

MARKETING DE CAUSA NAS TECNOLOGIAS ASSISTIVAS E DE ACESSIBILIDADES: EQUIDADE X CAPACITISMO

TENORIO, Viviane Elisabete de Jesus
KRAKAUER, Patrícia Vieiros de Castro
Fatec Sebrae

Resumo: Esse artigo mostra como as tecnologias assistivas para pessoas com diferentes deficiências visuais, com grau parcial ou total, lidam com aspectos de desenvolvimento pessoal e profissional. Mesmo em um Mundo globalizado, com pesquisas e desenvolvimentos de produtos focados em user-experience, isso não está ao alcance de todos. A era da informação utiliza diversos canais de comunicação, mas faltam softwares e investimentos das empresas em ações efetivas que gerem equidade, pois erroneamente ainda existe o pensamento de que, atender uma necessidade seja uma ação capacitista e de que o esforço, mesmo sem as ferramentas adequadas, seja algo dentro do padrão pré-estabelecido como “normal” e de meritocracia. A equidade não vem da meritocracia, e sim do combate ao capacitismo por meio de ações e planejamentos integrados. É um trabalho que resulta em desenvolvimento econômico local num primeiro momento e pertencimento a uma sociedade justa e consciente de seus direitos e deveres. É notável que as empresas não têm qualificação técnica, não investem em material informativo e muito menos em treinamento. Políticas públicas podem e devem ser implementadas junto às empresas públicas e privadas. O não pertencimento gera isolamento social, principalmente quando há falta de diagnóstico, conhecimento, suporte e atenção ao sinal de que algo não está bem.

Palavras-chave: tecnologias; deficiência visual; capacitismo; inclusão; marketing.

INTRODUÇÃO

Há tempos vive-se uma revolução nos modos de comunicação. Tudo se transforma rapidamente e ganha novos contextos e abordagens. Antigamente a comunicação acontecia por meio de gestos, sons e as pinturas rupestres na África, datadas de 15.000 a.C. Ao longo dos séculos vieram higrógrafos, cartas, telégrafos, código Morse, telefones, rádios, aparelhos de TV, celulares e computadores. O simples deu lugar à tecnologia e isso gerou acesso à informação em tempo real. Essa tecnologia é aplicada em todos os setores, de negócios à saúde. Atualmente tem-se automatização pela robótica, reconhecimento facial por algoritmos, videoconferências, tradução em tempo real, áudio descrição, telas interativas, hologramas, a introdução ao Metaverso com sua realidade virtual e aumentada de interação online, entre outros. Marketing amplificou as estratégias de comunicação interna e externa quando o foco se voltou para o impacto da empresa no meio social e as transformações em comunidades locais com as ações sustentáveis. Quando os olhares das empresas se voltam para a inclusão com ações assertiva e afirmativas, a transformação e a equidade acontecem.

A globalização e a tecnologia estão inseridas no dia a dia, entretanto, não estão ao alcance de todos. Isso acontece devido às desigualdades sociais que abrangem diferentes aspectos da sociedade e impactam diretamente em educação e inclusão social. A Pesquisa do IBGE/Pnad, realizada em 2019 demonstra que 1 a cada 5 brasileiros não tem acesso às tecnologias, ou seja, aproximadamente 45 milhões de pessoas acima dos 10 anos de idade. Esses dados são sobre a população geral e aponta como fator a desigualdade socioeconômica nas diferentes regiões do país, assim como escolas particulares e públicas. Essa mesma pesquisa cita que, de acordo com a Organização Mundial da Saúde- OMS, “no Mundo, são 39 milhões de pessoas com algum grau de deficiência visual. Só no Brasil, são 6,5 milhões.” Deficientes visuais também padecem por muitos programas não serem acessíveis para pessoas com essa deficiência. Em 2021, a terceira pesquisa de Acessibilidade da Web Brasileira, realizada pelo BigDataCorp e o Movimento Web Para Todos, apontou a existência de 16,89 milhões de sites no Brasil. Desse total de sites, apenas 0,89% possuem acessibilidade. Essas páginas estão classificadas como: corporativas, educacionais, blogs, sites de notícias e e-commerces. Justifica-se a pesquisa por ser fundamental aumentar a segurança de acesso frente a tantas tecnologias, pois existem muitos programas disponíveis e que grande parte da população não tem conhecimento. Existem números significativos de pessoas com deficiência visual. Em 2021, a Revista Galileu apresentou dados do jornal The Lancet Global Health, que apontam que atualmente 1,1 bilhão de pessoas vivem com algum tipo de deficiência visual no mundo. Em pesquisa, não foi encontrado um número específico de softwares voltados para pessoas com essa deficiência, mas são limitados a leitores de telas, ampliadores de telas, filtros para daltônicos ou para quem tem sensibilidade visual, teclados em Braille e aplicativos

