

Singular e Plural: Todas as Formas a de Olhar em uma Revista para Adolescentes Cegos e de Baixa Visão

Singular and Plural: All Ways of Looking at a Magazine for Blind and Low Vision Teens

Adriana Villa Real Santos¹, Gabriela Botelho Mager², Flávio Anthero dos Santos³

Resumo

Existem diversas formas de olhar, o ver, o sentir e o tocar são igualmente formas de percepção. O objetivo deste estudo foi investigar, refletir e analisar como a comunicação dos meios editoriais para adolescentes cegos e de baixa visão é apresentado para este universo. Através do Método de Aplicação de Entrevistas em Avaliações de Usabilidade, foram coletados dados baseados no projeto de uma revista direcionada para adolescentes cegos e de baixa visão. Participaram 11 jovens do sexo masculino e feminino com idades entre 13 a 24 anos. Não foram analisadas as condições sociais, culturais e históricas em que vivem os entrevistados. Ao analisar os resultados da pesquisa, identificou-se que na escolha singular de cada entrevistado existe um olhar ímpar, o qual, desperta sentidos únicos demonstrando a variedade de identidades, singularidades e subjetividades adolescentes. Constatou-se a escassez de publicações deste tipo voltado para o público jovem, a questão da comunicação de massa ainda é dominada pelo universo vidente e este mercado está carente de tais discussões.

Palavras-Chave: revista, comunicação, design, acessibilidade, cego, baixa visão.

Abstract

There are several ways of looking, seeing, feeling and touching are also forms of perception. The objective of this study was to investigate, reflect and analyze how communication media publishing for teens blind and low vision are brought into this universe. Through the Method of Application Interviews Reviews Usability, data were collected based on the design of a magazine targeted to young blind and low vision. Participated in 11 young males and females with ages ranging from 13 to 24 years. There were analyzed the social, cultural and historical in which respondents live. In analyzing the survey results, we found that the choice of each individual respondent exists a unique look, which awakens the senses only ones showing the variety of identities, subjectivities and singularities adolescents. It was found that there is little or almost no publication of this type aimed at young

Keywords: magazine, communication, design, accessibility, blind, low vision.

ISSN: 2316-7963

¹ Graduada em Design Gráfico pela Universidade do Estado de Santa Catarina, dvillars@gmail.com. Florianópolis, SC, Brasil

² Dra. em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, gabriela.mager@udesc.br Florianópolis, SC, Brasil

³ Dr. em Engenharia de Produção/ Universidade Federal de Santa Catarina, flavio.santos@univali.br. Florianópolis, SC, Brasil

1. Introdução

No Brasil, a cada ano, o mercado editorial se amplia cada vez mais segmentado, com títulos voltados aos mais diversos públicos sobre os mais diversos assuntos. Pode-se perceber que o campo do design editorial acompanha este crescimento pelo investimento das editoras na qualidade gráfica de suas revistas.

Nos projetos de design editorial, busca-se equacionar uma série de requisitos, tais como questões comunicacionais, produtivas, econômicas e ergonômicas, de acordo com o público-alvo que se quer focar. Esta é uma área tradicional do design gráfico, na qual, o debate é frequente sobre as questões sintáticas e semânticas das revistas. Entretanto, não se encontram exemplos em como tornar estes produtos acessíveis aos portadores de deficiência visual⁴. Como fazer uma revista impressa para cegos, portadores de baixa visão e videntes⁵ em um único produto?

No presente estudo, apresentamos a experiência do desenvolvimento da Revista Toque, voltada ao público adolescente portador de deficiências visuais, mas que também pode ser lida e vista pelos adolescentes videntes. Para o desenvolvimento do projeto foi necessário um levantamento teórico sobre cultura de massa, mercado editorial e as especificidades ergonômicas dos três públicos pretendidos. Após a fundamentação teórica, conseguiu-se conceituar o produto, desenvolver naming, marca e o projeto editorial gráfico⁶.

2. Cultura de massa

Cultura de massa é toda a cultura produzida para a população em geral, sem importar suas heterogeneidades sociais, etárias, étnicas, sexuais ou psicológicas entre outras, veiculadas pelos meios de comunicação de massa, ou seja, TV, jornal, revista, internet e outros. É toda manifestação cultural produzida para o conjunto das camadas mais numerosas da população; o grande público.

Entretanto, definir cultura não é muito simples, uma vez que, na contemporaneidade, a diversidade de manifestações culturais resulta em inúmeras possibilidades de produtos que atingem o grande público, pois a:

Cultura de massa em nossos dias é um conceito amplo, que abrange por muitas vezes a toda e qualquer manifestação de atividades ditas populares. Assim sendo, do carnaval ao rock, do jeans à coca-cola, das novelas de televisão às revistas em quadrinhos, tudo hoje, pode ser inserido no cômodo e amplo conceito de cultura de massa (FIDELI, 2008, p: 1).

