

Os canais de moda no Youtube e a acessibilidade comunicativa: uma análise prévia da pesquisa exploratória realizada em repositórios científicos¹

Paula Bica FLORES²
Prof.^o Dr. Marco BONITO³
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

RESUMO

Este artigo é parte inicial das trilhas de investigação de um Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo que tem como objetivo encontrar e reconhecer o estado da arte das pesquisas sobre moda inclusiva em relação à acessibilidade comunicativa. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória em repositórios científicos e também no Youtube para encontrar e selecionar trabalhos e canais que possam ser úteis aos próximos passos da pesquisa. A partir dos conteúdos encontrados procurou-se reunir e analisar destas informações e, por fim, conclui-se que são poucos os trabalhos científicos bem como os conteúdos midiáticos no Youtube envolvendo moda inclusiva e acessibilidade comunicativa, sendo assim, urge a necessidade de pesquisas neste âmbito que possam servir ao desenvolvimento do processo comunicacional sobre estes temas.

PALAVRAS-CHAVE: Moda inclusiva; Acessibilidade Comunicativa; Youtube; Pessoas com Deficiência; Pesquisa exploratória.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo apresentar uma análise crítica à falta de acessibilidade comunicativa em canais de moda no Youtube, para pessoas com deficiência. A análise será baseada em vídeos dos canais: “Armário do Bem” e também o canal da “Renata França”. A partir das características da Acessibilidade Comunicativa, audiodescrição e moda inclusiva, procurou-se reunir essas informações como etapa inicial da pesquisa.

¹ Trabalho apresentado na IJ 7- Comunicação, Espaço e Cidadania do XX Congresso de Ciência da Comunicação na região Sul, Realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Paula FLORES: estudante de graduação no Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa - Unipampa

³ Orientador do Trabalho: Prof. Marco BONITO; Doutor em Processos Comunicacionais pela Unisinos e Mestre em Cultura Midiática pela UNIP, Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa - Unipampa, e-mail: marcobonito@unipampa.edu.br . Repositório científico: www.marcobonito.academia.edu . Redes sociais: @marcobonito.

A questão problema que norteou a realização desta pesquisa exploratória é: o que há publicado em repositórios científicos e na web sobre canais de moda no Youtube e acessibilidade comunicativa? Como justificativa para realização dessa pesquisa temos que há um grande número de pessoas com deficiência no país e os seus Direitos Humanos e cidadania estão sendo infringidos. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 24%, ou seja, 46 milhões de brasileiros são pessoas com deficiência e estas certamente são influenciadas e atingidas pela cultura da moda. O maior questionamento é porque a plataforma de vídeos Youtube não utiliza a audiodescrição e a tradução em LIBRAS⁴, pois este é um processo obrigatório em função das leis que regulamentam a questão, para que toda a sociedade receba a informação e não gere uma inacessibilidade. Por isso, procura-se descobrir primeiro o que há publicado sobre estes temas no âmbito científico e no empírico.

O Youtube é utilizado por diversas pessoas, para fazer a interação com o seu público através do audiovisual. Muitos temas são tratados, de diferentes maneiras e pela utilização de muitos meios. No entanto, não são todos os públicos que tem total acesso aos assuntos, como por exemplo as pessoas com deficiência, seja ela auditiva, visual, motora ou mental. Analisar a falta de acessibilidade em determinadas plataformas, de interação entre emissor e receptor, principalmente o Youtube é o principal objetivo da pesquisa, pois é evidente a falta desta em diversas plataformas.

Segundo Leilane Rigatto Martins, “a reinvenção é algo próprio de cada ser humano, mas sempre com estilos diferentes e novas apropriações”. A moda é um assunto que está em evidência desde a antiguidade, pois as tendências de estilo e gostos próprios é algo que se renova a cada década, a cada inovação que a sociedade enfrenta. A questão é que muitas plataformas não suprem a necessidade de uma grande parte da população. A partir disso, a pesquisa exploratória envolvendo moda inclusiva e a acessibilidade comunicativa busca encontrar parâmetros a isso em diversas plataformas, principalmente na web, para que todas as pessoas tenham acesso ao conteúdo, como afirma Carla Wick:

Com essa estatística sobre a deficiência no Brasil, considera-se que não deve-se omitir o direito de aquisição de produtos que

⁴ Libras: Língua oficial brasileira de sinais, código de linguagem da comunidade surda

acolham as necessidades, assim como o acesso e conhecimento das tecnologias que podem auxiliar o cotidiano. Dessa maneira, é também uma atribuição do designer e de outros profissionais, aplicar conceitos do design universal e inclusivo em inovações nos produtos, garantindo a disponibilidade no mercado para atender esta demanda. (WICK, 2017. pg 2)

Desta forma, qualquer pessoa, independente de sua natureza, tem o direito ao consumo de informações, basta que seja transmitida para toda a sociedade por diferentes plataformas e de diferentes maneiras, mas que supra as necessidades de cada um. Para que assim, não ocorra a falta de acessibilidade.

CONTEXTUALIZAÇÃO

Para Alberto Efendy Maldonado, a contextualização em uma pesquisa é um momento de “reflexão” sobre o problema/objeto, pois, nesta etapa é necessário apontar e situar cada ponto sobre o contexto do conteúdo. Efendy, ainda ressalta que “contextualização permite uma visão abrangente e ao mesmo tempo particular, e situa o contexto do problema como articulador dos outros contextos na estruturação da pesquisa.” Sendo assim, a contextualização fortalece a pesquisa em todos os aspectos, evitando que o problema seja reduzido a um exercício abstrato, ou a uma repetição de palavras.

A precariedade e ausência da audiodescrição e da tradução em LIBRAS, em diversas plataformas foi um dos principais pontos encontrados durante a pesquisa . Os produtores de conteúdos do Youtube, antes mesmo de escolher o assunto pelo qual o vídeo irá tratar, precisam colocar em prática, como irão trabalhar mecanismos que envolvam práticas de inclusão como a audiodescrição.

Segundo Livia Motta, “a audiodescrição não significa só pessoas com deficiência apaixonadas por sua liberdade e autonomia, ela é, em si, um conjunto de técnicas e estratégias, o trabalho de um grupo, experiência e arte”, sendo assim Motta descreve que por trás da acessibilidade traduzida existe todo um método para elaborar e uma técnica a seguir. A audiodescrição é uma maneira de passar a informação

verbalmente para pessoas com deficiência visual, com deficiência intelectual e também para idosos, como afirma Livia Motta:

É uma atividade de mediação linguística, uma modalidade de tradução intersemiótica, que transforma o visual em verbal, abrindo possibilidades maiores de acesso à cultura e à informação, contribuindo para a inclusão cultural, social e escolar. Além das pessoas com deficiência visual, a audiodescrição amplia também o entendimento de pessoas com deficiência intelectual, idosos e disléxicos. (MOTTA, 2010. pg 7)

Desta forma, a áudio descrição é uma maneira de ampliar o conhecimento e compreensão, fazendo com que assim, ocorra inclusão e acesso as possibilidades para todas as pessoas na sociedade em que vivem, sem distinção de qualquer natureza. As pessoas com deficiência devem ter acesso a informação e essa deve ser seguida por acessibilidade para que então possam compreender a mensagem que deseja ser passada. A Acessibilidade Comunicativa é um processo no qual permite que as pessoas com deficiência tenham acesso às informações em diversos meios de passagem. Segundo Marco Bonito (2016):

É importante ressaltar que, no que tange os conteúdos webjornalísticos, a "Acessibilidade Comunicativa" deve ser parte da gênese da pauta, para que seja planejada, contemplada e desenvolvida conjuntamente com as demais características, evitando assim que os conteúdos, depois de prontos, sejam adaptados às necessidades das pessoas com deficiência. (BONITO, 2016. pg 192)

Sendo assim, a acessibilidade comunicativa é além de um processo tecnológico, mas é também um processo social, pois deve estar presente no desenvolvimento das informações e não apenas apresentar uma adaptação com o produto finalizado, este que será destinado ao público. Marco Bonito ainda ressalta que:

[...] convenções passaram a servir como argumento definitivo sobre a importância da ampliação do acesso às informações às

peças com deficiência em igualdade de condições a todos os demais cidadãos. No entanto, as emissoras continuavam a fingir que a lei não existia e, já que as políticas públicas não se bastavam, as entidades de classe representantes das pessoas com deficiência passaram a promover pressões políticas e sociais, exigindo seus direitos. Em maio de 2008, um mês antes de vencer. (BONITO, 2016. pg 184)

Desta forma, reconhecer as diferenças de cada cidadão é de extrema importância, pois amplia o método de acesso à informação que permite ocorrer práticas de Acessibilidade Comunicativa. Porém, nos dias atuais muitos meios de comunicação e plataformas digitais não seguem as leis estabelecidas, estas que afirmam o direito da pessoa com deficiência ter acesso à informação, assim gerando autonomia a cada cidadão.

A utilização de métodos de acessibilidade comunicativa para a inclusão de pessoas com deficiência é um fator importante que auxiliaria para propagação de conteúdo que está se trabalhando. A Moda Inclusiva, é algo que ganhou espaço a pouco tempo, mas que já carrega consigo um grande objetivo, fazer com que haja inclusão na sociedade. Em algumas plataformas como o Youtube, a qual escolhi para a análise, é perceptível que diversos canais apresentam propostas relacionadas a moda inclusiva, porém não é algo colocado em prática.

Segundo Michele Simões, “às regras ditadas pela moda são evidências de que a imagem que ela propõe sobre o corpo não é mais aceita e desejada por todos”. A internet é um dos principais recursos para que hoje ideias de diferentes assuntos tomem e alcancem uma grande proporção do público. Sendo assim, as pessoas não estão mais sujeitas a usar algo que não é do seu agrado, podendo escolher modelos e tamanhos. O mesmo se aplica às pessoas com deficiência, não há a necessidade de alguém precisa escolher o que ela vai usar ou não, todos temos total autonomia e liberdade de fazer nossas próprias escolhas, em sua consciência. Ana Caroline Siqueira e Apoena Caicy da Silva (2014) ressaltam:

O indivíduo com deficiência visual é privado da efetiva compra e escolha da sua vestimenta; na loja física, por exemplo, depende de alguém para prestar esclarecimento de determinadas

informações básicas (cor, tamanho, composição), para que assim consiga escolher peças do vestuário que possam comunicar sua personalidade e expressar sua identidade. (SIQUEIRA. SILVA. 2014. pg 52)

Desta maneira, é evidente a importância de quem trabalha com moda, tanto física quanto digital, interagir com práticas relacionadas à acessibilidade. Para que assim, as pessoas com deficiência, não precisam ficar “presas” a algo que não é da sua própria identidade. Assim, a partir do momento em que forem implantadas iniciativas de inclusão em prol da cidadania e igualdade entre todos, as melhorias acabarão tomando forma, sejam elas em métodos tecnológicos ou convencionais.

METODOLOGIA

Para a produção deste artigo científico utilizei a pesquisa exploratória e de contextualização, para assim estruturar uma mescla metodológica que tem como principal objetivo responder a questão problema e também realizar uma pesquisa exploratória sobre a importância de conter acessibilidade em plataformas digitais como o Youtube. Segundo Jiani Adriana Bonin:

Sobre a pesquisa exploratória se pode dizer, de modo simplificado, que implica um movimento de aproximação ao fenômeno concreto a ser investigado buscando receber seus contornos, suas especificidades, sua singularidade. As ações de pesquisa exploratória abrangem planejamento, construção e realização de sucessivas aproximações ao concreto empírico a partir de várias angulações possíveis que se interessam ao problema/objeto em construção. (BONIN. 2011, pg 39)

Sendo assim, a pesquisa exploratória é um dos primeiros passos em uma pesquisa, pois é através dela que se tem uma aproximação com o conteúdo que deseja-se trabalhar. Nesta etapa é feita uma investigação sobre o assunto, para que a partir disso a pesquisa cria-se um embasamento empírico e tenha sequência. Segundo Eféndy Maldonado, a pesquisa de contextualização:

[...] é um processo de reflexão, aprofundamento, sistematização e exposição que dá valor sócio-histórico e científico aos projetos. No caso da comunicação é indispensável, situar cada pesquisa nos múltiplos contextos (acadêmico, social, geopolítico, cultural, tecnológico, religioso, etc), nos quais vai ser produzida de modo a valorizá-la na sua dimensão sociopolítica. (MALDONADO, 2011. pág 280)

Desta forma, a pesquisa de contextualização serviu para compreender melhor o objetivo da pesquisa e problematizá-la em relação a condição social que ela suporta. Analisando assim, fatores que são importantes para o andamento, auxiliando na estrutura e compreensão da pesquisa.

Para construir a problemática da pesquisa, ocorreu o primeiro contato com o tema através de uma pesquisa no Google Acadêmico e no Scielo, com as seguintes palavras chaves: Moda Inclusiva. Para que a partir disso, fosse possível ter uma noção de quantos trabalhos científicos já haviam sido produzidos sobre o mesmo tema. No Google Acadêmico foram aproximadamente 9.770 resultados na pesquisa e no Scielo foram em torno de 322 trabalhos encontrados. Sendo assim, escolhi nove trabalhos, de todos os encontrados, que considere mais relevantes para utilizar na minha pesquisa, estão eles apresentados na tabela abaixo:

TÍTULO	AUTOR(S)	Palavra-chave
Moda Inclusiva: Desenvolvimento de vestuário íntimo para mulheres com deficiência visual total.	Ana Caroline Siqueira Martins Apoena Caicy da Silva	Moda Inclusiva, Mulheres e Deficiência visual.
Moda Inclusiva: Reconhecendo a necessidade da criança cadeirante.	Rosângela Elisa de Sousa Lucyana Azevedo Xavier Suellen Silva de Albuquerque	Design, Moda inclusiva, Crianças e Cadeirante.
Moda funcional: a tecnologia a favor da inclusão.	Carla Wick	Design de moda, Inclusão e Tecnologia vestível.
Aspectos inclusivos da moda com foco nas pessoas com deficiência visual.	Driéli Valério de Oliveira Laís Regina Faganello Andressa Rossi Fausto Orsi Medola Luis Carlos Paschoarelli	Moda Inclusiva, Design de Superfície e Tecnologia Assistiva
#MEUCORPOÉREAL: Um olhar sensível para a Moda	Michele Simões dos Santos	Deficiência, Comunicação, Mercado e Moda Inclusiva.

Inclusiva.		
MODA INCLUSIVA: A necessidade da moda inclusiva no mundo de hoje.	Andrea Pereira Maria Alice Ximenes Cruz	Moda, Moda Inclusiva, Corpo e Modelagem.
A inclusão de pessoas com deficiência como objeto de estudo para o desenho de moda.	Rogaciano Cordeiro Pinheiro Adriana Leiria Barreto Matos Davi Sombra Montenegro Joelma Damasceno de Matos	Inclusão social, Necessidades especiais, Moda inclusiva e Projetos de produtos.
Vestuário inclusivo: a adaptação do vestuário às pessoas com necessidades especiais.	Silvia Woltz Miguel Ângelo Fernandes Carvalho	Vestuário inclusivo, Modelagem adaptada e Vestuário ergonômico.
Design Inclusivo: Criação de estampas em prol da inclusão social.	Maiara Sant’ana Pacheco Diego Piovesan Medeiros Marília Matos Gonçalves	Design, Inclusão, Desenho Universal, Moda e Deficiente Visual.

(TABELA 1: artigos referentes à Moda Inclusiva, utilizados para estudo da problemática da pesquisa.)

Além dos artigos apresentados na tabela acima, também encontrei livros referentes ao tema, um deles é o Moda Inclusiva - Considerações e Novidades no Projeto Vanguarda, organizado por Daniela Auler. Na pesquisa sobre Moda Inclusiva no Youtube, foram aproximadamente 4.150.000 vídeos, já os que pesquisei sobre a Moda Inclusiva e Acessibilidade Comunicativa, foram 8 vídeos ao total. Os canais que analisei, entre outros que tratam sobre Moda Inclusiva, não fazem parâmetros a Acessibilidade Comunicativa, ou seja, não existe mecanismo que dê suporte a pessoas com deficiência, independente de qual seja ela.