com essas mesmas funções para celulares. A falta de dados a respeito do que existe disponível para gerar acessibilidade, impulsiona a continuidade de pesquisa sobre esse tema. De acordo com a Lei Brasileira de Inclusão (LBI), artigo 4º, “Toda pessoa com deficiência tem direito à igualdade de oportunidades como as demais pessoas e não sofrerá nenhuma espécie de discriminação”. (Senado Federal, 2019, p.12) Entretanto, existe o capacitismo, um termo que ainda é pouco conhecido, mas muito executado. A Academia Brasileira define capacitismo como: 1. Discriminação e preconceito contra pessoas com deficiência. 2. Prática que consiste em conferir a pessoa com deficiência tratamento desigual (desfavorável ou exageradamente favorável), baseando-se na crença equivocada de que elas são menos aptas às tarefas da vida comum.

A falta de conhecimento de recursos existentes deixa de gerar equidade e faz com que pessoas tenham uma visão equivocada de inclusão, pois parte acredita que ao introduzir um recurso de acessibilidade gera-se capacitismo por acreditar que uma pessoa com deficiência não seja capaz de se adaptar ao dia a dia das pessoas sem deficiências. Dentro disso, empresas não conhecem softwares e programas já implantados em hardwares ou não comunicam seus colaboradores sobre a disponibilidade. Ao realizar uma apresentação acadêmica sobre marketing de inclusão e Cyber Security (2021), as pessoas presentes sequer sabiam da existência sobre softwares de acessibilidades. A empresa Microsoft possui várias opções de softwares de acessibilidade gratuitos e que são poucos divulgados como Filtros de Cor, Microsoft Soundscap (mapa 3D), os leitores de Tela Office e Personalização da sua experiência de exibição, por exemplo. A responsabilidade corporativa inclusiva, praticada pela empresa abrange diversos tipos de deficiências.

Em 2021, foi lançado o Guia de Acessibilidade Cromática Para Daltonismo, criado por Thiovane Pereira, que orienta empresas e indústria a como serem inclusivas.

Diante desse contexto, a atual pesquisa busca responder à questão: como a tecnologia pode otimizar a inclusão de deficientes visuais com diferentes graus e tipos de deficiências?

Existem números significativos de pessoas com deficiência visual. Em 2021, a Revista Galileu apresentou dados do jornal The Lancet Global Health, que apontam que atualmente 1,1 bilhão de pessoas vivem com algum tipo de deficiência visual no mundo. Em pesquisa, não foi encontrado um número específico de softwares voltados para pessoas com essa deficiência, mas são limitados a leitores de telas, ampliadores de telas, filtros para daltônicos ou para quem tem sensibilidade visual, teclados em Braille e aplicativos com essas mesmas funções para celulares. A falta de dados a respeito do que existe disponível para gerar acessibilidade, impulsiona a continuidade de pesquisa sobre esse tema.

Esta pesquisa tem como objetivo geral (OG): Analisar a otimização de tecnologias assistivas para deficientes visuais.

E tem como objetivos específicos (OE):

OE 1: Analisar por que ocorre essa falha de comunicação interna e externa.