1. Deficiente Visual - aqueles que possuem uma alteração grave ou total de uma ou mais das funções elementares da visão. Que afeta de modo irremediável a capacidade de perceber a cor, tamanho, distância, forma, posições ou movimento em um campo mais ou menos abrangente através do sentido da visão. De acordo com Coe-

⁴ Deficiente Visual - aqueles que possuem uma alteração grave ou total de uma ou mais das funções elementares da visão. Que afeta de modo irremediável a capacidade de perceber a cor, tamanho, distância, forma, posições ou movimento em um campo mais ou menos abrangente através do sentido da visão

⁵ Vidente são chamadas as pessoas que enxergam.

⁶ O projeto foi desenvolvido durante o primeiro semestre de 2011 pelos graduandos de design gráfico Adriana Villa Real Santos e Guilherme Rutkosky, para a disciplina Prática Projetual em Design Gráfico III, da Universidade do Estado de Santa Catarina, orientados pelos professores Gabriela Mager e Murilo Scoz.

lho (1996), o surgimento das massas deu-se além da Revolução Industrial, ao próprio contexto da época, com uma economia de mercado que se baseava no consumo de bens, surgia desta forma a sociedade de consumo. Para o autor, a cultura de massa é o fenômeno da industrialização, e desta forma torna-se mais um produto a ser consumido.

Porém, enquanto pensadores europeus liam a cultura de massa como uma degradação da cultura, teóricos norte-americanos das décadas de 40 e 50 pensavam em cultura de massa como o oposto da Escola de Frankfurt, uma cultura de massa pluralista, facilitando o acesso das classes sociais à cultura, legitimando a democracia. O autor revela que, para o teórico norte americano Daniel Bell a sociedade só se torna pensável a partir do surgimento da sociedade de consumo, percebendo-se aí uma mudança no estilo de vida das pessoas.

O modo de pensar de Morin (1972), ao final da década de 60, tentou unir o pessimismo da Escola de Frankfurt com o otimismo dos teóricos norte-americanos, o autor acrescenta que a indústria cultural não é apenas a racionalidade da cultura, e sim o modo peculiar para a organização dos novos processos de produção cultural. Desta forma, o autor ressalta que, os meios de comunicação de massa são veículos acumuladores e aceleradores culturais, nos quais é possível perceber o desenvolvimento e o aumento da circulação de informações, pois a indústria cultural pode ser considerada como um "conjunto dos 'dispositivos de intercâmbio cotidiano entre o real e o imaginário, dispositivos que proporcionam apoios imaginários' à vida prática e pontos de apoio prático a vida imaginária"(MORIN, 1962).

Revistas são veículos que estabelecem a comunicação entre o real e o imaginário. Esta afirmação justifica o sucesso de várias revistas existentes no mercado, especialmente as destinadas ao público adolescente, que busca informações externas e compartilha com seu grupo social, tão importante para o desenvolvimento de sua autonomia.

3. A deficiência visual e a comunicação impressa

Para que possamos formar uma sociedade informacional é preciso implantar uma política de inclusão promovendo desta maneira a interação ao acesso à informação de todos os cidadãos, de acordo com suas especificidades.

Esta pesquisa tem como escopo, abordar a comunicação impressa de revistas entre os deficientes visuais. Qualquer tipo de deficiência traz limitações e preconceitos, nos primórdios, a cegueira era considerada como castigo ou algo maligno, porém depois das grandes guerras as deficiências passaram a ser vistas de outra forma, uma vez que muitas pessoas mutiladas, cegas e surdas retornaram para a casa. Mais tarde, a Declaração dos Direitos Humanos passou a ser considerada um direito da pessoa deficiente.

A visão é um dos sentidos mais importantes em relação ao desenvolvimento, percepção e integração do ser humano com o meio, é através dela que diferenciamos formas, tamanhos, volumes, cores entre outros aspectos das coisas existentes no mundo. Os sentidos tátil, auditivo, sinestésico e olfativo são mais desenvolvidos

pelos pessoas cegas, pois é através deles que elas decodificam e guardam na memória as informações recebidas no dia a dia.

