



**CATARINA FILIPA
ALVES MARQUES**

**ADULTOS COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL E
MEIOS DIGITAIS: DESENVOLVIMENTO
PARTICIPATIVO DE UMA CAMPANHA
AUDIOVISUAL**



**CATARINA FILIPA
ALVES MARQUES**

**ADULTOS COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL E
MEIOS DIGITAIS: DESENVOLVIMENTO
PARTICIPATIVO DE UMA CAMPANHA AUDIOVISUAL**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica da Doutora Rita Santos, Professora Adjunta na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda da Universidade de Aveiro e sob a coorientação da Doutora Ana Margarida Pisco Almeida, Professora Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

o júri

presidente

Prof.^a Doutora Ana Carla Miguéis Amaro

Professora auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

vogal – arguente principal

Prof.^a Doutora Paula Ângela Coelho Henriques dos Santos

professora auxiliar do Departamento de Educação e Psicologia da Universidade de Aveiro

vogal - orientadora

Prof.^a Doutora Rita Costa Bonifácio Seloires dos Santos

Professora adjunta na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Em momento de retrospeção, dou conta de que este trabalho envolveu muitas pessoas a quem devo o meu profundo agradecimento...

Começo por agradecer à minha orientadora Rita Santos e coorientadora Ana Margarida Almeida que me guiaram durante este percurso, nunca deixando de me motivar a alcançar os objetivos. A vossa orientação foi imprescindível, muito obrigada!

À Equipa do Centro Cavalo Azul que sempre se mostrou disponível em todos os momentos, e ao grupo de utentes participantes. A vossa colaboração deu ao projeto um toque único e especial.

Aos meus pais e irmão que são o meu maior apoio, e me dão o privilégio de viver numa família feliz. Saibam que são o meu porto de abrigo, e que a confiança que depositaram em mim foi essencial para a conclusão de mais uma etapa.

Aos amigos que trilharam este caminho comigo, que o tornaram mais fácil com a sua presença, conselhos e amizade. São eles Rita Chaves, Rita Rocha, Catarina Meira e Raphaël Baptista. Muito obrigada pela paciência e ajuda que me dedicaram.

Àos amigos que Coimbra me trouxe e que continuam bem presentes na minha vida. Hugo Mota, José Pedro Araújo, Cláudia Carvalho Silva, Renata Almeida e Soraia Neves.

Um agradecimento a todos os colegas de mestrado com quem muito aprendi. À Mileidy e Ana Teresa por me ajudarem em momentos cruciais. Ao Paulo César, José Mário, Carlos Silva e João Campos por terem sido a alma dos momentos de celebração.

Por fim, agradecer a todas as novas amizades que estes dois anos me trouxeram e a quem de qualquer forma contribuiu para as minhas realizações.

Muito obrigada!

palavras-chave

Meios Digitais; deficiência intelectual; design participativo; audiovisual; inclusão digital

resumo

O presente estudo trata o desenvolvimento participativo de uma campanha audiovisual de promoção de sensibilização para a importância do uso dos meios digitais, por parte dos adultos com deficiência intelectual. Este projeto foi desenvolvido em articulação com uma associação que dá apoio a pessoas com deficiência intelectual – Centro Cavalo Azul - Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência – com vista a viabilizar o acesso direto a um grupo de participantes com deficiência intelectual que colaboraram no processo de produção da campanha audiovisual, desde o planeamento à sua conceção.

A questão que orientou a investigação foi *“como desenvolver uma campanha audiovisual de forma participativa com adultos com deficiência intelectual?”*, que procurou identificar as estratégias para a conceção e realização da campanha de sensibilização de forma participativa; conhecer os usos das tecnologias pelos adultos com deficiência e como estes podem beneficiar a sua qualidade de vida; e ainda observar os efeitos da abordagem colaborativa na promoção e difusão do uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência.

Através dos inquéritos por questionário e pela observação durante as sessões de trabalho, foi possível caracterizar o perfil dos envolvidos no vídeo de sensibilização, traçando assim uma imagem real do seu quotidiano. Os contributos dos participantes com deficiência intelectual centraram-se na tomada de decisão através de votações e nas gravações enquanto técnicos de imagem, som e elenco.

Para validação da campanha audiovisual de sensibilização foi aplicado um inquérito por questionário a uma amostra de 93 pessoas, que revelou o vídeo realizado foi adequado e produziu um efeito sensibilizador para a importância da utilização de meios digitais por parte de adultos com deficiência.

keywords

Digital media; intellectual disability; participatory design; audiovisual; digital inclusion

abstract

The present study focus on the participatory development of an audiovisual campaign to promote awareness of the importance of the use of digital media by adults with intellectual disabilities. This project was developed in collaboration with an association that provides support to people with intellectual disabilities - Centro Cavalo Azul – Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência - with a view to facilitating direct access to a group of participants with intellectual disabilities who collaborated in the process of production of the audiovisual campaign, from planning to design.

An issue that guides a research for "how to develop an audiovisual campaign in a participatory design with adults with intellectual disability?", Which sought to identify as a strategy for designing and conducting the awareness campaign in a participatory mode; know the uses of technologies by adults with disabilities and how these can benefit their life quality; and the effects of the collaborative approach in promoting and disseminating the use of digital media by adults with disabilities.

Through the questionnaire surveys and the observation during the work sessions, it was possible to characterize the profile of those involved in the awareness video, thus tracing a real image of their daily lives. The contributions of participants with intellectual disabilities focused on the process of decision making through voting session sharing opinion about recorded image, sound and also performing.

To validate the audiovisual awareness campaign, a questionnaire was carried out on a sample of 93 people, who revealed that the video was adequate and had a sensitizing effect on the importance of the use of digital media by adults with disabilities.

Índice

1. Introdução.....	1
1.1 Estrutura da dissertação	3
2. Adultos com deficiência Intelectual e meios digitais: da compreensão à estratégia de sensibilização	5
2.1. A Deficiência Intelectual.....	5
2.1.1 A definição do conceito de Deficiência Intelectual.....	5
2.1.2 A Importância da Inclusão Social	6
2.1.3 A deficiência Intelectual e o espaço pessoal	9
2.2. Meios Digitais e Inclusão Digital.....	11
2.2.1. Cenários de acesso e uso dos meios digitais por pessoas com Deficiência Intelectual	11
2.2.2. Papéis e dinâmicas dos meios digitais na transição para a vida ativa e na participação social	13
2.3. Campanhas de sensibilização com recurso a meios audiovisuais	14
2.3.1. Construção de campanhas audiovisuais	14
2.3.2 Estratégias de Design Participativo.....	16
2.3.2.1 Introdução à abordagem e métodos de conceção.....	16
2.3.2.2 Envolvimento de Adultos com deficiência no Processo de Design Participativo	18
3. Trabalho Desenvolvido	20
3.1. Abordagem Metodológica	20
3.2. Fases do Processo Investigativo.....	21
3.3. Campanha Audiovisual de Sensibilização para a importância do uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência intelectual	23
3.3.1. Participantes do estudo.....	23
3.3.2. Análise de dados recolhidos na fase de planeamento.....	24
3.3.3. Desenvolvimento da Campanha Audiovisual de Sensibilização	31
3.3.3.1. Pré-produção	31
3.3.3.2. Produção	39
3.3.3.3. Pós-produção.....	40
3.3.4. Avaliação do potencial de sensibilização da Campanha	44
4. Conclusões, limitações e sugestões de trabalho futuro.....	50
5. Referências Bibliográficas	52
6. Apêndices.....	56

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Perfil dos participantes	24
Tabela 2 – Características dos vídeos apresentados na sessão de pré-produção	32

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Frequência de Consumo de Conteúdos Audiovisuais.....	27
Gráfico 2 - Tipos de Conteúdos Audiovisuais consumidos.....	28
Gráfico 3 - Dispositivos de acesso a Conteúdos Audiovisuais	28
Gráfico 4 - Frequência de Utilização da Internet	29
Gráfico 5 - Dispositivos de Acesso à Internet.....	30
Gráfico 6 - Tipos de Atividades realizadas através da Internet.....	31
Gráfico 7 - Idades dos inquiridos	45
Gráfico 8 - Género dos Inquiridos	46
Gráfico 9 - Grau de importância da temática abordada no vídeo	46
Gráfico 10 - Grau de adequabilidade da montagem e ritmo do vídeo	47
Gráfico 11 - Grau de adequabilidade da música do vídeo.....	48
Gráfico 12 - Grau de adequabilidade da duração do vídeo	48
Gráfico 13 - Grau de poder de sensibilização do vídeo.....	49

Índice de Figuras

Figura 1 - Frame ilustrativo do vídeo Nike – Unlimited Will (pode ser consultado em https://www.youtube.com/watch?v=OiUYOXDVSRw)	33
Figura 2 - Frame ilustrativo do vídeo Entre Rodas e Batom (que pode ser consultado em https://www.youtube.com/watch?v=n-HkPtWERmU)	34
Figura 3 - Frame ilustrativo do vídeo Associação Salvador – 5 minutos fazem a diferença (disponível para consulta em https://www.youtube.com/watch?v=8xrME8GIW2Y)	34
Figura 4 - Símbolos do Facebook, utilizados na votação	35
Figura 5 - Guião.....	37
Figura 6 - Storyboard.....	39
Figura 7- Produção do vídeo de sensibilização.....	40
Figura 8 - Figura 8 – Comparação relativa à correção de cor da frame.....	42
Figura 9 - Comparação relativa à correção de cor da frame	42
Figura 10 - Figura 10 – Comparação relativa à correção de cor da frame.....	43
Figura 11- Imagens exemplificativas das soluções encontradas.....	44

1. Introdução

A presente investigação debruça-se sobre o desenvolvimento de uma campanha audiovisual em *design* participativo que visa sensibilizar para a importância do uso dos meios digitais por parte dos adultos com deficiência, nomeadamente intelectual. O desenvolvimento desta campanha contou com a participação de uma associação que dá apoio a pessoas com deficiência intelectual – Centro Cavalo Azul – Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência¹ – pelo que o planeamento, desenho e concretização da campanha de sensibilização é produto da participação direta de pessoas com deficiência intelectual e daqueles que com eles trabalham/ interagem na referida Associação.

Segundo o Instituto Nacional de Estatística, cerca de 71 mil portugueses tinham, em 2001, deficiência ao nível mental, num total de 636 mil portugueses com deficiência (6,1% da população portuguesa) (PORDATA, 2015). As tecnologias digitais têm potencial na diminuição de muitas das barreiras a que as pessoas com deficiência estão sujeitas: “by using computing technology for tasks such as reading and writing documents, communicating with others, and searching for information on the Internet, students and employees with disabilities are capable of handling a wider range of activities independently” (Burgstahler, 2012, p. 1). O facto de os *media* digitais poderem ter a capacidade de melhorar a qualidade de vida das pessoas com deficiência, torna este tema pertinente e aprofunda a necessidade de promover o seu uso e ampliar a visibilidade dos seus efeitos positivos junto de todos. As iniciativas neste sentido são escassas, pelo que se revelou oportuno e interessante estudar os processos de desenvolvimento de uma campanha que alerte para os benefícios da utilização dos meios digitais para as pessoas com deficiência intelectual e, em simultâneo, demonstre que estas pessoas são capazes de realizar tarefas relacionadas com o desenvolvimento da própria campanha.

Considerando que a maior parte das pessoas com deficiência intelectual não faz uso dos meios digitais – caso que se torna ainda mais visível no caso dos adultos com deficiência (muitas vezes não alfabetizados e com baixos níveis de literacia digital) -

¹ Centro Cavalo Azul . Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência:
<http://cavaloazul.net/wordpress/>

torna-se bastante importante desenvolver estratégias de sensibilização neste campo (United Nations Education Scientific and Cultural Organization, 2016).

Deste modo, a questão de investigação que emergiu e que deu norte ao estudo apresentado neste documento foi “Como desenvolver uma campanha audiovisual de forma participativa com adultos com deficiência intelectual?”. Esta pergunta foi o ponto de partida para uma investigação que pretendeu atingir vários objetivos, nomeadamente:

- identificar as melhores estratégias para a conceção e realização da campanha de sensibilização de forma participativa;
- conhecer os usos das tecnologias pelos adultos com deficiência e como estas podem beneficiar a sua qualidade de vida;
- e ainda observar os efeitos da abordagem colaborativa na promoção e difusão do uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência.

No que diz respeito às finalidades da investigação, pode dizer-se que o estudo teve o intuito de:

- desenvolver estratégias baseadas em conteúdos audiovisuais que contribuíssem para a promoção da sensibilização da sociedade em geral para a importância da utilização dos meios digitais pelos adultos com deficiência e, consequentemente, contribuir para diminuir o estigma associado a estas pessoas;
- incentivar os adultos com deficiência a utilizar mais os meios digitais, aumentando, consequentemente, a autonomia e inclusão destas pessoas na sociedade;
- e, por último, promover o aumento das iniciativas relacionadas com os benefícios das TIC no apoio à população com necessidades especiais.

O quadro teórico escolhido reflete uma preocupação com a definição de “deficiência intelectual” e a identificação dos seus diferentes níveis de profundidade, aprofundando a deficiência intelectual nos adultos, o grupo específico deste estudo. A importância da inclusão social é outro dos temas abordados, que está diretamente ligado com outro grande tema da investigação – os meios digitais e a inclusão digital. O enquadramento teórico remete, portanto, para o uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência e para o papel da educação especial neste campo, culminando numa reflexão sobre o impacto que a utilização desses meios traz para a vida de adultos com deficiência.

Uma vez que um dos objetivos foi o de desenvolver uma campanha audiovisual em *design* participativo, é feita uma abordagem ao desenvolvimento de campanhas de sensibilização com recurso a meios audiovisuais que recorrem a estratégias de design participativo focando, em específico, a pertinência do envolvimento de adultos com deficiência neste processo.

Os documentos e autores utilizados no decorrer do quadro teórico são determinantes, tendo sido selecionados tendo em consideração não só a sua validade mas também a data da sua publicação. A seleção foi feita através de bases de dados como *Scopus*, da ferramenta de pesquisa *Google Scholar* e da Biblioteca do Conhecimento Científico, que garantem a sua qualidade, tendo-se optado por referências recentes, entre 2010 e 2016, que conferem à investigação um teor atual.

Em termos de metodologia, o estudo realizado beneficiou sobretudo da investigação de desenvolvimento, embora se tenham aplicado ainda técnicas ligadas ao design participativo, à investigação-ação e à etnografia. Foi realizada uma recolha de dados no sentido de determinar o perfil de experiência digital e audiovisual dos utentes do Centro Cavalo Azul, no sentido de identificar os recursos de tecnologias da informação e comunicação da Associação e perceber o tipo de atividades realizadas. Como o projeto foi desenvolvido em *design* participativo, as sessões de trabalho com o envolvimento direto dos participantes e as discussões em grupo tiveram um papel determinante no processo. Houve ainda a necessidade de avaliar o potencial de sensibilização da campanha através da aplicação de um inquérito por questionário.

1.1 Estrutura da dissertação

A parte introdutória do documento serviu para apresentar o contexto, os objetivos e a questão de investigação, fazendo também uma breve alusão à escolha da metodologia. De seguida é desenvolvido o enquadramento teórico do estudo, que se encontra dividido em três partes: a primeira aborda a deficiência intelectual e a importância da inclusão social, sendo também abordado o tópico do espaço pessoal; em seguida introduz-se a questão dos meios digitais e da inclusão digital; a terceira parte é dedicada às campanhas audiovisuais de sensibilização nomeadamente no que respeita ao envolvimento de adultos com deficiência mental/intelectual no processo de Design Participativo.

Em seguida é apresentado o trabalho que foi desenvolvido ao nível prático. Começou-se por expor a abordagem metodológica que foi utilizada e as diferentes fases de elaboração da investigação. Posteriormente, foi abordada a campanha de sensibilização que englobou, não só as diversas fases (pré-produção, produção e pós-produção) mas que necessitou de ser complementada com a recolha e análise dos dados obtidos através de inquéritos.

Por fim foram apresentadas as conclusões, as limitações e as sugestões de trabalho futuro, bem como as referências bibliográficas e os apêndices do documento.

2. Adultos com deficiência Intelectual e meios digitais: da compreensão à estratégia de sensibilização

2.1. A Deficiência Intelectual

Quando se trata a temática da deficiência e inclusão, muitos conceitos emergem. No sentido de definir “deficiência intelectual” e de perceber do que trata em concreto a inclusão social, dedicam-se, em seguida, algumas páginas relativas a este tema. No fim do capítulo, atribui-se também atenção à criação de espaço individual e à sua importância para a vida de pessoas com deficiência.

2.1.1 A definição do conceito de Deficiência Intelectual

A deficiência intelectual insere-se nos transtornos de desenvolvimento neurológico e é caracterizada por défices nas capacidades mentais em geral, nos domínios conceptual, social e prático, nomeadamente na aprendizagem, no raciocínio, na comunicação interpessoal e na autogestão (American Psychiatric Association, 2013). Nas edições anteriores do *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* da American Psychiatric Association, esta era denominada de atraso mental mas, por se estar a tornar incomum entre médicos e outros profissionais das áreas da educação e do direito, e por se considerar que esta terminologia se tornou ultrapassada, ofensiva e, consequentemente, inadequada (Harkin, 2010), em 2013, na quinta edição (*DSM-V*) passa-se a admitir o termo “deficiência intelectual” em substituição dessa expressão. De modo a serem esclarecidas as relações com outros sistemas de classificação, como a 11ª revisão de *International Classification of Diseases (ICD-11)*, o termo é acompanhado por “transtorno intelectual de desenvolvimento” (American Psychiatric Association, 2013).

A American Psychiatric Association indica que a deficiência intelectual tem quatro níveis de gravidade – suave, moderado, severo e profundo – que são determinados através do funcionamento adaptativo e não com base no Quociente de Inteligência (QI), uma vez que é o funcionamento adaptativo que define o nível de suporte necessário (American Psychiatric Association, 2013). Já a classificação da American Association on Intellectual and Developmental Disabilities é multidimensional e tem em consideração a construção da deficiência, através de uma escala de intensidade de

suporte com base na gravidade. Em vez de fazer a classificação pela gravidade das limitações funcionais, as necessidades são tipicamente identificadas usando esse instrumento padronizado de necessidade de suporte, que categoriza o nível de funcionamento de cada pessoa com base no nível de apoio que a pessoa precisa para funcionar razoavelmente bem no seu ambiente preferido (Reynolds, Zupanick, & Dombeck, 2013).

As principais características da deficiência intelectual são apresentadas em *DSM-V* (2013) segundo três critérios. O critério A refere-se a défices nas capacidades mentais no geral, no cumprimento de funções intelectuais como raciocínio, resolução de problemas, julgamento e na aprendizagem através da experiência. Englobado na área social e prática, o critério B está relacionado com as limitações do funcionamento adaptativo, que interfere nos padrões socioculturais e de desenvolvimento para independência e responsabilidade social, sendo apresentadas dificuldades na capacidade de comunicação interpessoal e na habilidade de fazer e manter amizades, na esfera educativa, profissional e comunitária, por exemplo. O critério C está relacionado com o facto de as limitações intelectuais e adaptativas terem início durante o período de desenvolvimento (American Psychiatric Association, 2013).

O processo de diagnóstico de deficiência intelectual, antes baseado na pontuação nos testes de QI, baseia-se agora tanto na avaliação clínica como no teste padronizado de funções intelectuais e adaptativas (American Psychiatric Association, 2013), o que configura uma garantia de que as pontuações obtidas no quociente de inteligência não são o fator que define a capacidade geral de uma pessoa, quando se considera adequadamente os seus níveis de funcionamento.

2.1.2 A Importância da Inclusão Social

As pessoas com deficiência, nomeadamente intelectual, fazem parte de grupos vulneráveis, no sentido em que tendem a ser excluídas da sociedade, tanto a nível educacional, como económico, social e digital.