Através de uma pesquisa no Google sobre os blogs, que trabalham em torno da Moda Inclusiva e não restrita a ela, foram encontrados cerca de 5.820.000. No entanto, blogs que laboram restritamente sobre Moda Inclusiva, são apenas quatro: [EQUAL Moda Inclusiva](#), [Duas Moda e Arte – Blog da Marca](#), [Lado B Moda Inclusiva](#) e [Aria Moda Inclusiva](#). Porém, nenhum oferece ferramentas de acessibilidade.

Procurando sobre iniciativas relacionadas à inclusão de pessoas com deficiência no meio da moda, encontrei sobre o Concurso Moda Inclusiva, que já está em sua 10ª edição e é uma extensão do Fórum da Moda. Realizado pela Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência, tem como objetivo fazer com que jovens estilistas

impulsionam um novo olhar e soluções que facilitem o cotidiano da pessoa com deficiência. E assim, permitindo que elas também sejam as protagonistas da passarela.

RESULTADOS E ANÁLISES DOS DADOS OBTIDOS

Segundo o IBGE 24% da população, ou seja, 45 milhões de brasileiros são pessoas com deficiência. É importante e necessário compreender como essas pessoas que são influenciadas pela cultura da moda, tem acesso a ela e como isso é trabalhado na atualidade. Devido a este fator, se iniciou a pesquisa exploratória sobre o assunto, que faz parte de um projeto maior de pesquisa que se tornará um Trabalho de Conclusão de Curso, evidenciando que nas plataformas digitais, a inserção de acessibilidade ainda é escassa, como por exemplo nos canais do Youtube e blogs que trabalham com a moda inclusiva para pessoas com deficiência.

Como apresentado acima, na TABELA 1, há trabalhos acadêmicos sobre Moda Inclusiva, estes foram utilizados como o princípio do estudo. Pois, através do conteúdo de inclusão proposto pelos autores, pode-se analisar que existem pessoas preocupadas com a relação da inclusão e da cidadania das pessoas com deficiência, na sociedade. No entanto, através da pesquisa, pode-se perceber que o assunto ainda não tem reflexo devido à sua devida importância, principalmente nas instituições de ensino. Os artigos da TABELA 1, sobre Moda Inclusiva e Acessibilidade existentes nos repositórios acadêmicos foram encontrados e analisados, foram selecionados e servirão como referência para a construção das próximas etapas da pesquisa.

Como exposto nos dados acima, existem diversos canais no Youtube que falam sobre moda, porém destinados especificamente a Moda Inclusiva não foi encontrado nenhum. Existe somente alguns canais que utilizam o tema como mais um produto audiovisual para a plataforma, como a participação de um convidado que seja especialista na área e também informações sobre avanços e conquistas que envolvam a Moda Inclusiva no Brasil e estes não contém acessibilidade comunicativa. Podemos concluir, com os dados obtidos, que é improvável que as pessoas com deficiência sensorial (visual, auditiva e cognitiva) estejam conseguindo consumir os poucos

conteúdos que existem no Youtube sobre moda inclusiva por falta de acessibilidade comunicativa.

Os blogs exibidos acima, tem o objetivo de promover a inclusão de pessoas com deficiência na web, evidenciando que toda e qualquer pessoas tem o poder de escolha sobre o que vestir. Todavia, as informações expostas nos sites, tanto em texto, imagens e áudios, não estão atreladas a acessibilidade, impossibilitando assim o seu “público alvo” de ter acesso ao conteúdo.

Como mencionado acima, no âmbito físico há algumas práticas de inclusão, como por exemplo o Fórum da Moda e o Colóquio da Moda, ambos ocorrem no estado de São Paulo e trabalham com diferentes áreas da moda, apresentando tendências, inovações, trabalhos científicos e principalmente a inclusão de pessoas com deficiência no meio. Com isso, é visível que o assunto é algo que começou a ser pautado à pouco tempo, mas que já carrega consigo um objetivo concreto, fazer com que haja a inclusão de pessoas com deficiência em diversos meios, inclusive na moda. Este é o objetivo dos vencedores do concurso, fazer com que a pessoa com deficiência seja vista pela sociedade da mesma maneira e proporção que qualquer outra, sem distinção de qualquer natureza.

