

## REPRESENTAÇÕES DA ALTERIDADE SURDA NO TEXTO PUBLICITÁRIO: A CAMPANHA DE NATAL DE "O BOTICÁRIO"

Representations of the deaf alterity in the advertising text: the "O Boticário" Christmas campaign

**Jonatas Rodrigues Medeiros<sup>1</sup>**  
**Rhau de Lemos Santos<sup>2</sup>**  
**Sueli de Fátima Fernandes<sup>3</sup>**

### RESUMO

O estudo tem como objetivo problematizar como a alteridade surda é produzida nas representações da propaganda e como estas operam sobre as concepções de inclusão no contexto escolar que circula no imaginário social, por meio da análise de uma peça publicitária de Natal do grupo O Boticário. A partir de contribuições teórico-con-

### ABSTRAC

The study aims to problematize how deaf alterity is produced in the representations of advertising and how they operate on the conceptions of inclusion in the school context that circulates in the social imaginary, by the analysis of a Christmas advertising piece of the

<sup>1</sup> Mestrando do Programa em Estudos da Tradução/UFSC; licenciado em Letras Libras/UFPR; tradutor intérprete de Libras (UFPR), Curitiba, Paraná, PR, Brasil; e-mail: jonataslibras@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutorando e Mestre em Educação pela UFPR; licenciado em História; tradutor intérprete de Libras (UFPR), Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, PR, Brasil; e-mail: rhaullemos@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutora em Letras/UFPR; professora do Setor de Ciências Humanas/Coordenação de Letras Libras; Programa de Pós-Graduação em Educação/PPGE; Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, Paraná, Brasil; e-mail: suelifsol@gmail.com.

ceituais dos campos epistemológicos dos estudos surdos e dos estudos culturais em educação, buscamos elucidar como a produção audiovisual e suas escolhas semióticas nas narrativas do ser surdo, com base em pesquisa netnográfica. Para a análise e interpretação do texto audiovisual, tomamos o processo de enunciação do texto e seu contexto de produção como fonte de dados empíricos na materialização das práticas discursivas e suas representações sobre a alteridade surda. Nossa análise destacou que, apesar da intenção apresentar a diferença surda pela valorização da língua de sinais como elemento mediador do processo de inclusão, a concepção de inclusão escolar repercutida na narrativa é equivocada, já que parte do pressuposto da superação individual para o pertencimento e a acolhida na sociedade majoritária. A peça projeta uma ideologia de alteridade surda assujeitada à experiência ouvinte da música e do som, distanciada do deafhood e das vivências socioantropológicas da comunidade surda. São reforçadas posições de poder e privilégio da cultura oral-auditiva dominante ao na representação de uma identidade surda assimilada na posição ouvintista.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Representação; Alteridade; *Deafhood*; Ouvintismo; Discurso publicitário.

group O Boticário. Based on theoretical and conceptual contributions of the epistemological fields of deaf studies and cultural studies in education, we seek to elucidate how the audiovisual production and its semiotic choices in the narratives of being deaf, based on netnographic research. For the analysis and interpretation of the audiovisual text, we took the process of enunciation of the text and its context of production as a source of empirical data in the materialization of discursive practices and their representations about deaf alterity. Our analysis highlighted that, despite the intention to present the deaf difference by valuing sign language as a mediating element in the inclusion process, the conception of school inclusion reflected in the narrative is mistaken, since it is part of the assumption of individual overcoming for belonging and acceptance in the majority society. The play projects an ideology of deaf alterity subjected to the hearing experience of music and sound, distanced from the deafhood and socioanthropological experiences of the deaf community. Positions of power and privilege of the dominant oral-auditory culture are reinforced by producing a representation of a deaf identity assimilated into the audist position.

#### **KEYWORDS**

Representation; Alterity; Deafhood; Audism; Advertising Discourse.

## Introdução

Os modelos socioantropológicos sobre as comunidades surdas e sua produção cultural intensificaram-se nas últimas décadas, trazendo maior visibilidade à língua de sinais como uma das principais marcas constitutivas da identidade de pessoas surdas sinalizantes. A partir de contribuições dos estudos culturais, a surdez e os surdos passam a ser narrados como grupo cultural e linguístico minoritário. Tomando a centralidade da cultura sob o ponto de vista antropológico e social, este campo centra seus interesses nas investigações sobre a produção dos sujeitos sociais dentro de uma cultura (THOMA, 2002); assim, a cultura surda passa a ser considerada como contribuição coletiva e comunitária de pessoas surdas que têm referência nas línguas de sinais e na experiência visual como marcadores identitários (PERLIN, 2005).

Fernandes e Moreira (2017, p.55) apontam que o campo epistemológico denominado Estudos Surdos (*Deaf Studies*) edifica sua teorização, tomando a contribuição da crítica pós-moderna em educação. Para as autoras, a estratégia do campo repousa em dar centralidade à linguagem na produção de experiências, estabelecendo uma epistemologia da compreensão e da problematização da questão das diferenças e da diversidade de grupos minoritários.

Decorrente dos estudos culturais em educação, os estudos surdos buscam estabelecer um programa de pesquisas acadêmicas articulando o terreno teórico-conceitual da denúncia das dimensões da opressão, do preconceito e da discriminação sofridos pelos surdos às experiências de racismo, sexismo e genocídio vivenciadas por negros, mulheres e outros grupos vulnerabilizados socialmente por serem politicamente negligenciados. A dimensão da opressão denunciada pelos surdos se manifesta em termos linguísticos, pela proibição e invisibilização histórica da língua de sinais nas famílias e nas escolas e pelos processos de medicalização e normalização dos corpos surdos, pelo diagnóstico da deficiência da audição e da linguagem, da generalização de terapias de reabilitação oral-auditiva no espaço escolar na promessa da cura e do tratamento pela imposição de cirurgias e tecnologias da audição. Terceiro (2018) analisa que a ruptura com essa narrativa mestra da deficiência, hegemônica no espaço educacional, foi possibilitada pela constituição das “epistemologias surdas”, termo cunhado pelo ativista e pesquisador surdo britânico Paddy Ladd para designar o

conjunto de discursos e produções que contempla e visibiliza a diferença surda em termos culturais.

Neste texto, buscamos as contribuições teórico-conceituais dos estudos surdos em educação para problematizar as representações sociais sobre os surdos presentes no potente domínio discursivo (MARCUSCHI, 2002) da publicidade e para refletir como as narrativas da diferença surda operam para a construção de um ideário de inclusão social pela via da publicidade. Tomamos as representações sociais na perspectiva de Woodward (2014), que aponta que discursos e narrativas sociais produzem identidades e formas de subjetivação sempre ligadas a uma cultura e a uma dada perspectiva ideológica, produzindo comportamentos, idiossincrasias e perspectivas de mundo nas esferas ou instâncias de produção discursivas ou de atividade humana em que circulam.

Freire Filho (2003) argumenta que as representações midiáticas, seus gêneros e artefatos culturais operam relações de poder, tensionando polos de dominação social e de resistência à opressão de ideologias e estruturas de poder socialmente postas que atingem grupos minoritários e subordinados:

Parte fundamental do processo social de constituição de sentido, as representações são organizadas e reguladas pelos diferentes discursos (legitimados, naturalizados, emergentes ou marginalizados) que circulam, colidem e articulam-se num determinado tempo e lugar. Logo, a construção (ou supressão) de significados, identificações, prazeres e conhecimentos – nos espaços e mercados midiáticos – envolve, necessariamente, a disputa pela hegemonia entre grupos sociais dominantes e subordinados, com conseqüências bastante concretas no tocante à distribuição de riquezas, prestígio e oportunidades de educação, emprego e participação na vida pública. (FREIRE FILHO, 2005, p. 21).

