

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN
NÍVEL DOUTORADO

RODRIGO DOS SANTOS

**DESIGN PARA BEM-ESTAR:
EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS.**

Porto Alegre

2025

RODRIGO DOS SANTOS

**DESIGN PARA BEM-ESTAR:
EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS.**

Tese apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Doutor em
Design, pelo Programa de Pós-graduação
em Design da Universidade do Vale do Rio
dos Sinos – UNISINOS.

Orientador: Prof. Dr. Filipe C. X. da Costa

Coorientador: Prof. Dr. Leandro Tonetto

Porto Alegre

2025

S237d Santos, Rodrigo dos
Design para bem-estar : educação financeira para
pessoas surdas / por Rodrigo dos Santos. – 2025.
281 f. : il.; 30 cm.

Tese (doutorado) — Universidade do Vale do Rio dos
Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, 2025.

Orientador: Prof. Dr. Filipe C. X. da Costa ;
Coorientador: Prod. Dr. Leandro Tonetto.

1. Design para bem-estar. 2. Educação financeira.
3. Pessoas surdas. 4. Experiência. 5. Inclusão. I. Título.

CDU 7.05

Catálogo na Fonte:
Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

RODRIGO DOS SANTOS

**DESIGN PARA BEM-ESTAR:
EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS.**

Tese apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Doutor em
Design, pelo Programa de Pós-graduação
em Design da Universidade do Vale do Rio
dos Sinos – UNISINOS.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Bruna da Silva Branco

Prof. Dr. Sandro Rodrigues da Fonseca

Prof. Dra. Emanuelle Nava Smaniotto

Prof. Dr. Fabrício Farias Tarouco

Prof. Dr. Leandro M. Tonetto (Coorientador)

Prof. Dr. Filipe C. X. da Costa (Orientador)

Para Letícia e Marcella. Amo vocês.

Para meus amigos surdos Pablo, Carol, Henrique:

[illegible]

AGRADECIMENTOS

É sempre muito importante para mim, abrir uma seção de agradecimentos, em qualquer trabalho acadêmico. É o momento em que me sento em frente ao computador e lembro de todas as pessoas que me ajudaram e de tudo o que passei para chegar até aqui. É o momento em que escrevo o trecho de maior liberdade textual de todo o trabalho. Na teoria, eu posso escrever o que eu quiser aqui nessa seção. É fascinante.

É fascinante, pois mesmo que aparentemente seja simples de escrever, é um texto que, entendo, deva ser marcante. Especialmente pelo fato de estar delimitando o encerramento de um ciclo (mais um ciclo). Foi assim quando escrevi essa mesma seção para o Trabalho de Conclusão de Curso da Graduação, mais tarde para a Dissertação de Mestrado e, agora, completando o que chamo de “A Trilogia Acadêmica”, para essa Tese de Doutorado. Todos na Unisinos.

De qualquer forma, mais um ciclo que se encerra, e agradecimentos precisam ser feitos. Afinal, essa seção tem esse objetivo.

Como não podia ser diferente agradeço, primeiramente, ao meu amigo Pablo Schwelm Tavares, surdo, que ajudou a despertar o interesse pela cultura surda e que me incentivou nesta pesquisa desde o início. “*Que notícia boaaaaaaa*”, foi a mensagem de WhatsApp que recebi do Pablo quando comentei com ele da intenção de levar a cultura surda para o design estratégico e fazer essa pesquisa. Sem você, meu amigo “Pablito”, essa Tese não teria existido. Sabes disso. Obrigado por tudo.

Um agradecimento também aos meus orientadores (um privilégio: tive dois dessa vez). Ao Prof. Dr. Filipe Campelo que me acompanhou a partir da segunda metade da pesquisa com seus incentivos, apoios e ensinamentos. “*Vai em frente*”, foi o que me disse quando apresentei meu projeto. Também agradeço ao meu segundo orientador, o Prof. Dr. Leandro Tonetto. Assim como na minha orientação do Mestrado, o Prof. Leandro incentivou sempre, mesmo antes de começar: “*Eu acho que o próximo passo é fazer um Doutorado*”, foi a frase que me disse pessoalmente depois da minha Dissertação de Mestrado. Aqui estou (ou “estive”, nesses quatro anos). Caros professores, muito obrigado por tudo! Sou grato demais por tê-los durante toda essa trajetória acadêmica, desde lá no Pós em Gestão de Serviços, quando tive meu primeiro contato com o Design Estratégico, onde as bases desta Tese começaram a ser erguidas. Nossa, o tempo passa.

À minha família, a sustentação de tudo isso: minha esposa Letícia, minha filha Marcella, minha mãe Ivete, meu pai Rid (*in memoriam*) e meu irmão Felipe. Vocês que me acompanharam nessa trajetória aqui (e das outras também), merecem um MUITO OBRIGADO, em caixa alta mesmo. Vocês foram essenciais (como sempre).

Mais uma vez, como normalmente faço em minhas produções acadêmicas, um sincero e emocionado agradecimento a todos os meus professores que me ajudaram a chegar até aqui (foram muitos). E, para celebrar essa Tese, lembro de um em especial e, fazendo referência a ele, homenageio a todos: meu professor de Filosofia no ensino fundamental, o Prof. Jaime Grasso Furlaneto. O ano era 1988, eu com 11 anos de idade, na 6ª série do ensino fundamental e o professor Jaime me ensinou a pensar. Me ensinou a ter consciência crítica para perguntar os “por quês” das coisas do mundo. E de “por que” em “por que” (e muitos “*porquês*”), cheguei até aqui. Professor Jaime, muito obrigado! O senhor fez um belo trabalho com as crianças naquela época.

Agradeço também aos vááááááários amigos, surdos e ouvintes, que deram suas importantes contribuições a essa pesquisa, cada um com sua parcela. Eu queria, mas não irei citar um por um, para não encher uma ou duas folhas inteiras aqui. Sim, provavelmente encheria.

Por fim, agradeço aos intérpretes de Libras que participaram das etapas da pesquisa e a comunidade surda por permitir que um ouvinte pudesse traduzir as necessidades desse público em uma Tese de Doutorado no Design: muito, mas muito obrigado mesmo!

Tive vontade de escrever umas 20 páginas aqui nos agradecimentos. Mas apesar de a seção permitir essa liberdade textual que me referi no início, é preciso respeitar o limite do aceitável e essas duas páginas estão de bom tamanho.

Com essa Tese, completo o que chamo de trilogia acadêmica: “*Graduação-Mestrado-Doutorado*”. Jornadas de estudos e aprendizados os quais, claro, não vão parar por aqui.

E como designer, ao final dessa jornada, sinto-me também um verdadeiro intérprete da realidade, trazendo as necessidades das pessoas surdas para a pesquisa acadêmica, para o mercado e, principalmente, para os ouvintes.

Me sinto mesmo um designer-intérprete.

Que venha a próxima formação.

“...durante minha pesquisa de mestrado, aprendi inclusive que, mesmo sendo surda, não poderia falar sobre os surdos, tinha de deixá-los falar de si mesmos”.

Dra. Gladis Perlin (primeira surda Doutora do Brasil).

“Temos que abrir um novo mundo nessa questão de bancos: de usarem Libras para ajudar a nossa comunicação. Esperamos que isso prossiga, que se desenvolva cada vez mais para ajudar os surdos”.

(surdo participante da pesquisa).

RESUMO

Um Sistema Produto-Serviço (SPS) está relacionado com estratégias de inovação, que têm o objetivo de mudar o foco dos negócios em projetar e vender apenas produtos físicos, para fazer o mesmo a partir de um sistema de produtos e serviços que estejam adequados para atender demandas específicas dos clientes. Esta Tese propôs a construção de um SPS no ambiente das instituições financeiras do país, amparado pela Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), direcionado às pessoas surdas. Tendo o design como base para a promoção de bem-estar para o público-alvo da pesquisa, essa Tese contextualizou a educação financeira ao amparo da ENEF no país e a responsabilidade das instituições financeiras na promoção de informações inclusivas e acessíveis para seus clientes. A pesquisa foi realizada em etapas, partindo de uma fase quantitativa com a aplicação de dois instrumentos de pesquisa (escala de sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido), retro traduzidos em Libras, seguida de pesquisa qualitativa com aplicação de 6 entrevistas em profundidade, um workshop de projeto e de um experimento final de validação das diretrizes. Como suporte metodológico para investigações complementares, foram explorados casos análogos que prestam atendimento a pessoas surdas, como uma cafeteria americana e uma sorveteria brasileira, além de uma empresa de ensino de finanças e uma associação de entidades do mercado financeiro. O experimento de validação das diretrizes simulou o atendimento bancário de pessoas surdas em Libras, contando com dois artefatos (brochuras com informações de produtos bancários), desenvolvidos em português e Libras para essa pesquisa. A pesquisa mostrou que um SPS construído com suporte integral à Língua Brasileira de Sinais (Libras) tende a proporcionar maior bem-estar para o público surdo nos assuntos relacionados à educação financeira e comprovou a importância e essencialidade da participação do público surdo no processo de projeto.

Palavras-chave: design para bem-estar; educação financeira; pessoas surdas; experiência; inclusão.