O facto de ser um termo pouco claro, causa dificuldades na comunicação entre os indivíduos com deficiência, as suas famílias, cuidadores e decisores políticos e, consequentemente, uma certa “dormência” na ação de mudança. Torna-se, pois, essencial que se clarifique este termo, uma vez que “*social inclusion is for all of us: an individual with an intellectual or developmental disability; for people with intellectual and*

developmental disabilities as a group; for members of society who will benefit from their inclusion; and for nation states who can benefit from the participation of people with all levels of abilities” (Simplican, Leader, Kosciulek, & Leahy, 2015, p. 22).

Existem dois tipos de enfoque nas definições de inclusão social: a concepção estrita, cuja importância recai sobre a comunidade; e a concepção ampla, que é intermutável com a inclusão, participação da comunidade e com o capital social, que pode também envolver relações significativas e recíprocas, emprego e apoios formais e informais (Simplican et al., 2015).

Simplican, Leader, Kosciulek e Leahy (2015) apresentam um modelo focado nos domínios das relações interpessoais e da participação comunitária, referindo que estes domínios devem apoiar-se mutuamente, são essenciais para a qualidade de vida das pessoas com deficiência e necessários à inclusão social. Separando a definição de inclusão social, dos processos que podem produzir inclusão social, bem como os sentimentos subjetivos que podem resultar da inclusão, focam-se na especificação dos componentes das relações interpessoais e na participação da comunidade, e argumentam que as relações são essenciais e fornecem apoio social em termos emocionais, instrumentais e informacionais. A participação da comunidade, através do envolvimento em atividades comunitárias, promove o desenvolvimento de relações interpessoais. Juntos, estes domínios formam os principais componentes da inclusão social. Embora definições contrastantes possam dificultar a implementação de medidas para promoção da inclusão social, também levantam questões sobre o propósito da inclusão social (Simplican et al., 2015).

A maior parte das pessoas que nasce com uma ou múltiplas deficiências, são filhas de pais sem deficiência. Este cenário torna muito comum a dificuldade que estes pais têm em reconhecer a incapacidade física e/ou mental e, conseqüentemente, a incapacidade de aceitar, da melhor forma, o facto de terem um filho com deficiência. Posto isto, importa atender não só à questão da inclusão social dos jovens e adultos, mas também ao conhecimento que os pais têm acerca da deficiência e aos procedimentos que devem tomar para lidar com a mesma. A inclusão começa em casa e os pais precisam de perceber que devem tratar os filhos de forma igual, tenham eles deficiências ou não (European Agency for Special Needs and Inclusive Education, 2014).

A inclusão de pessoas com deficiência depende sobretudo das suas redes familiares e sociais. Contudo, e pese embora os esforços dos últimos anos, mantém-se a tendência para colocar as pessoas com deficiência intelectual em estabelecimentos de educação especial ou em turmas separadas, segregando-os em ambientes residenciais

específicos para pessoas com deficiência. Este isolamento acaba por reduzir as experiências de interação social de muitos indivíduos com deficiência intelectual, limitando a sua capacidade de desenvolver redes sociais e participar de atividades correntes, particularmente fora da escola ou do ambiente de trabalho. Os portadores de deficiência são precisamente as pessoas que têm mais dificuldade em estabelecer relações de amizade sem ser com familiares, profissionais de saúde ou outras pessoas com deficiência, culminando este cenário num aprofundamento do seu isolamento e solidão (Gilmore & Cuskelly, 2014).

Sabendo que para indivíduos com deficiência intelectual, cujas oportunidades de vida já estão limitadas em graus variados por fatores cognitivos e de saúde, os distúrbios de saúde mental, como depressão e ansiedade, podem ser desencadeados ou agravados pela solidão (Gilmore & Cuskelly, 2014), Wilson, Jaques, Johnson, e Brotherton (2016) ressaltam a urgência em encontrar novas intervenções para aumentar a atividade, inclusão social, contactos sociais e amizades de pessoas com deficiência intelectual. Os autores apoiam-se na premissa de que um aumento na participação comunitária conduz a um reforço das redes sociais, e que as relações interpessoais que se tornam, consequentemente, mais robustas, levam a um maior envolvimento na comunidade (Wilson et al., 2016).

Wilson et al. (2016) exploraram as experiências de um grupo de dez adultos com deficiência intelectual, integrados num grupo de apoio social. Através da análise das entrevistas concluíram que a socialização melhora a saúde e o bem-estar, que o envolvimento social expande o círculo de amigos e que a conexão psicossocial desenvolve um sentimento de inclusão, embora seja importante ter um sistema de apoio que auxilie nesta questão. Os participantes explicitaram que a sua participação no grupo de apoio teve um impacto positivo nas suas vidas, principalmente a nível de relações de amizade (Wilson et al., 2016).

Os resultados benéficos da inclusão social incluem a melhoria da qualidade de vida, o aumento das competências sociais e da autoconfiança, e ainda a melhoria da saúde mental (Wilson et al., 2016). Os investigadores argumentam que a inclusão social promove a felicidade, a autoestima, a confiança, a saúde mental, bem-estar e a capacidade de tomada de decisão. Essencialmente, a inclusão social melhora as vidas das pessoas com e sem deficiência (Simplican et al., 2015).

2.1.3 A deficiência Intelectual e o espaço pessoal

A inclusão social é importante nos vários domínios da vida dos indivíduos com deficiência, pelo que o aumento da sua visibilidade é uma necessidade para as pessoas com deficiência. Contudo, para que a conceção de inclusão faça sentido, mais do que a criação de espaço comum, deve ter-se em consideração o respeito pelo espaço pessoal de todos os envolvidos.

No sentido de reconhecer a diferença e alertar para a questão do espaço para as pessoas marginalizadas, Bos e Kal (2016) discutem os encontros entre pessoas com e sem deficiências intelectuais. Durante a sua exposição, é explicitado que tudo o que é incomum e estranho, distrai, e confunde porque é colocado fora da zona de conforto. Muitas vezes, não se consegue reconhecer que a diferença entre as pessoas é incognoscível, cria-se um estigma e tenta-se evitar o envolvimento. No entanto, pode dizer-se que fincar na diferença conduz à estigmatização, mas tentar ignorá-la também leva à exclusão (Bos & Kal, 2016).

Este carácter incognoscível e inaplicável da diferença obriga a pensar continuamente na responsabilidade pela maneira como é moldada a posição em relação ao outro, especialmente quando se trata de pessoas com uma deficiência intelectual e/ ou múltipla grave. A sociedade tende a assumir que as aspirações, as necessidades e pontos de vista das pessoas com deficiência são iguais aos das pessoas sem deficiência, baseando a vida e formação do outro nos seus próprios valores, capacidades e limitações. Assim, sem se dar conta, o espaço pessoal do indivíduo portador de deficiência é invadido (Bos & Kal, 2016). Gustaaf Bos dá um exemplo muito prático, do seu caso concreto: no decorrer do seu trabalho de doutoramento, promoveu encontros de pessoas com deficiência com vizinhos sem deficiência, convencido de que estes encontros teriam a capacidade de melhorar a qualidade de vida de todos os envolvidos. No entanto, gradualmente foi-se apercebendo de que os encontros não enriqueciam a vida das pessoas envolvidas, tendo até o efeito oposto na sua felicidade. Sem se aperceber, diminuiu o espaço individual necessário para abranger as diferenças, criando uma ameaça às suas personalidades (Bos & Kal, 2016).

De modo a aceitar a diferença e valorizar o espaço pessoal deve-se, em primeiro lugar, saber como a pessoa com deficiência se sentirá bem-vinda (Bos & Kal, 2016). As pessoas com deficiência precisam de espaço para experimentar por elas próprias, precisam de um espaço liminar que facilite o seu desenvolvimento pessoal (Budge & Wels, 2016). Todos somos moldados pelo mundo, e também nós o tentamos moldar,

mesmo sabendo que a sociedade acolhe diferenças. Trata-se, portanto, de ter como base nas relações a confiança, e aceitar o conflito ao invés de o tentar evitar. A diferença deve, aliás, ser vista como um ponto de partida para pensar e trabalhar na criação de mais espaço para as pessoas com deficiência. O primeiro objetivo após se reconhecer a diferença não deve ser tentar resolver esse “problema”, mas sim aceitar o facto de haver essa alteridade como um estímulo para lutar contra a normalização (Bos & Kal, 2016).

À deficiência, principalmente do foro cognitivo, são muitas vezes associadas noções de “restrição” em várias propriedades, incluindo restrições para expressar racionalidade, assumir riscos e ter oportunidades de experimentar. O projeto *“I Am Human Too!” ‘Probeerruimte’ as Liminal Spaces in Search of Recognition* (Budge & Wels, 2016) centra-se, precisamente, na necessidade de criação de espaço para as pessoas com deficiência tentarem e experienciarem os vários domínios da sua vida, referindo-se tanto a espaço físico, como psicológico, capaz de desenvolver interações e propiciar o crescimento pessoal (Budge & Wels, 2016). Nos *focus group* realizados durante este estudo, salienta-se o desejo dos participantes de não ser feita a distinção entre pessoas com e sem deficiência, e da importância de convencer os outros da sua força e poder, através de mais espaço e visibilidade para as pessoas com deficiência, o que origina, consequentemente, um maior crescimento a nível pessoal e uma autorrealização que não conseguem obter de outra forma. A criação de um espaço onde as pessoas com deficiência, em conjunto com pessoas não deficientes, formam uma conexão real, e onde seja permitido experienciar, partilhar ideias, conhecer, ser conhecido e, principalmente, reconhecido, é o que é realmente importante (Budge & Wels, 2016).

O National Council on Disability (2011) argumenta que o desemprego entre as pessoas com deficiência é mais acentuado pelo estigma criado pelos empregadores acerca das capacidades dos funcionários com deficiência, do que propriamente pelos desafios ou obstáculos que realmente existem. O emprego pode melhorar o estatuto de um indivíduo e a sua autoestima, dado que a sociedade tende a julgar o valor de um indivíduo pela sua produtividade. No entanto, um problema que está muitas vezes relacionado com as pessoas com deficiência, é a falta de um elemento muito importante quando se trata do mundo do trabalho, o “capital social” (Council on Disability, 2011). Por “capital social”, pode entender-se *“the links, shared values and understandings in society that enable individuals and groups to trust each other and so work together”* (Keeley, 2007, p. 102). Embora se pensasse que, com o aumento da utilização das novas tecnologias e da Internet, e consequente diminuição das interações face-a-face, o capital social seria negativamente afetado, chegou-se à conclusão de que a própria Internet facilita a

criação e suporte de laços fracos, sendo o capital social alvo de efeitos positivos (Council on Disability, 2011). A forma como as tecnologias e os novos meios de comunicação estão a revolucionar todo o processo económico, alterando as redes sociais e criando novos ambientes de trabalho, indicia que poderão ser úteis para o aumento da empregabilidade de pessoas com deficiência que tenham competências digitais.

2.2. Meios Digitais e Inclusão Digital

O mundo contemporâneo é dominado pelas tecnologias digitais. Seja no mundo empresarial, no sistema educativo ou até mesmo nas relações sociais, os benefícios dos meios digitais podem ser observados em diferentes domínios da vida quotidiana. Como tal, a facilidade de acesso e uso deve contemplar todos, independentemente do seu estatuto ou nível cognitivo.

No caso específico das pessoas com deficiência, estes meios podem ter um potencial especialmente relevante nos processos de transição para a vida ativa, tópico explorado na secção seguinte, na qual também se discute o impacto da utilização destes meios na qualidade de vida destes indivíduos, na participação social e na não discriminação.

2.2.1. Cenários de acesso e uso dos meios digitais por pessoas com Deficiência Intelectual

As estatísticas levadas a cabo pelo Office for National Statistics do Reino Unido, apuraram que, em 2016, 25% dos adultos com deficiência nunca tinha acedido à internet e que a proporção de adultos que eram utilizadores recentes de internet era menor para as pessoas com deficiência em comparação com as pessoas sem deficiência (Office for National Statistics, 2016).

As pessoas com deficiência até podem ter acesso aos meios digitais, mas muitas vezes não conseguem beneficiar completamente deles, como uma pessoa sem deficiência beneficiaria (Burgstahler, 2015), existindo duas principais razões para este fenómeno. A primeira deve-se às barreiras que são muitas vezes impostas a estes indivíduos aquando do uso do computador, nomeadamente no acesso, na interpretação dos dados de *output* e na parca documentação de suporte em formato acessível (Burgstahler,

2012). A segunda razão está relacionada com a falta de literacia digital que ainda se observa na grande maioria das pessoas com deficiência.

Estas têm, por vezes, dificuldade em compreender alguns conceitos ligados ao universo da internet e da web, e as eventuais limitações ao nível da compreensão escrita tornam-se barreiras no acesso a grande parte das aplicações digitais, uma vez que estas não são, muitas vezes, pensadas numa perspetiva inclusiva (Zhang, Purgathofer, Brereton, Fitzpatrick, & Güldenpfennig, 2016). Burgstahler (2015) afirma que tornar a internet acessível a pessoas com deficiência requer o trabalho conjunto das TIC e o envolvimento do utilizador, a fim de se decodificar mais sobre o seu perfil, em particular no que respeita às especialidades dos indivíduos com deficiência. Deste modo, o processo de criação de produtos de apoio, como leitores de ecrã e teclados alternativos, bem como, ferramentas de avaliação da acessibilidade da web e validadores de HTML, fica facilitado (Burgstahler, 2015).

Este caminho para a inclusão digital não está, portanto, apenas relacionado com o acesso aos meios digitais, mas também ligado às competências necessárias para a sua utilização. As pessoas com deficiência, sobretudo os adultos que não tiveram acesso a ensino qualificado e adaptado às suas necessidades, não possuem, na maior parte das vezes, as aptidões digitais necessárias para explorar ao máximo as potencialidades das TIC.

Neste sentido, a educação poderá ter um papel muito relevante nos seguintes aspetos: o primeiro, relativo ao acesso facilitado aos meios digitais, promovendo a utilização, quer de ferramentas de *hardware* e *software* educativos específicas, que fornecem alternativas funcionais para tarefas que pessoas com deficiência não conseguiriam realizar de outra forma, quer de bibliotecas com recursos em formatos alternativos, como braile ou áudio adaptados (Fundação para a Ciência e a Tecnologia, 2013); o segundo, relacionado com a falta de literacia digital, promovendo a lecionação de conteúdos relativos às tecnologias de informação e comunicação, que lhes permitam aumentar a sua capacitação e autonomia e ter mais literacia digital, preparando-os para a utilização das TIC no seu expoente máximo (Bødker & Halskov, 2012).

2.2.2. Papéis e dinâmicas dos meios digitais na transição para a vida ativa e na participação social

Os desafios enfrentados por muitas pessoas com deficiência intelectual em termos de comunicação tradicional, podem ser colmatados com a comunicação *online*, podendo inclusive o estigma associado à deficiência ser diminuído (Zhang et al., 2016).

As tecnologias digitais podem ter a capacidade de melhorar a autonomia e desenvolvimento das pessoas com deficiência, nomeadamente intelectual. Apesar disso, estudos sugerem que há uma "divisão tecnológica" no que diz respeito ao uso de meios digitais por pessoas com deficiência intelectual, quando comparado com as pessoas sem deficiência (Tanis et al., 2012), embora não se consiga saber com exatidão o número de pessoas com deficiência que acedem à internet, qual o uso que fazem e qual a sua opinião acerca do que é benéfico para elas (Chadwick, Wesson, & Fullwood, 2013).

Um estudo de Pedro e Chacon (2016) analisou as estratégias técnicas e pedagógicas que possibilitam a compreensão e acesso ao *software* durante uma atividade educativa, por parte de estudantes com deficiência intelectual. As estratégias foram divididas em estratégias de manipulação dos componentes periféricos do computador (como o rato e teclado) e estratégias para a compreensão do conteúdo pedagógico da atividade, tendo em ambos os casos havido a preocupação de propor atividades que possibilitassem que cada estudante as realizasse em dois tempos: primeiro com auxílio e depois autonomamente. Pedro e Chacon (2016) concluíram que os estudantes com deficiência intelectual têm mais oportunidade de obter sucesso nas diferentes tarefas se forem utilizados *softwares* educativos nas atividades propostas no contexto sala de aula, tendo ainda verificado que a manipulação dos meios digitais e a assimilação dos conteúdos programáticos depende de formação prévia, em que devem ser utilizadas estratégias de ensino específicas: os professores devem atender às competências e dificuldades de cada aluno com deficiência intelectual, a fim de aplicarem estratégias específicas para cada caso (Pedro & Chacon, 2016, p. 12).

Além dos benefícios que as competências digitais trazem no contexto de aprendizagem para pessoas com deficiência ou com necessidades educativas especiais, existem outras vantagens relacionadas com a participação destas pessoas em estudos e pesquisas desta natureza, que contribuem também para que se tornem cidadãos ativos, envolvidos e integrados na comunidade. Segundo Parsons (2015), a utilização de meios digitais (nomeadamente dos inquéritos online) em estudos e pesquisas torna o processo

de recolha de dados mais acessível a pessoas com deficiência. A personalização do tamanho dos conteúdos, o acesso a ferramentas de áudio e vídeo, e a portabilidade fornecem uma maior facilidade de acesso, apoiando a compreensão e o envolvimento com as informações apresentadas. Neste sentido, as tecnologias digitais podem ser vistas como potenciais instrumentos não só para a acessibilidade e compreensão de ideias e atividades, mas também como instrumentos de tomada de decisão e participação que proporcionam uma visão importante das opiniões e das experiências das pessoas com deficiência (Parsons, 2015), no papel de utilizadores.

Mesmo em termos de socialização, os meios digitais são uma mais-valia. Jovens com deficiência com idades compreendidas entre os 18 e os 29, que têm uma maior facilidade de acesso à internet do que pessoas mais velhas, estão mais propensos a socializar, comparativamente a pessoas com idades superiores a 30 anos que não utilizam os meios digitais (Council on Disability, 2011)

No que diz respeito às taxas de empregabilidade, as pessoas com deficiência tendem a ter pouca visibilidade no mercado de trabalho, sendo as primeiras a ser dispensadas quando existem cortes no número de funcionários e as últimas a serem contratadas, quando existe um crescimento industrial. Para além disso, existem poucas oportunidades em trabalho em tempo integral (Council on Disability, 2011). No entanto, as tecnologias digitais podem ser um contributo importante para alterar este panorama, uma vez que, atualmente, toda a economia tem como base os meios digitais. Caso as pessoas com deficiência intelectual tenham formação neste âmbito das tecnologias digitais, serão mais facilmente incluídas no mercado de trabalho.

2.3. Campanhas de sensibilização com recurso a meios audiovisuais

Como apresentado nas secções anteriores, a inclusão social e digital dos adultos com deficiência é um assunto emergente na era atual. A sensibilização para este tema pode ser realizada através de campanhas de promoção e divulgação, nomeadamente utilizando a linguagem audiovisual, pelo que a secção que aqui se inicia aborda o papel dos meios audiovisuais e das estratégias de *design* participativo na construção de campanhas de sensibilização e consciencialização. O envolvimento de pessoas com deficiência neste processo é, assim, parte integrante desta abordagem..

2.3.1. Construção de campanhas audiovisuais

Todas as produções de vídeo começam com uma planificação do conteúdo, que pode envolver várias etapas, desde o orçamento e agendamento até à pré-visualização dos planos usando um *storyboard* ou software de animação. É na pré-produção que vai ser determinada muito da aparência e qualidade do projeto, pelo que esta fase pesa muito no sucesso das fases seguintes: a produção e a pós-produção (Schenk & Long, 2012). Qualquer que seja o tipo de conteúdo audiovisual (AV), é necessário entender bem os conceitos básicos para a construção de uma boa narrativa e para a escrita de um bom guião, que passam primeiramente por se conseguir definir a história, e estabelecer os detalhes sobre os quais versará o vídeo. Outra vertente associada ao sucesso do conteúdo AV está relacionada com a audiência, sendo bastante importante conhecer para quem se produz a campanha (Schenk & Long, 2012).