Neste estudo, somos orientados por esta reflexão do autor de que a organização e regulação das representações sociais tem sua constituição de sentido forjada em discursos midiáticos que constroem posições ideológicas sobre grupos subalternizados; selecionamos uma peça publicitária de Natal do grupo O Boticário para refletir sobre as representações da alteridade surda construídas nesse domínio discursivo. A partir do diálogo entre os campos epistemológicos dos estudos surdos (REZENDE, 2012; LADD, 2013; LANE, 1992; TERCEIRO, 2018; SKLIAR, 1999, 2003, 2013a, 2013b, 2014) e estudos culturais (HALL, 2018; SILVA, 2014, WOODWARD, 2014), além de contribuições da filosofia da linguagem (BAKHTIN e VOLÓCHINOV, 2006; BAKHTIN, 2015)

buscamos problematizar como a alteridade surda é produzida nas representações midiáticas da propaganda e opera sobre as concepções de inclusão no contexto escolar que circula no imaginário social.

Partimos da problematização da concepção rasa de inclusão repercutida nos discursos de gestores e outros atores sociais de que a presença física, a experiência da convivência social basta para uma transformação das históricas práticas de exclusão que isolaram e classificaram o Outro e ditaram seus modos de ser, existir e aprender nos tempos e espaços escolares tradicionais. Carlos Skliar nos incita ao questionamento radical e profundo da relação entre “nós” e “eles”, em outras palavras, entre nossa mesmice e a alteridade do Outro, pautada na equivocada compreensão de uma pedagogia hospedeira da diferença [...], uma pedagogia cujo corpo se “reforma” e/ou se “auto-reforma”. É a ambição do texto da mesmidade que tenta alcançar o outro, capturar o outro, domesticar o outro (SKLIAR, 2003a, p. 46).

No horizonte dessa posição discursiva e ideológica, buscamos compreender como o discurso da diferença e da inclusão escolar dos surdos é engendrando nas escolhas semióticas que circulam na peça publicitária selecionada, tomando como procedimentos metodológicos a análise e a interpretação do texto audiovisual (THOMA, 2002) e do processo de enunciação. Dito de outra maneira, tomamos o texto audiovisual e seu contexto de produção como fonte de dados na qual o acontecimento emerge, focalizando o particular enquanto instância de uma totalidade social (JOBIM E SOUZA, 2003) que constitui as práticas discursivas e suas representações sobre a alteridade surda. A noção de enunciado está, portanto, intimamente ligada a uma noção de voz que significa que, quando falamos algo, esse falar está impregnado de valores, reflete um ponto de vista, uma voz social: “o domínio da ideologia coincide com o domínio do signo” (BAKHTIN, VOLÓCHINOV, 2006, p.95)

## **1. Representação e identidades: problematizando a alteridade surda no domínio discursivo publicitário**

Entendemos que os discursos audiovisuais que circulam em campanhas publicitárias expressam relação de poder e, enquanto artefatos culturais, servem como dispositivos que contribuem para educar e moldar os sujeitos. Por meio

de símbolos intersemióticos, a produção audiovisual opera como significativa ferramenta de produção de identidades e representações como simulacros distantes da realidade. Codato (2010) explica que o imaginário cinematográfico condiciona um determinado processo da ordem do subjetivo que “projeta”, por meio da representação, mitos e símbolos, produtos desse imaginário. Para o autor, o cinema torna-se lugar de recepção e de revivificação do símbolo.

Woodward (2000) explica que a representação inclui as práticas de significações e os sistemas simbólicos por meio dos quais significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos. Para a autora, todas as práticas de significação que produzem sentidos sociais envolvem relações de poder, em síntese, um processo em que somos contagiados por uma gama de variedades de representações simbólicas e pelas relações sociais. Ao exemplificar as narrativas das telenovelas e a semiótica da publicidade, a autora analisa seu papel na construção de identidade de gênero masculina que gera modelos a serem apropriados pelos “homens dos anos 1980 e 1990”. No mesmo sentido, Silva (2014) argumenta que a representação é concebida unicamente em sua dimensão de significante, sistema de signos como pura marca material. Se para Silva a representação está estreitamente ligada à relação de poder, entende-se que “quem tem poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade” (2014, 91).

Na mesma direção se encaminham as pesquisas da autora Thoma (2002), basilares na perspectiva dos estudos surdos, que se voltam para narrativas que representam a alteridade surda em filmes com personagens surdos. Thoma (2002) faz um recorte de filmes produzidos a partir da década de 1970 trazendo um panorama de *corpus* discutido na relação de textos cinematográficos e textos surdos. Em sua análise, são descritas seis lições que agrupam as formas narrativas-ideológicas identificadas. Para a autora, o cinema utiliza os espetáculos para levar o público a se identificar com certas opiniões e atitudes, discursos e representações. Suas análises concentram-se em textos cinematográficos e nas mensagens ditas e não-ditas, observando como tais discursos operam na produção de sujeitos e em suas representações. Nas suas pesquisas, atesta-se que a formação discursiva de seu *corpus* fílmico fala de sujeitos patológicos, anormais, sujeitos a corrigir. A autora conclui que essa leitura deriva de uma vontade de saber e poder dos ouvintes sobre os surdos, tendo como consequência a tentativa e a vontade de controle desses corpos.

Thoma (2002) expõe que a abordagem semiótica está voltada para entender como os filmes, enquanto linguagem, produzem significados e como a abordagem discursiva, por sua vez, preocupa-se com os efeitos e consequências de representações. Isso justifica perguntar: quais seriam os sentidos veiculados em narrativas cinematográficas/audiovisuais sobre surdos produzidas por ouvintes? A construção da alteridade surda sob uma perspectiva ouvinte possui seus desdobramentos e consequências não apenas na produção das percepções de identidades surdas, mas no próprio imaginário social sobre a alteridade surda. A autora afirma que o cinema produz conhecimento, fixa identidade e instaura sentidos sobre os sujeitos surdos. Historicamente as metanarrativas sobre as pessoas surdas são constituídas independentemente das concepções oriundas das comunidades surdas e dos movimentos surdos. Isso nos leva a tensionar as representações ideológicas que compõem o imaginário de produtores de conteúdo audiovisual que, via de regra, buscam retratar, nas peças veiculadas, o Outro em relação à normalidade ouvinte e sua tradição oral-auditiva. A representação do surdo narrada pelo olhar do ouvinte é carregada de estereótipos e marcas ligadas ao lugar-comum da experiência auditiva compartilhada no território linguístico da língua nacional oficial: a Língua Portuguesa. O repertório das práticas discursivas de ouvintes “leigos” (LADD, 2013), ou seja, aqueles que desconhecem ou negam a produção cultural histórica das comunidades surdas, repercute representações do ser surdo ligadas ao imaginário especulativo, partindo do espelho da norma ouvinte, muito distanciadas das reais vivências surdas.

A pesquisadora surda Patrícia Rezende (2012, p. 30) argumenta que os discursos da normalização surda priorizam narrativas de “sujeitos a serem corrigidos pela medicina, pela biotecnologia e pelo implante coclear”, sendo estes “enredados dentro do jogo de normalização do padrão ouvinte”. Nesse sentido, para Rezende, é necessário “inventar-se a surdez numa outra perspectiva, num viés antropológico, em que se usa a língua de sinais como uma singularidade peculiar da cultura surda dos sujeitos surdos” (REZENDE, 2012, p. 48).

Dentre as contranarrativas que sedimentam a perspectiva de descolonização dos surdos do território discursivo da patologia e da anormalidade, encontra-se a produção do pesquisador surdo britânico Paddy Ladd (2013, p. 47). Ao descrever o processo de colonização dos surdos constituindo o conceito de *Deafhood*, propõe a ruptura epistemológica com os discursos hegemônicos proferidos pela

ciência positivista sobre os surdos. Ladd (2013) explica que tal conceito abarca uma gama de significados oriundos da experiência de ser surdo, de se organizar e se posicionar no mundo. Para o pesquisador surdo Francisco Terceiro, o conceito de *Deafhood* pode ser entendido como “um processo que possibilita a descolonização do corpo Surdo, permitindo a tomada de consciência ao longo do processo histórico de opressão e colonização que muitos surdos viveram e a descoberta de uma nova identidade cultural” (TERCEIRO, 2018, p. 47). Nesse mesmo sentido, Rezende (2012, p. 70) explica que “o povo surdo se constitui como sujeitos de senso de pertencimento, com uma identidade enraizada na formação do ser surdo, com experiência, anseios e embates e que utilizam a língua visual”.