Em 1825, os Deficientes Visuais, através de Louis Braille⁴, começaram a usar o sistema Braille⁷ para se comunicarem por meio impresso, o código ou meio de leitura e escrita para pessoas cegas é conhecido universalmente, possui uma combinação de 63 pontos que representam as letras do alfabeto, os números e outros símbolos gráficos. A combinação dos pontos é obtida através da disposição de seis pontos básicos, organizados em duas colunas verticais com três pontos à direita e três à esquerda de uma cela (ou célula) básica denominada cela (ou célula) Braille. A escrita Braille é produzida através de uma reglete⁸ e punção⁹ ou de uma máquina de escrever Braille. A escrita produzida em relevo e a leitura tátil são adequadas através da postura das mãos e manuseio do papel. A codificação pode ser desenvolvida particularmente, variando de pessoa para pessoa, produzindo imagens mentais em quem lê.

Os meios de comunicação privilegiam a visualização limitando o acesso a informação para o deficiente visual, uma vez que a maioria das mídias, como TV, jornal, internet, revista e outros, utilizam-se desse recurso para se comunicar. A informação é uma necessidade social, pois segundo DeFleur e Ball- Rockeach (1993, p.338), um sistema de mídia é vital às sociedades atuais, para a sua organização social bem como para a conduta de atividades essenciais como a produção e a integração. Os autores ainda citam que os indivíduos criam uma dependência dos meios de comunicação, uma vez que buscam nela compreensão, orientação e divertimento.

Portanto, para que haja realmente inclusão do deficiente visual nas relações sociais é necessária a sua independência, e isto vale também para a obtenção da informação. Vive-se em uma sociedade da informação e, quem não tem acesso ou, como os cegos dependem de outros para a leitura de jornais e revistas, sofre com a marginalização e a exclusão. O jornalismo tem papel fundamental na disseminação da informação factual, passando as informações necessárias para o dia a dia da população. O cego tem acesso à notícia por meio de rádios e TVs. Entretanto, a informação segmentada e aprofundada, que está na revista, só chegará ao deficiente visual se alguma pessoa se dispuser a ler para ele.

⁷ Louis Braille, foi o criador do sistema de leitura para cegos que recebeu seu nome, braille.

⁸ A reglete é uma régua de madeira, metal ou plástico com um conjunto de celas Braille dispostas em linhas horizontais sobre uma base plana.

⁹ O punção é um instrumento no formato de uma péra, com ponta metálica, utilizado para a perfuração dos pontos na cela Braille.

Em 2000, com a Lei 10.098 foram estabelecidas normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade às pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, mediante a supressão de barreiras e de obstáculos nos meios de comunicação. Em outubro de 2005, o Comitê Brasileiro de Acessibilidade da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) publicou a NBR 15 290, estabelecendo os parâmetros técnicos para a produção da audiodescrição¹⁰, closed caption¹¹ e janela com intérprete de Libras¹² na programação das emissoras brasileiras de televisão, porém na prática, a lei não funciona totalmente, uma vez que são raras as emissoras que usam estes tipos de recursos ou algum deles em sua programação.

O Censo 2000 (IBGE, 2011) revelou que 14,5% da população brasileira é portadora de pelo menos uma deficiência. A maior proporção se encontra no Nordeste

7. Descrição clara e objetiva de todas as informações que compreendemos visualmente e que não estão contidas nos diálogos, como, por exemplo, expressões faciais e corporais que comuniquem algo, informações sobre o ambiente, figurinos, efeitos especiais, mudanças de tempo e espaço, além da leitura de créditos, títulos e qualquer informação escrita na tela.

8. Ou legenda oculta, também conhecida pela sigla CC, é um sistema de transmissão de legendas via sinal de televisão. Podem ser reproduzidas por um televisor que possua esta função, tem como objetivo permitir que os deficientes auditivos pudessem acompanhar os programas transmitidos. As legendas ficam ocultas até que o usuário do aparelho acione a função na televisão através de um menu ou de uma tecla específica. Esta legenda oculta descreve além das falas dos atores ou apresentadores qualquer outro som presente na cena: palmas, passos, trovões, música, risos e outros. Se o programa é gravado, a informação do closed caption geralmente coincide com a do teleprompter.

9. Sigla da Língua Brasileira de Sinais. (16,8%) e a menor, no Sudeste (13,1%). A publicação traz o número absoluto de cegos e surdos no país, 148 mil pessoas cegas e 2,4 milhões com grande dificuldade de enxergar. Do total de cegos, 77.900 são mulheres e 70.100, homens. A região Nordeste, apesar de ter população inferior ao Sudeste, concentra o maior número de pessoas cegas: 57.400 cegos no Nordeste contra 54.600 no Sudeste. São Paulo é o estado com o maior número de cegos (23.900), seguido da Bahia (15.400).