Um vídeo publicitário, ainda que não sendo um filme, necessita de se centrar numa narrativa, ter uma estrutura e contar uma história visualmente, pelo que o guião também necessita de ter a mesma unidade narrativa de início, meio e fim. Assim, a indicação dada por Schenk e Long (2012) vai no sentido de tentar estabelecer uma ideia concreta do “problema” que se quer retratar no vídeo. Apresentar e explicar o problema constituirá o seu primeiro ato, seguindo-se uma explicação do porquê da necessidade da resolução do problema, para apresentar em seguida uma solução (Schenk & Long, 2012).

Um fator a ter em consideração aquando da construção de campanhas audiovisuais é a potencial viralidade² do conteúdo. Esta característica está diretamente relacionada com o sucesso da campanha, pois caso se torne viral, terá um maior impacto causado pela sua visibilidade, o que no caso de campanhas de sensibilização e consciencialização faz todo o sentido que seja alcançado. Assim sendo, Berger e Milkman (2012) abordam precisamente como é que as características do conteúdo de uma campanha podem contribuir para a sua viralidade. Os resultados obtidos indicam que o conteúdo positivo é mais viral do que o conteúdo negativo, mas a relação entre emoção e transmissão social é complexa, pelo que a viralidade é parcialmente impulsionada pela excitação fisiológica. O conteúdo que evoca emoções elevadas é mais viral do que o conteúdo que evoca emoções de baixa excitação (Berger & Milkman, 2012).

² Sentido figurado:

Que, tal como um vírus, tem a capacidade de se espalhar (ex.: *publicidade viral*).

"**viralidade**", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <https://www.priberam.pt/dlpo/viralidade> [consultado em 27-09-2017].

Também Jenkins e Feldman (2011) explicitam que os anúncios devem permitir que o público-alvo desenvolva uma conexão emocional com o conteúdo, e que o uso de estratégias criativas através de conteúdo emocional, como humor e surpresa, tornam o anúncio engraçado o suficiente para que o público o queira partilhar nas redes *online* (Jenkins & Feldman, 2011). O conteúdo emocional tem a capacidade de formar ou alterar a atitude de um consumidor em relação a um anúncio, e as pessoas não partilham um anúncio apenas pelo seu teor informativo, mas pela experiência emocional que representa (Jenkins & Feldman, 2011).

O fenómeno da viralidade e o envolvimento do consumidor com anúncios em vídeo é uma forma eficaz de divulgar os conteúdos da campanha, e a internet tem um grande poder no que concerne ao alcance que proporciona. Os vídeos criados para uma campanha podem ser desenvolvidos numa perspetiva interativa que, ao conseguir envolver os consumidores, ainda é responsável por criar relações, sempre na ótica de promoção do conteúdo. Adicionar *links* de partilha que remetam para redes sociais como o *Facebook* ou *Twitter* é uma mais-valia, uma vez que, ao serem dadas as ferramentas que facilitam a sua partilha, os vídeos são mais disseminados nas redes sociais, o que permitirá maior ganho de visibilidade e, conseqüentemente, mais probabilidade de ser mais visto por outros públicos (Jenkins & Feldman, 2011).

No que se relaciona com campanhas de sensibilização dedicadas à deficiência, importa realçar que mudar a forma como as pessoas veem e lidam com a deficiência é um processo lento porque implica transformar o modo como a sociedade está organizada. Uma campanha de sensibilização deve incluir um conhecimento sobre a vida das pessoas com deficiência, de modo a conseguir transmitir uma publicidade positiva. Depois de escolhido o problema e o período de tempo em que se desenvolverá a campanha, é necessário identificar o seu público-alvo de modo a pensar sobre as estratégias indicadas para cada grupo (Fletcher, n.d.).

2.3.2 Estratégias de Design Participativo

2.3.2.1 Introdução à abordagem e métodos de conceção

O *Design Participativo* começou por emergir como área de investigação com forte enfoque na dimensão política, como forma de enfatizar os direitos democráticos dos trabalhadores na influência das suas próprias condições de trabalho. Nos últimos anos,

o contexto deste processo tem vindo a alargar-se, abrangendo quase todos os aspetos da vida quotidiana atual (Bødker & Halskov, 2012).

Conhecido, inicialmente, por *design* cooperativo, o *design* participativo tem sido reconhecido, mais recentemente, como *co-design*. Este processo pode ser visto como um meio de projetar a tecnologia digital envolvendo ativamente os potenciais utilizadores finais como participantes no desenvolvimento do projeto (Benton & Johnson, 2015). O sucesso da pesquisa de *Design Participativo* está na capacidade de adaptar os métodos e diretrizes em contextos sempre novos e em mudança (Dittrich, Eriksén, & Wessels, 2014) e de envolver múltiplos *stakeholders*, eliminando as relações de poder e permitindo, assim, que os participantes sejam verdadeiros *co-designers* (Holone & Herstad, 2013).

O *Design Participativo* enfatiza a cooperação entre os futuros utilizadores e partes interessadas em torno da conceção, desenvolvimento e implementação de aplicações de tecnologias com o objetivo de promover social, económica e tecnicamente um *design* mais viável. Como tal, os resultados positivos da cooperação, bem como da conceção, estão dependentes dos atores específicos e das práticas e tecnologias envolvidas (Dittrich et al., 2014). Este processo nivela as estruturas de poder e faz com que todos os participantes do projeto possam ser verdadeiros participantes, *designers* e decisores (Holone & Herstad, 2013).

David, Sabiescu e Cantoni (2013) identificam as três áreas em que o *co-design* é estudado e pode ser aplicado - Tecnologias da Comunicação para o Desenvolvimento, Sistemas de Informação e Design Social -, evidenciando ainda os cinco temas-chave diretamente relacionados com o conceito de *co-design* em comunidade: os intervenientes, o contexto, a propriedade comunitária, a aprendizagem social e a sustentabilidade (David et al., 2013). Uma das observações que fazem é que o contexto local e aspetos sociais são importantes para a sustentabilidade de um projeto e, ainda, que há dois tipos de iniciativas - as que incidem nas comunidades como principais interessadas, e as que vêm a comunidade como um meio pelo qual o projeto se pode beneficiar, através das trocas de conhecimentos que proporciona (David et al., 2013).

Através da inclusão de mais atores, o objeto adquire novas perspetivas e dimensões relevantes, importando, no entanto, identificar quem são as pessoas que devem ser incluídas neste processo. Este círculo de envolvidos é passível de ser alterado no decorrer do projeto, pese embora a satisfação através dos contributos dados e a relevância que os novos constituintes possam trazer ao projeto (Dittrich et al., 2014).

2.3.2.2 Envolvimento de Adultos com deficiência no Processo de Design Participativo

Envolver pessoas com deficiências no processo de *design* participativo constitui um desafio grande, principalmente no caso de deficiências que afetam as funções cognitivas ou de comunicação. Muitas técnicas de *design* participativo incluem processos de formulação de pensamento e comunicação, que as pessoas com deficiência intelectual têm dificuldade em processar, pelo que as técnicas tradicionais precisam de ser ajustadas a esta realidade (Slegers, Duysburgh, van Rijn, & Hendriks, 2012). Quando se envolve pessoas com deficiência, o processo de *design* participativo está sujeito a três tipos de tensão. A primeira está relacionada com o tempo do processo, que aumenta significativamente pelo facto de os indivíduos necessitarem de mais tempo para se familiarizarem, para estabelecerem uma base de confiança e serem capazes de comunicar. O segundo está relacionado com o facto das pessoas com deficiência não estarem, muitas vezes, habituadas ao papel de tomada de decisão e demorarem a tornar-se participantes ativos no processo. O último refere-se à necessidade de haver um intermediário para estabelecer a comunicação entre o *designer* e o participante com deficiência, que pode corromper a fidelidade dos dados, e ainda ser uma potencial influência para o que é apresentado e omitido (Holone & Herstad, 2013).

As experiências dos utilizadores podem ser muito diferentes das dos investigadores e *designers*, devido às suas deficiências. No entanto, o envolvimento de pessoas com deficiência é especialmente importante para as entender enquanto utilizadores, ter acesso às suas experiências e, mais especificamente, aos problemas que enfrentam devido às suas limitações (Slegers et al., 2012). As tensões não devem ser ignoradas e a inclusão de pessoas com deficiência no processo de *design* participativo deve ser tida em consideração, uma vez que permite dar voz às suas necessidades e aspirações, criando mais espaço para estas pessoas.

O trabalho de Hendriks, Slegers e Duysburgh (2015) é uma referência nesta área do *co-design* com pessoas com deficiências cognitivas ou sensoriais. A investigação desenvolvida por estes autores procurou identificar uma abordagem metodológica que envolvesse pessoas com deficiência. Através da bibliografia existente, complementada com três *workshops* académicos, focou-se em perceber de que modo é que os investigadores adaptam as técnicas de *co-design* comuns, de forma a retirar alguns princípios desses ajustes. A conclusão a que se chegou foi que deve ser utilizada uma abordagem individualizada com o ajuste de técnicas, para cada caso. No que se refere

ao *co-design*, os pesquisadores têm de tornar acessíveis as práticas colaborativas e usar técnicas ajustadas às pessoas com deficiência para quebrar qualquer barreira que se interponha na sua participação. Através da análise dos *workshops*, os investigadores listaram seis pontos a ter em consideração aquando da escrita do guião de métodos: o posicionamento dos participantes com deficiência no projeto de *co-design*; o objetivo de igualdade e equidade; o equilíbrio dos pontos de vista; lidar com desafios éticos; o ajuste das técnicas de *co-design* e recolha, análise e interpretação de dados (Hendriks et al., 2015).

Também Branco, Quental e Ribeiro ((2015) procuraram explorar como é que se pode capacitar as pessoas com demência e o seu círculo social para a criação de estratégias de comunicação em *co-design*, refletindo acerca da antropologia do design e do design participativo para o desenvolvimento de um projeto de design com a colaboração destas pessoas. As conclusões obtidas centram-se no indivíduo enquanto criador de artefactos com mais valor emocional, o que permite ao investigador acercar-se da demência e ter mais sensibilidade aquando do trabalho em coparticipação. A antropologia do *design* é essencial para a compreensão, para gerar conceitos de *design*, estruturar e configurar a participação (Branco et al., 2015). Esta abordagem também reflete a postura ética dos investigadores, considerando as pessoas não apenas como objeto de estudo, mas tornando-as o centro do processo de pesquisa de *design* e reconhecendo o valor das suas experiências. Branco, Quental e Ribeiro alertam, no entanto, para a sensibilidade e flexibilidade necessárias por parte dos pesquisadores e *designers* para que os participantes vejam as suas necessidades respeitadas e protegidas (Branco et al., 2015).

Apesar destas referências a projetos de *co-design*, durante a escrita da dissertação não foram encontrados estudos que envolvessem o *design* participativo no âmbito de meios digitais.

3. Trabalho Desenvolvido

O presente capítulo apresenta a abordagem metodológica seguida e aborda as diversas fases para a elaboração deste trabalho. É ainda feita uma contextualização acerca dos procedimentos de recolha de dados e é descrito o processo de construção da campanha de sensibilização – desde as etapas da pré-produção à sua validação preliminar.

3.1. Abordagem Metodológica

Depois de estudadas várias metodologias, a que pareceu adequar-se melhor a este projeto foi a investigação de desenvolvimento, embora se tenham aplicado ainda técnicas inspiradas no *design* participativo, investigação-ação e etnografia.

Esta abordagem mista, de tipo maioritariamente qualitativo, é frequentemente utilizada em matérias para as quais existem poucos princípios que tenham sido validados – como é o caso do desenvolvimento de campanhas audiovisuais em *codesign* com adultos com deficiência – para apoiar as atividades de conceção e desenvolvimento. Assim, o objetivo não é elaborar intervenções completas, mas chegar a vários protótipos que reflitam, progressivamente, os objetivos delimitados (Van den Akker, 1999).

Uma vez que se pretendia criar um produto audiovisual, e não apenas estudar os processos para a sua elaboração, pode afirmar-se que a investigação desenvolvida na presente dissertação foi do tipo I, pois a investigadora esteve envolvida nos processos de *design* e desenvolvimento (Van den Akker, 1999) e os resultados obtidos são específicos do contexto e do produto, embora as implicações para situações semelhantes possam ser discutidas (Richey, Klein, & Neslon, 2004).

Tal como se pressupõe na investigação-ação, o processo de desenvolvimento segue um ciclo no qual se faz o planeamento, a implementação, se avalia o produto e posteriormente se procede aos ajustes necessários (Tripp, 2005).

Tanto a fase de planeamento como o desenho e concretização da campanha audiovisual foram resultado da colaboração de um grupo de pessoas com deficiência intelectual do Centro Cavalo Azul, bem como de alguns terapeutas, tratando-se por isso de um processo colaborativo. O *design* participativo é, precisamente, uma abordagem na qual os utilizadores são *co-designers*, podendo estar envolvidos passiva ou mais ativamente na tomada de decisões (Sharp, Rogers, & Preece, 2002).

Em termos de técnicas de recolha de dados, numa primeira fase foi realizada uma entrevista estruturada aos profissionais de saúde e aos membros da direção do Centro

Cavalo Azul, para se conhecer o tipo de deficiências que possuem os utentes, bem como as suas características, rotinas e atividades que desenvolvem na associação, ter acesso a informação sobre a existência de tecnologias digitais e audiovisuais na associação e seu uso pelos utentes e averiguar a disponibilidade dos vários funcionários da associação para participar no projeto. Em seguida, foi aplicado um questionário de resposta fechada aos utentes com deficiência para apurar se utilizavam meios digitais e audiovisuais, qual o fim e com que frequência os usavam, com vista a melhor caracterizar o grupo e delinear o seu perfil de experiência digital e audiovisual.

Na fase de desenvolvimento foi realizada toda a pré-produção da campanha audiovisual, com a participação de utentes e funcionários do Centro, com vista à definição da ideia e conceito; nesta etapa foi criada a narrativa, definidos os planos de gravação e realizada uma listagem de recursos necessários, locais de gravação e estratégias de divulgação. A parte da produção, que compreendeu as gravações, também teve a colaboração dos adultos com deficiência e dos terapeutas na realização e como parte integrante do elenco. Ao longo das sessões, foram também registadas observações a fim de averiguar a receção à experiência das pessoas envolvidas e foi realizada uma pequena discussão para ver os pontos positivos e pontos a melhorar na estratégia utilizada.

Uma das etapas intermédias foi o contacto via *e-mail* com peritos da área do audiovisual, a fim de aceder a campanhas de sensibilização de referência que contribuíssem para o aumento da qualidade do projeto. Neste processo marcadamente qualitativo e de cariz etnográfico, a investigadora tornou-se participante, observando e integrando-se no ambiente, ainda que mantendo a distância necessária para o poder descrever sem influenciar (Hoey, 2014).

Numa fase final, foi feita a avaliação do produto audiovisual, através da aplicação de um inquérito por questionário a uma amostra de conveniência. Nesta fase tentou-se aferir o potencial de sensibilização da campanha e compreender se esta poderia efetivamente contribuir para alertar para a problemática da reduzida utilização dos meios digitais pelos adultos com deficiência.

3.2. Fases do Processo Investigativo

Fase 1 | Preparação do Projeto de Dissertação

Iniciado o ano letivo, o mês de outubro de 2016 foi dedicado à definição das questões e os objetivos em que se centra a investigação. Esta fase inicial, que contou com várias reuniões com a orientadora, Professora Rita Santos, e a coorientadora, Professora Margarida Almeida, a fim de se verem esclarecidas quaisquer dúvidas, potenciou uma base de trabalho sólida para a fase seguinte, correspondente à estruturação do enquadramento teórico.

Fase 2 | Revisão crítica da literatura

O peso que o estado da arte tem, é refletido na grande quantidade de informação importante que é recolhida e posteriormente utilizada na investigação. O levantamento de literatura apresenta não só outros estudos realizados dentro do tema, como também confronta opiniões de vários autores, além de apresentar diretrizes para a investigação corrente. Esta recolha, que foi desenvolvida maioritariamente nos meses de novembro e dezembro de 2016, e janeiro de 2017, tendo sofridos processos de atualização até ao fim da redação da dissertação, permitiu perceber como funcionam os processos de *design* participativo e construir uma estratégia envolvendo os meios digitais a aplicar no contexto desta investigação, com pessoas com deficiência intelectual.

Fase 3 | Desenvolvimento do trabalho no Centro Cavalo Azul

Aquando da seleção do tema, ficou claro que uma colaboração com uma associação que trabalhasse com pessoas com deficiência intelectual seria bastante profícua nos resultados a obter para a investigação. Assim sendo, e por sugestão das professoras orientadoras, entrou-se em contacto com o Centro Cavalo Azul – Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência, sediado em Marco dos Pereiros, Coimbra.

Esta associação, que alberga em permanência 12 utentes e que funciona também como centro de atividades ocupacionais para outras 30 pessoas com deficiência intelectual, já tinha colaborado com a Universidade de Aveiro num outro projeto. Essa experiência anterior foi vista como um contributo importante para uma maior facilidade de envolvimento e maior predisposição para a participação neste projeto.

Os contactos com a Associação foram iniciados em novembro de 2016, e os encontros estenderam-se até outubro de 2017. Neste período desenvolveram-se, não só reuniões para esclarecimento e planeamento do projeto em si, bem como sessões para recolha de dados e sessões de trabalho com o grupo de participantes no sentido de produzir e realizar uma campanha audiovisual em *design* participativo com esses adultos com deficiência. Numa fase inicial, o trabalho envolveu grande parte dos membros do centro, como o Diretor Técnico, o gestor de financiamentos e a psicóloga, que contribuíram na

recolha de dados, tendo-se posteriormente focado apenas no grupo de adultos com deficiência intelectual, e na colaboração da psicóloga nas sessões de trabalho prático.

Fase 4 | Definição dos guiões para recolha de dados e para as sessões de trabalho

No mês de janeiro, procedeu-se à criação dos guiões de entrevista a aplicar aos administradores e profissionais de saúde do Centro Cavalo Azul, e do guião de entrevista por questionário destinados ao grupo de pessoas com deficiência intelectual.

Estes questionários (Cf. Apêndices A, B e C) reúnem as questões que se consideram necessárias para conhecer o meio em que o grupo de participantes está inserido, relativamente a meios digitais e audiovisuais, bem como perceber o tipo de uso que fazem desses mecanismos, o que permite desenvolver as estratégias mais adequadas para desenvolver o projeto e responder à questão de investigação.

Fase 5 | Produção da Campanha de Sensibilização

A produção da campanha de sensibilização reuniu as fases de pré-produção, com o planeamento do projeto; a produção, relativa às gravações de imagem e captação de áudio; e a pós-produção que envolveu as edições e tratamentos de cor e áudio. Esta foi a fase mais longa, realizada através de várias sessões de trabalho com o grupo de utentes do Centro Cavalo Azul, que se iniciaram em fevereiro e se prolongaram até agosto de 2017.

Fase 6 | Análise de dados

A análise de dados englobou duas fases, durante os meses de agosto e setembro de 2017. Iniciou-se pela análise das respostas aos questionários acerca da Experiência Digital e Audiovisual dos participantes, e pelo questionário sobre os recursos digitais e audiovisuais. O último questionário a ser analisado foi o de validação do vídeo de sensibilização durante o mês de outubro.

3.3. Campanha Audiovisual de Sensibilização para a importância do uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência intelectual

3.3.1. Participantes do estudo

O Centro Cavalo Azul, inaugurado a 1 de Abril de 2015, é parte integrante da Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência, fundada por pais, familiares e amigos de pessoas com deficiência. Os funcionários e técnicos do Centro trabalham com os utentes no sentido de desenvolver as suas capacidades, nomeadamente ao nível comportamental e da sociabilidade. O objetivo é torná-los pessoas mais ativas e

envolvidas na sociedade, mais independentes e realizadas, dando-lhes outras oportunidades e servindo, em simultâneo, como uma resposta social atenuando a carga que os cuidadores/pais/responsáveis por estas pessoas ainda têm, mesmo em idade adulta, sendo assim um suporte institucional através do Centro de Atividades Ocupacionais e Lar Residencial.