Skliar (2013a, p. 7) aponta que “as ideias dominantes nos últimos cem anos são um claro testemunho do sentido comum segundo o qual os surdos correspondem, se encaixam e se adaptam com naturalidade a um modelo de medicalização da surdez”. Em vários âmbitos da esfera social, a pessoa surda tem suas narrativas disputadas por especialistas leigos que buscam enquadrar a condição da existência surda na anormalidade, na produção do Outro como o diferente, anormal, deficiente e incapaz.

Sobre alteridade Skliar (2014, p. 145) entende que “qualquer tentativa de se colocar na pele de outro comete uma heresia, pois se trata de uma sobreposição, uma usurpação, um sequestro, um ultraje”; o autor argumenta: “como seria possível estar por dentro, adentrar-se e respirar numa idade que ainda não tenho ou já tive, um corpo que não percebo, um país que não habito, uma língua que não falo? Não existe modo de estar mais além do que somos (*ad idem*).”

O autor compreende que a alteridade do ouvinte sobre o surdo resulta de uma produção histórica e linguística, de uma invenção desses Outros que não somos, em aparência, nós mesmos (SKLIAR, 1999), porém que utilizamos para poder ser nós mesmos. A alteridade surda pode ser melhor compreendida a partir da ruptura de significados referidos à deficiência auditiva e suas ramificações e ratificações discursivas. Skliar ainda afirma que nenhuma das narrativas habituais sobre os surdos permanece encerrada na tradição dos ouvidos incompletos e limitados.

Terceiro (2019), citando a primeira doutora surda em Educação do país, Gladis Perlin, afirma: “fixo-me no conceito da alteridade quando percebo que ser Surdo tem sua autonarrativa sem a narração da interpretação da agência do colonizador” (PERLIN, 2013, p. 18).

## 2. Campanha de Natal de O Boticário: apontamentos sobre o percurso metodológico

Os procedimentos aplicados nesta análise têm inspiração netnográfica, ou seja, um modelo metodológico que se estende de forma orgânica e natural para pesquisas de bases observacionais, como entrevistas, estatísticas descritivas, coletas de dados de arquivos, análise de caso histórico, videografia, técnicas projetivas como colagens, análise semiótica etc. (KOZINETTS, 2014).

A netnografia utiliza principalmente o método observacional para monitoramento e acompanhamento de comunidades virtuais, o que impulsiona interesses de áreas como a Comunicação, o Marketing, a Antropologia, a Sociologia e a Educação.

Antes de trazer a análise do discurso semiótico da peça publicitária, buscamos as suas versões no canal do Youtube para nos informar o número de acessos e os comentários produzidos sobre o vídeo. Embora a atividade metodológica não seja apenas netnográfica, utiliza-se o ciberespaço e seus dados de interatividade digital como fonte para análise da pesquisa. Partimos de aspectos metodológicos netnográficos para visualizar o imaginário virtual produzido em ciberculturas. “Os usuários dos não-lugares estão produzindo e sendo alimentados pelo imaginário da cibercultura (ROCHA, MONTARDO, 2005, p. 11).

Ao buscarmos os comentários postados no vídeo, compreendemos que a massa textual empregada nos posts diz respeito a um corpo virtual que representa uma consciência coletiva (LEVY, 2004) e nesse sentido nos interessamos pela netnografia como “ferramenta exploratória para estudar tópicos culturais em geral” (PAIVA e DUARTE, 2017, p. 8). O ciberespaço nos interessa por ser um espaço de compartilhamento de saberes, aprendizagem, comunicação, expressão de ideias e ideologias (LEVY, 2004).

Paiva e Duarte explanam que a netnografia coleta informação em três formas possíveis: “dados arquivais, dados extraídos e dados de notas de campo” (PAIVA e DUARTE, 2017, p. 4). Conforme explicam, os dados arquivais se referem aos dados oriundos diretamente da fonte cibernética, como postagens de comentários, fotos, vídeos em diferentes tipos de sites ou páginas de redes sociais. Os dados arquivais são todos aqueles encontrados diretamente na fonte cibernética, ou seja, são postagens em blogs, dados específicos de um site ou de uma página em uma rede social (*ad idem*).

Nossa pesquisa centra-se em uma peça publicitária que circulou na programação de diversas emissoras de TV, porém nosso lócus de busca foi o ciberespaço, o que nos provoca também a analisar a interação dos sujeitos presentes no canal onde é postado o material, a fim de checar o imaginário social constituído pela narrativa abordada no vídeo. A repercussão nos lares brasileiros que assistiram ao comercial veiculado nas emissoras de TV não pode ser acessada, porém a rede social de vídeos nos permite conhecer textualmente a reação do público. Além da análise da peça publicitária em sua publicação no canal do Youtube, fizemos a coleta de comentários oriundos da comunidade virtual e buscamos reportagens em sites que tratavam do comercial em questão.

O comercial do grupo O Boticário examinado aqui, produzido em 2018, faz parte de uma série em formato de *mockumentary*<sup>1</sup>, com linguagem documental de ficção comum aos seriados. Soraia Alves, colunista do site B9, canal de produção e difusão de conteúdos de comunicação, cultura e mídia, explica que a série de comerciais foi criada pela agência AlmapBBDO e objetivou desenvolver ações digitais e uma audiência que combinasse sentimentos, palavras e presentes Boticário. Conforme Barbara Sacchitiello do portal *meio&mensagem*, a agência “criou um núcleo familiar ficcional, cujos atores representam as diferentes configurações que os elos familiares podem ter”. As colunistas informam que a propaganda conta com a participação especial de um ator mirim “portador de deficiência auditiva” [sic]. A campanha de Natal do Boticário estreou na TV na noite de domingo 25 de novembro de 2018, no intervalo do Fantástico, da TV Globo, mostrando pela primeira vez a família que protagonizará todas as peças publicitárias da marca nas datas comemorativas do calendário de 2019. Os outros filmes que compõem a campanha publicitária – chamados “Rena” e “Trigêmeas” – mostram a família em outras situações no período natalino.

O primeiro vídeo da campanha, intitulado “Coral”, objeto de análise deste trabalho, tem como sinopse a experiência emocionante de uma mãe ao conduzir um coral de crianças em uma apresentação de final de ano da escola onde atua. Desafiada pela presença de um aluno surdo na turma, a mãe-regente o procura e inicia um processo paralelo e alternativo em que permite a inclusão

---

<sup>1</sup> Espécie de gênero cinematográfico que produz um pseudodocumentário em que tentam persuadir o telespectador de que a narrativa produzida em tela é real.

da criança surda, testemunhado por todos na apresentação musical de fim de ano: alunos ouvintes cantam em coro *Stand by me*, enquanto o menino surdo sinaliza a canção em Libras (Figura 1). O ator principal “Leonan” é um menino surdo que tem um canal no Youtube<sup>2</sup> com vários episódios em Língua Brasileira de Sinais. A produção procurou dar representatividade à pauta da inclusão de surdos, com o protagonismo da atuação do ator mirim.

**Figura 1** – Peça “Coral”, da campanha de Natal de O Boticário, 2018.



Fonte: Categoria: Propaganda; anunciante: O Boticário; línguas: Português e Língua de Sinais Brasileira (Libras/LSB); site oficial: <https://www.boticario.com.br>.

