29-42, 2014.

HAZARD, Damian; FILHO, Teófilo Alves Galvão; REZENDE, André Luiz Andrade. **Inclusão digital e social de pessoas com deficiência: textos de referência para monitores de telecentros**. Brasília: UNESCO, 2007.

HIGHFIELD, Tim; LEAVER, Tama. A methodology for mapping Instagram hashtags. **First Monday**, v. 20, n. 1, p. 1-11, 2015.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro, 2022.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Penso Editora, 2014.

MASINI, Elcie F. Salzano. A experiência perceptiva é o solo do conhecimento. Psicologia em estudo. **Revista da Universidade Federal de Maringá**, vol. 08 p39- 43. 2003.

MATTERN, Joanne. **Instagram**. Minneapolis, MN: Abdo Publishing, 2017. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=0BvPDAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=Ay4QgTmRI>>



A&dq=How%20Instagram%20changed%20our%20world%20&lr&hl=pt-BR&pg=PA10#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 5 ago. 2023.

MELLINA, **Acessibilidade no Instagram para Pessoas com Deficiência Visual - 4 Patas pelo Mundo**, 4 Patas pelo Mundo, disponível em: <<https://www.4pataspelomundo.com/acessibilidade-no-instagram-para-pessoas-com-deficiencia-visual/>>. acesso em: 9 jul. 2023.

MORTARI, Elisangela Carlosso Machado; SANTOS, Suzana Fernandes dos. Monitoramento de redes sociais digitais como estratégia organizacional. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 39, p. 91-109, 2016.

ROSA, Carla Marielly; FOLMER, Vanderlei; SALGUEIRO, Andréia Caroline Fernandes. Inclusão no Ensino Superior e o uso de Tecnologias Assistivas: uma avaliação com base nas percepções de discentes de licenciatura. **Revista Educação Especial**, v. 33, p. 1-21, 2020.

SUSSAI, Andressa de Oliveira. **Análise da atribuição das hashtags no Instagram para a representação de imagens**. 2014.

TAIT, Amelia. How Instagram changed our world. **The Guardian**. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2020/may/03/how-instagram-changed-our-world>>. Acesso em: 5 ago. 2023.

TORRES, Elisabeth Fátima; MAZZONI, Alberto Angel; ALVES, João Bosco da Mota. A acessibilidade à informação no espaço digital. **Ciência da Informação**, v. 31, p. 83-91, 2002.

VIANNA, Ilca Olivera. **Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica**. São Paulo: EPU, 2001.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. Obras Completas – Tomo Cinco; **Fundamentos de Defectologia**. Tradução do Programa de Ações Relativas às Pessoas com Necessidades Especiais (PEE); revisão da tradução por Guilherme Arias Beatón. Cascavel: EDUNIOESTE, 2019.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Penso Editora, 2016.

WHO. **World Report of Vision**. Geneva: World Health Organization, 2019.

O Uso Do Instagram: Investigando O Impacto Da Hashtag
#ParaCegoVer na Promoção da Acessibilidade e Inclusão da
Pessoa Com Deficiência Visual.