Os utentes do Centro participam em várias atividades, de modo a terem uma vida mais completa, tanto em termos de funcionamento da própria associação (tarefas quotidianas, jogos, projetos de carpintaria e cerâmica, ...), bem como em atividades exteriores que enriquecem as suas experiências (participação em atividades sazonais como as vindimas; visitas culturais e lúdicas; participação em feiras e festivais para angariação de fundos, entre outras).

3.3.2. *Análise de dados recolhidos na fase de planeamento*

A recolha de dados iniciou-se com uma visita ao Centro Cavalo Azul – Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência para uma entrevista com os membros da administração e os funcionários da associação. Esta entrevista (Apêndice A) teve como principal objetivo conhecer um pouco mais sobre a realidade da associação, a disponibilidade dos utentes e funcionários para a participação no projeto, bem como a opinião dos responsáveis acerca dos conhecimentos dos meios digitais dos utentes e da sua vontade em colaborar.

Como referido anteriormente, o desenvolvimento da campanha audiovisual pressupunha a participação de adultos com deficiência intelectual. Para efeitos de seleção, optou-se por utilizar uma amostra não probabilística por conveniência: um grupo de utentes do Centro. Os elementos participantes foram selecionados pelos profissionais de Saúde da Associação, com base no nível de gravidade da sua deficiência. Assim sendo, foram selecionados 9 utentes com idades compreendidas entre os 19 e os 39 anos, todos com deficiência intelectual moderada, como se pode observar na tabela 1.

Tabela 1 – Perfil dos participantes

Participantes	Nível de Gravidade	Nível de Autonomia	Escolaridade	Nível de Escrita e Leitura	Tipos de atividades que realizam
P1 (1979)	Deficiência Moderada Ligeira e	Autónomo	6º ano	Sabe ler e escrever	- Lavagem de automóveis; carpintaria; acompanhamento na

	Deficiência Física				carrinha de transporte de utentes do centro
P2 (1993)	Deficiência Moderada	Autónomo, mas necessita de supervisão	9º ano	Dificuldades graves em escrever; Mais facilidade a ler, mas necessita de apoio	- Limpeza e arrumação de espaços; lavandaria; acompanhamento na carrinha de transporte de utentes do centro
P3 (1997)	Deficiência Moderada	Necessita de bastante supervisão e orientação. Autónomo na sua higiene diária	11º ano	Sabe ler e escrever	- Oficina de Olaria e carpintaria (no centro); atividades de estimulação e sócio-recreativas; acompanhamento na carrinha de transporte de utentes do centro; centro de informática terapêutica
P4 (1971)	Deficiência Ligeira e Deficiência Auditiva	Autónoma mas necessita de supervisão	Sem info	Conhece as letras e escreve pequenas palavras	- Apoio na cozinha
P5 (1993)	Deficiência Moderada	Autónoma mas necessita de supervisão	9º ano	Sabe ler e escrever	- Lavagem de automóveis; carpintaria; acompanhamento na carrinha de transporte de utentes do centro
P6 (1994)	Deficiência Moderada	Autónoma mas necessita de supervisão	9º ano	Escreve algumas palavras pelo método de ditar as letras, e consegue ler algumas palavras	- Limpeza e arrumação de espaços; lavandaria; acompanhamento na carrinha de transporte de utentes do centro
P7 (1977)	Deficiência Moderada	Necessita de bastante supervisão e orientação. Autónomo na higiene diária	Sem info	Dificuldades graves em ler e escrever (conhece as letras, e consegue ler algumas palavras)	- Massagens; tirar cafés no bar; oficinas de olaria e carpintaria (do centro); atividades de estimulação e sócio-recreativas

P8 (1985)	Deficiência Moderada	Necessita de bastante supervisão e orientação. Autónomo na higiene diária	Sem info	Não sabe ler nem escrever (só sabe o nome própria)	- Informática terapêutica; oficinas de olaria e carpintaria (do centro; atividades de estimulação e sócio- recreativas
--------------	-------------------------	---	----------	---	---

A fim de adquirir mais conhecimento sobre a realidade da amostra, foi aplicado um “questionário sobre os recursos digitais e audiovisuais do Centro Cavalo Azul” (Apêndice B) a um representante da associação. Os dados obtidos revelaram que o Centro está equipado com um computador fixo e dois computadores portáteis para utilização pelos utentes e que possui acesso à internet por *Wi-Fi*, permitindo aos utentes aceder à internet não só através dos computadores, como dos seus telemóveis pessoais. Em relação aos meios audiovisuais, o Centro Cavalo Azul possui duas televisões localizadas na sala de estar e no bar, que os utentes utilizam ao final do dia, sempre que solicitam, ou durante a atividade de visualização de filmes, escolhidos pelos utentes, que a Associação promove. A sala de estar, o bar e a sala *Snoezelen* estão equipados com três leitores de DVD usados para ver filmes e passar música.

Estava também prevista a aplicação de um inquérito por questionário aos utentes participantes, de modo a perceber a utilização que fazem dos meios audiovisuais e digitais. No entanto, em reunião com as profissionais de saúde do Centro, chegou-se à conclusão que seria melhor aplicar um inquérito por entrevista, predominantemente de respostas fechadas, justificado pelas limitações ao nível da leitura e da escrita dos utentes (Cf. Apêndice C).

Assim, obteve-se que quatro dos nove participantes consomem diariamente conteúdos audiovisuais (como filmes, programas de televisão, videoclipes, etc.), havendo apenas um entrevistado que não vê qualquer tipo de conteúdo. Os outros quatro participantes

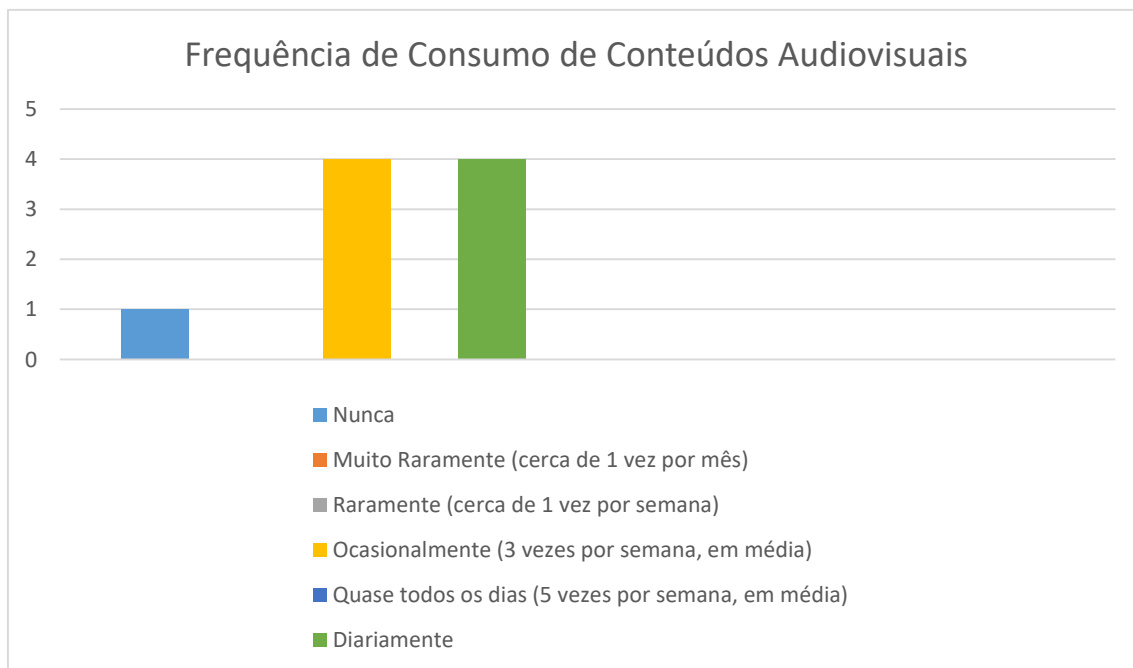


Gráfico 1 - Frequência de Consumo de Conteúdos Audiovisuais

responderam que veem cerca de três vezes por semana (consultar o gráfico 1). Em relação ao tipo de conteúdos visionados, a maioria dos participantes opta por vídeos informativos, humorísticos e filmes (6/9), mas os videoclipes também são bastante consumidos (5/9), sendo que só uma pequena percentagem (2/9) assiste a outros tipos. Nenhum dos entrevistados tem por hábito ver *reality shows*, *talk shows* ou vídeos institucionais, como se observa no Gráfico 2. O computador e a televisão são os meios mais utilizados (7/9), enquanto o telemóvel é utilizado apenas por três dos participantes. Nenhum deles indica ir ao cinema com frequência, nem utiliza outro tipo de dispositivos, como *tablet* para ver vídeos (confrontar com Gráfico 3).



Gráfico 2 - Tipos de Conteúdos Audiovisuais consumidos

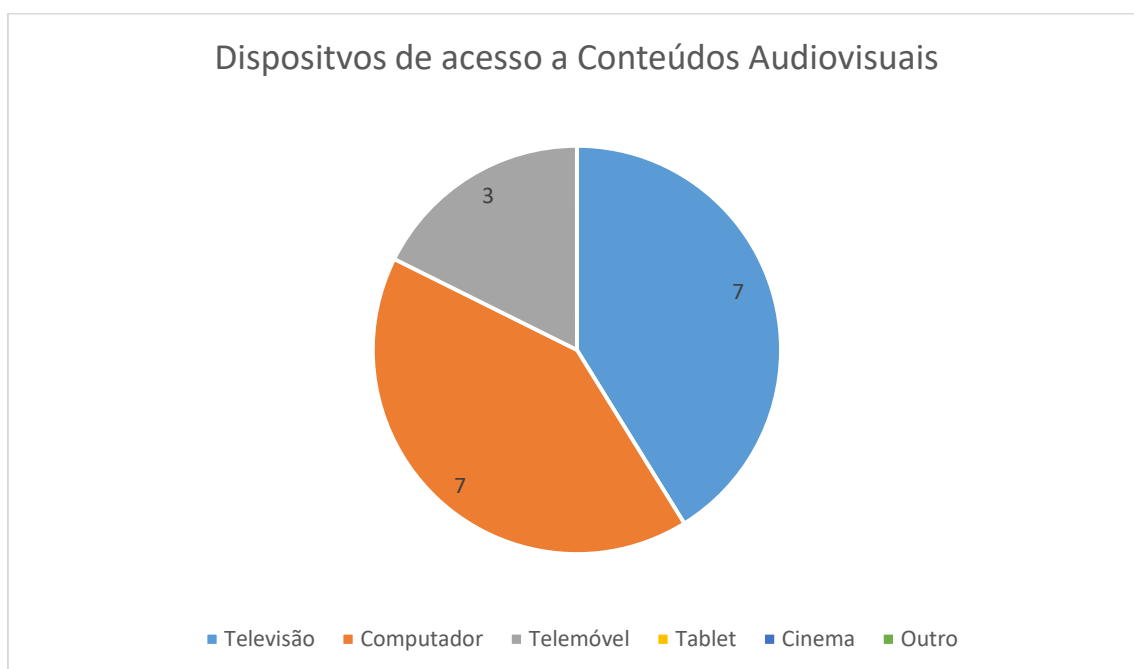


Gráfico 3 - Dispositivos de acesso a Conteúdos Audiovisuais

Sete dos nove participantes possuem telemóvel com câmara fotográfica, sendo que cinco deles costumam tirar fotografias com o telemóvel ou filmar, em média, três vezes por semana. Um dos elementos utiliza esta funcionalidade raramente, enquanto outro

utiliza todos os dias. As fotografias e/ou vídeos são essencialmente de familiares, amigos, dos próprios, ou dos animais de estimação.

A questão do acesso à internet teve respostas muito dispersas. Um participante admitiu nunca aceder à internet, um outro membro do grupo fá-lo raramente e outro cerca de três vezes por semana. A maioria dos entrevistados utiliza a internet diariamente (4/9) ou cerca de cinco vezes por semana (2/9), como se pode verificar no Gráfico 4. O meio utilizado por todos é o computador, sendo que cinco dos participantes diz utilizar, também, o telemóvel para este fim (ver Gráfico 5).

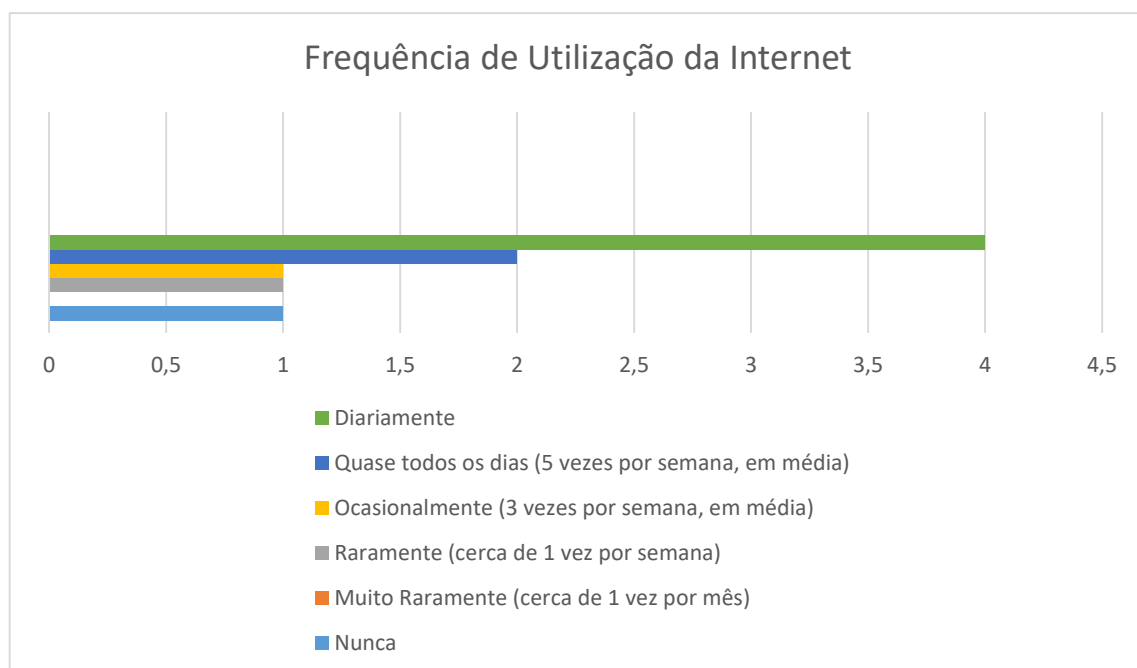


Gráfico 4 - Frequência de Utilização da Internet

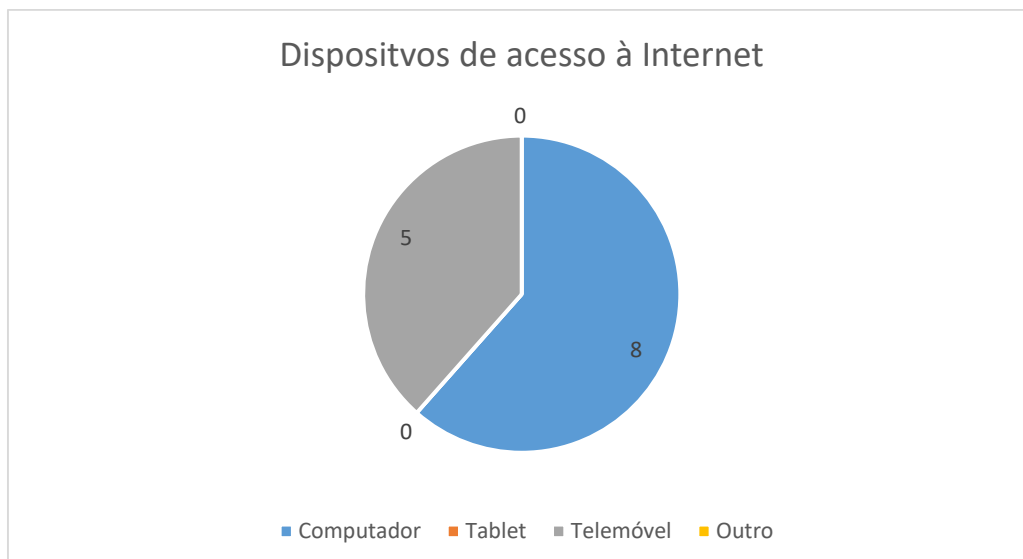


Gráfico 5 - Dispositivos de Acesso à Internet

Na internet, para além da utilização das redes sociais (5/8), sete dos oito participantes assiste a vídeos e ouve música, alguns utilizam a internet para navegar por *websites* do seu interesse e fazer chamadas de vídeo (3/8), e uma pequena percentagem utiliza o *e-mail* (2/8). Atividades como pesquisar serviços, efetuar compras ou jogar *online* não são realizadas por nenhum dos membros do grupo (ver Gráfico 6).

Seis dos oito inquiridos indicaram possuir conta numa rede social, utilizando apenas o *Facebook*.

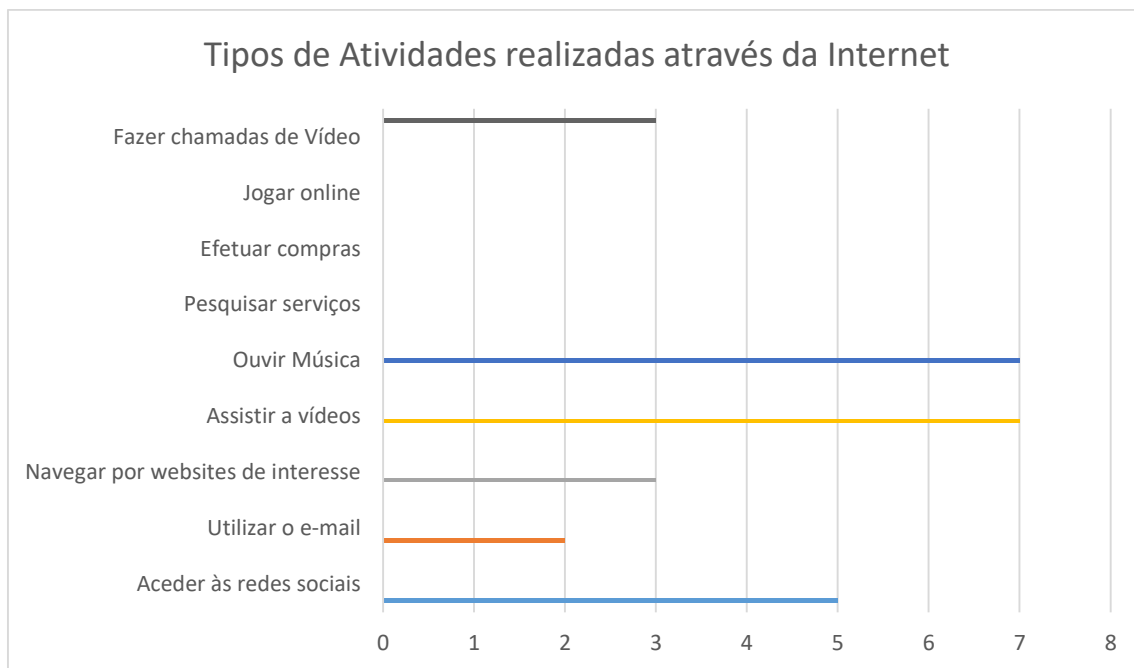


Gráfico 6 - Tipos de Atividades realizadas através da Internet

Pode, portanto, concluir-se que todos os participantes do grupo de trabalho têm acesso a meios digitais e audiovisuais, embora nem todos os utilizem diariamente. O seu uso cinge-se maioritariamente a tarefas mais simples, direcionadas para a comunicação interpessoal. A maioria está inscrito no *Facebook*, estando portanto em contacto através das redes sociais.