CONCLUSÃO E PROPOSIÇÕES FINAIS

A questão problema proposta nesta pesquisa tratava-se de explorar o que há publicado em repositórios científicos e na web sobre canais de moda no Youtube e acessibilidade comunicativa. A partir do exposto acima, podemos perceber e analisar que não há conteúdos suficientes que corroboram com a característica fundamental da acessibilidade comunicativa como Direito Humano básico, de que todas as pessoas têm o direito a receber informações de maneira isonômica.

Foram encontradas algumas publicações sobre Moda Inclusiva na web, no Youtube e repositórios acadêmicos, porém, nestas não há acessibilidade para pessoas com deficiência, independente de qual seja. Sendo assim, reforçando a ideia de que este é um tema que está em construção, pois diversas pessoas ainda não estão habituadas ao fato de que as pessoas com deficiência tem total autonomia em ter suas próprias

escolhas e decisões, independente do fator. A necessidade de laborar outros corpos na moda e outras visões, fora do comum é comprovadamente visível a partir de um olhar mais sensível sobre a questão. Pois, a moda serve como uma fiel representação da sua identidade.

A transposição de barreiras informativas no Youtube como o uso, por exemplo da audiodescrição e tradução em LIBRAS colaboraria para a inclusão das pessoas com deficiência, bem como fomentaria maior produção de conteúdo acessível, por enquanto, há apenas a possibilidade de inclusão de legendas. Portanto, o número de canais que falam sobre Moda Inclusiva, não estão desenvolvendo práticas de inclusão, assim como outros.

Foi possível refletir sobre o que foi encontrado e assim originar novos questionamentos e dúvidas dentro do contexto da pesquisa, assim como, perceber que a inserção de acessibilidade comunicativa em plataformas digitais é de extrema importância e urgência para a sociedade. Para que pessoas com deficiência tenham autonomia e liberdade, assim estarem em contato com a moda atual e vários outros aspectos. Com o decorrer da pesquisa exploratória fica evidente que a indústria e as plataformas digitais, especificamente o Youtube, deveriam oferecer ferramentas que auxiliasse na inserção da acessibilidade, a fim de tornar a moda inclusiva efetivamente implementável. Devido a isso, a pesquisa exploratória dará sequência e se tornará algo mais amplo no processo científico do Trabalho de Conclusão de Curso, a partir do que fora colhido nesta fase partiremos agora para a pesquisa da pesquisa, pesquisa teórica e bibliográfica.

REFERÊNCIAS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo 2010: **Número de pessoas com deficiência no Brasil**. Acesso em [08 de abril de 2019]. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo.html?busca=1&id=3&idnoticia=2170&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicos-espiritas-sem-religiao&view=noticia>

BONIN, J. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina. 2011.

BONITO, M. **A problematização da acessibilidade comunicativa como característica conceitual do jornalismo digital**. 2016.

MARTINS, L; MARTINS, S. **Ars Moda - Moda, Design, Arte e Técnica**. Projética, Londrina, v.4, n.1, p. 83-100, Jan./Jun. 2013

MOTTA, L; ROMEU FILHO, P. **Audiodescrição transformando imagens em palavras**. São Paulo, 2010.

MALDONADO, E. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina. 2011.

SIMÕES, M. **#MEUCORPOÉREAL: Um olhar sensível para a moda inclusiva**. 2016.

SIQUEIRA, A-C. **Moda Inclusiva: Desenvolvimento do vestuário íntimo para mulheres com deficiência visual total**. 2014. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/04_IAR_A_vol7_n2_Artigos.pdf

WICK, C. **Moda Funcional: A tecnologia a favor da inclusão**. 2017. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/COM_ORAL/co_1/co_1_MODAL_FUNCIONAL_A_TECNOLOGIA.pdf