OE 2: Analisar a acessibilidade de pessoas com algum grau de deficiência visual aos recursos disponíveis

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória, pois o conteúdo sobre o tema abordado é escasso, o que a faz ser mais adequada à natureza deste estudo devido a sua flexibilidade. De acordo com Gil, (2002, p.41): “pesquisas exploratórias tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.” O tipo de abordagem utilizada é qualitativa por utilizar dados individuais para uma questão delimitada. Toda pesquisa necessita de planejamento, entretanto, a pesquisa bibliográfica, análises documentais, e entrevistas, são partes fundamentais para o resultado do estudo. A coleta de dados foi por meio de entrevista em profundidade com roteiro, presencial e online sobre a história de vida dos respondentes. Respondentes do grupo 1: Sujeitos Sociais com algum tipo de deficiência visual. Respondentes do grupo 2: Sujeitos Sociais com algum tipo de deficiência visual ou não, que trabalham com algum tipo de tecnologia nas empresas. Procedimento de coleta de dados: os dados foram coletados por meio de entrevistas com roteiros estruturados sobre o tema. Cada entrevista teve a duração de 40 minutos, realizada online tanto para residentes na cidade de São Paulo como para outras localidades. Foram entrevistados 2 grupos, nomeados como grupo 1 e grupo 2, com 1 roteiro para cada grupo. Grupo1: roteiro 1 com 16 questões. Grupo2: roteiro 2 com 12 questões. A amostra foi composta por 6 respondentes, com idade entre 23 e 63 anos. São 2 roteiros pautados na ODS*, parágrafos 4, 8, 9,10,16 e 17. Os dados coletados serão parte de um artigo científico e estão de acordo com a LGPD - Lei nº 13.709/2018. Foi realizado o pré-teste em 23 de julho de 2022, com duração de 40 minutos.

Tabela 1 – Perfil sociodemográfico dos respondentes

Perfil Sociodemográfico dos Respondentes				
Entrevistado	Sexo	Idade	Área de atuação	Grupo
E1	Mulher	52	Aposentada	1
E2	Homem	29	Estudantil	1
E3	Homem	23	Comunicação	1
E4	Homem	57	Tecnologia da Informação	2
E5	Homem	63	Educacional	2
E6	Homem	23	Publicidade e Design	2

Fonte: elaborado pela autora.

Procedimento de análises de dados: Análise da narrativa por contagem de palavras-chaves.

Roteiro 1: Avaliou os seguintes aspectos: Acessibilidade digital, Navegabilidade, Dificuldades e Conhecimentos sobre softwares. Foram entrevistadas 3 pessoas com diferentes tipos de deficiência visual, entre 23 de julho e 28 de setembro de 2022.

Roteiro 2: Avaliou os seguintes aspectos: Acessibilidade digital, Navegabilidade, Conhecimentos sobre softwares, Treinamentos, Comunicação Interna e Monitoria. Foram entrevistadas 3 pessoas de diferentes empresas, com ou sem deficiência visual, entre 23 de julho e 28 de setembro de 2022.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A tecnologia costuma ser relacionada às grandes empresas de softwares, eletroportáteis, games etc., entretanto a indústria tecnológica gera sustentabilidade, disponibiliza práticas inclusivas e reduz carbono. Todas as empresas têm ações sociais e geram desenvolvimento local, mas a falta de equidade é uma grande barreira quando não existe investimento e planejamento.

Atualmente, se tem algum conhecimento sobre Cibersegurança que é um sistema prático de proteção de computadores e servidores, como a criptografia, por exemplo. De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD (LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018), artigo 1º “Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural”.

Se a proteção de dados é um direito natural e inviolável, como levar essa segurança ao deficiente visual?

É diagnosticado como deficientes visuais pessoas com baixa visão e suas variações até ausência total de visão. O daltonismo é um tipo de deficiência. De acordo com Ministério da Saúde, Portaria Nº 3.128 de 24 de dezembro de 2008, artigo 1º, parágrafos I e II: “§ 1º Considera-se pessoa com deficiência visual aquela que apresenta baixa visão ou cegueira. § 2º Considera-se baixa visão ou visão subnormal, quando o valor da acuidade visual corrigida no melhor olho é menor do que 0,3 e maior ou igual a 0,05 ou seu campo visual é menor do que 20º no melhor olho com a melhor correção óptica (categorias 1 e 2 de graus de comprometimento visual do CID 10) e considera-se cegueira quando esses valores se encontram abaixo de 0,05 ou o campo visual menor do que 10º (categorias 3, 4 e 5 do CID 10).