De seguida, iniciaram-se as sessões de trabalho que tiveram como objetivo final realizar a campanha audiovisual de sensibilização em *design* participativo com o grupo de adultos com deficiência intelectual.

3.3.3. Desenvolvimento da Campanha Audiovisual de Sensibilização

A realização do vídeo pressupõe a passagem por três fases: pré-produção, que envolveu o planeamento da campanha, com a definição do tipo de narrativa e construção do guião e *storyboard*; a produção que consistiu na gravação das imagens e captação de áudio; e a pós-produção relativa à edição das imagens, com montagem, edição de cor e sonorização. O grupo teve uma participação ativa na maioria das fases, como se vai demonstrar de seguida.

3.3.3.1. Pré-produção

A pré-produção é a primeira parte do processo de produção de vídeo, e é responsável em grande parte pela qualidade do projeto, porque engloba vários aspetos importantes que vão do planeamento, à calendarização, construção do *storyboard*, até a detalhes como a escolha da câmara e definição do cenário (Schenk & Long, 2012).

Sessão de Pré-produção

A primeira sessão de trabalho, dedicada ao início desta fase, teve lugar no dia 19 de Abril de 2017, no Centro Cavalo Azul, onde estiveram presentes os utentes, a psicóloga e a investigadora.

A sessão teve início com uma breve explicação do objetivo do projeto seguida de uma parte na qual os participantes contactaram com diferentes campanhas e tiveram a oportunidade de opinar sobre as mesmas. Foram mostrados três tipos de campanhas audiovisuais, como apresentado na tabela 2, e foi desenvolvida uma atividade com o grupo por forma a conseguir perceber o que consideravam mais interessante para a campanha a desenvolver neste projeto.

Tabela 2 – Características dos vídeos apresentados na sessão de pré-produção

Nome	Duração	Composição cromática	Sonorização
Nike – Unlimited Will	Vídeo de curta duração (40 segundos), com rápido desenvolvimento	Vídeo que preza pela simplicidade na cor, é composto por tons mais claros e uma imagem limpa	O <i>voz-off</i> interage com o protagonista do vídeo, enquanto se ouve uma música instrumental de fundo, animada
Entre Rodas e Batom	Vídeo longo, com 2min54, que demora a revelar o seu objetivo	A ação desenrola-se tanto em espaços exteriores como interiores, sendo por isso utilizada iluminação natural que confere tons mais frios às cenas, e iluminação artificial que resulta em tons mais quentes	O vídeo é acompanhado por uma música calma, e não recorre a <i>voz-off</i> nem a falas entre personagens
		As cores utilizadas constroem em torno do	

Associação Salvador – 5 minutos fazem a diferença	O vídeo tem uma duração média (1min33), marcando ao início o seu intuito	vídeo alguma sobriedade. São gravações exteriores, com luz natural que cumprem o seu objetivo – mostrar as dificuldades no quotidiano das pessoas com deficiência motora	A música utilizada é um instrumental de piano, que concede ao vídeo um tom mais sério e pesado
--	--	--	--

O primeiro vídeo apresentado foi *Nike: Unlimited Will* (ver figura 1), onde é mostrado um alpinista a escalar uma montanha com neve, com a particularidade de não possuir membros superiores nem inferiores. Este vídeo curto, com um tom positivo é exemplo de que a deficiência não é uma limitação quando se tem força de vontade.

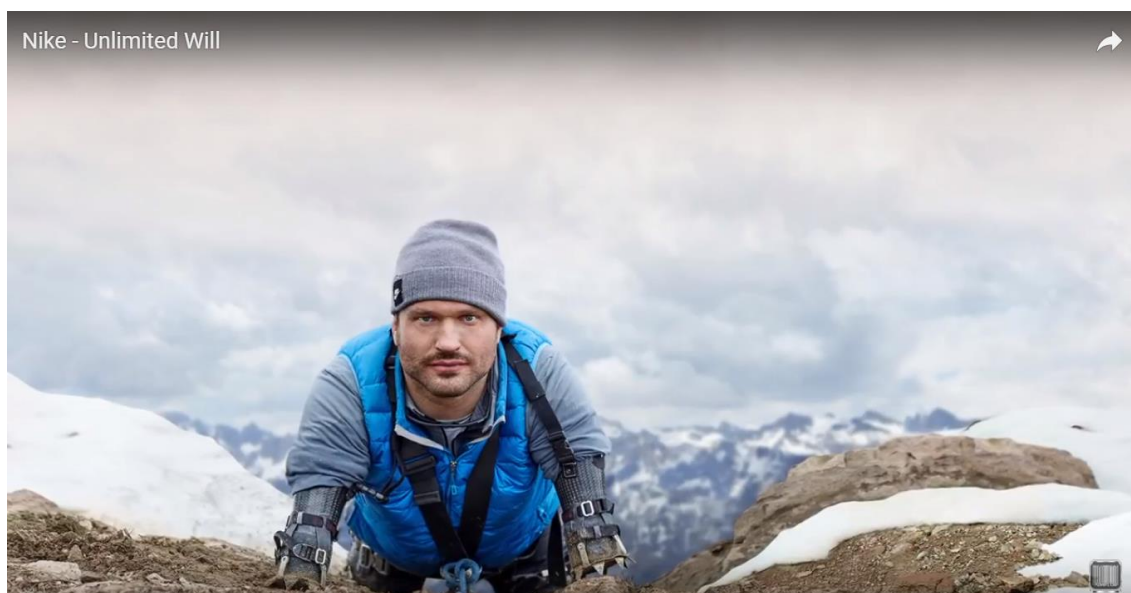


Figura 1 - Frame ilustrativo do vídeo Nike – Unlimited Will (pode ser consultado em <https://www.youtube.com/watch?v=OiUYOXDVSrw>)

O segundo, *Entre Rodas e Batom* (figura 2) é um vídeo mais longo que está dividido em duas partes - a primeira demonstra o dia-a-dia de uma rapariga, com atividades semelhantes a qualquer pessoa, e na segunda é revelada que possui deficiência motora, e se desloca numa cadeira de rodas, dando o mote para o facto de a diferença estar no olhar de cada um.



Figura 2 - Frame ilustrativo do vídeo *Entre Rodas e Batom* (que pode ser consultado em <https://www.youtube.com/watch?v=n-HkPtWERmU>)

O último vídeo, *Associação Salvador - 5 minutos fazem a diferença* (figura 3) é uma experiência social que pretende apelar à consciência dos condutores que estacionam em cima do passeio. Para pessoas com limitações motoras os 5 minutos fazem a diferença, como é proferido no vídeo.



Figura 3 - Frame ilustrativo do vídeo *Associação Salvador – 5 minutos fazem a diferença* (disponível para consulta em <https://www.youtube.com/watch?v=8xrME8GIW2Y>)

A fim de perceber o que gostavam que fosse retratado na campanha do projeto em curso, o grupo foi convidado a votar através de símbolos impressos num cartão no vídeo que gostou mais e menos segundo várias dimensões. Uma vez que os participantes estavam familiarizados com a rede social *Facebook* e o projeto se desenvolve em torno

dos meios digitais, optou-se por utilizar um pouco desta linguagem digital, sendo os dois símbolos utilizados o *like* e a reação *zangado* muito conhecidos desta rede social (ver figura 4). Esta opção pode ser vista como uma estratégia para envolver mais os participantes no ponto de vista prático, uma vez que se torna uma forma mais engraçada de participar e dar opinião, criando também maior proximidade e abrindo caminho para a discussão.

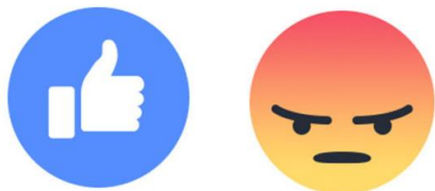


Figura 4 - Símbolos do Facebook, utilizados na votação

Foi feita uma análise do conteúdo de cada vídeo, de modo a averiguar se os participantes tinham entendido a mensagem inerente a cada um. No geral, a maior parte dos elementos compreendeu o objetivo no primeiro contacto com o vídeo, ou depois de ouvir a discussão gerada entre visualizações.

Os participantes mantiveram-se atentos durante a passagem das campanhas de sensibilização tendo havido, no entanto, uma redução do número de participantes quando um dos elementos se ausentou a meio da sessão. O facto de essa participante ter surdez trouxe-lhe dificuldades em conseguir acompanhar o que estava a ser discutido, o que a levou a abandonar a sala.

Relativamente às opiniões acerca das características do vídeo, a maioria dos participantes votou num vídeo mais curto à semelhança do vídeo *Nike: Unlimited Will* (quatro votos a favor e dois contra), em que se contasse uma história que fosse revelando as limitações ao longo do vídeo e não desde o início (cinco votos a favor do vídeo *Entre Rodas e Batom*). No que diz respeito ao estilo, todos votaram num vídeo positivo, com uma música animada do género de *Nike: Unlimited Will* e em que as personagens interagissem e não fosse constituído apenas por música de fundo.

Guião e Storyboard

Reunidos os traços gerais a ter em consideração para o planeamento do vídeo, a investigadora passou à construção do guião e *storyboard*.

O guião deve seguir um formato de página padrão, o *screenplay*, a fim de facilitar o processo de produção, ter noção do comprimento e do ritmo das ações (Schenk & Long, 2012), pelo que se fez uso do programa *Celtx* na sua construção.

Uma vez delineado, na primeira sessão, que se pretendia um vídeo curto com cerca de um minuto, o guião construído é muito simples. Ascher e Pincus (2013) defendem que durante a escrita de um guião se deve considerar atentamente que detalhes são importantes, mas também quais se podem dispensar, e falam acerca da conjectura geral de que os guiões no formato padrão são executados numa página por minuto (Ascher & Pincus, 2013). Tendo em conta esta previsão, o guião construído é composto por 4 cenas breves, que ocupam cerca de uma página, como se pode ver na figura 5.

CENA 1

U1 está sentado ao computador a pesquisar no google informações acerca da Feira Cultural de Coimbra, utilizando a ferramenta de pesquisa por voz.

U1
(Diz assunto de pesquisa
enquanto clica no microfone,
com um tom de voz neutro)
- Feira Cultural de Coimbra

Depois de ver, fica interessado e decide enviar uma mensagem de voz através do facebook, a convidar os amigos para fazerem uma visita à feira.

U1
(Animado, acede à conversa de
grupo que tem com os amigos,
no facebook e deixa a mensagem
de voz)
- Olá malta! Que dizem de irmos à
Feira Cultural de Coimbra, sábado?

CENA 2

U2 recebe a notificação de mensagem e prepara-se para ouvir. Com entusiasmo no rosto decide ir pesquisar os horários dos autocarros, com as amigas. Já na página dos Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra utiliza a ferramenta Narrador do windows para realizar a pesquisa.

CENA 3

Alguns dos amigos apanham o autocarro rumo a Coimbra, a fim de se encontrarem com o resto do grupo.

CENA 4

Os amigos encontram-se todos em Coimbra.

Figura 5 - Guião

O objetivo da campanha é sensibilizar para o facto de os adultos com deficiência beneficiarem com o uso de meios digitais e, por se ter decidido optar por um vídeo com um tom positivo, a narrativa desenvolvida segue esses traços, incluindo, simultaneamente, o recurso a equipamentos eletrónicos, redes sociais e ferramentas de acessibilidade.

A história desenvolve-se em redor de um grupo de amigos com deficiência intelectual, que decidem fazer uma visita à feira cultural de Coimbra. O vídeo e, consequentemente, o guião, mostra a forma como alguém do grupo inicia o contacto e que meios utilizou para comunicar até ao encontro. A sequência inicia-se com um rapaz a pesquisar informações sobre o local utilizando o computador e assim que acaba a pesquisa,

convida os amigos para a saída. Para isso, para além de usar a ferramenta de pesquisa por voz no motor de busca, utiliza uma conversa de grupo no *chat* do *Facebook*, onde deixa uma mensagem de voz a dirigir-lhes o convite. A cena seguinte mostra a reação de uma das amigas do grupo ao receber a mensagem. A rapariga, entusiasmada, trata de pesquisar os horários dos autocarros com outras duas amigas, fazendo para isso uso do narrador do *Windows*. No dia seguinte, seguem todos rumo a Coimbra, onde se encontram com os restantes amigos.

A ideia para esta narrativa surgiu durante um processo de *brainstorming* com as profissionais de saúde do Centro. Por se tratar de um processo difícil de executar com os participantes, por terem dificuldades em expressar-se, em dar ideias e discutir, optou-se por realizar esta tarefa apenas com estas terapeutas que acompanham de perto a realidade dos participantes e podem dar um contributo único para o projeto. Assim, surgiu a ideia de mostrar o uso que as pessoas com deficiência intelectual podem fazer dos meios digitais, mostrando que as dificuldades que enfrentam no seu quotidiano podem ser ultrapassadas, ainda que para isso haja a necessidade de utilizar ferramentas específicas – as ferramentas de acessibilidade. O vídeo tem um duplo objetivo, uma vez que, para além de alertar para a contínua necessidade de desenvolver meios mais acessíveis para as pessoas com deficiência intelectual, mostra que os meios digitais aproximam as pessoas com deficiência das pessoas sem deficiência e que melhoram e ajudam nos processos de socialização. No caso das pessoas com deficiência intelectual, as tecnologias digitais e a internet, que por vezes são vistas como um fator que quebra a proximidade física entre as pessoas, que passam a ter uma vida mais virtual, podem aproximar mesmo por facilitar a comunicação. No vídeo, pretende-se mesmo mostrar esse lado, daí ter-se pensado em criar este mundo em que o personagem principal faz uso dos meios digitais não só para a pesquisa acerca de um evento, como para convidar os amigos para a atividade, e se finaliza com a passagem do virtual para o encontro físico.

Numa fase seguinte foi desenvolvido o *storyboard*, uma ferramenta crucial que prepara para as gravações, uma vez que obriga a tomar várias decisões que não surgiram aquando a construção do guião (Schenk & Long, 2012), por ser uma sequência de desenhos representativa das várias ações a serem gravadas (Ascher & Pincus, 2013).

A figura 6 apresenta a sequência dos vários planos, construídos através do programa disponibilizado pelo *website storyboardthat.com*.

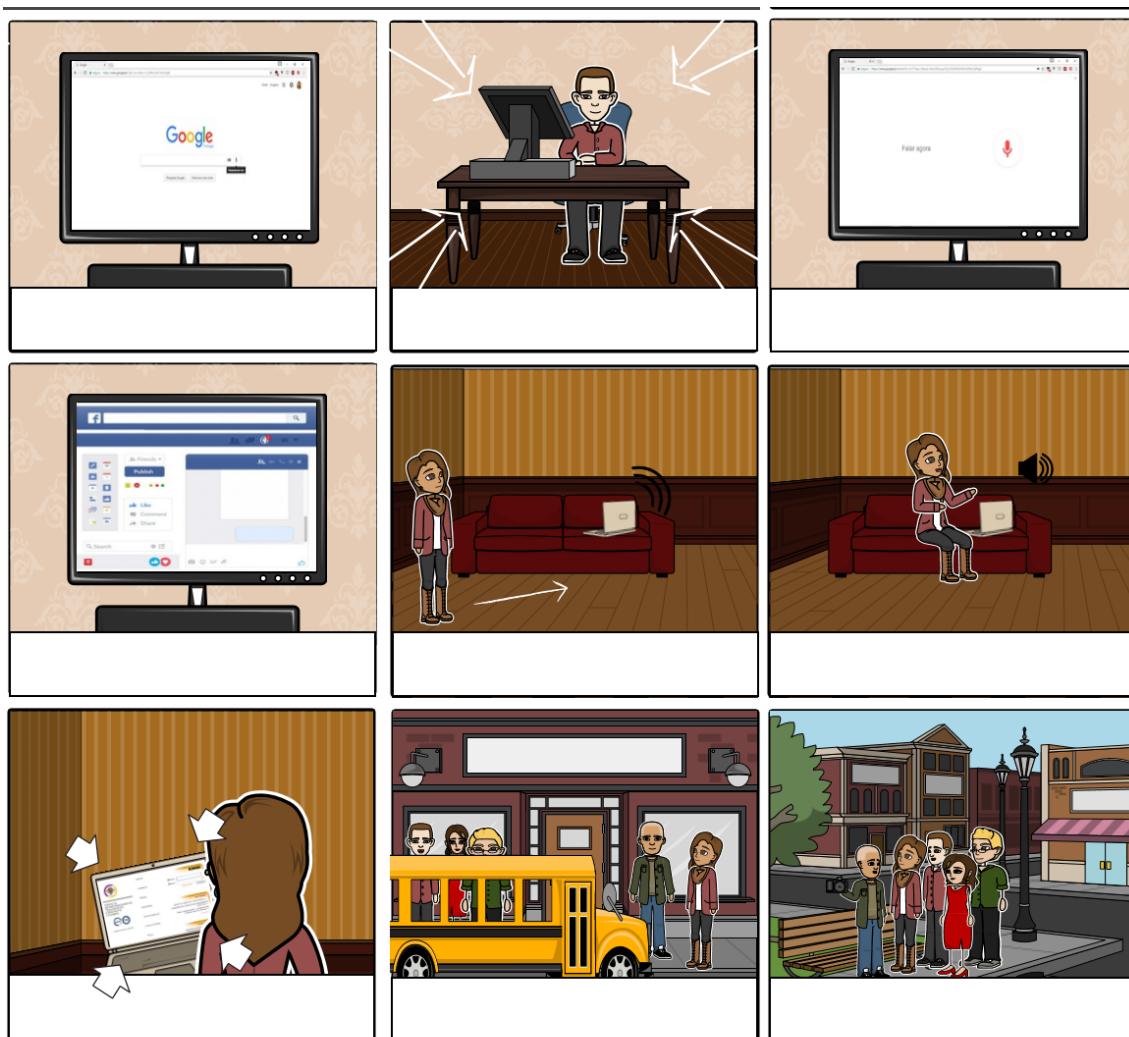


Figura 6 - Storyboard

Existem muitas variáveis a ter em consideração durante uma produção (como atores, equipa de trabalho, localizações, adereços, guarda-roupa, condições meteorológicas, ...), que necessitam de ser ponderadas antes de se iniciarem as gravações (Schenk & Long, 2012). Assim sendo tratou-se de preencher as folhas de serviço que funcionam como calendários de produção e que integram não só as pessoas e os recursos necessários para cada cena, como a ordem pela qual se vão gravar as cenas (ver Apêndice D) que funcionam como potenciadores da eficiência enquanto permitem a flexibilidade no caso de ocorrer qualquer eventualidade (Ascher & Pincus, 2013).

Os locais de gravação foram decididos pela investigadora e pela psicóloga. Por questões logísticas, as gravações tiveram lugar nos vários espaços do Centro Cavalo Azul e nos arredores.

3.3.3.2. Produção

Depois dos documentos de pré-produção serem validados pela psicóloga do Centro Cavalo Azul, seguiu-se a fase de produção, que foi constituída por uma sessão de trabalho dedicada às gravações, no dia 14 de Junho de 2017. A sessão teve início com uma explicação a cada participante sobre técnicas de gravação de imagem e áudio, na qual foi explicado o modo de funcionamento do material, recorrendo-se a *post-its* coloridos que foram colados ao material e numerados tendo em consideração a ordem pela qual seriam utilizados. As gravações seguiram a ordem das cenas estipuladas no guião e com recurso ao *storyboard*.

Os participantes foram envolvidos em completo na produção do vídeo. Para cada cena, uns foram destacados para participar enquanto atores, enquanto os outros ficaram responsáveis pela captação do vídeo e do áudio, tendo assim passado pelos vários papéis relativos à produção (figura 7).