A colunista Bárbara Sacchitiello comenta que, na opinião de João Gabriel Fernandes, vice-presidente de planejamento da marca, as datas comemorativas acabam sendo estratégicas para o Boticário não somente por gerar um grande volume de vendas, mas também por ser o momento em que a marca reforça sua ligação afetiva com os brasileiros. Já Pernil, diretor de criação da agência, comenta que em datas comemorativas é possível usar histórias divertidas, fofinhas e super emocionantes. Esse ponto revela a estratégia de compor uma peça publicitária que reforça sua proposição emotiva a partir da imagem surda como acionadora de sentimentos de bondade e caridade. Lane (1992), comenta

<sup>2</sup> Link referente ao comercial vinculado na TV aberta: Vídeo longo, disponível em: [<https://www.youtube.com/watch?v=qNh-4rz0Jlc>]. Vídeo curto, disponível em: ([<https://www.youtube.com/watch?v=f6RAFuGMRKU>]).

sobre a máscara da benevolência ouvinte, que opera em discursos bondosos sobre a surdez, camuflando interesses particulares que não necessariamente correspondem ao desejo das comunidades surdas. Do ponto de vista da divulgação da língua e da presença surda, o comercial inova e faz-se necessário. O que gostaríamos de problematizar é a narrativa que se formula sobre a experiência surda e a concepção de inclusão adotada.

Na Tabela 1, sintetizamos as três versões da campanha publicitária de Natal com descrição do tempo e das características de cada um dos vídeos que circulou na plataforma do Youtube e suas visualizações.

**Tabela 1** – Versões da propaganda veiculada no Youtube.

<b>TÍTULO</b>	<b>TEMPO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Versão ampliada 1: “Essa história continua aqui”, Em: <a href="http://twixar.me/p4y1">http://twixar.me/p4y1</a> .	<b>2:55</b>	Versão ampliada da propaganda veiculada na TV. A partir do minuto 2:20, uma mensagem escrita anuncia: “Assista este mesmo comercial de outro ponto de vista”. A partir daí, a narrativa é contada com desenhos de autoria do menino surdo Leonan, realizados nas cenas dos bastidores, e finaliza com a frase sinalizada em Libras “Feliz Natal”.  Publicação em 26 de novembro de 2018.  O vídeo apresenta 1.464.720 visualizações e 193 comentários1.  O vídeo não possui tradução em Libras.
Versão reduzida 2: “Tem gesto que não só fala, canta”. Em: <a href="http://twixar.me/X4y1">http://twixar.me/X4y1</a> .	<b>1:00</b>	Publicação em 25 de novembro de 2018.  O vídeo apresenta 4.855.832 visualizações e 488 comentários.  O vídeo não possui tradução em Libras.
Versão reduzida Acessível 3: “Natal O Boticário”. Em: <a href="http://twixar.me/j4y1">http://twixar.me/j4y1</a> .	<b>1:00</b>	Publicado em 26 de novembro de 2018, possui 32.266 visualizações, 58 comentários.  Audiodescrição e janela de Libras padrão ao canto direito da tela.

Tabela: Organização dos autores (2020).

A análise apresentada na seção que segue contemplará frames da peça publicitária “Essa história continua aqui” completa, compreendendo desde o tempo de análise até a minutagem de 2:20, bem como os comentários postados na página do Youtube onde o vídeo foi divulgado. Observamos que essa versão (até 2:20) foi veiculada na TV aberta e não apresentava recursos de acessibilidade, audiodescrição e janela de tradução. Nossos fundamentos teórico-metodológicos de análise e interpretação do texto audiovisual (THOMA, 2002) têm inspiração bakhtiniana em sua compreensão da tomada do texto como instância de produção e de circulação de conhecimentos no processo de pesquisa em ciências humanas.

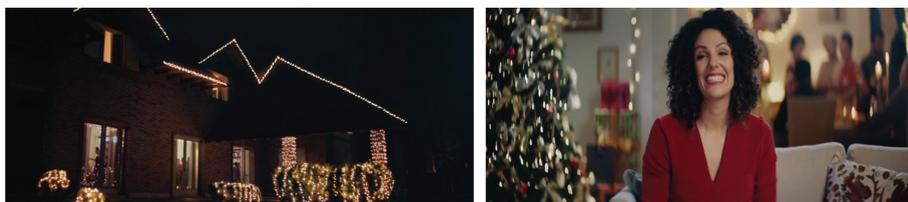
As formas de interrogar o texto e os processos de enunciação que ele encerra constituem uma atividade dialógica da relação entre o pesquisador e seu Outro, um processo de constituição da alteridade ou, dito de outra maneira, o texto e seu contexto de produção como fonte de dados no qual o acontecimento emerge, focalizando o particular enquanto instância de uma totalidade social (JOBIM E SOUZA, 2003).

### 3. Análise e discussão

#### 3.1 Comercial de Natal da Boticário 2018

O vídeo possui como primeira cena a ambientalização de uma casa de classe média alta com enfeites de Natal em sua fachada (Figura 2). O quadro corta para introdução com a professora do coral da escola em que o protagonista estuda, ao fundo há uma festa de Natal com convidados celebrando, aparentemente sem silhuetas de algum corpo sinalizando. Em destaque, num plano aproximado, a professora compartilha que o natal foi ainda mais especial. Esta parte do comercial não possui língua de sinais.

**Figura 2** – Ambientação de Natal.



Fonte: Print de vídeo, <https://www.boticario.com.br> (2021).

A segunda cena da narrativa do vídeo tem como ambiente uma sala de aula com carteiras dispostas de modo tradicional, em fileiras, com alunos uniformizados em provável aula de educação em artes, uma vez que suas carteiras contêm vidros com tinta guache e pincéis. A peça busca emular uma situação de igualdade por meio da inclusão de uma criança surda pelo suposto respeito à sua diferença linguística em um coral musicado, atividade essencialmente voltada para alunos ouvintes. Observa-se, contudo, que não há artefatos que localizem a presença surda, suas identidades e artefatos culturais na escola.

O sinal sonoro da escola toca, não há sinal luminoso, no quadro uma frase: “Hoje: dobradura de árvore de Natal”; ao lado, um cartaz escrito “Ensaio do Coral” (Figura 3), ambos em português; não há marcadores da presença de materiais com língua de sinais no ambiente de sala de aula, a professora é ouvinte e não utiliza língua de sinais, não há a presença de intérpretes de Libras e nenhum colega da turma sinaliza. A climatização da cena coloca o protagonista em perspectiva de isolamento, retirando-se da sala ao ter ciência de sua limitação para participar da atividade coletiva de caráter musical e oral-auditiva.

**Figura 3** – Sala de aula.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

A igualdade é conceito aniquilador da diferença surda e daquilo que ela produz. Santos (2019, p. 66), descrevendo a escola a partir da modernidade, explica que ela constituiu um currículo construído para a negação do Outro e sua alteridade, a escola surge como um meio de governar os corpos dos discentes, negando as diferenças com discursos de igualdade. O apagamento de marcas simbólicas é um silenciamento da subjetivação, é uma produção da identidade ouvinte comum injetada na subjetividade surda, uma vez que não permite o reconhecimento de si e reproduz práticas sob uma perspectiva identitária oral-auditiva dominante. Woodward (2014, p. 61) explica que os

sujeitos são recrutados pelas ideologias, mostrando que a subjetividade pode ser explicada em termos de estruturas e práticas sociais e simbólicas.