Investir em capacitação resulta em autonomia, desenvolvimento e transformação social. Inovação sem inclusão de pessoas com diferentes características se torna segregação.

De acordo com a pesquisa, “Estudo comparativo de softwares assistivos para deficientes visuais: Um estudo de caso em uma escola de ensino técnico” publicada no Brazilian Journal of Development, a Tecnologia Assistiva desempenha um papel fundamental para os deficientes visuais permitindo-lhes desempenhar tarefas que seriam praticamente impossíveis sem o auxílio apropriado.

Segundo, Meira (2013, p.306), “[...] Tudo está em rede. [...] a rede – a internet - pode até ser considerada um serviço público.” E é verdade, quase tudo está em ambiente virtual, existem sistemas para quase todos os tipos de serviços, principalmente educacionais. Ao longo dos anos a implantação de sistemas tecnológicos ganhando cada vez mais espaço e todos usam essas tecnologias em algum momento, mesmo que indiretamente. Coisas simples do dia a dia, como um exame médico, uma compra no supermercado físico ou virtual, chatbots, smartphones, redes sociais, pesquisas escolares e muitos outros.

“O capacitismo segue uma construção social de que existe um corpo padrão perfeito denominado como “normal”, e assim desumaniza e subestima a capacidade e aptidão de pessoas em virtude de suas deficiências.” (COMITÊ DE DIVERSIDADE DA PAULISTA JR., 2021, p. 2).

Quando se coloca em questão se uma pessoa é capaz de conseguir realizar algo devido à deficiência, comete-se o capacitismo, pois se houver condições apropriadas, ferramentas que a auxiliem, gera-se equidade.

Limitar alguém por cultura, deficiência, aparência física ou gênero é uma prática discriminatória. E apesar do avanço com criação de leis e portarias, ainda há muito a ser feito.

E é por isso que é essencial especificar a função dos direitos humanos, que parte da população desconhece e atribui valores errôneos.

Segundo a UNICEF (2015):

Os direitos humanos são normas que reconhecem e protegem a dignidade de todos os seres humanos. Os direitos humanos regem o modo como os seres humanos individualmente vivem em sociedade e entre si, bem como sua relação com o Estado e as obrigações que o Estado tem em relação a eles.

Tem como missão garantir que o direito do indivíduo, como sua integridade física e moral, assim como impedir violações nas relações diplomáticas entre governos. “Os direitos humanos são universais e inalienáveis”, ou seja, não é opcional, hierárquico, divisível, e abrange todas as pessoas do mundo.

Assim sendo,

Todos os indivíduos são iguais como seres humanos e em virtude da inerente dignidade de cada pessoa humana. Todos os seres humanos têm direito a seus direitos humanos sem discriminação de qualquer tipo, como raça, cor, sexo, etnia, idade, idioma, religião, opinião política ou outra origem nacional ou social, deficiência, propriedade, nascimento ou outro status como explicado pelos órgãos dos tratados de direitos humanos. (UNICEF, 2015).

E tendo o direito como base, é que existe a necessidade de equiparar oportunidades investindo em monitorias adequadas para que as ações sociais inclusivas e de diversidades saiam do papel. É ter espaço para todos e aperfeiçoar o potencial de cada um, afinal, ter pessoas com características físicas, culturais ou de gêneros diferentes tornam uma empresa inclusiva apenas se ela valorizar e reforçar os atributos de cada um.

O resultado da contagem de palavras-chaves foi:

Tabela 2 – Contagem palavras-chaves

Palavras-chaves	Total de Contagem
Tecnologias	12
Deficiência visual	13
Capacitismo	17
Inclusão	16
Equidade	15
Desenvolvimento	9
Marketing	14
Acessibilidade	11

Fonte: elaborado pela autora.

Entre os respondentes do Roteiro 1, houve um grande gap entre perceber algum tipo de alteração visual e ter a certeza de fato. Todos os respondentes achavam que a alteração visual era normal e dessa percepção até o diagnóstico correto se passaram entre 19 e 33 anos. Todos tiveram dificuldades durante a vida escolar, devido à falta de diagnóstico correto e de pessoas qualificadas. Dois dos respondentes se autointitulavam como “burros” pela falta de compreensão das cores, por falta de legibilidade das letras por ter apenas 10% de visão de um olho. Dois respondentes declararam ter sofrido Bullying.