ABSTRACT

A Product-Service System (PSS) is related to innovation strategies that aim to shift the focus of businesses from designing and selling only physical products to doing the same from a system of products and services that are suited to meet specific customer demands. This thesis proposed the construction of a PSS in the environment of financial institutions in Brazil, supported by the National Strategy for Financial Education (ENEF), for deaf people. Using design as the basis for promoting well-being for the research target audience, this Thesis contextualized financial education under the ENEF in the country and the responsibility of financial institutions in promoting inclusive and accessible information for their customers. The research was carried out in stages, starting with a quantitative phase with the application of two research instruments (consumer wisdom and perceived financial well-being scales), back-translated into Libras, followed by qualitative research with the application of 6 in-depth interviews, a project workshop and a final experiment to validate the guidelines. As methodological support for further research, analogous cases that provide services to deaf people were explored, such as an American coffee shop and a Brazilian ice cream shop, as well as a finance education company and an association of financial market entities. The experiment to validate the guidelines simulated banking services for deaf people in Libras, using two artifacts (brochures with information on banking products) developed in Portuguese and Libras for this research. The research demonstrated that an SPS built with full support for Brazilian Sign Language (Libras) tends to provide greater well-being for the deaf public in matters related to financial education and proved the importance and essentiality of the participation of the deaf public in the design process.

Key words: design for well-being; financial education; deaf people; experience; inclusion.

[illegible][illegible]

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	31
FIGURA 2 – EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA ESTRATÉGIA DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS. ...	32
FIGURA 3 – PANORAMA GERAL DA CONSTRUÇÃO DA TESE.....	33
FIGURA 4 – ASSISTENTES VIRTUAIS EM LIBRAS DAS IFS.....	41
FIGURA 5 – LIVE DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA COM TRADUÇÃO EM LIBRAS (MODALMAIS) ...	42
FIGURA 6 – LIVE DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA COM TRADUÇÃO EM LIBRAS (SICOOB)	42
FIGURA 7 – BEM-ESTAR SUBJETIVO, PREDITORES E MEDIDAS	47
FIGURA 8 – BEM-ESTAR NA TESE	47
FIGURA 9 – ESTRUTURA GERAL DA TESE – TEMÁTICAS	51
FIGURA 10 – EXEMPLO DE QUESTÃO GOOGLE FORM	59
FIGURA 11 – ETAPAS DO PROCESSO DE DESIGN.....	64
FIGURA 12 – ESTRUTURA GERAL DO MÉTODO	66
FIGURA 13 – ESTRUTURA GERAL DA RETRO TRADUÇÃO	68
FIGURA 14 – EXEMPLO DE SLIDE COM QUESTÃO EM PORTUGUÊS	73
FIGURA 15 – EXEMPLO DE TELA DA REUNIÃO NA PLATAFORMA TEAMS.....	73
FIGURA 16 – EXEMPLO DE TELA NA ETAPA DE VALIDAÇÃO PELO INTÉRPRETE	74
FIGURA 17 – EXEMPLO DE TELA GRAVADA PELO INTÉRPRETE PROFISSIONAL	79
FIGURA 18 – QUESTÕES-GUIA ANALISADAS NA TRIANGULAÇÃO	107
FIGURA 19 – ESQUEMA ELABORADO NA TRIANGULAÇÃO.....	110
FIGURA 20 – NÚMERO DE PARTICIPANTES POR NÍVEL DE BEM-ESTAR FINANCEIRO PERCEBIDO	125
FIGURA 21 – REGISTRO DO WORKSHOP DE PROJETO: BARREIRAS	147
FIGURA 22 – REGISTRO DO WORKSHOP DE PROJETO: AMBIENTE SEGURO.....	150
FIGURA 23 – REGISTRO DO WORKSHOP DE PROJETO: FUNDO GARANTIDOR.....	152
FIGURA 24 – REGISTRO DO WORKSHOP DE PROJETO: DATA DE ANIVERSÁRIO	152
FIGURA 25 – AULA ACADEMIA RAFAEL TORO (EXCERTO 1)	169
FIGURA 26 – AULA ACADEMIA RAFAEL TORO (EXCERTO 2)	170
FIGURA 27 – APRESENTAÇÃO STARBUCKS (LOJA GALLAUDET)	171
FIGURA 28 – SORVETERIA IL SORDO	172
FIGURA 29 – PROTÓTIPO DE BROCHURA PARA POUPANÇA (FACE 1)	177
FIGURA 30 – PROTÓTIPO DE BROCHURA PARA POUPANÇA (FACE 2)	177
FIGURA 31 – BROCHURA PRODUTO POUPANÇA (FACE 1).....	179
FIGURA 32 – BROCHURA PRODUTO POUPANÇA (FACE 2).....	180
FIGURA 33 – BROCHURA PRODUTO CDB (FACE 1)	181
FIGURA 34 – BROCHURA PRODUTO CDB (FACE 2)	182
FIGURA 35 – VÍDEO EMBUTIDO NO QR CODE DA BROCHURA	183
FIGURA 36 – AMBIENTE SIMULADO DE ATENDIMENTO DE IF.....	186
FIGURA 37 – EXECUÇÃO DO EXPERIMENTO.....	187

FIGURA 38 – TRAJETÓRIA DE DESENVOLVIMENTO DA TESE..... 196

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Estrutura Geral da Tese – Principais referências e autores	52
Quadro 2: Tradução Inglês para Português – Perfil dos Participantes.....	69
Quadro 3: Avaliação final das traduções do inglês para português.....	70
Quadro 4: Versões em português para os Instrumentos de Pesquisa	70
Quadro 5: Tradução Português para Libras – Perfil dos Participantes	72
Quadro 6: Versões em português para tradução para Libras.....	76
Quadro 7: Tradução Libras para Português – Perfil dos Participantes.....	78
Quadro 8: Divergência de Entendimento em Libras (Participante 1).....	80
Quadro 9: Divergência de Entendimento em Libras (Participante 3).....	81
Quadro 10: Contribuições Intérprete Profissional	82
Quadro 11: Tradução português para inglês – Perfil do Participante	83
Quadro 12: Avaliação das traduções inglês/português	83
Quadro 13: Sentenças finais corrigidas pelo intérprete profissional.....	84
Quadro 14: Perfil dos Participantes da Etapa Geração de Ideias	92
Quadro 15: Resumo das Diretrizes e Aplicações	101
Quadro 16: Perfil dos participantes da Triangulação	105
Quadro 17: Roteiros dos personagens do experimento	119
Quadro 18: Temas principais	127
Quadro 19: Certificações Anbima	166

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Média dos Fatores.....	124
Tabela 2: Alfa de Cronbach do instrumento.....	126
Tabela 3: Média dos Fatores, desvio padrão e Alfa de Cronbach.....	198

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	19
2.	REVISÃO DE LITERATURA	30
2.1.	LOCALIZAÇÃO DA PESQUISA.....	30
2.2.	O DESIGN ESTRATÉGICO E A ESTRATÉGIA NACIONAL.....	34
2.3.	EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO BRASIL	38
2.3.1.	EDUCAÇÃO FINANCEIRA NAS INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS	38
2.3.2.	EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA AS PESSOAS SURDAS	40
2.4.	O USO DO DINHEIRO E AS FINANÇAS COMPORTAMENTAIS	43
2.5.	BEM-ESTAR SUBJETIVO.....	46
2.6.	O DESIGN ESTRATÉGICO QUE SE COMUNICA POR SINAIS	50
3.	MÉTODO	55
3.1.	TIPO DE PESQUISA.....	55
3.2.	PÚBLICO PESQUISADO	56
3.3.	PESQUISA QUANTITATIVA-DESCRIPTIVA	56
3.3.1.	AMOSTRA E AMOSTRAGEM	56
3.3.2.	INSTRUMENTOS.....	56
3.3.3.	TRADUÇÃO E RETROTRADUÇÃO (BACK-TRANSLATION)	58
3.3.4.	PROCEDIMENTO PARA COLETA DE DADOS.....	60
3.3.5.	PROCEDIMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS	60
3.4.	TRIANGULAÇÃO ENTRE PROFISSIONAIS E PESQUISADORES	61
3.5.	PESQUISA QUALITATIVA-EXPLORATÓRIA	62
3.5.1.	ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE	62
3.5.2.	PROCEDIMENTOS PARA COMPOSIÇÃO DO WORKSHOP DE PROJETO.....	63
3.5.3.	WORKSHOP DE PROJETO COM PARTICIPANTES.....	63
3.6.	PROJETO EXPERIMENTAL.....	65
3.7.	SÍNTESE ESTRUTURADA DO MÉTODO	65
4.	EXECUÇÃO DO MÉTODO	67
4.1.	ETAPA DE RETROTRADUÇÃO	67
4.1.1.	FASES 1 E 2: TRADUÇÃO DE INGLÊS PARA PORTUGUÊS E VALIDAÇÃO.....	68
4.1.2.	FASES 3 E 4: TRADUÇÃO DE PORTUGUÊS PARA LIBRAS E ADAPTAÇÃO	72
4.1.3.	FASES 5 E 6: TRADUÇÃO DE LIBRAS PARA PORTUGUÊS E VALIDAÇÃO	78
4.1.4.	FASES 7 E 8: TRADUÇÃO DE PORTUGUÊS PARA INGLÊS E VALIDAÇÃO.....	82
4.1.5.	FINALIZAÇÃO DA RETROTRADUÇÃO	84
4.1.6.	APLICAÇÃO PILOTO.....	85
4.2.	REALIZAÇÃO DA ETAPA QUANTITATIVA-DESCRIPTIVA.....	87
4.2.1.	PREPARAÇÃO DOS DADOS PARA ANÁLISE	87
4.3.	PREPARAÇÃO DO WORKSHOP COM AS PESSOAS SURDAS	89