Hall (2018) explica a ideologia como uma tarefa de estabelecimento, seleção e combinação de significados. Para o autor, as relações sociais são representadas na linguagem onde adquirem significado. É nesse lugar que também se conclui o Outro, que é enxergada e definida a imagem do Outro. Bakhtin (2015) reflete sobre a imagem externa do “eu” personificado axiologicamente no olhar daquele que me interpela. Bakhtin (2015) observa essa construção em termos de representação na arte (literatura, pintura e aqui podemos acrescentar o cinema), onde o personagem produzido é uma imagem plástico-pictural, que existe axiologicamente apenas para o Outro, que conclui a sua existência em valores e unidades sugeridas. Na peça publicitária, a sugestão axiológica enquadra, em certa conclusibilidade, o que seria uma experiência surda escolar, familiar e cultural na lógica do ouvinte. É o corpo exterior, criado, forjado e enunciado.

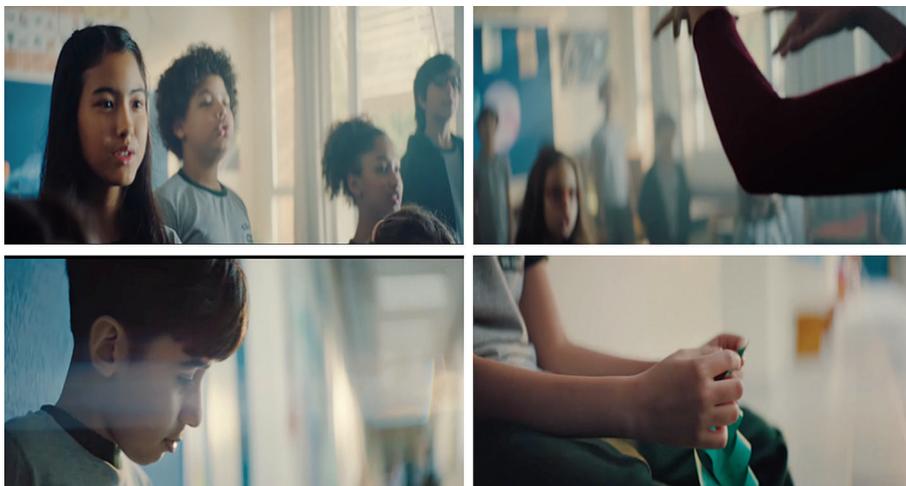
Na terceira cena (Figura 4) há uma sequência de frames que retratam a exclusão da atividade pelo menino surdo: não participa do ensaio do coral em sala de aula, fica isolado dos demais estudantes, esperando no corredor da escola em um banco. O cenário da escola continua repleta da norma ouvinte: nenhum artefato cultural ou linguístico ligado à cultura surda é evidenciado; o menino, resignado, olha para o chão, assujeitado aquela estrutura de poder do chamado colonialismo ouvinte (LANE, 1992), presente no território escolar. Sobre o campo das políticas educacionais, historicamente há uma disputa pelo sentido da educação bilíngue, pelos movimentos surdos em que se evidencia a importância da língua de sinais na escola, conforme narrado pelas pesquisadoras surdas brasileiras Ana Regina Campello e Patricia Rezende (2014):

A história em defesa das nossas escolas específicas vem de tempos longínquos. A língua de sinais e a cultura surda, em sua imensidão compartilhada entre os pares surdos, travou-se em períodos de proibição do uso da nossa língua, por imposições ouvintistas, sempre entremeadas de muitas lutas pela sobrevivência da nossa língua de sinais e pela qualidade da nossa educação (p. 73).

Ainda discorrendo sobre educação bilíngue, destacam o protagonismo da língua de sinais, que as pesquisadoras adjetivam como “língua soberana da comunidade surda”; em suas palavras: “somente nós, surdos, sabemos o que é

melhor para nós, da forma como precisamos ser educados, da forma que precisamos aprender, que é pela instrução direta em nossas línguas de sinais” (CAMPELLO E REZENDE, 2014, p. 78).

**Figura 4** – Exclusão na escola.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

Para Lane (1992), no estereótipo do ouvinte a surdez indica a falta, e não a presença, de algo. O silêncio é sinônimo de vácuo. O autor explica que ao imaginar a surdez, o ouvinte projeta um mundo do silêncio, que traz um pensamento aterrorizador de isolamento e de desorientação pela incapacidade de comunicação.

Na sequência, a professora do coral se aproxima do aluno surdo, entregando a ele a mesma partitura musical utilizada pelos demais estudantes no ensaio. Há, entre eles, um sorriso de afeto e cumplicidade e aparente alegria do menino pelo acolhimento da professora (Figura 5). Não há uso da língua de sinais.

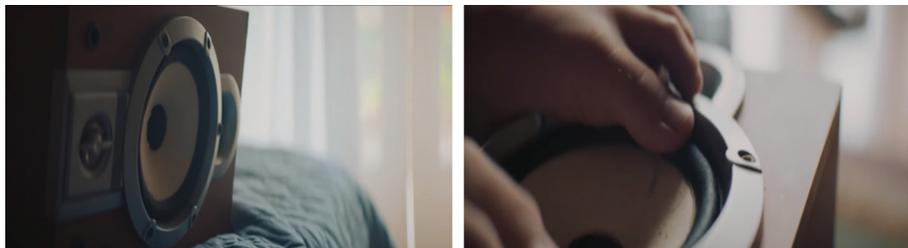
**Figura 5** – Acolhimento do estudante.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

O corte seguinte introduz a cena com uma caixa de som. Todas as cenas seguintes mostram o menino ensaiando a partitura da música, fazendo sinais de regência, colocando os pés sobre a caixa de som para possivelmente sentir a vibração, sempre sozinho (Figura 6). Toda sequência de planos narra o esforço do aluno surdo em relacionar o som com a partitura, movimentos das mãos e dos pés. Lane (1992, p. 23) explica que para o ouvinte a surdez representa uma falta e um vácuo, o que causa certas angústias e elocubrações sobre a vida de uma pessoa surda “quem é surdo não pode ter a mesma orientação e segurança no seu ambiente, com certeza que não pode escutar música.” O autor entende que o que motiva o erro da dedução do ouvinte, leigo e desinteressado pelo surdo é o medo existencial.

**Figura 6** – Música pela vibração.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

A cena demonstra o esforço da criança surda para alcançar a experiência da sonoridade proposta pela professora. O aluno está sozinho e não têm nenhuma mediação ou orientação para realizar a tarefa: o esforço de integração é individual, uma via de mão única, em que o agente da superação do desafio é um sujeito individual na tentativa de inserir-se na norma. Assistimos ao já problematizado conceito de integração que supõe a mera colocação do corpo “deficiente” no espaço majoritário e sua capacitação para enfrentar as demandas do meio ao qual se pretende “integrar”, pela expressão individual de suas habilidades para superar adversidades do *mainstreaming* (OMOTE, 1999). Nesse sentido, persiste a invisibilização da língua de sinais na narrativa, pois ela é uma habilidade de um único sujeito, o menor surdo com sua diferença, que se esforça sozinho para aprender a expressar a música do Outro em sua linguagem própria.

Terceiro (2018) entende que o *Deafhood* não se afirma na individualidade, mas sim na possibilidade de efetivar o encontro entre os pares para a disseminação da língua de sinais, sendo assim apenas no coletivo, na vivência comunitária se estabelece a identificação cultural com modelos de representação positivos. Gladis Perlin, estudiosa das identidades surdas, afirma a cultura surda como uma experiência forjada em “símbolos e práticas jamais conseguidos, jamais aproximados da cultura ouvinte. Ela é disciplinada por uma forma de ação e atuação visual” (PERLIN, 2005, p. 56). Essa visão sintetiza que a vivência surda é identificada com o mundo da experiência visual e não da experiência auditiva, que se distancia referencialmente da cultura ouvinte constituída por signos essencialmente audíveis.

