

Por outras palavras – ferramenta de combate ao estigma da deficiência visual

Sabrina Santos Rufino

Escola Superior de Arte e Design, Caldas da Rainha, Portugal

Renato Jorge Costa Lopes Bispo

Escola Superior de Arte e Design, Caldas da Rainha, Portugal

Introdução

Nesta comunicação será apresentado processo de desenvolvimento e resultados alcançados de um jogo de cartas, como forma de contacto entre a pessoa com deficiência visual e normovisual de forma a desmistificar ideias pré-concebidas e educar a população não só sobre as capacidades das pessoas com deficiência visual mas também o seu empoderamento. Entendeu-se que uma forma lúdica poderia ser uma maneira de expor o estigma, e de contribuir para a inclusão das pessoas com deficiência visual, não obstante da sua literacia em braille ou capacidade de leitura e criando um momento de reflexão. Tendo em conta a população com deficiência visual e de forma a garantir uma maior distribuição do jogo, procurou-se também que este pudesse ser facilmente produzido e acessível ao maior número de pessoas. Procurou-se que, através do ato de jogar, se pudesse desconstruir o estigma em volta das pessoas com deficiência visual, levando a uma reflexão e diálogo sobre a deficiência, procurando que os intervenientes falassem sobre as suas vivências e se questionassem. O jogo pode ser jogado por pessoas com e sem deficiência visual, procurando que as segundas se coloquem no lugar da pessoa com deficiência criando laços com estas. Tal como um dos princípios de design contra o estigma, Bispo (2018) defende que o contacto é uma estratégia importante para combater o estigma na medida em que coloca as pessoas estigmatizadas com a população em geral em situações que procuram criar uma relação de igualdade.

A pessoa mais do que uma doença

“O estigma é um processo sociocultural pelo qual os membros de grupos marginalizados são rotulados por outras pessoas como anormais, vergonhosos ou, de outro modo, indesejáveis” (T.L) (Mullor, Sayans-Jiménez, Cangas, & Navarro, 2019, p.205).

Segundo Bourne et al. (2021), estima-se que em 2020 existiam 43.3 milhões de pessoas cegas no mundo e 295 milhões de pessoas com problemas de visão, de moderado a grave. Deficiência visual é um termo que engloba várias pessoas. Desde cegos a pessoas

com baixa visão. Essencialmente qualquer pessoa que, com os melhores meios de correção possíveis, tem dificuldades nas atividades do quotidiano.

Em Portugal, com os censos de 2011 verificou-se que existem 900 mil cidadãos com dificuldade de visão, este número não significa que todos tenham uma deficiência visual devido à forma como o estudo foi realizado. Contudo, sabe-se que existem cerca de 28 mil pessoas que não conseguem ver mesmo com óculos ou lentes de contacto (INE, 2012). As pessoas com deficiência visual sofrem com o estigma relativamente à incapacidade. A pessoa com cegueira é vista como alguém que necessita de ajuda, que não é capaz de fazer as coisas sozinha e que não têm qualificações suficientes. O mito de que adaptar o lugar de trabalho é dispendioso e complexo, ou que não é possível a pessoa com deficiência trabalhar autonomamente permanece presente. Uma consequência deste estigma resulta na taxa de desemprego de pessoas com deficiência visual e na forma como são encaradas na procura de emprego. Segundo a ACAPO, nos últimos cinco anos apenas foram finalizadas 80 integrações profissionais de 750 apoios prestados, desses apenas 28 se realizaram em contratos de trabalho (Traqueia, 2021). Assim, comprova-se que apesar de haver interação com o mercado de trabalho, as entidades empregadoras não contratam pessoas com deficiência visual.

De forma a combater o estigma e a falta de informação e conhecimento sobre a deficiência visual, existem três estratégias que tipicamente são utilizadas: 1) passagem de informação sobre as diferentes condições ou dificuldades gerais destas comunidades, 2) contacto direto com as pessoas estigmatizadas e 3) um aumento de consciência pública através de campanhas de consciencialização da sociedade (Mullor et al., 2019), no entanto é necessário um papel mais ativo e pessoal para criar empatia. No estudo de (Mullor et al., 2019) demonstra-se como um jogo produz resultados no combate ao estigma relativo à saúde mental, procurando criar proximidade e empatia com o jogador, expondo o jogador a diferentes pontos de vista, situações e fornecendo as diversas informações.