¹⁰ Descrição clara e objetiva de todas as informações que compreendemos visualmente e que não estão contidas nos diálogos, como, por exemplo, expressões faciais e corporais que comuniquem algo, informações sobre o ambiente, figurinos, efeitos especiais, mudanças de tempo e espaço, além da leitura de créditos, títulos e qualquer informação escrita na tela.

¹¹ Ou legenda oculta, também conhecida pela sigla CC, é um sistema de transmissão de legendas via sinal de televisão. Podem ser reproduzidas por um televisor que possua esta função, tem como objetivo permitir que os deficientes

auditivos possam acompanhar os programas transmitidos. As legendas ficam ocultas até que o usuário do aparelho acione a função na televisão através de um menu ou de uma tecla específica. Esta legenda oculta descreve além das falas dos atores ou apresentadores qualquer outro som presente na cena: palmas, passos, trovões, música, risos e outros. Se o programa é gravado, a informação do closed caption geralmente coincide com a do teleprompter.

¹² Sigla da Língua Brasileira de Sinais.

Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), 10% da população brasileira são compostas por portadores de deficiência e cerca de 750 mil são deficientes visuais.

Conforme o MEC¹³ registrou-se um aumento de 252.023 novas matrículas de alunos com necessidades educacionais especiais no sistema de ensino, nos últimos quatro anos, evidenciando um crescimento de 56%, alcançando em 2006, 700.624 alunos matriculados na educação básica. Este significativo avanço se refere à expansão do número de escolas com matrículas de alunos com necessidades educacionais especiais nos últimos anos chegando a 54.412 escolas. A inclusão da educação especial no sistema regular de ensino é a diretriz principal das políticas públicas educacionais.

Neste contexto, é possível perceber que cada vez mais crianças e adolescentes com necessidades especiais estão participando e tendo um convívio com as outras crianças e adolescentes sem este tipo de necessidade e, assim, participando de suas atividades diárias, usando os mesmos materiais escolares ou não, embora cada um de acordo com sua necessidade, porém voltados para uma mesma percepção.

A adolescência é a fase do desenvolvimento humano, marcada pela transição entre a infância e a idade adulta. Sendo assim, é uma fase caracterizada por alterações de diversos níveis (físico, mental e social), representando para o indivíduo um processo de distanciamento de formas de comportamento e privilégios típicos da infância e de aquisição de características e competências que o capacitem a assumir os deveres e papéis sociais do adulto. Nesta fase da vida ter acesso à informação é fundamental para ajudar no processo da formação de caráter, bem como incentivar ao adolescente a busca pela informação de uma maneira geral.

Comunicar de uma forma alegre e descontraída é o melhor caminho para conseguir atenção dos adolescentes, que nesta fase da vida procuram por publicações, sejam revista, periódicos ou livros que acima de tudo façam parte de seu universo, satisfaçam suas curiosidades, desejos e vontades. É o meio de interação social, cria vínculos entre os amigos, pois compartilham os mesmos assuntos.

No projeto de revista desenvolvido, ficou definido que o seu nome (título da publicação) deveria transparecer a pressa do viver adolescente, remetendo à sua linguagem jovem e espontânea, trazendo o seu mundo para dentro das páginas, transformando a imaginações de diversas formas. Após a geração de alternativas para o naming da revista, cinco nomes foram selecionados e levados para uma reunião com adolescentes da ACIC¹⁴, ficando definido o nome TOQUE. A palavra TOQUE pode ser entendida como ideia, conselho ou sugestão. TOQUE vem do ato de encostar rapidamente em algo ou alguém. TOQUE é o ato de sentir, decifrar, ler com os dedos.

¹³ Ministério da Educação do Governo Federal.

¹⁴ ACIC – Associação Catarinense para Integração do Cego

A Revista Toque se coloca em um mercado de revista para adolescentes junto a outros como: Capricho, Todateen, Smack! e Mixmag, as quais abordam temas variados que envolvem baladas, namoros, adolescência, dúvidas sobre sexo, primeiro beijo, música eletrônica, principais bandas teen no topo das paradas musicais, ídolos entre outros, desta forma os adolescentes podem interagir e se integrar ao meio através da comunicação, podendo escolher que tipo de informação querem ter acesso primeiro dentro das mais variadas reportagens trazidas por elas.

4.Todos os sentidos da visão: Revista Toque

A Revista Toque é direcionada para um público específico: adolescentes do sexo feminino e masculino de 16 a 18 anos de classe média com insuficiência visual e de baixa visão. Estas pessoas lutam pela inserção no convívio social, gostam e querem ter acesso a produtos e serviços que as pessoas com visão normal possuem. Elas querem saber o que acontece de mais importante na vida dos adolescentes e ídolos preferidos. Adolescentes com insuficiência visual ou de baixa visão possuem desejos, vontades e sonhos iguais aos outros adolescentes, eles questionam e almejam soluções para suas dúvidas mais íntimas.