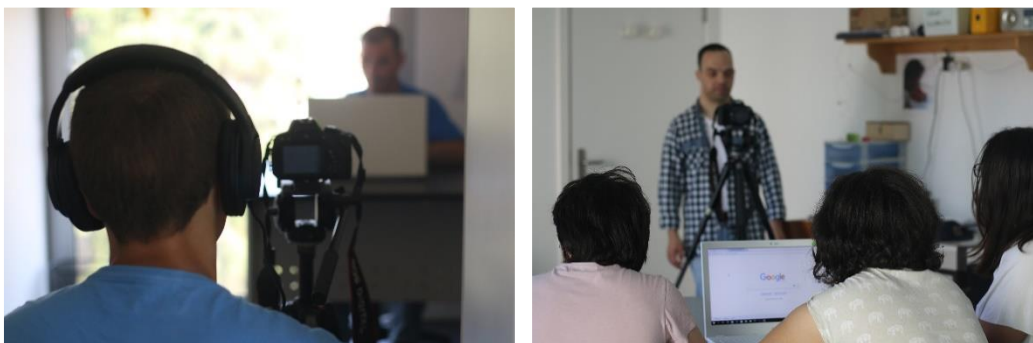


Figura 7- Produção do vídeo de sensibilização

As gravações foram bem-sucedidas, ainda que tenham sido feitas algumas alterações ao guião na parte final do vídeo. Devido a condicionamentos de tempo e deslocação, a cena que deveria ter sido gravada em Coimbra, na Feira Cultural, foi gravada nos arredores do Centro Cavalo Azul.

Durante o processo, os diálogos informais com os participantes permitiram perceber que o dia de produção agradou à maioria, que nunca tinha tido semelhante experiência.

3.3.3.3. Pós-produção

A montagem, edição de cor e sonorização foram realizadas pela investigadora com recurso ao *software Adobe Premiere Pro CC 2015*, com o contributo do grupo de participantes que, ao lhe serem apresentadas várias opções de edição, selecionou a que lhes agradava mais. Também na componente sonora houve colaboração: depois

de serem expostos à audição de várias músicas, selecionaram a que lhes pareceu adequar-se melhor ao vídeo.

Inicialmente, construiu-se uma sequência com as imagens captadas, ou seja, uma seleção inicial das cenas que tinha por objetivo fornecer aos participantes um primeiro contacto com o material disponível. A partir desta sequência, foram-se organizando de forma diegética as imagens, de acordo com o guião. Obteve-se então uma longa sequência, que com alguns cortes foi diminuída e ficou com uma duração de cerca de 1min30.

A fase seguinte foi tratar da sonorização, com a colocação dos *voice-over* e efeitos sonoros. A música de fundo foi colocada aquando da seleção pelos participantes. Foram selecionadas três músicas de *Attribution-ShareAlike* (CC BY-SA 4.0) segundo as licenças de *Creative Commons*, que permitem partilhar, copiar, distribuir e adaptar as obras, com a devida referência ao autor. As três músicas são distintas, sendo que a primeira – *Sunny Street* de David Szesztay³ - é um instrumental de piano, que denota uma certa esperança; a segunda – *Happy Song Instrumental* de Pachyderm⁴ – é uma música alegre com notas de baixo, guitarra, percussão e sintetizador; e a última – *Corporate (Innovative)* de Scott Holmes⁵ – tem um cariz mais motivacional, bastante alegre e , é mais longa que as outras opções.

A composição cromática é um fator importante na transmissão da mensagem no vídeo. Assim sendo, foram criadas 3 versões, com diferentes correções de cor. As figuras seguintes (fig.8, 9 e 10) apresentam uma sequência de *frames* que mostram a diferença de cor entre as gravações originais e as três versões de edição, onde se trabalhou com as curvas RGB.

³ http://freemusicarchive.org/music/David_Szesztay/20170730112627550/Sunny_Street

⁴ http://freemusicarchive.org/music/Pachyderm/Live_at_the_Fillmore_instrumental_version/Pachyderm_-_Live_at_the_Fillmore_Ultra-Deluxe_Instrumental_Version_-_14_Happy_Song_instrumental

⁵ http://freemusicarchive.org/music/Scott_Holmes/Corporate__Motivational_Music/Scott_Holmes_-_04_-_Corporate_Innovative

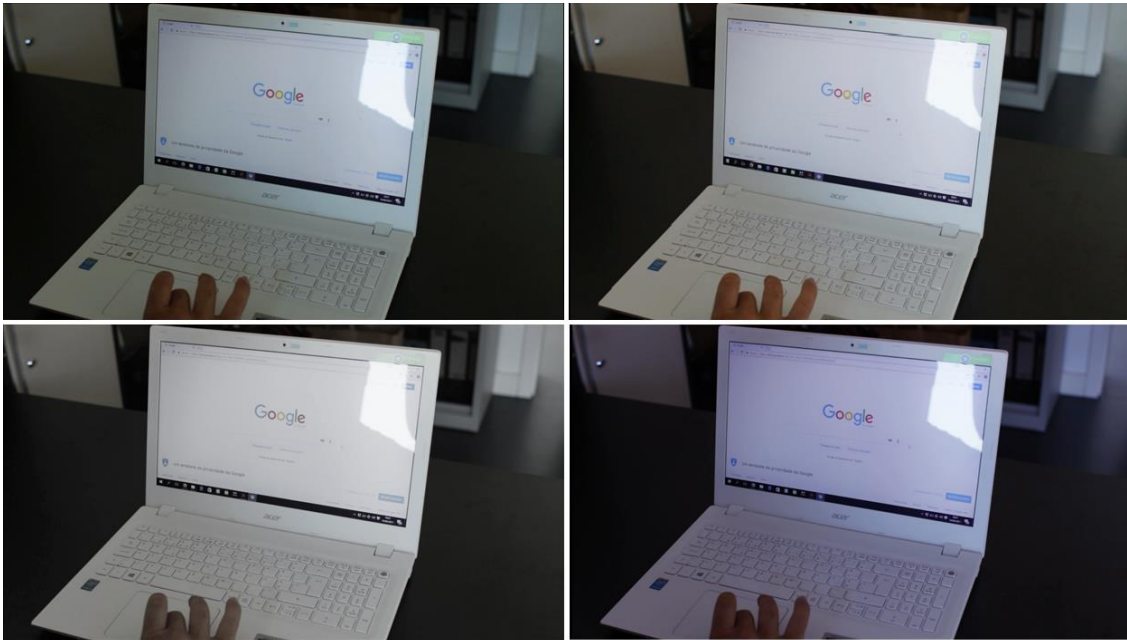


Figura 8 - Figura 8 – Comparação relativa à correção de cor da frame



Figura 9 - Comparação relativa à correção de cor da frame



Figura 10 - Figura 10 – Comparação relativa à correção de cor da frame

Na primeira versão foram utilizados tons mais quentes e em simultâneo mais brilhantes, que lhe conferem mais vivacidade aquando comparado com as imagens originais. Na versão dois, apostou-se num registo diferente, com menos contraste e saturação o que originou uma imagem com menos vida, com aproximação de tons cinza. Na última versão, foi aumentado o nível de azul o que tornou a imagem mais arroxeadada, ainda que se tenha mantido uma imagem com cores vivas.

Para finalizar, foram colocadas algumas mensagens para reforçar a sensibilização e contextualizar o tema do vídeo. No início, utilizam-se dados estatísticos acerca do número de pessoas com deficiência intelectual e é apresentada a informação de que a maioria dessas pessoas não faz uso de meios digitais. No fim do vídeo, aparece a frase “se a comunicação não tiver limites... a vontade/diversão/alegria/amizade não tem limites”. Esta mensagem pretende tocar na questão das limitações que as pessoas com deficiência intelectual enfrentam quando utilizam alguns tipos de meios digitais, mas sublinhar que se as tecnologias estiverem preparadas com ferramentas de acessibilidade é possível fazer uso delas e beneficiar em termos de socialização, autonomia, e na vontade de superarem as suas limitações.

Todos os participantes votaram na segunda música apresentada - *Happy Song Instrumental* de Pachyderm – e na primeira versão do vídeo⁶.

Ocorreram alguns problemas no decorrer das gravações, devido às opções tomadas, que tiveram de ser resolvidos em pós-produção. Um exemplo foi a utilização de focagem automática pelas dificuldades apresentadas pelos participantes, que originou algumas imagens desfocadas. A solução encontrada foi utilizar imagens criadas digitalmente, e gravações da tela do computador, como pode ser visto na figura 11. Em termos de pós-produção foram tidos em consideração alguns aspetos no que diz respeito às transições entre alguns *frames*, com a utilização do efeito “desvanecer” entre cenas, ou o efeito de *blur* para fazer uma transição mais suave.

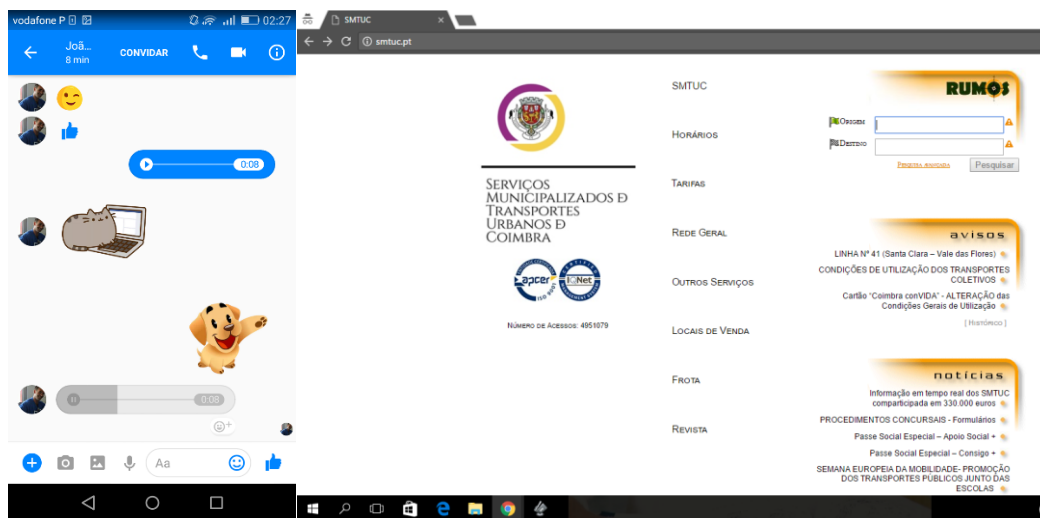


Figura 11- Imagens exemplificativas das soluções encontradas

A versão final do vídeo está disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=PfHGV6WhMkM>

3.3.4. Avaliação do potencial de sensibilização da Campanha

Finda a pós-produção aplicou-se um inquérito por questionário de avaliação do seu potencial de sensibilização para a importância do uso dos meios digitais por parte dos adultos com deficiência intelectual (Cf. Apêndice E). O inquérito foi aplicado a uma amostra por conveniência, e foi criado através da plataforma *Google forms*, tendo sido partilhado no *Facebook* através de mensagem privada, publicado em grupos e no perfil pessoal, tendo retornado 93 respostas. Os inquiridos foram convidados a assistir ao vídeo apresentado no início do inquérito, em seguida, a responder a um conjunto de perguntas que pretendiam aferir de que forma o vídeo tinha contribuído para promover a sensibilização para a importância do uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência.

O estudo aferiu que a maioria dos inquiridos tinha entre 18 e 24 anos (63,4%), havendo uma maioria de respostas do género feminino (64,5%) – gráficos 7 e 8. 62,4% dos participantes revelaram conhecer pessoas com deficiência intelectual. 61,3% não tinham conhecimentos das ferramentas de acessibilidade apresentadas no vídeo.

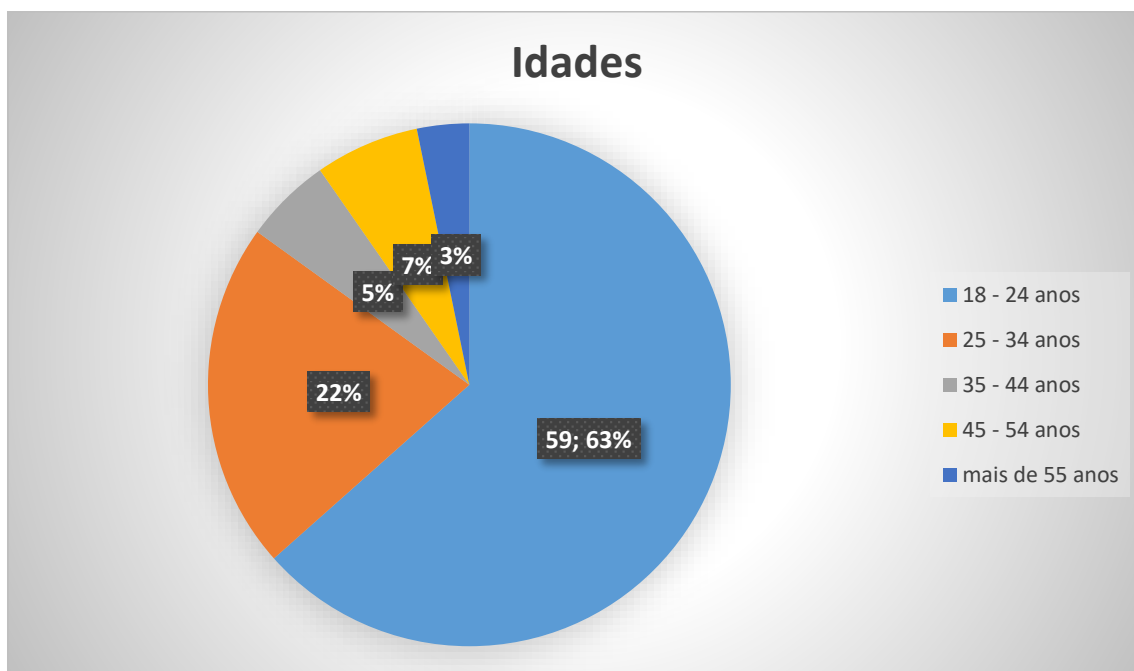


Gráfico 7 - Idades dos inquiridos

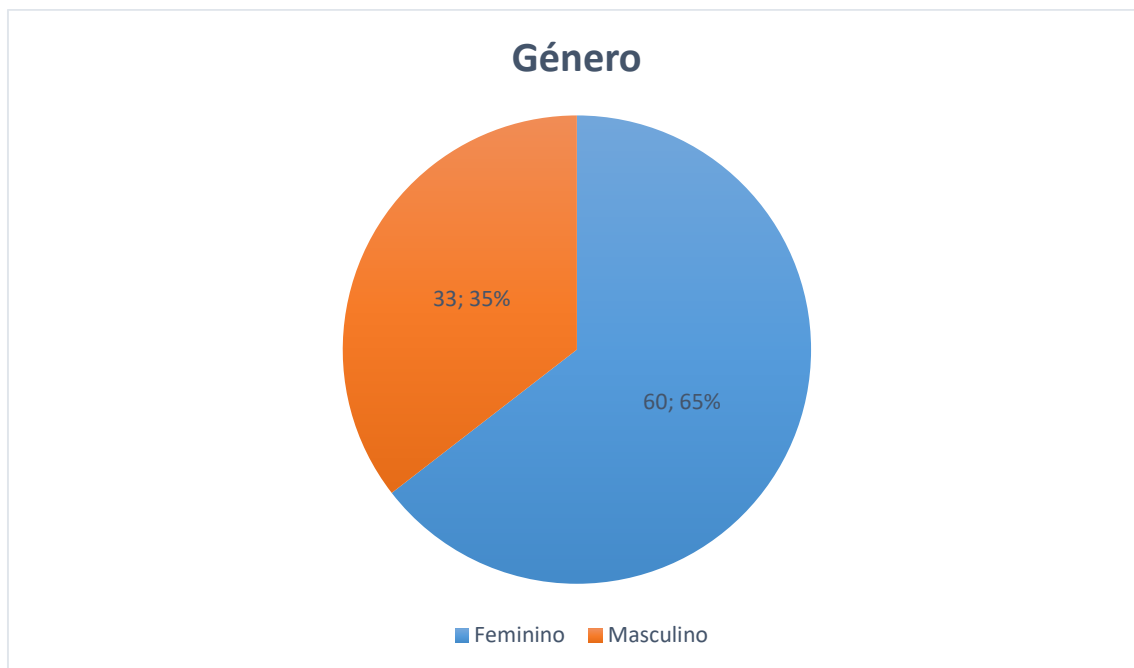


Gráfico 8 - Género dos Inquiridos

Em relação à importância da temática do uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência, numa escala de 1 a 5, de nada relevante para muito relevante, 54,8% dos participantes consideraram que é um tema muito relevante, 38,7% votaram em relevante e apenas 6,5% avaliaram com um 3, como se observa no gráfico 9.

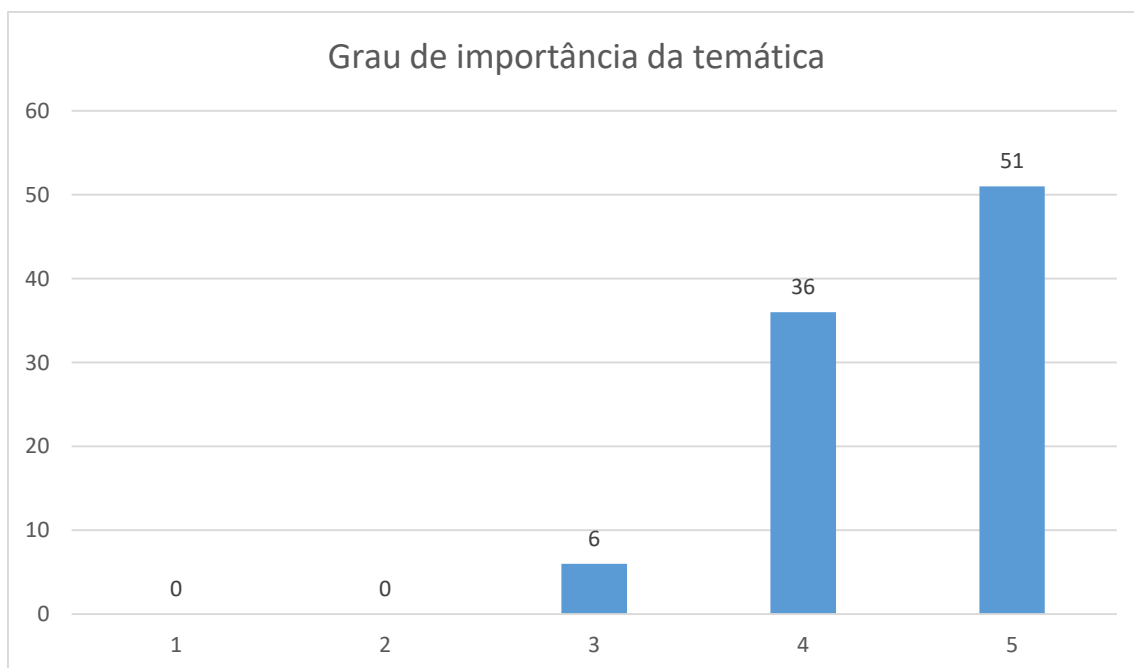


Gráfico 9 - Grau de importância da temática abordada no vídeo

A nível de edição de vídeo, foram colocadas questões acerca da montagem, ritmo, duração e do som. A maioria dos inquiridos (55,9%) considerou que a montagem e o ritmo eram adequados, 22,6% avaliaram como bastante adequados, 19,4% aferiram ter um nível razoável de adequabilidade e 2,2% pouco adequado (gráfico 10). Em termos de música utilizada, 37,6% votaram como sendo adequada, 35,5% determinaram como bastante adequada, 18,3% assinalaram 3 na escala linear, 6,5% consideraram a música pouco adequada e 2,2% avaliaram como nada adequada (gráfico 11).