Todos os respondentes utilizam internet e redes sociais e apresentam algum grau de dificuldade para locomoção, mesmo que por orientação da cor.

Sobre conhecer, ter visto ou ouvido alguma comunicação de marketing, campanhas em rádio, TV ou algum outro meio de divulgação desses softwares: Um respondente afirma nunca ter visto ou ouvido. Um respondente afirma ter tido acesso no Google e YouTube e um respondente teve contato apenas em páginas específicas.

No Roteiro 2, foram entrevistados um Escriturário de TI, um Professor Universitário Gestor de negócios e consultoria, e um Diretor de Arte -Estrategista Criativo em Planejamento de Criação Publicitária.

As empresas nas quais os entrevistados do grupo 2 trabalham, possuem algum tipo de acessibilidade, seja em funções ou em infraestrutura. A empresa na qual trabalha o respondente E4 possui software próprio em determinadas unidades e do mesmo modo a comunicação de softwares assistivos ocorre nessas unidades de modo independente. Não há suporte e nem material específico para treinamento em massa. Existem adequações de modo

a combater o capacitismo e gerar equidade. As experiências vividas pelos respondentes ao serem questionados sobre determinados aspectos mostram o que vivenciam.

A empresa na qual trabalha o respondente E5, possui infraestrutura, mas não softwares. Não há comunicação sobre softwares, embora o respondente tenha visto em programas externos de cultura e lazer sem vínculos com a empresa. O respondente acredita que: “quando se tem algum problema de deficiência sua identidade fica renegada” (E5).

Com relação às adequações de modo a combater o capacitismo e gerar equidade: A percepção do respondente 5 em seu ambiente de trabalho é: “Poucas escolas trabalham em detrimento da inclusão. Tem uma corresponsabilidade da empresa, faculdade e direção, independentemente, não conheço nenhuma empresa que tenha feito esse trabalho para admitir uma pessoa” (E5).

Sobre Marketing de causas como ferramenta estratégica: “Marketing de causas se for bem conduzido melhora a imagem corporativa. É importante aprender que uma coisa é identidade corporativa e a outra é imagem corporativa” (E5).

A empresa na qual trabalha o respondente E6 é inclusiva em relação ao acolhimento e ferramentas já existentes, mas não softwares. Não possui infraestrutura acessível. A acessibilidade é trabalhada nos relacionamentos interpessoais, no cuidado ao desenvolver campanhas e materiais publicitários. Sobre os Softwares: “Às vezes eles tem ferramentas, mas não é específico sobre isso. O forte da empresa é a humanização da marca. A comunicação ocorre na prática e a supervisão ocorre apenas em relação às cores (por ser daltônico) e para alcançar pessoas com baixa visão” (E6).

Sobre material disponível para treinamento: “A gente tem o meu o guia que eu uso pra mim e como a gente está sempre em contato, a gente conversa bastante, eles também têm acesso” (E6). O guia a que se refere foi criado, desenvolvido e publicado pelo próprio respondente E6.

Quanto às adequações de modo a combater o capacitismo e gerar equidade: “Eu acho que principalmente da acessibilidade final, oferecer ajuda e daí aconteceu uma situação uma vez que o cliente foi capacitista, ele descobriu que eu era daltônico. Os valores são praticados no dia a dia. “De forma geral as empresas, elas só tocam, geralmente elas só tocam em causas sociais quando elas veem que elas podem ter algum benefício financeiro ou de marca ou de imagem sobre isso” (E6).

A partir disso, quando as oportunidades de equiparação não são divulgadas internamente e externamente, são devidas as falhas de comunicação interna e de comunicação corporativa (relações públicas). Quando não há investimentos na promoção de um ambiente acessível, o marketing de causas sociais e o marketing social não alcançam as parcerias necessárias para ações de impacto e desenvolvimentos sociais. O planejamento de um ambiente inclusivo requer ter definido:

O que a empresa oferece;

O que a faz ser inclusiva e sustentável;

Treinamento adequado;

Ferramentas disponíveis e o que pode ser melhorado ou adaptado;

Se as práticas da empresa condizem com missão, visão, valores e programas de inclusão e acessibilidade; Monitoria.