O mercado brasileiro de revistas Braille é bastante escasso, principalmente para adolescentes, pode-se dizer que não existem publicações atualmente que tratem dos interesses deste público, o que existe é uma parcela interessada em tal serviço. Durante a pesquisa, 10 Ministério da Educação do Governo Federal. 11 ACIC – Associação Catarinense para Integração do Cego

Foi constatada a existência de outras revistas voltadas para outro tipo de público com insuficiência visual ou de baixa visão; a Coordenação das Revistas em Braille produz e distribui para todo o território nacional e mais de 21 países a Revista Brasileira para Cegos (RBC), voltada para o público adulto, desde 1942. A RBC aborda temas sobre a atualidade, ecologia, artes, ciências, saúde e variedades entre outros. Em iguais proporções e distribuição a Coordenação de Revistas em Braille produz também a Revista Pontinhos, desde 1955, publicação infanto-juvenil, dividida em duas seções, a primeira infantil, que traz historinhas, poemas e brincadeiras de ensinar como: O que é o que é?, entre outros. A segunda seção, a juvenil, trata de assuntos ligados à geografia, história, religião, poemas e alguns contos juvenis entre outros.

A Revista Sentidos da Editora Escala, existe há 10 anos no mercado brasileiro e é focada nos portadores de deficiências. Revela novidades, tendências e experiências de vida voltadas para essas pessoas Traz uma abordagem diferenciada sobre o cotidiano e o comportamento deste público, levando uma mensagem positiva e comprometida aos seus leitores. A Revista Sentidos está lançando a versão falada de sua publicação, ou seja, um CD em áudio para as pessoas com insuficiência visual, o que possibilita o acesso às informações da revista, de forma independente.

A partir da observação desta lacuna no mercado editorial, surgiu a ideia de se criar uma revista que pudesse atingir aos três públicos adolescentes: cego, baixa visão e vidente.

A Revista Toque (figura 1) surgiu, então, com a proposta de unir os adolescentes às informações de seu interesse. A publicação é de comportamento jovem, abordando seus gostos, anseios, dúvidas e curiosidades. Os principais temas abordados são sexualidade, música, violência, bullying, dicas de autonomia, bem como questões do universo contemporâneo, assuntos sugeridos pelos adolescentes da ACIC.

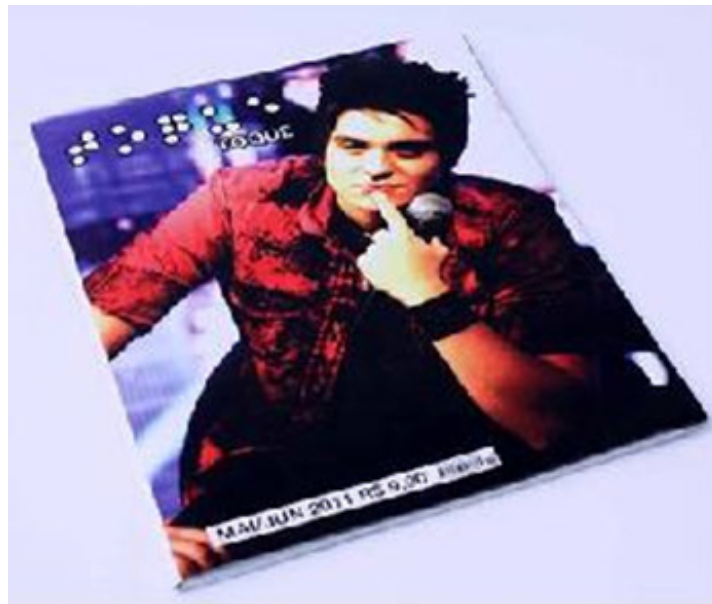


Figura 1: Capa Revista Toque (arquivo pessoal)

Para que fossem coletadas todas as informações necessárias para a execução do projeto, optou-se pelo método de Aplicação de Entrevistas em Avaliações de Usabilidade, uma vez que a entrevista é um método muito difundido para coletar dados em diversos campos do conhecimento, pois ela produz resultados quando se procura a opinião ou perspectiva de uma pessoa sobre algo. Em avaliações de usabilidade, as entrevistas têm por objetivo extrair opiniões de usuários sobre uma tarefa em particular dentro de um sistema. Uma vantagem é a flexibilidade de respostas obtidas através da entrevista, assim como a familiaridade do entrevistado com esse método de avaliação.