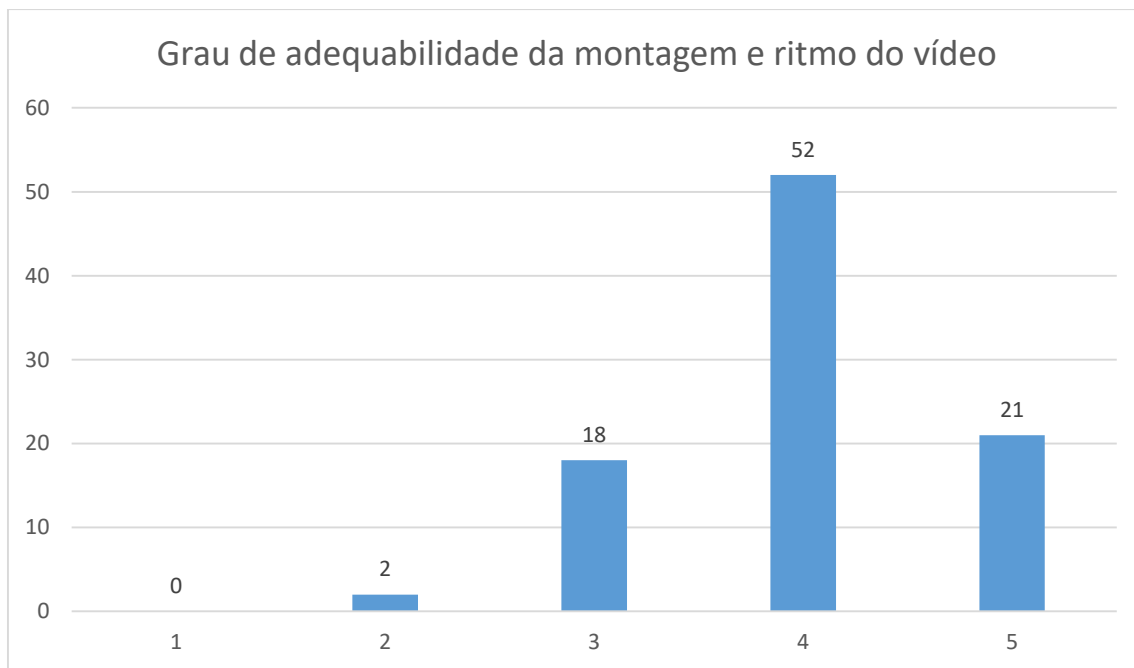


Gráfico 10 - Grau de adequabilidade da montagem e ritmo do vídeo

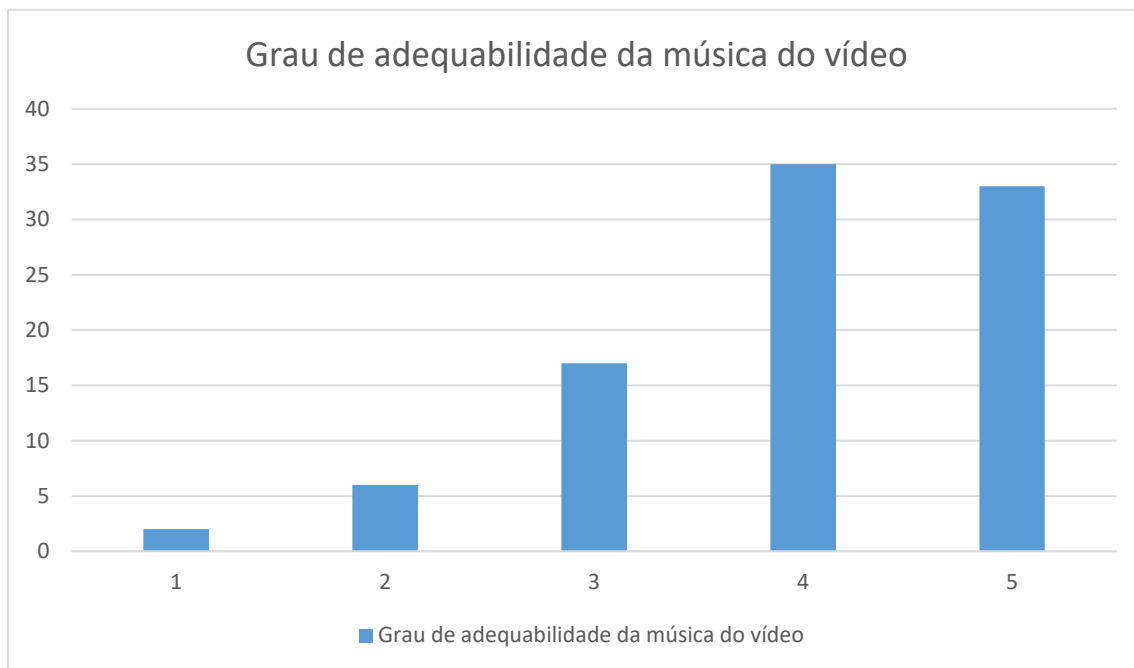


Gráfico 11 - Grau de adequabilidade da música do vídeo

A pergunta acerca da duração do vídeo teve as seguintes respostas – 46,2% indicaram tratar-se de uma duração adequada, 32,3% avaliaram como bastante adequado, 16,1% como razoável, 4,3% considerou como pouco adequada e 1,1% nada adequada (figura 12).

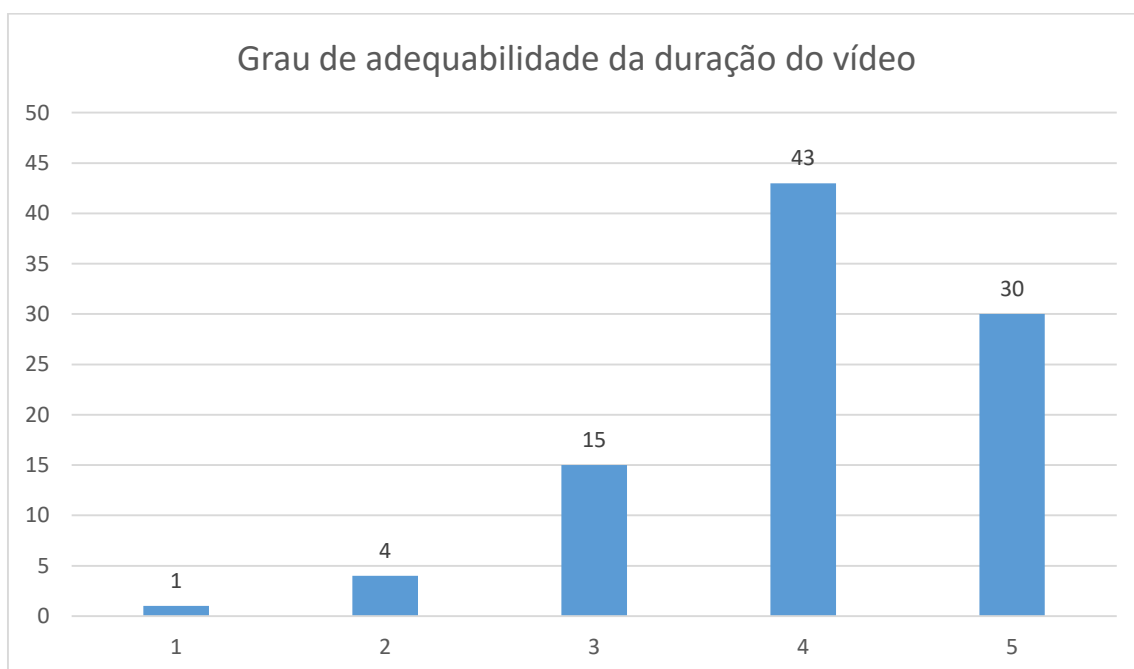


Gráfico 12 - Grau de adequabilidade da duração do vídeo

A maioria dos inquiridos (52,7%) responderam que ponderaria a partilhar o vídeo nas suas redes sociais, 36,6% assinalaram a opção talvez e 10,8% que não iria partilhar.

Para aferir acerca do poder de sensibilização do vídeo, criou-se uma pergunta com resposta de escala linear de 1 a 5, do nada sensibilizador para o muito sensibilizador. 51,6% dos participantes considerou ser sensibilizador, 23,7% muito sensibilizador, 18,3% assinalou médio nível de poder de sensibilização e 6,5% avaliou como pouco sensibilizador (figura 13).

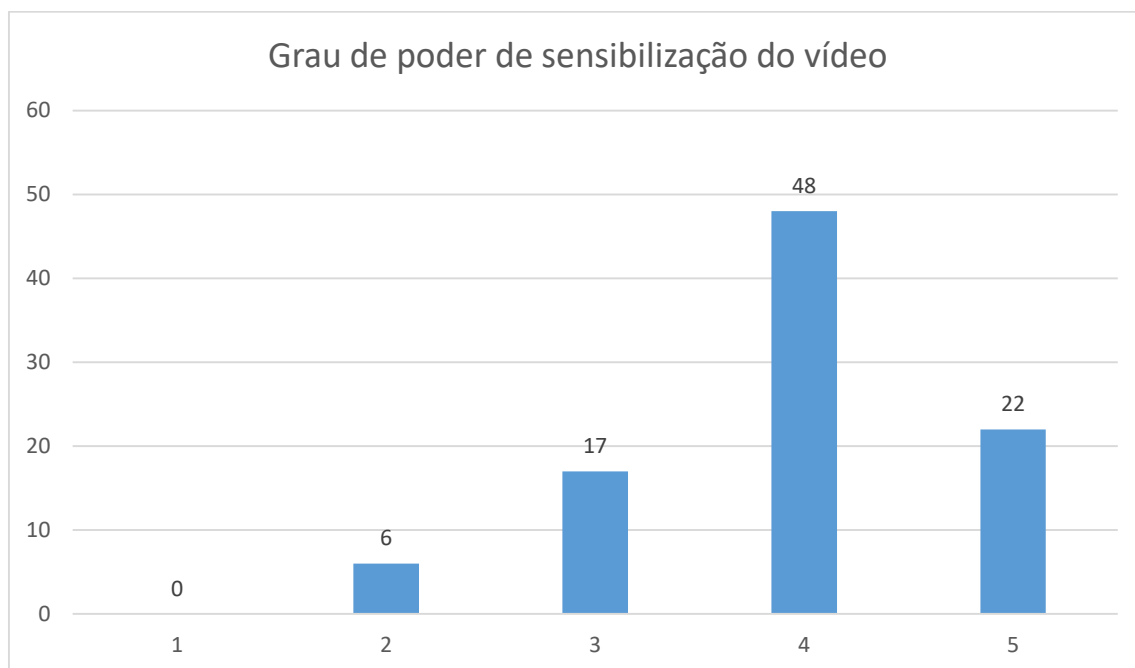


Gráfico 13 - Grau de poder de sensibilização do vídeo

O último espaço do questionário era dedicado a críticas e sugestões e teve comentários bastante positivos. Um dos participantes do estudo criticou a falta de “maior detalhe e melhores condições de captura de som”, e um outro o facto de as pessoas invisuais não serem incluídas no vídeo e não ser totalmente evidente que são pessoas com deficiência cognitiva. O mesmo participante sugere que um próximo vídeo incluía as dificuldades encontradas no dia-a-dia no uso das ferramentas de comunicação virtual e as estratégias utilizadas para as ultrapassar.

Pode então concluir-se que a amostra era maioritariamente jovem, com idades próximas às dos adultos com deficiência que participaram no projeto. Com uma predominância feminina, as respostas obtidas em relação ao vídeo foram positivas.

Pode considerar-se que o vídeo produzido conseguiu mostrar uma perspetiva de uso de meios digitais por parte de adultos com deficiência intelectual, fazendo referência a

ferramentas de acessibilidade que a maioria dos inquiridos não conhecia. Sendo esta uma temática que os inquiridos consideraram muito relevante, mais de metade da amostra partilharia o vídeo caso houvesse essa possibilidade. A montagem, o ritmo, a duração e a música revelaram-se adequadas e grande parte dos inquiridos considerou o vídeo com um grau de sensibilização positivo.

Conclusões, limitações e sugestões de trabalho futuro

A presente investigação assentou em três objetivos – a construção de uma campanha audiovisual que promovesse e alertasse para a necessidade da maior utilização de meios digitais pelos adultos com deficiência intelectual, o recurso à abordagem de *design* participativo para a construção da campanha; e o envolvimento de pessoas com deficiência intelectual neste processo.

A revisão bibliográfica realizada contribuiu para aprofundar o conhecimento nestes domínios e para apoiar a adequação de métodos e técnicas a utilizar para o cumprimento dos objetivos primários dispostos anteriormente.

Findo o processo, pode dizer-se que os resultados obtidos são um contributo para o complemento do estado de arte pois, apesar de terem sido apresentadas publicações de referência no âmbito da construção de campanhas, não foram, até ao momento, encontradas referências para o desenvolvimento de uma campanha de sensibilização envolvendo adultos com deficiência. A investigação pode, portanto, ser relevante para dar novas pistas sobre o *design* participativo, sendo que os elementos grupo de pessoas com deficiência intelectual do Centro Cavalo Azul, foram os próprios participantes na construção da campanha audiovisual de sensibilização para o uso dos meios digitais.

Uma vez que a revisão de literatura não deu muitas pistas acerca do uso e possíveis impactos dos *media* digitais na vida dos adultos com deficiência, este estudo permitiu compreender melhor estes aspetos, ainda que não possam ser tiradas conclusões muito generalizadas por se terem utilizados grupos e amostras muito pequenos para o universo de pessoas com deficiência intelectual. Através dos inquéritos por questionário e pela observação durante as sessões de trabalho, foi possível caracterizar o perfil destas pessoas, que são os envolvidos no vídeo de sensibilização, traçando assim uma imagem real do seu quotidiano. Concluiu-se que os participantes fazem uso dos meios digitais, ainda que de forma básica. Utilizam a internet sobretudo para utilizar as redes sociais, ouvir música e ver vídeos, o que os torna mais independentes, autónomos e

sociais, contribuindo para um aumento da qualidade dos seus momentos de lazer e potenciando as relações sociais, a criação e a manutenção de amizades.

O mundo da deficiência e do audiovisual poderá ficar mais enriquecido com o artefacto produzido que, por ter seguido as sugestões apresentadas na revisão bibliográfica, poderá

O projeto pressupôs a realização de uma campanha audiovisual em *design* participativo com adultos com deficiência do foro intelectual e, devido a esta especificidade, houve aspetos que tiveram de ser considerados e adaptados aquando as sessões de trabalho. Deu-se o caso de algumas pessoas do grupo selecionado não estarem predispostas a participar em certas fases das sessões, ou terem certas dificuldades no sentido de não conseguirem adquirir em tempo útil conhecimentos técnicos no âmbito da edição de vídeo. De forma a ultrapassar estas limitações optou-se por, ao invés de participarem em todas as fases do projeto, os seus contributos serem focados em tomadas de decisão através da apresentação de várias opções. Outra forma de combater estas dificuldades foi trabalhar não só com os utentes do Centro Cavalo Azul, mas também com os profissionais da Associação.

Uma das limitações do estudo é o tamanho reduzido da amostra. Foi selecionado um grupo de utentes com capacidade e disponibilidade para participar, ao início 9 pessoas com deficiência intelectual, que passou a ser composto apenas por 8 participantes devido à incompatibilidade de horários das atividades. O facto de serem pessoas com défice cognitivo e precisarem de acompanhamento e apoio para se expressarem pode ter condicionado os resultados obtidos, considerando que nem sempre foi possível compreender e integrar a visão dos participantes. Outra limitação deve-se à impossibilidade de estudar o efeito da campanha de sensibilização em contexto real (publicando a campanha por um período longo de tempo). Para reduzir esta limitação foi realizado um inquérito a 93 participantes para aferir o poder de sensibilização do vídeo.

Estudos futuros podem envolver pessoas com deficiência intelectual, até com outros níveis de gravidade, noutra tipo de atividades da realização e produção de vídeo e englobar tarefas mais práticas e complexas, que não apenas a tomada de decisão através de votações.

4. Referências Bibliográficas

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (p. 991). Arlington: American Psychiatric Association.
<http://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596.744053>
- Ascher, S., & Pincus, E. (2013). *The Filmmakers Handbook - A Comprehensive Guide for the Digital Age*. England: Plume.
- Benton, L., & Johnson, H. (2015). Widening participation in technology design: A review of the involvement of children with special educational needs and disabilities. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 3, 23–40.
<http://doi.org/10.1016/j.ijcci.2015.07.001>
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What Makes Online Content Viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <http://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Bødker, S., & Halskov, K. (2012). Participation – basic concepts and research challenges, 149–150. <http://doi.org/10.1145/2348144.2348194>
- Bos, G., & Kal, D. (2016). The Value of Inequality. *Social Inclusion*, 4(4), 129–139. Retrieved from
<http://www.cogitatiopress.com/ojs/index.php/socialinclusion/article/view/689/689>
- Branco, R. M., Quental, J., & Ribeiro, Ó. (2015). Getting Closer, Empathising and Understanding: Setting the Stage for a Codesign Project with People with Dementia. *Interaction Design and Architecture*, 114–131.
- Budge, F. M., & Wels, H. (2016). “I Am Human Too!” “Probeerruimte” as Liminal Spaces in Search of Recognition. *Social Inclusion*, 4(4), 140.
<http://doi.org/10.17645/si.v4i4.701>
- Burgstahler, S. (2012). *Working Together: People with Disabilities and Computer Technology*. University of Washington. Retrieved from
<http://www.washington.edu/doit/sites/default/files/atoms/files/wtcomp.pdf>
- Burgstahler, S. (2015). Opening Doors or Slamming Them Shut? Online Learning Practices and Students with Disabilities. *Social Inclusion*, 3(6), 69.
<http://doi.org/10.17645/si.v3i6.420>
- Chadwick, D., Wesson, C., & Fullwood, C. (2013). Internet Access by People with Intellectual Disabilities: Inequalities and Opportunities. *Future Internet*, 5(3), 376–397. <http://doi.org/10.3390/fi5030376>
- Council on Disability, N. (2011). *The Power of Digital Inclusion: Technology's Impact on Employment and Opportunities for People with Disabilities*. Retrieved from

- [http://sonify.psych.gatech.edu/~walker/b/classes/assisttech/pdf/NationalCouncilOnDisability\(2011\).pdf](http://sonify.psych.gatech.edu/~walker/b/classes/assisttech/pdf/NationalCouncilOnDisability(2011).pdf)
- D'alessio, S., Donnelly, V., & Watkins, A. (2010). Inclusive education across Europe: the move in thinking from integration for inclusion. *Revista de Psicología Y Educación*, 1(5), 109–126. Retrieved from <http://revistadepsicologiayeducacion.es/index.php/volumenes/send/23-revista-numero-5-ao-2010/100-revistaparte10watkins.html>
- David, S., Sabiescu, A. G., & Cantoni, L. (2013). *A Reflection on the Literature*. <http://doi.org/10.13140/RG.2.1.2309.9365>
- Dittrich, Y., Eriksén, S., & Wessels, B. (2014). Learning through situated innovation why the specific is crucial for participatory design research. *Scandinavian Journal of Information Systems*, 26(1), 29–56.
- European Agency for Development in Special Needs Education. (2013). *Information and Communication Technology for Inclusion - Research Literature Review*. Odense.
- European Agency for Special Needs and Inclusive Education. (2014). Inclusive Education in Europe: putting theory into practice. In *International Conference*. Odense, Denmark. Retrieved from [https://www.european-agency.org/sites/default/files/International Conference- First resultst_0.pdf](https://www.european-agency.org/sites/default/files/International%20Conference-First%20resultst_0.pdf)
- Fletcher, A. (n.d.). *Disability Awareness in Action Campaigns. Disability Awareness in Action*. London: Disability Awareness in Action.
- Fundação para a Ciência e a Tecnologia. (2013). *Vulnerable People & ICT in Portugal: the practice of more than 15 years*. Lisboa: Ministério da Educação e Ciência. Retrieved from https://www.fct.pt/dsi/docs/fct_vulnerablepeople_ict.pdf
- Gilmore, L., & Cuskelly, M. (2014). Vulnerability to Loneliness in People with Intellectual Disability: An Explanatory Model. *Journal of Policy and Practice in Intellectual Disabilities*, 11(3), 192–199. <http://doi.org/10.1111/jppi.12089>
- Harkin. (2010). *Rosa's Law*. Retrieved from <https://www.congress.gov/111/crpt/srpt244/CRPT-111srpt244.pdf>
- Hendriks, N., Slegers, K., & Duysburgh, P. (2015). Codesign with people living with cognitive or sensory impairments: a case for method stories and uniqueness. *CoDesign*, 11(1), 70–82. <http://doi.org/10.1080/15710882.2015.1020316>
- Hoey, B. A. (2014). A Simple Introduction to the Practice of Ethnography and Guide to Ethnographic Fieldnotes. *Marshall Digital Scholar*, (June), 1–10. Retrieved from http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1022&context=brian_hoey
- Holone, H., & Herstad, J. (2013). Three tensions in participatory design for inclusion. In *SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13* (p. 2903). Paris. <http://doi.org/10.1145/2470654.2481401>
- Jenkins, B., & Feldman, L. (2011). Consumer Sharing of Viral Video Advertisements: A Look into Message and Creative Strategy Typologies and Emotional Content.
- Keeley, B. (2007). *Human Capital*. <http://doi.org/10.1787/9789264029095-en>
- Office for National Statistics. Internet users in the UK:2016, Office for National Statistics (2016). Retrieved from