4.3.1. CONSTRUÇÃO DE BRIEFING PARA OS PROFISSIONAIS DO MERCADO FINANCEIRO.....	89
4.3.2. GERAÇÃO DE IDEIAS COM OS PROFISSIONAIS DO MERCADO FINANCEIRO	91
4.3.3. CONSTRUÇÃO DAS QUESTÕES-GUIA	102
4.3.4. TRIANGULAÇÃO DAS QUESTÕES-GUIA E PLANEJAMENTO DO WORKSHOP COM DESIGNERS.....	105
4.4. REALIZAÇÃO DA ETAPA QUALITATIVA-EXPLORATÓRIA	111
4.5. DINÂMICA E ORGANIZAÇÃO DAS ETAPAS DO WORKSHOP	111
4.5.1. DEFINIÇÃO DO PRODUTO BANCÁRIO	112
4.5.2. DEFINIÇÃO DOS ESTÍMULOS.....	113
4.6. OBSERVADORES NÃO PARTICIPANTES.....	114
4.7. WORKSHOP DE PROJETO	117
4.8. PROJETO EXPERIMENTAL.....	118
5. RESULTADOS	123
5.1. PESQUISA QUANTITATIVA-DESCRITIVA	123
5.2. PESQUISA QUALITATIVA-EXPLORATÓRIA	126
5.2.1. TEMA: DEFICIÊNCIAS NA COMUNICAÇÃO.....	128
5.2.2. TEMA: FONTES DE CONSULTA SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	131
5.2.3. TEMA: IMPACTO DOS PRODUTOS FINANCEIROS NO BEM-ESTAR	133
5.2.4. TEMA: COMPORTAMENTOS DE CONSUMO	135
5.2.5. TEMA: ATENDIMENTO DE INSTITUIÇÃO FINANCEIRA	138
5.2.6. TEMA: NECESSIDADES IGNORADAS	139
5.2.7. SÍNTESE	144
5.3. WORKSHOP DE PROJETO	145
5.3.1. DIRETRIZES DE PROJETO	146
5.3.2. OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE.....	153
5.4. OPORTUNIDADES DE EXPLORAÇÃO POSSÍVEIS	164
5.4.1. ANBIMA.....	165
5.4.2. ACADEMIA RAFAEL TORO	167
5.4.3. OUTROS CASOS DE REFERÊNCIA	170
5.4.4. DEFINIÇÃO DA EXPLORAÇÃO DE PROJETO.....	172
5.5. PRÉ-PROJETO: PLANEJAMENTO	174
5.5.1. VISITA DE EXPLORAÇÃO EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	174
5.5.2. CONSTRUÇÃO DE ARTEFATOS	176
5.6. PROJETO EXPERIMENTAL.....	185
5.6.1. PREPARAÇÃO DO AMBIENTE	186
5.6.2. EXECUTANDO A SIMULAÇÃO.....	187
5.6.3. AVALIAÇÃO DA PESSOA SURDA PARTICIPANTE	188
5.6.4. AVALIAÇÃO DO OBSERVADOR NÃO-PARTICIPANTE.....	191
5.6.5. PARTICIPAÇÃO DE SURDO DE NACIONALIDADE PANAMENHA	194
5.6.6. LIMITAÇÕES DA SIMULAÇÃO	194

6. DISCUSSÃO.....	196
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	207
REFERÊNCIAS	215
APÊNDICE A1 – INSTRUMENTO ORIGINAL “CONSUMER WISDOM”	223
APÊNDICE A2 – INSTRUMENTO “CONSUMER WISDOM” (SABEDORIA DO CONSUMIDOR) TRADUZIDO LIVREMENTE PELO AUTOR	224
APÊNDICE B1 – INSTRUMENTO ORIGINAL “FINANCIAL WELL-BEING SCALE”	225
APÊNDICE B2 – INSTRUMENTO “FINANCIAL WELL-BEING SCALE” (ESCALA DE BEM-ESTAR FINANCEIRO) TRADUZIDO LIVREMENTE PELO AUTOR	228
APÊNDICE C1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE	229
APÊNDICE C2 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) – WORKSHOP 232	
APÊNDICE C3 – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM DOS PARTICIPANTES DO PROJETO EXPERIMENTAL.....	235
APÊNDICE D – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM DO INTÉRPRETE DE LIBRAS	236
APÊNDICE E – CONVITE DE PARTICIPAÇÃO DO WORKSHOP	237
APÊNDICE F – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM DOS PARTICIPANTES DO WORKSHOP	238
APÊNDICE G1 – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP	239
APÊNDICE G2 – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP (EMENDA)	243
APÊNDICE H – CONVITE RETROTRADUÇÃO INGLÊS/PORTUGUÊS	248
APÊNDICE I – CONVITE RETROTRADUÇÃO PORTUGUÊS/LIBRAS	249
APÊNDICE J – JUSTIFICATIVA DA ADOÇÃO DAS REDAÇÕES EM PORTUGUÊS	250
APÊNDICE K – CORRESPONDÊNCIA EM SINAIS DAS FRASES EM PORTUGUÊS	253
APÊNDICE L – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM (INTÉRPRETE)	255
APÊNDICE M – CONVITE RETROTRADUÇÃO LIBRAS/PORTUGUÊS	256
APÊNDICE N – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO DE LIBRAS/ PORTUGUÊS (PART. 1)	257
APÊNDICE O – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO DE LIBRAS/PORTUGUÊS (PART. 2)	259
APÊNDICE P – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO DE LIBRAS/PORTUGUÊS (PART. 3)	261
APÊNDICE Q – VALIDAÇÃO INTÉRPRETE OUVINTE (PORTUGUÊS SINALIZADO).....	262
APÊNDICE R – VALIDAÇÃO INTÉRPRETE OUVINTE (PORTUGUÊS)	263
APÊNDICE S – FRASES FINAIS TRADUZIDAS LIBRAS/PORTUGUÊS.....	264
APÊNDICE T – CONVITE RETROTRADUÇÃO PORTUGUÊS/INGLÊS.....	266
APÊNDICE U – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO PORTUGUÊS/INGLÊS (PART. 1).....	267
APÊNDICE V1 – CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA PARA PARTICIPANTES.....	268
APÊNDICE V2 – CONTEXTUALIZAÇÃO PARA TRIANGULAÇÃO	273
APÊNDICE X – QUESTÕES-GUIA APÓS TRIANGULAÇÃO	277
APÊNDICE Z – ROTEIRO PARA ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE	278
APÊNDICE AA – ROTEIRO EXPERIMENTO (PESSOAS SURDAS).....	279
APÊNDICE AB – ROTEIRO EXPERIMENTO (INTÉRPRETES).....	280

1. INTRODUÇÃO

No início do Século XX, Napoleon Hill em sua famosa obra *A Lei do Triunfo*, publicada originalmente como um curso de 16 lições no ano de 1928, já trazia referências e instruções práticas de como as pessoas podiam manter uma vida financeira confortável. Uma visão simplista de gestão das finanças pessoais, é verdade, mas com importante abordagem à época e até hoje essencial.

A principal abordagem trazida por Hill era sobre o potencial de economia que as pessoas deveriam ter a partir do salário que ganhavam por semana ou por mês, considerando as suas despesas no mesmo período. Em um dos exemplos, Hill apresentava uma planilha de gastos de um jovem que recebia 20 dólares por semana de salário, trabalhando como motorista de um banqueiro de Nova York. A primeira e mais importante fatia dos gastos (e, portanto, não flexível), era atribuída à moradia e comida, e comprometia 12 dólares semanais do jovem. A segunda parte, referia-se ao que se pode chamar de “gastos menores”, os quais totalizavam 7 dólares e 47 centavos, que eram assim empregados: cigarros (75 centavos), chicletes (30 centavos), refrescos (1 dólar e 80 centavos), charutos (1 dólar e 50 centavos), cinemas (1 dólar), barba (1 dólar e 60 centavos, incluindo a gorjeta), jornais diários e dominicais (22 centavos), engraxate (30 centavos). Com isso, depois de todos os gastos essenciais, de lazer, cuidados pessoais e outras despesas diárias, o jovem dono da planilha apresentava um potencial de poupança semanal (salário de 20 dólares por semana, deduzidos de todos os seus gastos), de apenas 53 centavos de dólar.

Hill aprofunda a análise, qualificando de “trágica” a história do jovem, pois o que sobrava para poupança eram insignificantes 53 centavos de dólar. Finalmente, Hill emite um parecer conclusivo da situação: “na verdade, com exceção da barba e do lustro dos sapatos, ele poderia economizar todo o restante dos 7 dólares e 47 centavos”, referindo-se a todos os gastos “menores”.¹

Embora não reconhecida cientificamente e em uma visão social diferente da abordada na atualidade, inclusive em relação aos gastos, Hill trazia a “fórmula infalível” para o que chamava de “ciência de ganhar dinheiro e o economizar” e dizia que as “economias são essenciais para o triunfo individual”. Na época, um dos

¹ Exemplos e referências trazidas do livro “A Lei do Triunfo”, de Napoleon Hill, originalmente publicado em 1928 no formato de curso. Observa-se aqui, que não se trata de crítica ao exemplo original sobre cortes de gastos considerados supérfluos, o qual estava adequado à sua época em relação ao perfil de gastos e que até a atualidade ainda é considerada uma boa (e básica) forma de economizar dinheiro.

grandes trunfos e motivadores para o atingimento dos objetivos individuais das pessoas, era se utilizar dos “centavos que costumamos jogar fora”, os quais, nas palavras de Hill “se fossem sistematicamente economizados e adequadamente empregados, poderiam conduzir à independência financeira”. Além da construção de poupança em instituições bancárias na época, o modelo parecia incentivar cortes de gastos desnecessários ou qualificados como supérfluos. Em resumo: gaste menos do que você ganha e poupe o máximo que você puder.