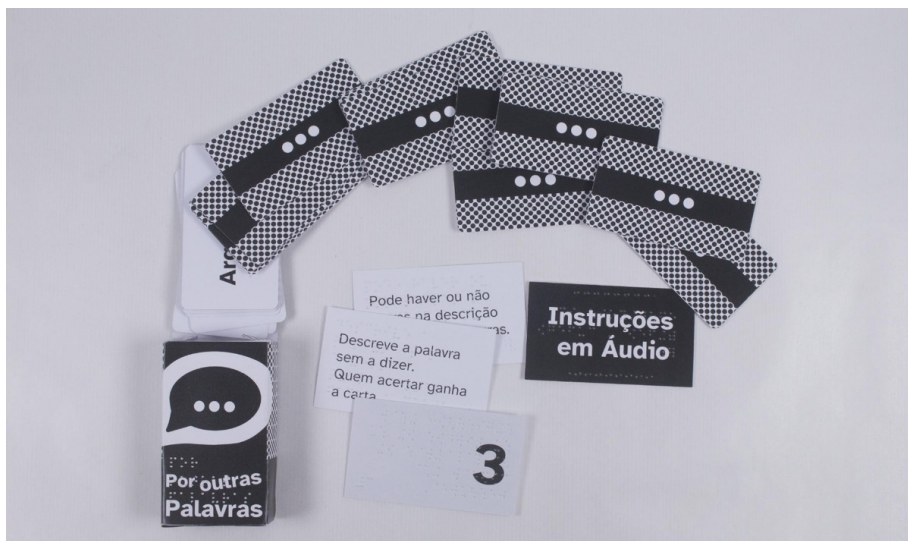
De forma a criar um jogo que permita criar proximidade e empatia entre pessoas normovisuais e com deficiência visual, que combatesse o desconhecimento e a discriminação, mais do que entender as questões técnicas relacionadas com a incapacidade e a deficiência visual tornou-se importante entender a experiência real das pessoas que vivem com esta condição, quais as suas dificuldades, e estratégias, e de que forma o design possa efetivamente ser uma ferramenta de apoio para os seus dias.

Assim, em termos de metodologia, procurou-se que esta fosse ao encontro do público alvo e que os desejos das pessoas com deficiência fossem mais relevantes do que as questões de negócio ou artísticas tal como acontece na abordagem de Human Centered Design (Ku & Lupton, 2019). A investigação dividiu-se em 5 fases que seguem a aborda-

gem de design thinking, Empatia, Definição, Ideação, Prototipagem, Teste (Hasso Plattner – Institute of Design at Stanford, n.d.).

O primeiro passo foi ir de encontro às pessoas e observá-las, entender quais as suas dificuldades e perceber os vários aspetos da deficiência visual. No entanto, devido ao contexto pandémico que se encontrava, na fase inicial do trabalho este contato com as pessoas apenas pode ser realizado recorrendo a entrevistas à distância com plataformas como Zoom. Com as entrevistas procurou-se entender os vários pontos de vista sobre a incapacidade, a forma como a sociedade encara as pessoas com deficiência e as dificuldades que estas pessoas enfrentam nos seus quotidianos, questões técnicas da própria reabilitação e questões políticas associadas.

Após analisar as entrevistas e toda a informação recolhida seguiu-se a definição. Onde se procurou perceber qual a raiz dos problemas e de que forma se poderiam desenhar as soluções. Quando se descobriu o campo de atuação, procurou-se quais eram as soluções já existentes no mercado, em projetos realizados na área. Partiu-se para o desenho da proposta. Criaram-se protótipos de baixa fidelidade para os primeiros testes de usabilidade que posteriormente foram desenvolvidos protótipos para testes de usabilidade com a comunidade. Quando se verificou a possibilidade de encontro presencial, de acordo com as restrições em vigor, procedeu-se aos primeiros testes dos projetos com pessoas com deficiência visual. Destas sessões de teste surgiam várias questões e sugestões que posteriormente foram tidas em conta no processo de design.



Por outras palavras

O jogo “Por outras palavras” é um jogo de 25 cartas com palavras na qual cada carta contém 1 palavra ou expressão. O objetivo é explicar a palavra ou expressão recorrendo a outras palavras. O jogador retira uma carta e deve explicar aos restantes a sua palavra sem a mencionar até que alguém a adivinhe, quem adivinhar ganha. Existem várias propostas de regras para tornar o jogo mais complexo, desde apenas poder utilizar três palavras para descrever, ou só poder utilizar nomes ou ter de contar uma história sobre a palavra. Assim, o jogo pode ser adaptado ao público que o jogue tornando-o mais competitivo e interessante.

Sendo as palavras o elemento central desta ferramenta, foi necessário muito cuidado e ponderação na sua escolha assim como um acompanhamento do processo por parte da comunidade cega. Decidiu-se criar 5 categorias de palavras de modo a explorar vários aspetos da vida de pessoas com deficiência visual: Conceitos abstratos associados primeiramente à visão (ex. cor); Conceitos concretos associados à visão (ex. arquitetura); Locais (ex. universidade); Experiências sensoriais, (ex. chuva), Ícones culturais (ex. futebol).