<https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/itandinternetindustry/bulletins/internetusers/2016>

- Parsons, S. (2015). The Potential of Digital Technologies for Transforming Informed Consent Practices with Children and Young People in Social Research. *Social Inclusion*, 3(6), 56–68. <http://doi.org/10.17645/si.v3i6.400>
- Pedro, K. M., & Chacon, M. C. M. (2016). TECNOLOGIAS DIGITAIS E INCLUSÃO: UMA EXPERIÊNCIA SOBRE ESTUDANTES COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL. *SIED:EnPED - Simpósio Internacional de Educação a Distância E Encontro de Pesquisadores Em Educação a Distância*, 0(0). Retrieved from <http://www.sied-enped2016.ead.ufscar.br/ojs/index.php/2016/article/view/1015/913>
- Pires, L. (2016). Estudantes com Necessidades Educativas Especiais no Ensino Superior: Respostas Institucionais. In L. Almeida & R. Vieira De Castro (Eds.), *Ser Estudante no Ensino Superior: O caso de estudantes do 1º ano* (Centro de).
- PORDATA. (2015). População residente com deficiência segundo os Censos: total e por tipo de deficiência (2001) - Portugal. Retrieved October 4, 2016, from [http://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+com+defici%C3%A7%C3%A3o+segundo+os+Censos+total+e+por+tipo+de+defici%C3%A7%C3%A3o+\(2001\)-1239](http://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente+com+defici%C3%A7%C3%A3o+segundo+os+Censos+total+e+por+tipo+de+defici%C3%A7%C3%A3o+(2001)-1239)
- Reynolds, T., Zupanick, & Dombeck, M. (2013). Intellectual Disability and Severity Codes. Retrieved January 9, 2017, from <https://www.mentalhelp.net/articles/intellectual-disability-and-severity-codes/>
- Richey, R., Klein, J., & Neslon, W. (2004). Developmental research: Studies of instructional design and development. *Handbook of Research for Instructional Design and Development*, 1099–1130.
- Schenk, S., & Long, B. (2012). *The Digital Filmmaking Handbook* (4th ed.). Cengage Learning. Retrieved from <http://www.thedigitalfilmmakinghandbook.com/>
- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2002). *Interaction design: beyond human-computer interaction*. (J. W. & Sons, Ed.) (Vol. 11). Nova Jérĩa. <http://doi.org/10.1162/leon.2005.38.5.401>
- Simplican, S. C., Leader, G., Kosciulek, J., & Leahy, M. (2015). Defining social inclusion of people with intellectual and developmental disabilities: An ecological model of social networks and community participation. *Research in Developmental Disabilities*, 38, 18–29. <http://doi.org/10.1016/j.ridd.2014.10.008>
- Slegers, K., Duysburgh, P., van Rijn, H., & Hendriks, N. (2012). Participatory design for users with impairments affecting cognitive functions and communication skills. *Proceedings of the 12th Participatory Design Conference on Exploratory Papers Workshop Descriptions Industry Cases - Volume 2 - PDC '12*, 141. <http://doi.org/10.1145/2348144.2348190>
- Tanis, E. S., Palmer, S., Wehmeyer, M., Davies, D. K., Stock, S. E., Lobb, K., & Bishop, B. (2012). Self-report computer-based survey of technology use by people with intellectual and developmental disabilities. *Intellectual and Developmental Disabilities*, 50(1), 53–68. <http://doi.org/10.1352/1934-9556-50.1.53>
- Tripp, D. (2005). Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. *Educação E Pesquisa*, 31(3), 443–466.

- United Nations Education Scientific and Cultural Organization. (2016). *Digital Empowerment - Access to Information and Knowledge using ICTs for Persons with Disabilities*. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002445/244543e.pdf>
- Van den Akker, J. (1999). Principles and methods of development research. *Design Approaches and Tools in Education and Training*, 1–14. <http://doi.org/0.1007/978-94-011-4255-7>
- Wilson, N. J., Jaques, H., Johnson, A., & Brotherton, M. L. (2016). From Social Exclusion to Supported Inclusion: Adults with Intellectual Disability Discuss Their Lived Experiences of a Structured Social Group. *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities : JARID*. <http://doi.org/10.1111/jar.12275>
- Zhang, J., Purgathofer, P., Brereton, M., Fitzpatrick, G., & Güldenpfennig, F. (2016). Handle the Way: Enhancing Web Accessibility for People with Disability. In *Proceedings of the 2016 ACM Conference Companion Publication on Designing Interactive Systems - DIS '16 Companion* (pp. 117–120). New York, New York, USA: ACM Press. <http://doi.org/10.1145/2908805.2909403>

5. Apêndices

Apêndice A – Guião de Entrevista – Centro Cavalo Azul

Verifiquei que o Projeto Cavalo Azul é uma associação fundada por familiares e amigos de pessoas com deficiência, que surgiu em 2005 com o objetivo de dar apoio a pessoas com deficiência mental, através de um Lar Residencial e de um Centro de Atividades Ocupacionais (CAO)

1. Quantos utentes existem em regime residencial e no Centro de Atividades?
2. Que tipo de deficiências têm os utentes do Centro Cavalo Azul que estão em regime residencial? E os que frequentam o CAO?
3. Que tipos de atividades são realizadas no Centro de Atividades Ocupacionais?
4. Qual o seu nível de autonomia?
5. Existem utentes com capacidade de expressão oral e fluidez do discurso?
6. Que equipamento digital e audiovisual existe na instituição e qual a utilização típica que é feita quer pelos colaboradores/funcionários quer pelos utentes? (finalidade do uso, contexto do uso e frequência do uso para cada equipamento). Costumam ver conteúdos audiovisuais (como por exemplo, televisão e filmes)?
7. Qual o nível de conhecimento dos utentes acerca de meios digitais (como o uso de internet, das redes sociais)? É hábito utilizarem?
8. O meu projeto tem como objetivo criar uma campanha audiovisual para promover o uso dos meios digitais pelos adultos com deficiência, pretendendo-se, para isso, criar vídeos de sensibilização. Quais são as tarefas em que os utentes, os funcionários da instituição e os familiares, poderão colaborar? (participação no planeamento da campanha audiovisual; criação da história – processo de *brainstorming*; figuração; edição; ...)
9. Qual é a disponibilidade dos utentes? Consideram que têm vontade de colaborar?
10. Qual é a disponibilidade da instituição, ou seja em que dias e horários é que se pode fazer uma visita?

Apêndice B – Guião de Questionário sobre os recursos digitais e audiovisuais do Centro Cavalo Azul

Este questionário realiza-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro, que visa o desenvolvimento participativo de uma campanha audiovisual, de promoção da sensibilização para a problemática do uso dos meios digitais, por parte dos adultos com deficiência intelectual.

O questionário servirá para perceber quais são os recursos digitais e audiovisuais que estão disponíveis aos utentes do Centro Cavalo Azul - Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência.

Obrigada pela sua colaboração!

***Obrigatório**

1. O centro está equipado com computadores, para a utilização pelos utentes? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Passe para a pergunta 2.*
☐ Não *Passe para a pergunta 3.*

2. Especifique o número e tipo (computador fixo, portátil, ...) *

3. O centro permite aos utentes o acesso à internet por wi-fi? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Passe para a pergunta 4.*
☐ Não *Passe para a pergunta 5.*

4. Descreva a qualidade da cobertura (em termos de rapidez e abrangência dos espaços que os utentes frequentam, etc). *

.....

.....

.....

.....

5. O Centro possui televisões? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Passe para a pergunta 6.*
☐ Não *Passe para a pergunta 7.*

6. Especifique o número e o contexto em que são usadas. *

.....

.....

.....

.....

7. O Centro dispõe de material audiovisual (DVD e leitores DVD, máquinas fotográficas e câmaras de filmar, por exemplo)? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Passe para a pergunta 8.*
- ☐ Não *Passe para a pergunta 9.*

8. Especifique a quantidade e o contexto em que são usados. *

.....

.....

.....

.....

9. A Associação promove a visualização de conteúdos audiovisuais (filmes, programas de televisão, videoclips, etc)? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Passe para a pergunta 10.*
- ☐ Não *Passe para a pergunta 12.*

10. Como é feita esta promoção? *

.....

.....

.....

.....

11. Que tipos de conteúdos audiovisuais são visualizados? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Vídeos Informativos
- ☐ Vídeos de humor
- ☐ Vídeos Institucionais
- ☐ Videoclips
- ☐ Reality Shows
- ☐ Talk Shows
- ☐ Filmes
- ☐ Outra:

12. São realizados registos fotográficos/ de vídeo na Associação? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Passe para a pergunta 13.*
- ☐ Não *Passe para a pergunta 15.*

13. Quem realiza os registos fotográficos? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Funcionários
- ☐ Utentes
- ☐ Familiares/Cuidadores
- ☐ Outra:

14. Como são captados? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Material profissional
- ☐ Telemóvel
- ☐ Máquina fotográfica digital comum
- ☐ Outra:

15. Dinamizam oficinas/formações na área das competências digitais? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Passe para a pergunta 16.*
- ☐ Não *Pare de preencher este formulário.*

16. Com que frequência ocorrem estas oficinas/formações? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Anualmente
- ☐ Mensalmente
- ☐ Quinzenalmente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Outra:

17. Que temas específicos abordam? *

.....

.....

.....

Questionário sobre os recursos digitais e audiovisuais do Centro Cavalo Azul

Este questionário realiza-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro, que visa o desenvolvimento participativo de uma campanha audiovisual, de promoção da sensibilização para a problemática do uso dos meios digitais, por parte dos adultos com deficiência intelectual.

O questionário servirá para perceber quais são os recursos digitais e audiovisuais que estão disponíveis aos utentes do Centro Cavalo Azul - Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência.

Obrigada pela sua colaboração!

1. O centro está equipado com computadores, para a utilização pelos utentes? *

☒ Sim

☐ Não

2. Especifique o número e tipo (computador fixo, portátil, ...) *

Computador fixo 1, computador portátil (2)

3. O centro permite aos utentes o acesso à internet por wi-fi? *

☒ Sim

☐ Não

4. Descreva a qualidade da cobertura (em termos de rapidez e abrangência dos espaços que os utentes frequentam, etc). *

O centro dispõe de vários routers com wifi, alguns acedem através dos seus telemóveis, mas geralmente acedem através dos pc's disponíveis

5. O Centro possui televisões? *

☒ Sim

☐ Não

6. Especifique o número e o contexto em que são usadas. *

2 - Sala de estar/Bar . Utilizadas em momentos ao final do dia, ou sempre que é solicitado pelo utente. São ainda utilizados em contexto de visualização de filmes escolhidos pelos utentes.

7.0 Centro dispõe de material audiovisual (DVD e leitores DVD, máquinas fotográficas e câmaras de filmar, por exemplo)? *

☒ Sim

☐ Não

8. Especifique a quantidade e o contexto em que são usados. *

Dvd's -3 (sala Estar/Bar/ Snoozelen) - usados para ver filmes ou passar musica.

9. A Associação promove a visualização de conteúdos audiovisuais (filmes, programas de televisão, videoclips, etc)? *

☒ Sim

☐ Não

10. Como é feita esta promoção? *

Actividade de visualização de filmes escolhidos pelos utentes.

11. Que tipos de conteúdos audiovisuais são visualizados? *

☐ Vídeos Informativos

☐ Vídeos de humor

☐ Vídeos Institucionais

☐ Videoclips

☐ Reality Shows

☐ Talk Shows

☒ Filmes

☐ Outra:

12. São realizados registos fotográficos/ de vídeo na Associação? *

☒ Sim

☐ Não

13. Quem realiza os registos fotográficos? *

- ☒ Funcionários
- ☐ Utentes
- ☐ Familiares/Cuidadores
- ☐ Outra:

14. Como são captados? *

- ☐ Material profissional
- ☒ Telemóvel
- ☒ Máquina fotográfica digital comum
- ☐ Outra:

15. Dinamizam oficinas/formações na área das competências digitais? *

- ☐ Sim
 - ☒ Não
-

16. Com que frequência ocorrem estas oficinas/formações? *

- ☐ Anualmente
- ☐ Mensalmente
- ☐ Quinzenalmente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Outra:

17. Que temas específicos abordam? *

Apêndice C – Protocolo para guião de Inquérito por Entrevista

Tema:

Experiência Digital e Audiovisual de um grupo de Adultos com Deficiência Intelectual

Duração:

10 Minutos

Descrição da etapa metodológica e dos resultados esperados:

Este inquérito por entrevista realiza-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro, que visa o desenvolvimento participativo de uma campanha audiovisual, de promoção da sensibilização para a problemática do uso dos meios digitais, por parte dos adultos com deficiência intelectual.

O inquérito servirá para traçar a experiência digital e audiovisual de um grupo de utentes do Centro Cavalo Azul – Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência, de modo a identificar e caracterizar a utilização que fazem dos meios digitais.

Objectivos da entrevista:

- Caracterizar a utilização de meios digitais e audiovisuais que é feita pelo grupo de adultos com deficiência

Identificação do(s) Entrevistado(s):

Grupo de utentes com deficiência Intelectual do Centro Cavalo Azul – Associação de Famílias Solidárias com a Deficiência

Blocos	Objectivos	Questões / Observações
A. Legitimação da entrevista e motivação do entrevistado	Explicar os objectivos da entrevista Motivar o entrevistado a responder sincera e livremente	. Apresentar a entrevistadora . Garantir a confidencialidade . Informar as finalidades e os objectivos da entrevista . Solicitar a colaboração, já que o seu contributo é imprescindível
B. Perfil do Entrevistado	Recolher informação que permita uma	. Idade

	caracterização do entrevistado	. Tipo de Deficiência que possui . Conhecer as suas áreas de interesse
C. Conteúdos Audiovisuais	Recolher informação que permita uma caracterização do uso de meios audiovisuais	. Com que frequência vê conteúdos audiovisuais (filmes, programas de televisão, videoclips, etc)? . Que tipos de conteúdos audiovisuais vê? . Onde vê os conteúdos audiovisuais?
D. Meios Digitais	Recolher informação que permita caracterizar o uso de meios digitais	. Com que frequência utiliza a internet? . Em que dispositivos acede à internet? . Está inscrito em alguma rede social (como <i>facebook</i> , <i>instagram</i> ou <i>twitter</i>)? Qual/quais? . Que atividades costuma realizar através da Internet? . Possui telemóvel com câmara fotográfica? . Com que frequência tira fotografias e/ou filma com o Telemóvel? . O que fotografa e/ou grava com o telemóvel?
E. Agradecimentos		

Apêndice D – Folhas de Serviço

Folha de Serviço	01 quarta-feira	Data: 14/06/2017
		Horário: 10h – 16h
		Almoço: 12h
Vídeo de Sensibilização: Centro Cavalo Azul		
Localização: Centro Cavalo Azul: Assafarge - Coimbra		

HORÁRIO DA EQUIPA NO LOCAL

Produção: 10h
Atores: 11h

Atores	Em cena	Captação de Imagem	Captação de áudio
P1	Cenas 1/4	-	Cena 2
P2	Cena 4	Cena 1	-
P3	Cenas 2/3/4	-	Cena 1
P4	Cena 3/4	Cena 2	-
P5	Cena 3	Cena 4	-
P6	Cena 4	-	Cena 3
P7	Cena 4	Cena 3	-
P8	Cena 4	-	-

Obs.

Briefing Geral (elenco) às 10h30, para explicar o funcionamento do material e dar algumas indicações relativas às gravações

ADEREÇOS
<ul style="list-style-type: none"> - Computador - Telemóvel - Livro

MATERIAL
<ul style="list-style-type: none"> - DSLR 70D - DSLR 700D - Lente 50 mm - Lente 28 mm - Tripé - Kit de Som

Local	Cena	Plano	Descrição
Gabinete da Psicóloga	1		
Corredor	2		

Sala de Carpintaria	3		
Parque	4		

Apêndice E – Guião de Inquérito por Questionário para Validação do Vídeo de Sensibilização

Campanha de sensibilização Cavalo Azul

Este questionário realiza-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro, que visa o desenvolvimento participativo de uma campanha audiovisual, de promoção da sensibilização para a problemática do uso dos meios digitais, por parte dos adultos com deficiência intelectual. O questionário servirá para avaliar o vídeo produzido e perceber o impacto que poderá ter aquando da sua difusão.

Obrigada pela sua colaboração!

Comece por visionar o seguinte vídeo, e responda às questões que se seguem. Obrigada!



1. Idade *

- ☐ 18 - 24 anos
- ☐ 25 - 34 anos
- ☐ 35 - 44 anos
- ☐ 45 - 54 anos
- ☐ Mais de 55 anos

2. Género *

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

3. Conhece alguém com deficiência intelectual? *

☐ Sim

☐ Não

4. Qual é a sua opinião em relação à importância do tema do vídeo (as tecnologias e a deficiência intelectual)? *

	1	2	3	4	5	
Nada relevante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito relevante

5. Tinha conhecimento das ferramentas de acessibilidade apresentadas no vídeo? *

☐ Sim

☐ Não

6. Acha que o ritmo e montagem do vídeo são adequados? *

	1	2	3	4	5	
Nada adequada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante adequada

7. Quão adequada considera a música que foi utilizada? *

	1	2	3	4	5	
Nada adequada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante adequada

8. Em termos de duração, como avalia o vídeo? *

	1	2	3	4	5	
Nada adequado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bastante adequado

9. A cor, a música e a própria narrativa apresentam uma visão positiva do uso dos meios digitais pelas pessoas com deficiência intelectual. Em que medida concorda com a afirmação? *

	1	2	3	4	5	
Não concordo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Concordo plenamente

10. Tendo em consideração o tema do vídeo, e a forma como está estruturado, ponderaria partilhá-lo nas suas redes sociais? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Talvez

11. Como avalia o poder de sensibilização do vídeo para a importância do uso dos meios digitais pelas pessoas com deficiência intelectual?

	1	2	3	4	5	
Nada sensibilizador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito sensibilizador

12. Utilize este espaço para deixar as suas críticas e sugestões. Obrigada!

Texto de resposta longa

Apêndice F – Termo de Autorização de Cedência de Direitos de Imagem

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE CEDÊNCIA DE DIREITOS DE IMAGEM

Eu, _____ (nome completo), morador em/na _____, portador do cartão de cidadão/B.I. nº _____, tutor do utente _____ (nome completo), portador do cartão de cidadão/B.I. nº _____, declaro que AUTORIZO a cedência de imagens que incluam o/a meu/minha tutelado(a) em todo e qualquer material, desde fotos, vídeos, documentos e outros meios de comunicação. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada para fins exclusivamente académicos, no âmbito de uma campanha audiovisual de promoção do uso dos meios digitais por parte dos adultos com deficiência, integrada numa dissertação de mestrado em Comunicação Multimédia, da Universidade de Aveiro.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à imagem do(a) meu/minha tutelado(a).

Coimbra, _____ de _____ de 2017,

(o responsável)