Como dizia Hill, as economias são essenciais na vida das pessoas. Entretanto, desde o curso de Hill, no início do Século XX, a oferta de orientações sobre finanças pessoais e produtos do mercado bancário evoluíram e as pessoas passaram a dispor de opções mais sofisticadas de poupança, crédito e investimento, o que também passou a exigir o conhecimento e o aprendizado adequado para cada necessidade, inclusive de acordo com o momento de vida de cada pessoa.

Com essa evolução, o ato de economizar se tornou apenas uma das estratégias abordadas ao amparo do que atualmente se conhece por “educação financeira” e, de acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), o termo pode ser assim definido:

“o processo pelo qual os consumidores/investidores melhoram sua compreensão dos produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informações, instruções e/ou conselhos objetivos, desenvolvem as habilidades e a confiança para se tornarem mais conscientes dos riscos financeiros e oportunidades e, com isso, fazer escolhas informadas para melhorar seu bem-estar financeiro. A educação financeira, portanto, vai além da provisão de informação e aconselhamento financeiro, que deve ser regulamentada, como geralmente já é o caso, em especial para fins de proteção aos clientes financeiros”. (OCDE, 2005 apud BCB, 2018).

Pode-se dizer que o conceito de educação financeira cunhado pela OCDE é uma evolução e uma consolidação dos temas envolvidos em torno do assunto ao longo do tempo, abrangendo diversas situações. E, em uma evolução de “triunfo individual” (na abordagem e definição de Hill), poderia ser a combinação de saber fazer economias, entender dos riscos financeiros do crédito, do investimento, do planejamento da aposentadoria, entre outros, para possibilitar uma vida mais confortável das pessoas, inclusive na preparação para o futuro. Uma visão conjugada de aprendizado e prática, em benefício do planejamento e gerenciamento das finanças pessoais.

Conforme já citado anteriormente, esse tema evoluiu ao longo tempo. No início dos anos 1980, por exemplo, no âmbito internacional², a educação financeira ainda era considerada um tema emergente, quando as publicações exploravam a compreensão conceitual do processo de planejamento financeiro pessoal e inclusive sugeriam etapas de identificação de objetivos, para auxiliar a organização familiar (GITMAN e BACON, 1985). Outros estudos realizados na década seguinte, também podem ser citados: um artigo que discute a importância da colaboração acadêmica com os profissionais financeiros (MURTUZA e BRUNSEN, 1998); uma publicação que analisa a classificação dos investidores de acordo com o nível de alfabetização financeira (ALEXANDER, JONES, NIGRO, 1997); um artigo que apresenta as razões da falta de planejamento financeiro para mulheres na aposentadoria (GLASS, KILPATRICK, 1998); um estudo que descreve um esforço colaborativo para desenvolver novas formas que possibilitassem educação financeira para jovens (MCKENNA e CARROLL, 1998).

No Brasil, algumas publicações relacionadas à educação ou alfabetização financeira, foram identificadas a partir de 2007³, dentre elas: um artigo que apresenta um breve panorama histórico da produção de conhecimento sobre os campos da psicologia e economia combinados (DE MELLO FERREIRA, 2007); um artigo que propõe ações para auxiliar no engajamento dos agentes públicos e privados no programa de educação financeira no país (SAVOIA *et al*, 2007); um estudo comparativo a partir da replicação da investigação de Kahneman e Tversky, originalmente publicada em 1979, sobre a Teoria dos Prospectos (DA SILVA *et al*, 2009).

Com a publicação da definição de educação financeira pela OCDE em 2005 através de um documento do seu Conselho, chamado “*Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*”, o tema foi ganhando relevância no cenário internacional e, atualmente, as recomendações da OCDE sobre

² Pesquisa realizada no Portal Capes, considerando publicações em periódicos revisados por pares, contendo os termos “financial education” ou “financial literacy”, no período entre os anos 1960 até 2000. Exemplos não exaustivos, sendo citadas algumas publicações de maior relevância em relação ao tema aqui abordado.

³ Pesquisa realizada no Portal Capes, considerando publicações em periódicos revisados por pares, contendo os termos “educação financeira” ou “alfabetização financeira”, entre os anos 1980 e 2010. Exemplos não exaustivos, sendo citadas algumas publicações de maior relevância em relação ao tema aqui abordado.

educação financeira são seguidas pelos países do G-20, incluindo o Brasil (BCB, 2018). Muitos países já contam com estratégias sistematizadas próprias de educação financeira e o próprio Banco Central do Brasil adota a mesma definição de educação financeira divulgada pela OCDE.

A partir das definições da OCDE, nesse contexto, a educação financeira no Brasil é incentivada pela Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), promovida pelo Governo Federal, implementada pelo Decreto nº 10.393 de 09/06/2020⁴ e que deu origem ao Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF). Diversas entidades estão ligadas ao FBEF, dentre elas, o Banco Central do Brasil (BCB), que tem a responsabilidade de desdobrar as ações debatidas junto às instituições financeiras (IFs) do país e divulgá-las, por exemplo, no sítio institucional (www.bcb.gov.br) em página específica sobre o assunto, na internet.

As IFs do Brasil, a partir das diretrizes e incentivos nacionais, promovem suas ações e estratégias próprias para disseminar a educação financeira para os seus clientes e mercado de uma forma geral, indo além da instrução sobre pagamento das despesas mensais e economia para poupança. Comunicam e orientam também, o essencial para as pessoas fazerem a gestão das finanças pessoais da forma mais adequada. Por exemplo, é possível citar: as alternativas e dicas para manter suas contas controladas, como as pessoas podem e devem evitar desperdícios, como estar preparadas para despesas de emergência, como fazer seu dinheiro render mais e como economizar em tempos de pandemia, de que forma é possível contratar (e pagar) crédito para as mais variadas despesas e investimentos (também conhecido como “crédito responsável”), como planejar sua aposentadoria (EXPERT XP, 2022; BRADESCO, 2022; SICREDI, 2021a; SICREDI, 2021b; ITAÚ, 2022), dentre tantas outras.

Todos os públicos têm acesso aos conteúdos sobre educação financeira nos sítios das IFs na internet, inclusive as pessoas que não são clientes, podendo ser consultado por todos os interessados. As informações são publicadas em textos, vídeos, desenhos ou jogos e, na maioria dos sítios de IFs, há o intérprete assistente digital de Libras (a Língua Brasileira de Sinais, reconhecida como meio legal de comunicação e expressão em território nacional, pela Lei nº 10.436/2002) para que os

⁴ Conhecida como “Nova Estratégia Nacional de Educação Financeira”, que revoga a estratégia nacional anterior, lançada pela primeira vez no ano de 2010.

conteúdos publicados em português nas páginas *web*, sejam transliterados⁵ para as pessoas surdas, em uma ação de inclusão oferecida para a sociedade⁶.

As pessoas surdas, portanto, têm à disposição, na maioria dos casos identificados, às publicações relacionadas a educação financeira nos sítios das IFs na internet em dois idiomas (português e Libras). No entanto, é importante considerar algumas particularidades do público surdo, pois mesmo com o intérprete em Libras as informações podem não ser entendidas integralmente, uma vez que nem todas as pessoas surdas são alfabetizadas em português. O bilinguismo em pessoas surdas prioriza a educação a partir de um primeiro idioma (língua de sinais) para posteriormente ocorrer a aquisição da segunda língua, o português (DIZEU e CAPORALI, 2005). A língua de sinais, portanto, é o primeiro idioma (idioma natural) da pessoa surda e o português, o segundo. Assim, considerando as informações disponíveis no sítio das instituições financeiras, o intérprete automático para Libras realiza a tradução do conteúdo estático construído em português, impossibilitando que os próprios conceitos, instruções e informações replicadas ou traduzidas sejam aprofundadas naquele mesmo ambiente tecnológico. Nesse caso, a pessoa surda está limitada ao conteúdo e conceitos publicados e construídos pelas próprias instituições financeiras, podendo ser necessário o aprofundamento, através de leitura e compreensão de material complementar, os quais podem não ser encontrados traduzidos para a língua de sinais, o que torna incompleta a construção do conhecimento para esse público.

Borgia *et al* (2014), por exemplo, reforçam tais necessidades com o objetivo de melhorar o aprendizado das pessoas surdas no contexto digital em função das diferenças entre as línguas gestuais e línguas vocais:

“As pessoas surdas estão entre os grupos de indivíduos com necessidades especiais que são mais afetados pelo abismo digital. Apesar da crescente atenção às questões de acessibilidade, o design de inclusão para pessoas surdas é frequentemente realizado usando soluções no limite da solução alternativa. Na verdade, a maioria das diretrizes de acessibilidade que devem atender às suas necessidades,

⁵ Para fins dessa Tese, utiliza-se o verbo “transliterar” (e suas derivações substantivas e adjetivas), para referir ao processo de correspondência automática do idioma português para Libras, considerando que os intérpretes assistivos não realizam a tradução de sentido entre idiomas, por não contemplar as variações gramaticais, sintáticas e léxicas completas.

⁶ Exemplos de sítios de instituições financeiras na Internet com acessibilidade em Libras: <https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira> (Banco Central do Brasil), www.sicredi.com.br (Sistema Sicredi), www.bradesco.com.br (Banco Bradesco), www.sicoob.com.br (Sistema Sicoob).

lida apenas com legendas textuais e transcrição de conteúdo de áudio”.