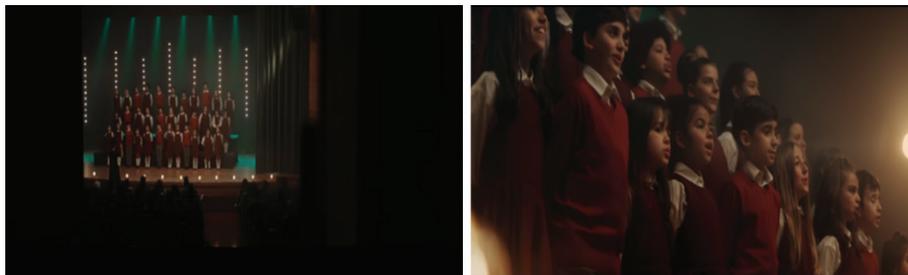
Para Silva (2014a) representação só pode existir na dimensão do significante, pela marca material; as imagens que compõem a narrativa da peça publicitária e sua mensagem atribuem sentido ao que é uma experiência surda na relação com experiências das produções materiais, simbólicas e culturais dos ouvintes.

Em síntese, a cena projeta uma ideologia de alteridade surda assujeitada à experiência ouvinte da música e do som, ainda que essa não seja essa a perspectiva cultural das vivências da comunidade surda. O estereótipo reforçado é o de que a música pode ser sentida pelas vibrações, como pretende sugerir a cena, não de que é uma experiência natural para surdos com perdas auditivas severas e profundas, como é o caso de surdos sinalizantes. Em nossa análise, são reforçadas posições de poder e privilégio da cultura oral-auditiva dominante ao produzir uma representação de uma identidade surda assimilada na posição ouvintista. Silva (2014) nos lembra que a reprodução de uma enunciação pode reverberar em fato, já que conclui o Outro numa lente confortável e ajustadora da cultura do Outro na minha.

Skliar analisa essa pedagogia como a da alteridade de “um outro da educação que devia ser anulado, apagado”, justamente porque assimilado pelas práticas da manutenção da norma que, desde sempre, impõem regras do ser e existir à imagem e semelhança do “mesmo”, em discursos pedagógicos que “se dirigem à captura maciça do outro para que a escola fique ainda mais satisfeita com a sua missão de possuí-lo, tudo dentro de seu próprio ventre (2003a, p. 41).

A cena seguinte ambienta o espaço interno do auditório e localiza o coral de estudantes uniformizados, já a postos para a apresentação com a regência da professora. O coro inicia apenas com a vocalização do ritmo da música, o aluno surdo aguarda (Figura 7).

**Figura 7** – A apresentação do coral.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

Na sequência, quando se inicia a letra da música *Stand by me* (cantada em inglês), o aluno surdo começa a sinalizar a música em Libras. Neste momento, a plateia aplaude e os planos são montados entre a performance do ator surdo, a plateia emocionada e os diferentes ângulos dos demais integrantes do coral. A língua de sinais protagoniza a montagem dos planos e se apresenta como um ápice da narrativa. A diferença surda é narrada pelo uso da língua de sinais. A alteridade surda sinalizante, até então invisibilizada na narrativa e na semiótica da peça, é identificada na diferença da criança e simbolizada como recurso que oportuniza a sua inclusão na atividade pela criança surda. Observa-se que o ambiente escolar busca ser representado na perspectiva inclusiva e de acolhimento (apesar de não ter sido evidenciado nenhum artefato da cultura surda ou a presença de intérpretes de Libras em sala de aula, por exemplo); é o aluno, individualmente, que rompe as barreiras sociais e trabalha para validar o seu critério de aceitação: cantar em língua de sinais a música de todos.

A língua de sinais é sem dúvida a maior reivindicação da comunidade surda enquanto direito fundamental, basilar para sua existência. O uso e não a oralização no comercial define uma posição favorável à língua de sinais na narrativa cinematográfica na esfera midiática. Durante as cenas, há cortes aproximados no rosto da mãe, que tem olhos lacrimejantes, claramente emocionada.

**Figura 8** – A inclusão da língua de sinais.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

Os produtores destacam a sinalização da música como o momento de clímax, com aplausos de palmas sonoras pela plateia, em meio a poucas palmas visuais (possivelmente dos pais e familiares do menino surdo), ao final da apresentação.

**Figura 9** – Plateia emocionada.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

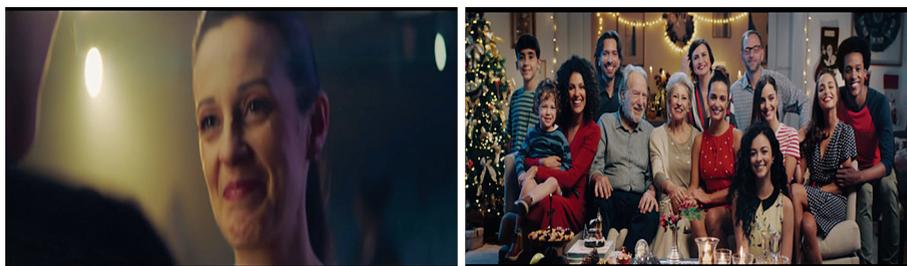
A utilização da língua de sinais na peça publicitária em um cenário de hegemonia ouvinte obviamente contribui para as narrativas de resistência de ocupação das práticas discursivas pela presença de surdos identificados com a língua de sinais e sua cultura visual. Contudo, é necessário pontuar que incluir a língua de sinais, pontualmente, sob a rédea de um artefato cultural dentro da perspectiva ouvintista – a música – em um cenário constituído de maioria ouvinte, não representa um avanço nas políticas de identidades e práticas discursivas na esfera midiática, sob a ótica da linguagem cinematográfica.

Embora na aparência seja dado destaque ao enfoque emocional da inclusão pelo acolhimento da criança surda em uma atividade escolar, pela ausência de representatividade de símbolos ligados à cultura surda, de práticas

bilíngues de respeito aos direitos linguísticos da criança surda em uma escola de ouvintes, depreende-se uma experiência isolada com a língua de sinais. Ladd (2013) entende que narrativas de base pautadas na experiência ouvinte produzem um conflito entre a imagem positiva de si próprio como surdo em uma perspectiva socioantropológica tensionada pelo modelo clínico-terapêutico hegemônico da ‘surdez’ em que surdos se adaptam à experiência ouvinte para um pertencimento cultural. O autor entende tal representação como uma divisão do eu.

Por que não havia um intérprete de Libras na sala de aula? Por que as crianças ouvintes não se comunicavam em Libras com seu colega surdo? Por que a experiência de inclusão não abrangeu a experiência de toda a turma sinalizar a canção na apresentação aos pais? Não seria essa a grande mensagem de solidariedade, respeito à diferença e caráter inclusivo que a mensagem de Natal deveria veicular? Obviamente, esses questionamentos têm caráter retórico, pois todos nós sabemos que a resposta a todas essas questões seria “sim”, na perspectiva socioantropológica do deafhood. Para Terceiro (2018), a existência surda e sua aceitação social extrapola a identidade individual porque incide em experiências coletivas que, além das experiências visuais, contemplam a história cultural dos surdos, as narrativas literárias surdas, as manifestações estéticas surdas todas elas atravessadas pela primazia das línguas de sinais como principal marcador cultural dos surdos como minoria linguística e cultural.

**Figura 10** – Cena final.



Fonte: Print de vídeo <https://www.boticario.com.br> (2021).

Nas cenas finais, após apresentação do coral, a mãe do surdo presenteia a professora com um perfume da marca, signo da mensagem de gratidão pelo acolhimento e sensibilidade à diferença de seu filho surdo. Entre elas, não há

comunicação verbal, apenas sorrisos, expressões de afeto e um abraço fraterno. A última cena é a de uma grande família reunida, supostamente em uma noite de Natal, pela ornamentação de luzes e enfeites. A celebração da pluralidade cultural é representada pela diversidade geracional (crianças, jovens, idosos), pelos casais interracialis (negros/as e brancos/as) e pela presença do garoto surdo, sorridente, assimilado pela normalidade natural ouvintista. Nenhuma menção à língua de sinais, nenhum gesto, nenhum signo da interculturalidade que o coral sinalizado poderia ter proporcionado ao grupo hegemônico de pessoas ouvintes.