A proposta é apresentar um projeto de monitoria para empresas, treinamento e orientação de como usar os softwares disponíveis, para que seja divulgado em comunicação integrada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As entrevistas em profundidade mostraram que histórias de vidas de diferentes pessoas e lugares se cruzam quando o assunto é inclusão social. Todos passaram por dificuldades semelhantes em determinados estágios de vida. As tecnologias digitais continuam avançando, entretanto, não são assistivas. A humanização, assim como a inclusão tem ficado para trás. Respondendo a questão de pesquisa apresentada na seção 1.1 deste artigo, percebe-se que a tecnologia não avançou nos desenvolvimentos de softwares assistivos. Falta qualificação, rastreamento e diagnóstico, assistência e comunicação. A desinformação é grande e por mais que existam algumas ferramentas dentro de programas de computador, sequer são divulgados. Existem apenas pouquíssimos softwares em páginas específicas. As palavras-chaves da seção resultados são: tecnologias, deficiência visual, capacitismo, inclusão, equidade, desenvolvimento, marketing, acessibilidade. As dificuldades ao longo da vida escolar, profissional e pessoal ficaram evidenciadas dentro da história de cada respondente. Ter um Gap de no mínimo 19 anos para um diagnóstico - enquanto tenta se adequar ao que se tem disponível- é inaceitável. E esse esforço de adequação se dá nas esferas sociais básicas como: educação, saúde, esporte, lazer, locomoção, aceitação e convívio social. Não se tem preocupação com o assunto, nem combate eficaz ao capacitismo para que se gere equidade. O marketing de causa social é uma ferramenta que deve estar alinhada com o propósito da empresa para gerar parcerias assertivas, de impacto social e da marca; e o marketing social promove real igualdade por meio de ações com recursos diversos, com ou sem fins lucrativos. Enquanto isso, empresas fazem campanhas sazonais inclusivas da porta para fora, mas não tem sequer um planejamento para atualização, implantação, infraestrutura e

treinamento. Nem as poucas ferramentas existentes são divulgadas o que é uma grande falha de comunicação interna e externa. O acolhimento é um modo de inclusão muito mais abrangente do que a identificação com a causa, pois, algumas pessoas mesmo sem conhecimentos específicos se esforçam para auxiliar de algum modo. As pessoas se sentem julgadas por suas deficiências, conforme afirmam 5 respondentes, sendo 3 do grupo 1 e 2 do grupo 2, por terem vivenciado isso, ou seja, sofreram e sofrem capacitismo ainda, e se a empresa não combate, não gera equidade, isso afeta toda a empresa, o meio local e a comunidade em torno. Empresa com vários polos atuam de modo independente em suas gestões, mas desse modo o alcance e a transformação se tornam ineficientes. Desse modo, as empresas precisam de capacitação correta, investimento em ações sustentáveis, comunicação e aplicar seus valores no dia a dia. Assim sendo, a criação de uma monitoria para empresas com planejamento, material, treinamentos e comunicação interna e externa adequados, se faz urgente e necessária. A pesquisa realizada por meio de entrevistas resultou em limitações metodológicas e operacionais dos dados coletados, quanto ao tamanho da amostra, tipos de deficiências visuais como fator específico, representantes de empresas e ausência de estudos sobre o tema. O tamanho da amostra foi definido com número reduzido de respondentes tanto para pessoas com deficiências, como para representantes de empresas que poderiam ter ou não algum tipo de deficiência. Os dados coletados são restritos ao contexto investigativo e não podem ser generalizáveis. Sugere-se estudos futuros com uma amostra maior, envolvendo outros tipos e graus de deficiências visuais, e empresas.