Os autores trazem as contribuições do design de experiência para quebrar tais barreiras, especialmente para melhorar o aprendizado eletrônico/digital (*e-learning experience*) das pessoas surdas.

Em relação aos intérpretes automáticos (também conhecidos como “tecnologia assistiva”), muitos deles já integrados à sítios de instituições financeiras, é possível citar pesquisas que evidenciam erros e divergências gramaticais, sintáticas e lexicais nas traduções em relação aos intérpretes profissionais humanos (DOS SANTOS, 2017).

Portanto, parece claro que as informações divulgadas pelas IFs, mesmo que traduzidas ou interpretadas para Libras, podem não ser suficientes para que a pessoa surda entenda integralmente os conteúdos publicados e possam, com isso, aplicar e praticar, no seu dia a dia, as orientações a respeito de educação financeira disponíveis. Além disso, mesmo com a interpretação em Libras, o conteúdo educacional sobre finanças pessoais e a própria educação financeira, pode exigir um conhecimento prévio, disponível apenas em português (texto e áudio), que pode não ter sido adquirido anteriormente pela pessoa surda. Dessa forma, percebe-se uma necessidade de maior detalhamento do conteúdo informativo a respeito de educação financeira para a população surda, em complemento ao que já existe, inclusive relacionado à prática desse tema no dia a dia daquelas pessoas.

Dentro dessa abordagem, considerando os temas relacionados à Estratégia Nacional de Educação Financeira e ao conteúdo sobre educação financeira e finanças pessoais publicados pelas instituições nos sítios na internet, observa-se a importância de o Sistema Financeiro entender a população surda, para melhor atendê-la. Uma das formas de fazer isso, seria incluindo a pessoa surda no processo de projeto, incentivando-as na manifestação e geração de ideias, ao invés de apenas obter subsídios de projeto por entrevistas ou grupos focais da população em geral (provavelmente de totalidade ou grande maioria ouvinte), prática que pode ser adotada nas organizações financeiras. Ou, parafraseando Perlin (2016), não poderia falar *pelos* surdos, mas deixá-los falar por si mesmos⁷. Além disso, é importante que

⁷ A frase original de Perlin (2016) é: “...durante minha pesquisa de mestrado, aprendi inclusive que, mesmo sendo surda, não poderia falar sobre os surdos, tinha de deixá-los falar de si mesmos”, por isso

as IFs estejam atentas, pois somente disponibilizar assistente de Libras nos seus sítios na internet para tradução dos conteúdos, tende a não ser suficiente, considerando as limitações de linguagem já citadas. Inclui-se aqui, também, os conteúdos detalhados em relação aos produtos e serviços da própria instituição financeira e não apenas as páginas sobre *educação financeira*, considerando a ligação natural entre os produtos financeiros disponíveis e as orientações sobre aquele tema.

Pesquisadores de áreas diversas (ÇERA, *et al*, 2020; LUSARDI, MITCHELL, 2007; LUSARDI, 2019) acreditam que decisões financeiras ruins sobre planejamento de vida de curto e longo prazo, especialmente em razão da grande variedade de produtos bancários existentes no mercado, podem afetar a satisfação financeira das pessoas. Portanto, a correta e adequada compreensão do conteúdo sobre educação financeira para a tomada de decisão em relação às finanças pessoais, é importante para as pessoas manterem seus níveis positivos de bem-estar.

Entende-se que esses fatores, nessa perspectiva, podem impactar o bem-estar subjetivo (BES ou, do inglês, SWB – *subjective well-being*) da pessoa surda, considerando as limitações ou barreiras existentes para o aprendizado do conteúdo sobre educação financeira e a sua necessidade de se construir uma vida mais próspera, provavelmente a necessidade máxima do ser humano (PETERMANS e CAIN, 2020) ou, ainda, de ter uma vida confortável financeiramente.

O BES pode ser entendido como a compreensão e satisfação com a vida e engloba estudos relacionados à felicidade, moral, afetos positivo e negativo, podendo ser medido pelo nível de experiências emocionais dos indivíduos. Por exemplo, o nível de BES adequado para a manutenção da satisfação com a vida pode ser perseguido pelas pessoas a partir da alta frequência de emoções positivas e baixa frequência de emoções negativas. O BES, portanto, pode ser compreendido como a avaliação da vida a partir do equilíbrio entre afeto positivo e afeto negativo (DIENER, 1984; SIQUEIRA e PADOVAM, 2008; KEYES, SHMOTKIN e RYFF, 2002). Especificamente em relação ao público que será estudado, é possível identificar estudos na literatura que aprofundaram o BES, satisfação com a vida e atendimento psicológico para pessoas surdas (FERREIRA JUNIOR, BEZERRA, ALVES, 2021; TONIN e FUKUDA, 2020; ALBUQUERQUE e TRÓCOLLI, 2004).

o destaque em “pelos” na paráfrase. Nesse caso, entende-se apropriado ouvir as pessoas surdas para que essas, por si próprias, expressem suas necessidades.

Um dos preditores do bem-estar, a “sabedoria do consumidor” (ou *consumer wisdom*), pode ser entendida como a capacidade de tomar decisões acertadas em relação ao consumo, e que tem como uma de suas formas de medição, o “bem-estar financeiro percebido” (ou, do inglês, *perceived financial well-being*) que avalia, de forma subjetiva, como as pessoas estão lidando com suas finanças pessoais (LUCHS *et al*, 2021; NETEMEYER *et al*, 2017; MICK *et al*, 2012).

Dessa forma, entendido o BES como uma representação contextual de como as pessoas interpretam sua satisfação pela vida, a interação isolada com um sítio de instituição financeira pode não ser suficiente para a construção de experiências positivas das pessoas surdas. Da maneira como as informações estão distribuídas atualmente, os conteúdos sobre educação financeira, com fins de planejamento familiar, organização pessoal de curto e longo prazo, para pessoas surdas, limitam-se ao intérprete automático em Libras. Entretanto, é importante considerar que os projetos de educação financeira no âmbito das instituições envolvem uma série de elementos⁸ e que os conteúdos educacionais têm influência nas decisões de vida das pessoas. Com isso, assumindo o design estratégico como uma área que se preocupa em projetar a estratégia por meio de processos, entende-se necessária, possível, conveniente e adequada a construção de um Sistema Produto-Serviço (SPS). O SPS poderia ser implementado pelas Instituições Financeiras, considerando todos esses aspectos de forma integrada em um projeto único, como resposta integral para os processos, de modo que a pessoa surda tenha uma experiência completa e mais positiva.

Nesse contexto, considerando o BES como as percepções de uma pessoa ou julgamento de valor da sua qualidade de vida (DESMET e POHLMAYER, 2013), o design estratégico pode ser importante para projetar condições que influenciem positivamente os preditores do bem-estar subjetivo das pessoas surdas. Isso porque, dentre os seus objetivos, o design estratégico tem a habilidade de dar forma à estratégia de uma empresa a partir do conjunto de vários meios como produto, serviço e comunicação (sistema-produto-serviço), contribuindo para sua identidade e missão na sociedade (ZURLO, 2010).

Um Sistema Produto-Serviço (SPS) pode ser gerado a partir da estratégia de inovação que muda o foco do negócio em projetar e vender apenas produtos físicos,

⁸ Exemplos: produtos e serviços bancários, diferentes perfis de usuários, legislações aplicáveis.

para fazer o mesmo, mas como um sistema de produtos e serviços que são capazes de atender às demandas específicas dos clientes (MANZINI e VEZZOLI, 2003). Entende-se, assim, que a projeção de um SPS, sob o olhar do design estratégico, possa contribuir para as estratégias das instituições financeiras, para favorecer o bem-estar subjetivo das pessoas surdas. Como consequência, também da sociedade, considerando o caráter inclusivo dessa Tese.

Sendo o sistema-produto uma combinação integrada de produtos e serviços (BAINES, T.S. *et al*, 2007), justifica-se o desenvolvimento de um SPS ao amparo do design estratégico, em razão da própria natureza e multiplicidade dos serviços bancários na ótica da inclusão financeira.

O problema de pesquisa, portanto, foi assim definido: **“como o Design Estratégico pode contribuir para a Estratégia Nacional de Educação Financeira, promovendo bem-estar subjetivo para pessoas surdas?”**.

Adiciona-se à justificativa da realização do estudo, as proposições de Crowe (2019), em pesquisa que apresentou os fatores associados ao bem-estar em adultos surdos, em relação à falta de estudos com esse grupo de pessoas. Crowe (2019), acrescenta que estudar grupos que historicamente foram mal atendidos e sub-pesquisados traz informações importantes sobre as questões únicas que afetam esses grupos. E reforça que essas informações ajudam a criar uma sociedade justa na qual todos os indivíduos podem participar igualmente de nossas comunidades.

Além disso, as pessoas surdas foram escolhidas para fazerem parte dessa pesquisa, pois se trata de um público de aproximadamente 10 milhões de pessoas no Brasil e 400 milhões no mundo, que têm língua natural diferente da língua majoritária dos países e, com isso, precisam constantemente tentar quebrar as barreiras da comunicação com o público ouvinte.