Cada carta tem a dimensão de 100mm x 57mm com os cantos arredondados. Estas dimensões permitem uma otimização da impressão e poupança de recursos assim como a semelhança ao código cultural das cartas de jogo. Em termos gráficos decidiu-se utilizar alto contraste de texto a preto em fundo branco devido à maior facilidade de leitura tal como provado no estudo de (Buchner & Baumgartner, 2007) a capacidade de leitura aumenta consideravelmente, na face interior da carta encontra-se a palavra ou palavras a tinta e a sua reprodução em braille, utilizou-se uma fonte otimizada para a leitura por

parte de pessoas com baixa visão e texto aumentado. Na face exterior, a carta possui um padrão com pontilhado de modo a dificultar a leitura dos pontos negativos de braille por pessoas normovisuais. Este padrão no centro da carta tem uma lista a preto que tem como objetivo dificultar a leitura em contraluz da palavra a tinta e no seu centro as reticências que remetem para a imagem gráfica do jogo. Procurou-se uma simplicidade gráfica, mas que ao mesmo tempo todo o jogo fosse apelativo graficamente.

O desenvolvimento das instruções passou pela utilização de áudio-descrição. Sistema utilizado em museus e em conteúdo audiovisual de modo a que alguém, mesmo não sabendo ler braille, possa entender a informação. De forma a facilitar este acesso utilizou-se códigos QR. Um código constituído por pequenos pixéis que ao ser reconhecido pelo telemóvel redireciona a pessoa para as respetivas instruções em áudio do jogo. Atendendo às limitações do código e de forma a facilitar o posicionamento do mesmo, criou-se um caminho de pontos à sua volta de modo a poder ser mais identificado tatilmente. De forma a facilitar o entendimento das instruções pela maior parte das pessoas decidiu-se criar três cartões com as instruções numa versão simplificada em texto aumentado e com o respetivo braille.

Conclusões

De forma a validar o projeto e entender a forma como as pessoas interagiram com o jogo, organizou-se três fases de testes. Num primeiro momento, realizou-se um pré-teste com um grupo de 6 pessoas normovisuais, num ambiente descontraído para perceber se o jogo efetivamente proporcionava um desafio. Conclui-se que a possibilidade de ajustar as regras tornava o jogo mais difícil e consequentemente mais desafiante, por outro lado criou curiosidade sobre algumas temáticas relacionadas com a vivência de conceitos visuais por pessoas com deficiência visual. Num segundo teste, realizado no dia 23 de agosto de 2021, apenas com Jorge Anjos, diretor da ACAPO de Aveiro, este apontou que as cartas deveriam ter o braille marcado de forma mais regular, mas que parecia que o seu funcionamento era de facto interessante. Assim sugeriu testar com um grupo maior de pessoas junto da delegação da ACAPO de Aveiro. Assim, no dia 4 de setembro de 2021 realizou-se um teste junto dos sócios da delegação e os seus familiares onde se obteve uma resposta muito positiva.

Desse teste, surgiu curiosidade pela forma de jogo, assim como a possibilidade de pessoas com vários graus de incapacidade poderem participar. Geraram-se momentos descontraídos onde se partilharam experiências e se conversou sobre o que se deveria melhorar para minimizar as barreiras de inclusão. As conversas provocadas pelas cartas, abordaram de forma descontraída várias questões do quotidiano, como por exemplo, a discussão da importância do uso de lâmpadas por pessoas cegas, contrastando com a realidade de pessoas normovisuais.

Palavras-chave: Deficiência Visual; Design Inclusivo; Estigma

Referências bibliográficas

Bispo, R. (2018). Design contra o estigma. <https://ria.ua.pt/handle/10773/24793>

Bourne, R., Steinmetz, J., Flaxman, S., Briant, P., Taylor, H., Resnikoff, S., Casson, R., Abdoli, A., Abu-Gharbieh, E., Afshin, A., Ahmadieh, H., Akalu, Y., Alamneh, A., Alemayehu, W., Alfar, A., Alipour, V., Anbesu, E., Androudi, S., Arabloo, J., ... Vos, T. (2021). Trends in prevalence of blindness and distance and near vision impairment over 30 years: an analysis for the Global Burden of Disease Study. *The Lancet Global Health*, 9(2), e130–e143. [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(20\)30425-3](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(20)30425-3)

Hasso Plattner – Institute of Design at Stanford. (sem data). Na Introduction to Design Thinking PROCESS GUIDE.

INE. (2012). Censos 2011 Resultados Definitivos - Portugal (Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, Ed.).

Ku, B., & Lupton, E. (2019). Health Design Thinking. Em MIT Press Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.

Mullor, D., Sayans-Jiménez, P., Cangas, A. J., & Navarro, N. (2019). Effect of a Serious Game (Stigma-Stop) on Reducing Stigma among Psychology Students: A Controlled Study. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(3), 205–211. <https://doi.org/10.1089/CYBER.2018.0172>