Perlin (2013, p. 61) demarca o conceito de ouvintismo natural para as práticas discursivas que repercutem uma igualdade natural entre surdos e ouvintes, ainda que surdos estejam encapsulados na cultura ouvinte majoritária. Uma concessão à língua de sinais que não promove rupturas com a normalidade ouvinte, já que não há mensagens que problematizem o status quo do monolinguismo em português que rege as práticas escolares de inclusão. Um surdo em uma escola de ouvintes mantém a norma ouvintista da política educacional que reproduz o isolamento da presença surda imersa nas representações simbólicas e culturais da maioria ouvinte. A língua de sinais não se coloca como a língua minoritária que reivindica espaço no currículo e nas práticas e interações cotidianas da escola, mas apenas como uma “alegoria” um recurso a ser utilizado pelo único aluno surdo para se comunicar e demonstrar sua humanidade à família de seus colegas ouvintes e suscitar a gratidão materna à sensibilidade da professora que permitiu ao seu filho “diferente”, participar. Citamos Skliar:

Nenhuma palavra sobre a necessidade de uma metamorfose nas nossas identidades. Nenhuma palavra sobre a vibração com o outro. As mudanças tem sido, então, quase sempre, a burocratização do outro, sua inclusão curricular e, assim, a sua banalização, seu único dia no calendário, seu folclore, seu detalhado exotismo (2003a, p. 40).

Sob uma outra perspectiva de inclusão, uma escola bilíngue contemplaria relações sociais, comunicativas, pedagógicas, em que a diferença surda contemplaria o *Deathhood*, desde a infância, as práticas discursivas deveriam contribuir para o fortalecimento da identidade, da cultura visual e da língua de sinais, como estratégia para as mudanças culturais em direção à descolonização dos Surdos nas escolas (TERCEIRO, 2018, p. 84).

### 3.2 O efeito das representações da propaganda de Natal da Boticário 2018 na recepção das práticas discursivas da audiência

Por fim, gostaríamos de debater o efeito das representações da propaganda de Natal de O Boticário 2018 na recepção das práticas discursivas da audiência, por meio da seleção de alguns comentários sobre o vídeo na plataforma do Youtube. De forma geral, observamos que a recepção do conceito de inclusão que prevalece nas postagens é aquela da apologia à convivência com as diferenças, de elogio ao processo afetivo-emocional que essa experiência proporciona a nós, diante do Outro. O filme consegue justamente atuar na emoção dos telespectadores, trazendo depoimentos relacionadas ao sentimento de inclusão, respeito, igualdade e especulações sobre a pessoa surda. A mostra aqui apresentada é para analisarmos as principais recorrências que adjetivam a experiência e a recepção do texto cinematográfico.

#### Comentários do Canal O boticário

##### COMENTÁRIO 1



**Clebson Alves** 8 meses atrás

Parabéns o Boticário essa foi a primeira propaganda que me fez se emocionar 🥰

##### COMENTÁRIO 2



**Felipe Cardoso** 8 meses atrás

Isso sim é inclusão!!!

##### COMENTÁRIO 3



**Gilvan Fontes** 8 meses atrás

Não me segurei e chorei bem na frente de várias pessoas,incrível,maravilhoso,parabéns a tod envolvidos.Deveríamos aprender a língua brasileira de sinais nas escolas!!

##### COMENTÁRIO 4



**Eduardo Baron** 8 meses atrás

Comecei a chorar na parte do coral. Parabéns, ideia genial e tocante. Abraços ❤️

##### COMENTÁRIO 5



**Eduardo Manoel Lasch** 8 meses atrás

Parabéns o mundo precisa de mais professores,assim graças a ela. Aconteceu a inclusão social. Isso precisa ser ensinado desde a pré-escola. Até Na faculdade. Maravilhoso, A reação dos pais é fantástica.

##### COMENTÁRIO 6



**Medley Nascimento** 8 meses atrás

Como não se emocionar com vídeo desse! Inclusão social é o que precisamos! 🥰

##### COMENTÁRIO 7



**tatiana barnett** 8 meses atrás

Parabéns pela iniciativa @boticário, sem palavras para descrever esse comercial. Que aborda um tema tão importante como a inclusão. Chorando horrores. Não chorava a muito tempo, imagina com um comercial. Superou as expectativas

Dados: Youtube.

Os enunciados remontam a uma percepção social da diferença como “deficiência”, como o outro a ser acolhido pelo nosso sentimento de benevolência hospedeira e pelo desejo por essa inclusão utópica na escola que celebra a diferença sem comprometer-se empaticamente com ela, tal como denunciado por Skliar:

a pedagogia das supostas diferenças em meio a um terrorismo indiferente; chamar ao outro para uma relação escolar sem considerar as relações do outro com outros; e a rodução de uma diversidade e uma alteridade que é pura exterioridade de nós mesmos; uma diversidade que apenas se nota, apenas se entende, apenas se sente. (2003a, p. 39).

Essa percepção superficial da inclusão no espaço escolar projeta a posição solidária e benevolente do ouvinte que tem apreço pelas pessoas surdas e pela língua de sinais. O choro expressa a catarse do sentimento de piedade pela superação do menino surdo ao ser incluído pela música em língua de sinais. Para Hall (2018), os sujeitos culturais são localizados em vocabulários culturais dos quais nossas enunciações estão vinculadas, não há enunciados fora de uma tradição. Assim, nossas expressões, afiliam-se a uma percepção vinculada a um tempo, espaço e tradição.

Os enunciados “isso é inclusão social” evidenciam a agência da professora nesse processo, mesmo que em nenhum momento ela tenha demonstrado a empatia por seu aluno surdo, se comunicando em língua de sinais, por exemplo. Como nos lembram Bakhtin e Volóchinov (2006, p. 69) “A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico vivencial” o que compreende que uma dada reação exposta em palavras remete ao conteúdo de uma estrutura socioideológica, que revela um valor e um ponto de vista apreciativo. Os comentários postados sobre o vídeo aclaram uma reação emotiva do olhar ouvinte sobre a surdez.

O ciberespaço nos permite visualizar a construção do imaginário social sobre a surdez, agregada a uma narrativa audiovisual em peça publicitária que faz um engendramento da pessoa surda sob a lente da inclusão. Skliar (2003b), entende que o ciberespaço é regulado e manipulável também, podendo ser um espaço que suprime traços do tempo e de espacialidades, produzindo desigualdades de imagens e conseqüentemente de narrativas.

A relação música-língua de sinais é também uma marca forte que toca os ouvintes, levando ao imaginário a possibilidade de surdos acessarem a música,

ou a possibilidade da reprodução infinita do currículo e das metodologias de ensino que não alteram sua posição de poder diante da realidade multicultural dos estudantes que são atores protagonistas do processo educacional. Segundo Bakhtin e Volóchinov (2006), a consciência individual é produzida de forma socioideológica, não sendo derivada da natureza, mas dos sistemas semióticos que circulam socialmente. Assim, podemos analisar como os comentários acompanham todo o ato ideológico posto em signos cinematográficos para representar a experiência surda.

Os comentários positivam a ação da empresa e seu compromisso com a inclusão, demonstrando o impacto emocional que a narrativa suscitou ao veicular a narrativa individual de superação da criança surda. Observa-se a música sinalizada como o principal operante para compor tal catarse. Inclusão. Choro. Emoção, são os termos que ficam como mensagem.

### **Considerações finais**

É de grande importância ter a língua de sinais no cenário das produções cinematográficas/audiovisuais. Sem dúvida comerciais como este objeto de análise tem o seu peso na visibilidade da língua de sinais e da pessoa surda. Apesar disso, o domínio discursivo da publicidade deve ser um campo de interrogação dos sentidos que as representações e alteridades surdas suscitam pelo forte apelo ideológico e de posições de poder que ele estrutura.