Não foram encontrados estudos relacionando design estratégico, SPS e educação financeira, envolvendo atores como entidades públicas, entidades privadas e usuários finais⁹. Nesse caso, a contribuição do estudo para o design foi trazer conexão teórica entre bem-estar, educação financeira e design estratégico, e o suporte metodológico por oferecer as diretrizes e experiência projetual para a formação do bem-estar de pessoas surdas através da educação financeira. O estudo

⁹ Pesquisa realizada na Base CAPES incluindo os termos em português: (“design estratégico”) AND (SPS) AND (“educação financeira” OR “alfabetização financeira”); e termos em inglês: (“strategic design”) AND (SSP) AND (“financial education” OR “financial literacy”).

pode ser utilizado, futuramente, por outras práticas relacionadas aos serviços financeiros com públicos específicos e diversos, de acordo com as suas respectivas realidades. Além disso, também deverá fornecer metodologia para o desenvolvimento de estratégias de design estratégico para a promoção da sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro subjetivo/percebido, para públicos específicos e/ou sub-pesquisados.

O objetivo geral da pesquisa, portanto, foi compreender de que forma é possível desenvolver sistemas produto-serviço em instituição financeira para estimular o bem-estar subjetivo de pessoas surdas através da educação financeira.

Os objetivos específicos da pesquisa foram:

- a) Traduzir e adaptar as escalas de sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido, do idioma inglês (original) para português, e de Português para Libras, em ambos os casos;
- b) Avaliar o bem-estar financeiro percebido das pessoas surdas em relação à gestão das suas finanças pessoais;
- c) Avaliar o poder preditor da sabedoria do consumidor em relação ao bem-estar financeiro percebido para pessoas surdas;
- d) Definir diretrizes de design que contribuam para o bem-estar subjetivo das pessoas surdas;
- e) Validar as diretrizes construídas através de um projeto experimental de SPS.

Com a aplicação da pesquisa, na primeira etapa em caráter quantitativo-descritivo, utilizando-se dos instrumentos (sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido), foram apuradas as escalas de avaliação das respostas oferecidas pelo público surdo, sendo possível identificar a relação do preditor do bem-estar subjetivo, e foi possível também identificar algumas necessidades não atendidas para essa população. Em seguida, por meio da etapa qualitativa-exploratória, foram realizadas entrevistas em profundidade, quando foi possível identificar necessidades não atendidas pelas formas tradicionais das instituições financeiras ao se comunicarem com o público surdo. Também foram realizadas atividades participativas de design com o objetivo de gerar as diretrizes que favoreçam o bem-estar subjetivo da pessoa surda e, a partir dessas diretrizes, foi realizado um projeto experimental para validação e conclusões sobre como elas contribuem para o bem-estar subjetivo do público pesquisado.

Dessa forma, esta pesquisa foi estruturada em capítulos iniciando-se pelo referencial teórico, onde será abordada a literatura em relação à educação financeira no Brasil (localização da pesquisa e recorte), design estratégico e sistema produto-serviço, educação financeira para pessoas surdas e bem-estar subjetivo. Em seguida, será apresentado o método, com a descrição e detalhamento das etapas descritivas e exploratórias relacionadas à aplicação dos instrumentos e das técnicas de exploração de ideias e elaboração de diretrizes de projeto e processos de design e workshops inspirados na IDEO e Instituto Hasso-Plattner de Design.

Após a apresentação do método, será apresentado o detalhamento da sua execução, contendo todas as etapas da aplicação e realização da pesquisa: quantitativa-descritiva (retro tradução, formulários, análise de dados), geração de ideias com profissionais do mercado financeiro e triangulação com designers, qualitativa-exploratória (roteiro de entrevista, entrevista em profundidade, workshop, diretrizes), consultas aos casos análogos, desenvolvimento dos artefatos e projeto experimental. Conforme será explicado mais adiante, optou-se por incluir um capítulo intermediário entre “Método” e “Resultados”, denominado “Execução do Método”, tendo em vista as várias etapas da pesquisa para o atingimento dos objetivos desta Tese. Portanto, o capítulo “Execução do Método” foi estruturado de modo a explicar como ocorreu cada etapa da pesquisa, separando a aplicação dos processos metodológicos dos resultados obtidos.

Logo após a explicação da “Execução do Método”, serão apresentados os resultados, a discussão, considerações finais e apêndices.

Essa pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa, conforme pareceres 5.842.697 (02/02/2023) e 7.011.752 (16/08/2024), anexados ao final dessa Tese, como Apêndices “G1” e “G2”.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Inicialmente, será apresentada a localização da pesquisa dentro da Estratégia Nacional de Educação Financeira e das próprias instituições bancárias. Posteriormente, serão apresentadas as bases do design estratégico e convergência com o Sistema Produto-Serviço e design estratégico pragmático, educação financeira para pessoas surdas e bem-estar subjetivo, uso do dinheiro e finanças comportamentais, detalhando os conceitos de sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido.

2.1. LOCALIZAÇÃO DA PESQUISA

Os estudos e pesquisas objetos dessa Tese partiram dos conceitos relacionados à Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), implantada no Brasil com a publicação do Decreto nº 10.393 de 09 de junho de 2020 e atualmente divulgada e incentivada pelo Banco Central do Brasil, através do conceito de “Cidadania Financeira” (BANCO CENTRAL... 2018).

Dessa forma, a fim de situar o tema “educação financeira” na Tese, é importante apresentar a origem do conceito nas formas macro e micro contextuais.

A visão macro contextual de educação financeira tem origem na ENEF, a qual tem a finalidade de promover a educação financeira, securitária, previdenciária e fiscal no Brasil e é conduzida pelo Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF). O FBEF é integrado por uma série de órgãos e entidades que se reúnem periodicamente para avaliações, discussões e definições de ações relacionadas: Banco Central do Brasil – BCB, Comissão de Valores Mobiliários – CVM, Superintendência de Seguros Privados – Susep, Secretaria do Tesouro Nacional – STN, Secretaria de Previdência da Secretaria Especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia, Superintendência Nacional de Previdência Complementar – PREVIC, Secretaria Nacional do Consumidor – SENACOM, Ministério da Educação – MEC (BRASIL, 2018; BANCO CENTRAL... 2022).

Assim, para fins dessa pesquisa, a visão macro contextual será desdobrada a partir da ENEF e Banco Central do Brasil, conforme representação da Figura 1 a seguir:

Figura 1 – Educação financeira na Estratégia Nacional de Educação Financeira.



Fonte: esquema elaborado pelo autor.

De acordo com a Figura 1, no topo do tema, localiza-se a Estratégia Nacional de Educação Financeira no Brasil. Em seguida, o Banco Central do Brasil que publica informações e diretrizes amplas no âmbito do Sistema Financeiro Nacional, em relação ao conceito de cidadania financeira, sendo a educação financeira um dos pilares para o exercício dos direitos e deveres que permitem ao cidadão o bom gerenciamento dos seus recursos financeiros (BANCO CENTRAL... 2018).

Na visão micro contextual considera-se o conceito de educação financeira a partir das instituições bancárias até o consumidor final.

No sítio do Banco Central do Brasil na internet, constam informações sobre o tema “educação financeira” o qual é construído para a população em geral, e divulgado na página “Cidadania Financeira”. Nessa página, são apresentadas a ENEF, possibilidade de consulta a orientações e informações de acordo com o perfil de cada pessoa com tópicos como “quero me planejar”, “estou endividado”, “quero aprender a poupar e investir”. Ainda, há a divulgação e inscrição em cursos gratuitos relacionados e o detalhamento do conceito de “cidadania financeira” (BANCO CENTRAL... 2021a, 2021b).

Um dos pilares essenciais da construção da cidadania financeira é a educação financeira, que oportuniza ao cidadão o desenvolvimento das suas capacidades e autoconfiança para o bom gerenciamento das suas finanças (BANCO

CENTRAL... 2022). Assim, tendo a Febraban (Federação Brasileira de Bancos) como representante dos bancos e, por consequência, as instituições financeiras em geral (para fins dessa Tese, incluindo Cooperativas de Crédito também, na qualidade de intermediadoras financeiras, assim como os bancos), como parceiras do desenvolvimento das ações relacionadas à Estratégia Nacional de Educação Financeira (BANCO CENTRAL... 2021b), é possível situar o cidadão surdo como parte da estratégia, conforme representado na Figura 2:

Figura 2 – Educação financeira na estratégia das instituições financeiras.



Fonte: esquema elaborado pelo autor.