A escolha deste processo se deu primeiramente porque o procedimento deste método permite que as entrevistas sejam realizadas em qualquer etapa de desenvolvimento do produto. Pôde-se, desta forma, usar o protótipo da revista para realização de testes com os adolescentes, que ainda sugeriram quais conteúdos seriam interessantes, a organização das seções, escolha de materiais e acabamentos para a produção da revista.

O interesse era de que os usuários em questão participassem de cada fase do desenvolvimento da revista, acompanhando as etapas do processo, para que o fee-

dback fosse preciso, assim seria possível saber o caminho a seguir, por exemplo, que tipo de cores utilizar, quais tons ficariam mais legíveis, qual o tamanho da fonte entre outros e, desta forma, buscar o resultado mais aproximado do ideal.

O principal foco para determinar o conceito da revista foi o de atender ao desejo de participação do sujeito na sociedade, ou seja, os adolescentes cegos e de baixa visão querem fazer parte do todo e não se sentir excluídos. Um dos principais desejos dos entrevistados era o de ter “uma revista bonita e colorida, que chamasse a atenção de todos e que todos tivessem vontade de ver”.

Na primeira visita à ACIC, foi constatada que além de pessoas cegas, também participam da associação pessoas com baixa visão e foi a partir deste momento, que ficou estabelecido que o projeto deveria prever três projetos gráficos distintos em uma única revista, tornando a Revista Toque a primeira revista para adolescentes 100% inclusiva, ou seja, contendo impressão Braille, para insuficientes visuais, impressão à tinta convencional para pessoas com baixa visão e um projeto gráfico que, além de informativo, fosse agradável aos olhos dos videntes, das pessoas com visão. Foi também neste momento se definiu o público alvo do projeto, pois foi percebido que há maior carência deste tipo de projeto entre o público adolescente.

A ideia principal é usar o novo sistema de impressão Braille, denominado Braille.BR, que se diferencia do método Braille tradicional por não furar o papel, permitindo a edição de grandes tiragens e em conjunto com a impressão à tinta, garantindo assim ao material maior durabilidade e a possibilidade de unir o Braille a cores e texturas. A impressão Braille.BR é sobreposta e não prejudica a qualidade da impressão convencional à tinta, ou seja, a leitura da primeira não interfere na segunda e vice-versa. A durabilidade é indeterminada e os pontos não cedem à leitura ou pressão dos dedos, como na impressão convencional do sistema Braille. Além disso, a qualidade visual não é prejudicada, já que o novo sistema de impressão não rompe o papel e não causa baixo relevo no verso da folha.

Todos os elementos gráficos da revista foram trabalhados de forma a enriquecê-la nos três aspectos da percepção humana: visual, tátil e olfativa, ou seja, imagens, texturas e aromas. Assim, o aproveitamento assume alto nível qualitativo convidando todos à imaginação e à experimentação.

Definidos os pontos principais do projeto, surgiu a necessidade de tornar a revista de fácil manuseio e que permitisse autonomia na hora da escolha da seção de leitura por parte dos deficientes visuais. Desta forma surgiu a ideia de navegação por abas (figura 2), que partisse do índice, e que cada seção contivesse um ícone, reconhecido por eles e que fosse impresso em textura, neste caso em Verniz UV localizado, para facilitar a sensibilidade ao toque, diferenciando a textura do ícone da textura do restante da página. Para cada início de sessão foi colocado este ícone texturizado por verniz UV, seguido do nome da seção e o número da página, impressos a tinta e em Braille, o número das páginas constarão somente no início das seções, segundo

as normas brasileiras para editoriais em Braille disponível no site do Instituto Benjamin Constant. Foram seguidas as mesmas normas também para os textos, nos quais foi usada a fonte Helvética por ter um bom contraste entre as letras, em 24 pontos e com espaçamento entrelinhas de 36 pontos, isso facilita a leitura das pessoas com baixa visão. Todas as imagens que constam na revista foram impressas em alto contraste (figura 3), facilitando assim a leitura das pessoas com baixa visão, da mesma forma que essas imagens possuem legenda em Braille para os insuficientes visuais além de, nas que há esta possibilidade, possuírem aroma para proporcionar maior realidade à informação. Essa estrutura foi assim pensada uma vez que “[...] Expressões táteis, olfativas, gustativas e sinestésicas cumprem um papel preciso, qual seja, trazer o invisível – pensamento- ao visível” (CHAUÍ, 1994 p.63), já que “os sentidos são os mensageiros do conhecimento.” (EPICURO, ANTOLOGIA DE TEXTOS).

Desde o começo o desejo dos adolescentes era de que a revista fosse colorida, visualmente agradável e que pudesse se assemelhar ao máximo de uma revista para o público vidente. Desta forma, foram feitos testes com mais de 50 tons diferentes de cor para fundo e sobrepostas a eles letras em branco e em preto, e a partir daí foram eleitas as que tinham maior contraste e que facilitavam a visualidade dos entrevistados de baixa visão.