Neste trabalho, buscamos problematizar como a alteridade surda é produzida nas representações midiáticas da propaganda e opera sobre as concepções de inclusão no contexto escolar que circulam no imaginário social. Para compreender como o discurso da diferença e da inclusão escolar dos surdos é engendrado nas escolhas semióticas que circulam na peça eleita, tomamos como procedimentos metodológicos a contribuição da pesquisa netnográfica para análise e a interpretação do texto audiovisual.

Nossa análise destacou que, apesar da intenção da produção audiovisual em destacar a diferença surda pela valorização da língua de sinais como elemento mediador do processo de inclusão, a concepção de educação escolar repercutida na narrativa é equivocada, já que parte do pressuposto da superação individual para o pertencimento e a acolhida na sociedade majoritária. A peça vale-se do apelo emocional-afetivo para produzir a empatia para o

seu “produto”, reiterando a tese da presença física e convivência social como mecanismo propulsor da inclusão.

A situação de igualdade supostamente garantida pela língua de sinais no coral musicado é desconstruída na constatação de um ambiente que invisibiliza a presença surda, suas identidades e seus artefatos culturais na escola. Isso se evidencia no fato de ser uma escola para crianças ouvintes, monolíngue em português; pela ausência de professora, intérprete ou colegas que utilizem a língua de sinais; o esforço individual da criança surda em se apropriar e compreender conteúdos e práticas da tradição oral-auditiva hegemônica para se “incluir”; aposta na sensibilização e na emoção através da presença surda e da língua de sinais em um episódio pontual, a festa natalina, recoberta de significados de respeito, solidariedade e justiça social.

Os valores refletidos no ponto de vista e a voz social e ideológica (BAKHTIN, VOLÓSHINOV, 2006, p. 95) situados reproduzem a desigualdade social entre surdos e ouvintes, por meio das práticas ouvintistas hegemônicas que permitem a concessão à língua de sinais, pontualmente, mas não promovem rupturas significativas no ambiente monolíngue em português que impede as manifestações culturais do *Deafhood* no currículo escolar. A sinalização de uma canção pelo surdo na festa de Natal da escola sinaliza para a continuidade da “burocratização do Outro na sua inclusão curricular e, assim, a sua banalização, seu único dia no calendário, seu folclore, seu detalhado exotismo” (SKLIAR, 2003a, p. 40). Seguimos abrigados na nossa mesmidade, no conforto de nossas identidades hegemônicas

Este trabalho aponta para a importância de tomarmos outros textos audiovisuais que circulam em diferentes domínios discursivos com a temática da surdez e das produções culturais dos surdos como objetos de análise na pesquisa no campo de estudos surdos em educação. Pelo forte apelo que as peças publicitárias têm na narrativa da inclusão pelo consumo, precisamos estar atentos, denunciando os efeitos e as consequências de suas representações sociais. Percrutar as escolhas semióticas das narrativas e suas representações e problematizar as linguagens que suas enunciações representam constitui um ato de resistência na produção de novos significados e sentidos sociais sobre o ser surdo e suas formas de existir.

## REFERÊNCIAS

ALVES, S. *O Boticário cria série de mockumentaries para celebrar o Natal: Comerciais trazem diferentes situações comuns do Natal com a emoção típica da marca*. 26 nov. 2018. Disponível em: [<https://www.b9.com.br/100118/o-boticario-cria-serie-de-filmes-para-seu-natal-2018/>] Acesso em: 06 ago. 2018.

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. Tradução Paulo Bezerra, 6. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN, M.; VOLÓCHINOV, V. N. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 2006.

CAMPELLO, A. R.; REZENDE, L. F. Em defesa da escola bilíngue para surdos: a história de lutas do movimento surdo brasileiro. In: FERNANDES, S. Dossiê educação bilíngue para surdos: políticas e práticas. *Educar em Revista*, Curitiba, Brasil. Editora UFPR, 2014.

CODATO, H. Cinema e representações sociais: alguns diálogos possíveis. *Verso e Reverso*, XXIX(55):47-56, jan.-ab. 2010, Unisinos – Doi: 10.4013/ver.2010.24.55.06.

FERNANDES, S.; MOREIRA, L. C. Políticas de educação bilíngue para os estudantes surdos. *Educar em Revista*, Curitiba, Brasil, v. 33, n. especial 3, p.127-150, dez. 2017.

FREIRE FILHO, J. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. *Revista Famecos*, v. 12, n. 28, p. 18-29, 2005. Disponível em: [<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/3333/2590>]. Acesso em: 11 jul. 2021.

HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. In: Liv. S(Org.). Tradução Adelaine La Guardia Resende. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.

KOZINETTS, R. V. *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014.

LADD, P. *Em busca da Surdidade 1: colonização dos surdos*. Tradução Mariani Martini. Lisboa: Surd'Universo, 2013.

MARCUSCHI, L. A. et al. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. *Gêneros textuais e ensino*, v. 2, p. 19-36, 2002.

OMOTE, S. Normalização, integração, inclusão. *Ponto de vista: revista de educação e processos inclusivos*, n. 1, p. 04-13, 1999.

PAIVA, C.; DUARTE, D. Netnografia e suas capacidades metodológicas. In: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – Curitiba, PR, 2017.

PERLIN, G. Identidades Surdas. In: SKLIAR, C. *A surdez: um olhar sobre as diferenças*. Porto Alegre: Editora Mediação, 2005.

\_\_\_\_\_. Identidade Surda. In: SKLIAR, C. *A surdez: um olhar sobre as diferenças*. 6. ed. Porto Alegre: Editora Mediação, 2013.

REZENDE, P. L. F. *Implante coclear e resistência surda*. 1. ed. Curitiba: CRV, 2012.

ROCHA, P. J.; MONTARDO, S. P. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura.

*E-Compós*, [S. l.], v. 4, 2005. DOI: 10.30962/ec.55. Disponível em: [https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/55]. Acesso em: 12 jul. 2021.

SACCHITIELLO. B. No Natal, Boticário apresenta sua nova família: Campanha natalina da AlmapBBDO marca estreia de núcleo de personagens que acompanhará o anunciante em 2019. 26 nov. 2018. Disponível em [https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/11/26/no-natal-boticario-apresenta-sua-nova-familia.html] Acesso em: 06 ago. 2018.

SANTOS, de L, R. *Negros/as surdos/as no ensino superior: mapeando cursos de graduação de letras Libras*. 2019. Dissertação (Mestrado em Educação) –Programa de Pós-graduação em Educação, UFPR, Paraná

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 73-102.

SKLIAR. C. A invenção e a exclusão da alteridade “deficiente” a partir dos significados da normalidade. *Revista Educação e Realidade*. jul/dez. 1999.

\_\_\_\_\_. A educação e a pergunta pelos Outros: diferença, alteridade, diversidade e os outros “outros”. *Ponto de Vista: Revista de educação e processos inclusivos*, n. 5, p. 37-49, 2003a.

\_\_\_\_\_. *Pedagogia (improvável) da diferença: e se o outro não estivesse aí?* Tradução Giane Lessa. Rio de Janeiro: DP&A, 2003b.

\_\_\_\_\_. Um olhar sobre o nosso olhar acerca da surdez e das diferenças. In: SKLIAR. C. *A surdez: um olhar sobre as diferenças*. 6. Ed. Porto Alegre: Editora Mediação, 2013.

\_\_\_\_\_. *Desobedecer a linguagem*. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

TERCEIRO. F. M. L. *Deafhood: contribuições de Paddy Ladd à educação bilíngue para surdos*. 2018. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós Graduação em Educação, UFPR, PR.

THOMA. A. S. *O cinema e a flutuação das representações surdas - “Que drama se desenrola neste filme? Depende da perspectiva...”*. 2002. Tese – Programa de Pós-graduação em Educação – UFRGS, RS.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. da. *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.