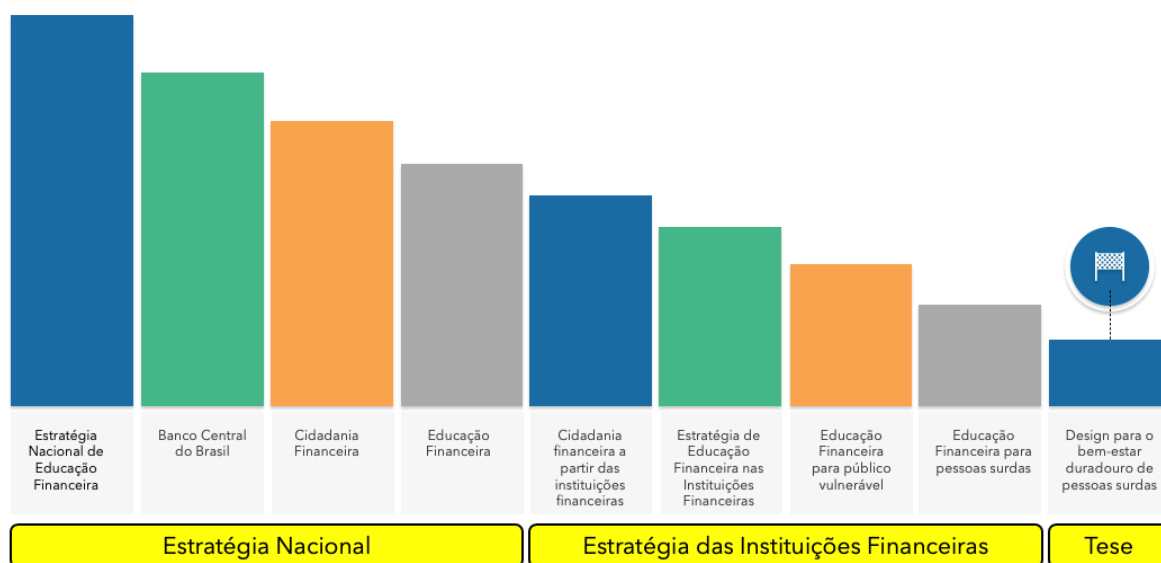
Conforme Figura 2, o desdobramento da estratégia e planos de ação do Banco Central do Brasil a partir dos conceitos de cidadania financeira, são realizados com os parceiros, dentre eles a Febraban (Federação Nacional de Bancos), entidade responsável por fazer permear os planos através das instituições financeiras filiadas (bancos em geral) e também com outros agentes do Sistema Financeiro Nacional, tais como Cooperativas de Crédito, financeiras, corretoras, entre outros¹⁰. Esses planos podem ser divulgados de várias formas, incluindo instruções normativas como a de número 024/2021 do Sistema de Autorregulação Bancária. Referido Normativo incentiva, dentre outros objetivos, que as instituições financeiras promovam o aperfeiçoamento da qualidade e serviços prestados e que promovam ações de comunicação, orientação e educação, no relacionamento com consumidores

¹⁰ Para fins dessa Tese, considera-se “instituições financeiras” para referir-se às entidades bancárias e não bancárias (Cooperativas de Crédito, por exemplo), as quais são reguladas pelo Banco Central do Brasil e, portanto, onde permeiam as diretrizes e orientações da ENEF.

considerados como potencialmente vulneráveis, incluindo públicos com deficiência física (FEBRABAN, 2021)¹¹.

Assim, situada a pesquisa nas visões macro e micro contextuais a partir da Estratégia Nacional de Educação Financeira é possível definir um panorama geral da construção da Tese conforme representado na Figura 3:

Figura 3 – Panorama Geral da Construção da Tese



Fonte: esquema elaborado pelo autor.

De acordo com a Figura 3, a Tese foi construída a partir do desdobramento da Estratégia Nacional de Educação Financeira e atuação do Banco Central do Brasil, permeando as instituições bancárias até o cliente final e definido, para fins de pesquisa, como sendo a pessoa surda.

Nesse caso, no âmbito do design estratégico, propôs-se atender os objetivos de pesquisa, aprofundando os temas ligados, de modo a incluir a pessoa surda na construção e execução da estratégia.

¹¹ Referida instrução normativa da Febraban foi incluída como referência de conteúdo e formato de comunicação da Federação dos Bancos com as instituições financeiras. Não é objetivo aqui, representar as pessoas surdas como público vulnerável, tendo em vista, especialmente, que “deficiente físico/auditivo” é um termo reconhecido como “condição clínica” no ramo da saúde e não dizem respeito às pessoas surdas como cidadãos.

2.2. O DESIGN ESTRATÉGICO E A ESTRATÉGIA NACIONAL

Desde Napoleon Hill e seu curso sobre como chegar ao triunfo na vida, o mercado bancário evoluiu. Evoluiu na forma como se relaciona com o público, no atendimento e suporte, passou a ofertar maior número de produtos e serviços. Com a evolução da tecnologia, especialmente nos últimos 20 anos, o mercado bancário mudou quase que por completo: agências físicas começaram a reduzir, inversamente ao crescimento do uso de aplicativos móveis em telefones celulares, as pessoas passaram a acessar suas contas-correntes remotamente com maior comodidade. Em resumo, há a percepção de que as agências bancárias tenham sido substituídas pelos smartphones, na forma de um terminal de banco, podendo ser acessadas durante 24 horas por dia, diretamente das suas casas, do consultório médico, no trânsito (CINCO DÉCADAS... 2004; FACÓ *et al*, 2009; BARRETO *et al*, 2021; BRASIL PERDE... 2022; PESQUISA... 2022).

O mercado bancário também expandiu em atendimento a clientes: de acordo com o Banco Central do Brasil (BACEN, 2023) o número de usuários ativos¹² do sistema financeiro dobrou entre os anos 2018 e 2023, passando de 77 milhões para 152 milhões (87,7% da população adulta) e de 3,4 milhões para 11,6 milhões na base de clientes pessoa jurídica (incluindo microempreendedores individuais).

Acompanhando a expansão do mercado bancário, o acesso a produtos e serviços tornou-se também cada vez mais facilitados com limites de crédito pré-aprovados, produtos sofisticados de poupança e produtos de investimento, seguros, consórcios. O ambiente financeiro ficou mais acessível e simples, porém cada vez mais diversificado, exigindo maior controle e conhecimento por parte das pessoas, sobre como lidar com seu dinheiro e como usar os produtos e serviços bancários a seu favor.

Nesse contexto de multiplicidade de opções e necessidade de orientação às pessoas, conceitos sobre endividamento, superendividamento, comprometimento de renda, crédito consciente, crédito sustentável, taxas de juros, planejamento financeiro para o futuro, reserva de emergência, passaram a ser parte obrigatória do conteúdo sobre educação financeira. Atualmente, são esses alguns dos principais tópicos

¹² Nota do autor: usuários ativos, assim entendidos como pessoas físicas ou pessoas jurídicas que tenha realizado nos últimos três meses, operações de pagamento ou operações de crédito (BACEN, 2023).

abordados pelas instituições financeiras em relação ao tema e tornou-se, por necessidade, assunto de atenção dos países e das instituições financeiras ao longo do tempo (EXPERT XP, 2022; SICREDI, 2021a; SICREDI, 2021b; BRADESCO, 2022; ITAÚ, 2022, BTG, 2020; SAVOIA *et al*, 2007).

O gerenciamento inadequado das finanças pessoais e o alto endividamento podem afetar diretamente o bem-estar, resultando em sérios danos à saúde das pessoas (TURUNEN e HIILAMO, 2014). Torna-se, assim, a educação financeira e atenção à saúde das pessoas, uma necessidade estratégica dos países, das instituições financeiras e, em última análise, da própria sociedade, sendo uma oportunidade portanto, de ser projetada a partir do design, combinadas com a própria oferta de produtos e serviços bancários.

Assim, sendo o design de natureza interdisciplinar e integradora, o seu papel operando no coletivo dos atores envolvidos pode favorecer a solução de problemas e criação de situações novas resolvendo contextos e cenários de forma empática (FRIEDMAN, 2003; ZURLO, 2010). O design pode ter o papel de entender as necessidades dos usuários (no caso dessa Tese, das pessoas surdas), para favorecer a experiência de acesso ao conteúdo de educação financeira que proporcione bem-estar dessas pessoas. Por consequência, também pelo olhar do coletivo, desde as instituições federais que conduzem a própria Estratégia Nacional de Educação Financeira, até a população de uma forma geral (conforme representado na Figura 3).

E a representação dessa estratégia pode ser considerada a própria definição de design estratégico, que opera em âmbitos coletivos concretizando os resultados em um sistema de oferta, mais abrangente: um sistema-produto, ou seja, a representação visível da estratégia (ZURLO, 2010). O designer, por sua vez, não apenas inserido na estratégia: ele acaba por atuar além do produto ou da própria empresa, facilitando processos em relação ao mundo exterior, como por exemplo fornecedores e agentes externos que influenciam nas empresas. Nesse caso, é o designer projetando a própria estratégia (DESERTI, 2007, TONETTO *et al*, 2019). Portanto, a cocriação das estratégias empresariais, facilitadas pelo designer de forma corporativa, acabam se unindo para gerar inovação.

Nesse sentido, o olhar do design estratégico na construção e execução da estratégia, pode fornecer resultados práticos que favoreçam aprimoramento da experiência dos usuários. É importante considerar, ainda, que as instituições financeiras disponibilizam em suas páginas em sítios da internet, os conteúdos de

uma forma estática, normalmente não interativa com a população surda e eventualmente promovem eventos ao vivo com interpretação simultânea em Libras. Então, a opção por um sistema produto-serviço (SPS) para atender demandas específicas dessa população coloca o design na perspectiva de desenvolvimento de alternativas criativas para as pessoas (MANZINI e VEZZOLI, 2003; MAURI, 1996). Um SPS que favoreça o entendimento e aplicação dos conteúdos de educação financeira, considerando o cliente na própria estratégia.

Há várias definições para “sistema produto-serviço”, dentre elas a de Manzini (2003), trazida por Baines *et al* (2007) que considera o SPS uma estratégia de inovação, que muda o foco dos negócios de projetar e vender apenas produtos para fazer o mesmo com um sistema de produtos e serviços capazes de atender demandas específicas. As IFs, entretanto, não possuem produtos tangíveis para comercialização. Elas possuem produtos sob a forma de alternativas financeiras que atendem necessidades das pessoas para o atingimento de um objetivo: um seguro para uma residência, um crédito para a compra de um imóvel, um investimento para formação de poupança. Além do próprio produto, é intangível também o serviço prestado pelas IFs, quando das consultorias, orientações e informações complementares, que facilitam a aquisição da solução financeira que melhor se adéque à necessidade do cliente.