A publicação traz em suas páginas imagens, pictogramas e ícones com textura e relevo aplicados por meio de processo off-set, com quadricromia e aplicação de verniz UV localizado. (figura 3).



Figura 2: Sumário da Revista Toque, com abas para navegação nas seções, ícones impressos em Verniz UV localizado e impressão convencional a tinta e em Braille. (arquivo pessoal)



Figura 3: Página dupla que apresenta símbolos universalmente conhecidos pelos videntes, mas que ainda não haviam sido aprendidos pelos adolescentes com deficiência visual, impressão convencional a tinta e em Braille, símbolos impressos em Verniz UV localizado - Revista Toque. (arquivo pessoal)

O passo seguinte foi estudar a estrutura física da revista. A escolha da lombada canoa se deu pelo fato de facilitar a leitura tanto em Braille quanto para baixa visão, uma vez que foi percebida a necessidade de manusear a revista aberta em 180° no momento da leitura, tanto para os insuficientes visuais que usam o Braille, como para as pessoas de baixa visão,

Foi definida a impressão em papel fosco com gramatura 210gr, o mais indicado para impressão em Braille.

Para complementar as informações das matérias, a revista traz um CD de áudio, pois as matérias impressas são mais sucintas para uma leitura mais objetiva dos conteúdos.



Figura 4: Envelope com CD de áudio na contracapa da Revista Toque. (arquivo pessoal)

A parte estrutural da revista foi, também, pensada como uma forma para aguçar a cognição dos usuários, um desenvolvimento diferenciado para fomentar novas formas “de ver” deste público.

De acordo com Vigotski (1983), a psicologia do cego não é a psicologia do vidente sem a visão, existe aí a manifestação de uma psicologia orgânica e psicológica cujo tipo de desenvolvimento e personalidade são distintos entre a pessoa com deficiência e a normal, trata-se de uma variedade especial de desenvolvimento, uma variante qualitativa do tipo normal.

5. Considerações Finais

A Constituição de 1988 dedicou vários artigos às pessoas com deficiência que tratam de pontos como a proibição da discriminação no que tange a salários e a admissão ao trabalho, a saúde e assistência pública, a proteção e integração social, ao acesso a cargos e empregos públicos, a garantia de salário mínimo mensal à pessoa com deficiência carente de recursos financeiros, bem como, a adaptação de logradouros, edifícios e veículos para transporte coletivo. Porém, nenhum artigo da Constituição aborda o direito à comunicação das pessoas com deficiência, mesmo estando absolutamente garantido pela Carta Magna, através de princípios fundamentais, como a dignidade da pessoa humana (artigo 1º, inciso III) e de direitos e garantias fundamentais, como a absoluta igualdade de todos perante a lei (artigo 5º). Mas como garantir essa igualdade se o acesso às informações é diferenciado?

É preciso que a lei seja fiscalizada e cumprida para que os 750 mil brasileiros deficientes visuais possam ter uma vida mais completa, inserido na sociedade globalizada, inseridos na era da informação.

O projeto editorial da Revista Toque aborda o comportamento jovem, para adolescentes de baixa visão e com insuficiência visual. O projeto foi elaborado com a participação ativa de um grupo de adolescentes da ACIC que foi analisando, selecionando e sugerindo melhorias a cada item da revista. Auxiliaram na escolha do conteúdo, nomes das seções, nome da revista e tipos de acabamentos que fossem mais adequados ao tato.

Ao final do projeto foi apresentado o boneco da revista (protótipo) aos adolescentes da ACIC e foi verificado o alcance do projeto: todos conseguiram ler as informações e distinguir as texturas, assim como, os adolescentes com baixa visão, puderam perceber as diferenças de contraste nos textos e nas imagens. Gratificante foi ver a felicidade deles ao conseguir ler uma revista de interesse próprio sem precisar de ajuda de uma pessoa vidente (figura 5).

A preocupação em levar ao deficiente visual o universo do vidente, que eles pudessem sentir pelo toque as formas (por meio de aplicação de alto-relevo e verniz) e aprender como são visualmente símbolos gráficos universais, como os símbolos feminino e masculino, foi atendida.



Figura 5: Adolescente com baixa visão lendo a Revista Toque. (arquivo pessoal)

Apesar do instrumento de pesquisa se basear em questionários, os efeitos das entrevistas não são palpáveis, pois, não nos é reservado o direito de saber que tipo de sentimentos e sensações a revista suscitou no interior de cada entrevistado e qual era o seu estado emocional naquele momento, mas pelo que foi observado e pelos comentários dos adolescentes, a revista superou as expectativas, ao trazer os assuntos de seus interesses e pelo fácil manuseio e oportunidade de leitura para todos, bem como as impressões textuais e de imagens em alto contraste facilitando a leitura às pessoas de baixa visão (figura 6).