REFERÊNCIAS

- BIGDATACORP. **Acessibilidade da Web Brasileira**. 3. ed. Acessibilidade aos sites e aplicativos brasileiros. Disponível em: <https://bigdatacorp.com.br/estudo-acessibilidade-em-sites-e-apps-brasileiros-ed-2021/#:~:text=A%20pesquisa%20foi%20conduzida%20pela,foi%20de%200%2C74%25>. Acesso em: 03.abr.2022
- BURTON, Matthew J; ARUNGA, Simon; BACHANI, Damodar; *et al.* The Lancet Global Health Commission on Global Eye Health: vision beyond 2020. *The Lancet Global Health*, London, v. 9, n. 4, p. e489-e551, 2021. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(20\)30488-5](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(20)30488-5). Acesso em: 15 mai. 2022.
- CÓDIGO CIVIL BRASILEIRO. **Lei Geral de Proteção de Dados LGPD**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 26 mai. 2022.
- COMITÊ DE DIVERSIDADE DA PAULISTA JR. **Cartilha: Capacitismo**. Disponível em <https://uzomadiversidade.com.br/wp-content/uploads/2021/07/Cartilha-CAPACITISMO.pdf>. Acesso em: 27 mai. 2022.
- FEDERAL, Senado. **Estatuto da pessoa com deficiência**. 3. ed. Brasília: 2019. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/554329/estatuto_da_pessoa_com_deficiencia_3ed.pdf. Acesso em: 28 mar. 2022.
- FREITAS, Lilian Coelho de; VIANA, Betânia Lobo; MORAES, Geise Pantoja; VIANA, Tânia Lobo. **Estudo comparativo de softwares assistivos para deficientes visuais**: Um estudo de caso em uma escola de ensino técnico. *Brazilian Journal of Development*, Curitiba, v. 7, n. 12, p. 113486-113500 dec. 2021. Acesso em: 25 mai. 2022.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas S/A.
- METODOLOGIA CIENTÍFICA. Tipos de Pesquisa Exploratória. Disponível em: <https://www.metodologiacientifica.org/tipos-de-pesquisa/pesquisa-exploratoria/>. Acesso em: 15 mai. 2022.
- MEIRA, Silvio Lemos. **Novos negócios Inovadores de Crescimento Empreendedor no Brasil**. 1ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.
- MICROSOFT. Microsoft Responsabilidade Corporativa. Disponível em: <https://www.microsoft.com/en-US/corporate-responsibility>. Acesso em: 03 abr. 2022.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE DO ESTADO. PORTARIA Nº 3.128, DE 24 DE DEZEMBRO DE 2008. Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2008/prt3128_24_12_2008.html. Acesso em: 26 mai. 2022.
- PEREIRA, Thiovane. **Guia de Acessibilidade Cromática Para Daltonismo**: princípios para profissionais da indústria criativa. Santa maria: 2021. 31 p.(Recurso eletrônico). Disponível em: <https://thiovane.com.br/guia-daltonismo/>. Acesso em: 03 abr. 2022.

REDAÇÃO GALILEU. 1,1 bilhão de casos de perda de visão no mundo poderiam ser tratados. São Paulo, 17.fev.2021
Disponível em:
<https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/Saude/noticia/2021/02/11-bilhao-de-casos-de-perda-de-visao-no-mundo-poderiam-ser-tratados.html>. Acesso em: 25 mai.2022.

SILVEIRA, Clovis da; REIDRICH, Regina de Oliveira; BASSANI, Patrícia Brandalise Scherer. Avaliação das tecnologias de softwares existentes para a Inclusão Digital de deficientes visuais através da utilização de Requisitos de qualidade. Novas Tecnologias na Educação – CINTED-UFRGS, v.5, n.1, p. 1-10 jul. 2007.

SOUTO, Lígia. **Um em cada cinco brasileiros não tem acesso á internet, segundo IBGE:** Pnad Contínua indica ainda desigualdade de acesso entre estudantes. Disponível em:
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/geral/audio/2021-04/um-em-cada-cinco-brasileiros-nao-tem-acesso-internet-segundo-ibge>. Acesso em: 28 mar. 2022.

UNICEF BRASIL. Declaração Universal dos Direitos Humanos. Adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas (resolução 217 A III) em 10 de dezembro 1948. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>
Acesso em: 27 mai. 2022.

UNICEF BRASIL. O Que São Direitos Humanos? Os direitos humanos pertencem a todos e todas e a cada um de nós igualmente. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/o-que-sao-direitos-humanos#:~:text=Os%20direitos%20humanos%20s%C3%A3o%20normas,tem%20em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20a%20eles>. Acesso em: 27 mai. 2022.