Figura 6: Adolescente cego lendo a Revista Toque. (arquivo pessoal)

Na realização desta pesquisa houve uma receptividade muito grande, alguns entrevistados se mostraram ansiosos com a publicação do editorial, isso só vem demonstrar o quanto este mercado está carente deste tipo de projeto e que existe um público desassistido em tais questões.

O que motivou esta pesquisa foi principalmente o fato de existir pouquíssima ou quase nenhuma publicação para adolescentes com insuficiência visual ou de baixa visão, e a curiosidade em saber como seria a aceitação desse público e como se comportaria diante de uma revista com um projeto gráfico totalmente voltado para ele.

As publicações ainda são dominadas pelo universo vidente, ainda não existe um mercado direcionado a esta fatia da sociedade. Pensar em uma revista voltada para um público totalmente novo e diferente do que já foi feito, foi uma experiência que além de muitas descobertas em alguns momentos trouxe um pouco de receio em saber se o resultado final desejado seria atingido.

O objetivo da pesquisa foi atingido. Fazer uma revista voltada aos adolescentes com insuficiência visual e baixa visão, sem deixar de ser um projeto alegre e descontraído para os videntes, e ao mesmo tempo abordar informações sérias e contemporâneas, demonstra que o design gráfico pode contribuir para a acessibilidade de deficientes visuais em um mundo visual.

O design se dedica à humanização da tecnologia. Designers são capazes de criar produtos, sistemas e serviços para melhorar a vida das pessoas, ajudá-las a produzir mais e melhor, serem felizes, promovendo benefícios à sociedade. O processo do design constitui um trabalho de colaboração e, principalmente, de comprometimento com o usuário, priorizando as necessidades, identificando os fatores que contribuem para um problema e posterior satisfação das necessidades humanas. Desta forma, esperamos contribuir para o fomento de discussões e novos projetos que atendam a necessidade visual de quem não vê.

6. Referências

ANTOLOGIA DE TEXTOS. Epicuro. Lucrecio. Cícero. Sêneca. Marco Aurélio. 3 ed. São Paulo: Abril: 1985 (1973). Col. Os Pensadores.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. O que é comunicação. São Paulo: Brasiliense, 2006. Coleção Primeiros Passos.

BOSI, Eclea. Cultura de massa e cultura popular. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p. 102. DEMO, Pedro. Éticas multiculturais sobre convivência humana possível. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

CALDAS, Waldenyr. O que todo cidadão precisa saber sobre cultura de massa e política de comunicação. São Paulo: Global, 1986.

CHAUÍ, Marilena. Janela da Alma, Espelho do Mundo. In: NOVAES, Adauto (Org.) O Olhar. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

DEFLER, M. L.; BALL – ROKEACH, S. Teorias da Comunicação de Massa. RJ: Jorge Zahar ED., 1993

FEDELI, Orlando. Cultura Popular e Cultura de Elite, cultura de massa. São Paulo: Associação Cultural Montfort, 2008.

LURIA, Alexander Ronanovich. Desenvolvimento cognitivo: seus fundamentos culturais e sociais. São Paulo: Ícone, 1990.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios as mediações. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MORAES, Anamaria de. Ergonomia: conceitos e aplicações. Rio de Janeiro: A. de Moraes, 2003.

MORIN, Edgar. Novas correntes no estudo das comunicações de massa. In: MORIN, Edgar (org.). Cultura e comunicação de massa. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972.

VYGOTSKI, Lev Sémiovic. Los problemas fundamentales de La defectología temporânea. Obras Escolhidas V. Madrid: Editorial Pedagógica, 1983.

NEMETH, Christopher P. Human Factors Methods for Design: Making Systems Human-Centered. Boca Raton, FL: CRC Press, 2004.

1Audiodescrição. Disponível em: <<http://www.audidescricao.com.br>> Acesso em: 17 de novembro de 2011

IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em: 13 de novembro de 2011.

Normas de aplicação Braille - Instituto Benjamin Constant. Disponível em: <<http://www.ibc.gov.br/?catid=110&blogid=1&itemid=479>>. Acesso em: 15 de março de 2011.

Normas para aplicação textual para Baixa Visão - Instituto Benjamin Constant. Disponível em: <<http://www.ibc.gov.br/?catid=154&blogid=1&itemid=10176>>. Acesso em: 15 de março de 2011.