Nessa direção, o design, ao longo do tempo, ampliou o seu foco para aspectos intangíveis da oferta, ao invés de concentrar apenas em produtos, o que lhe garante a possibilidade de atuar frente às estratégias das empresas, definindo o campo de investigação no design estratégico (ZURLO e CAUTELA, 2014; TONETTO *et al*, 2019). Pesquisadores do Brasil e do exterior desenvolveram o design estratégico no âmbito da complexidade e do pragmatismo, sendo a abordagem pragmática aquela que privilegia o que é prático e aplicável, utilizada pelos designers que interpretam a realidade, observando as consequências das suas ações (JAMES, 1989; TONETTO *et al*, 2019). Esse profissional tem papel fundamental na interpretação da realidade, transformando as experiências e tornando visíveis os pensamentos em projeto coletivo, criando pontes entre a sociedade e tecnologia (MANZINI, 2008, MAURI, 1996) o que envolveu, nessa Tese, a Estratégia Nacional de Educação Financeira desdobrada até o público usuário final, a pessoa surda.

É adequado, portanto, considerar que a própria Estratégia Nacional de Educação Financeira esteja (ou possa estar) inserida no contexto estratégico das

instituições financeiras. Uma vez que as IFs desdobram estratégias nacionais no seu meio de atuação (envolvendo clientes, inclusive), seria natural considerar que os fatores que envolvem a inclusão de um determinado público (cliente) na estratégia daquelas instituições, sejam trabalhados, desenvolvidos e transformados, gerando situações novas.

Entendeu-se, assim, como possível de projeção através do design, diferentes formas de envolvimento das pessoas surdas nos processos de educação financeira, especialmente as promovidas pelas instituições financeiras a partir da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). A conexão proposta pela Tese foi de unir o papel intervencionista do design, utilizando-se de fatos que mostrem a importância da pessoa surda na construção da sua própria experiência de educação financeira junto às IFs. O designer, aqui, trabalhando em um mercado diverso (como é o mercado financeiro), selecionando variáveis mais impactantes e trabalhando com os fatos, o que é a própria visão do pragmatismo inserindo elementos novos nos processos de projeto (TONETTO *et al*, 2019; JAMES, 1989; DALSGAARD, 2014).

Assim, trabalhando variáveis envolvidas nos processos relacionados à educação financeira ao amparo da Estratégia Nacional, o pesquisador designer teve a oportunidade de criar soluções, a partir da avaliação da realidade (pesquisa com o público surdo) com sua interpretação (definição das diretrizes) e validação com o próprio público. O design estratégico pragmático, portanto, emergiu como a interpretação mais adequada para o desenvolvimento dessa Tese.

Tonetto *et al* (2019) trazem as principais características do design estratégico pragmático:

- a) Está comprometido com as aplicações práticas do design na vida real nas organizações;
- b) Ações baseadas na prática ao invés das doutrinas;
- c) O design estratégico pragmático extrapola as abordagens mais técnicas do design, preferindo projetar sistemas de produto-serviço;
- d) Define operacionalmente as variáveis que serão consideradas no projeto;
- e) Preocupa-se com a melhoria da experiência do usuário;
- f) É multidisciplinar;
- g) Lida com a intuição através do metadesign para poder se concentrar no futuro.

Nos próximos capítulos serão explorados os temas relacionados à educação financeira no Brasil e design para o bem-estar.

2.3. EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO BRASIL

A educação financeira oportuniza às pessoas desenvolverem a sua autoconfiança para melhor gerir os seus recursos financeiros. Normalmente, programas de educação financeira são desenvolvidos pelos governos, com o objetivo de orientar as populações sobre como tomar melhores decisões, como economizar dinheiro, como manter uma vida financeira saudável e preparar-se para a aposentadoria. No entanto, pesquisas mostram o baixo nível de alfabetização financeira das populações, inclusive no que diz respeito aos conceitos mais básicos necessários para a mínima gestão financeira pessoal (BANCO CENTRAL... 2018; GARCÍA, 2013; LUSARDI e MITCHELL, 2007).

Nesse contexto, atualmente vários países dispõem das suas próprias estratégias nacionais de educação financeira. São os exemplos de Estados Unidos, Gana, Índia, El-Salvador, Portugal, Austrália, República Tcheca, Irlanda, Japão, Malásia, Holanda, Nova Zelândia, Eslovênia, Espanha, Inglaterra e Brasil. Outros países têm projetos de estratégia nacional de educação financeira: Canadá, Colômbia, Estônia, Indonésia, Quênia, Letônia, Líbano, Malavi, México, Peru, Polônia, Romênia, Servia, África do Sul, Suécia, Tanzânia, Turquia, Uganda, Rússia, Tailândia, Zâmbia (VIEIRA e PESSOA, 2020).

No Brasil, o Decreto nº 10.393 de 09/06/2020 instituiu a chamada “Nova Estratégia de Educação Financeira”, que revogou a estratégia anterior (Decreto 7.397, de 22/12/2010). O tema é, assim, incentivado pelo Banco Central do Brasil junto às instituições financeiras do país, de modo que essas divulguem as suas publicações a respeito do tema, especialmente nos seus sítios em páginas da internet.

2.3.1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA NAS INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS

A educação financeira é explorada pelas IFs com a prestação de informações e orientações, as quais são divulgadas para acesso livre dos consumidores de produtos financeiros por meio das páginas dos seus sítios na internet. Diz-se “livre”, pois normalmente o acesso às informações está disponível a todas as pessoas

interessadas, clientes ou não-clientes. Destaca-se, oportunamente, que as páginas relacionadas ao conteúdo financeiro, tem mais proximidade do conceito de “informações” do que de “educação”, propriamente dita pois não são, necessariamente, cursos ou informações sequenciais (um assunto ligando o outro). Além disso, os conteúdos de educação financeira publicados pelas instituições financeiras não têm o objetivo de persuadir os usuários/clientes/interessados em comprar seus produtos diretamente (é justamente o contrário: orientações sobre o uso consciente dos produtos e serviços bancários). Para isso, há outros formatos de conteúdo disponibilizados pelas instituições, como suas páginas *on line* específicas sobre seus produtos, contendo informações e propagandas específicas relacionadas a cada um deles.

O conteúdo informacional relacionado à educação financeira é limitado. Muito mais do que cumprir uma legislação e divulgar o conteúdo, os materiais parecem promover a divulgação de conceitos e uma pequena fatia de informações acessórias, que podem parecer também de entendimento limitado. Por exemplo, em uma página na internet de instituição financeira brasileira, de nome “7 passos para sair das dívidas”¹³, o banco provoca o leitor a responsabilizar-se pelas suas próprias dívidas, fazer uma lista de todas as contas, reduzir despesas ou gerar receita extra, utilizar o patrimônio para garantia de empréstimos para saldar dívidas e sonhar com novos objetivos para sair de situações de endividamento atuais. Porém, o banco não ensina o “como fazer” e tais práticas podem não ser adequadas para todos os perfis de consumidores. Não há informação prática de *como* o cliente ou o não-cliente deve fazer (instruções práticas).

Então, tomando o trecho da definição de educação financeira da OCDE “(...) *por meio de informações, instruções e/ou conselhos objetivos, desenvolvem as habilidades e a confiança para se tornarem mais conscientes dos riscos financeiros e oportunidades*” (OCDE, 2005), entende-se que as instituições financeiras estão cumprindo parcialmente seu papel, exigindo estudos e aprofundamentos complementares das pessoas.

Por isso, por exemplo, é possível identificar diversas outras fontes de informações sobre educação financeira, dentre elas as disponíveis na internet (perfis

¹³ Consulta em sítio do Banco Bradesco, disponível em https://banco.bradesco/html/classic/novo-educacao-financeira/index.shtm?em-destaque_materia_template_dividias. Exemplo não exaustivo.

em redes sociais como Instagram e em plataformas como Youtube¹⁴ com milhares de seguidores), além de dezenas de livros sobre educação financeira geral, normalmente prestando informações práticas de como fazer a gestão das finanças pessoais.

Aprofundando o conceito e aplicabilidade às pessoas surdas, a seguir serão apresentados os formatos de interação das instituições financeiras com esse público em relação aos conteúdos existentes sobre educação financeira.

2.3.2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA AS PESSOAS SURDAS

Conforme o Censo mais recente realizado no Brasil¹⁵, o país conta com aproximadamente 10 milhões de pessoas que apresentam algum grau de dificuldade auditiva. Destas, 2,1 milhões apresentam grau elevado de surdez ou não ouvem de forma alguma (IBGE, 2010). No mundo, a Organização Mundial da Saúde estima que cerca de 400 milhões de pessoas (incluindo 34 milhões de crianças) vivem sem a capacidade de audição, prejudicando, inclusive, sua qualidade de vida (OMS, 2021).

Cada instituição financeira (IF) no país tem a sua própria estratégia de comunicação das informações relacionadas à educação financeira com as pessoas surdas. Normalmente, as publicações sobre educação financeira são divulgadas nos sítios das instituições financeiras em português, costumeiramente com a oferta do assistente eletrônico para Libras, para permitir acessibilidade às pessoas surdas. Para a comunidade surda, a Libras é considerada o idioma natural¹⁶ e o português normalmente é o segundo idioma de aprendizado.

¹⁴ Exemplos de perfis relacionados à educação financeira disponíveis na internet (base: dezembro/2024): @gustavocerbas (1,6 milhão de seguidores no Instagram e 1,04 milhão de inscritos no Youtube), @nathfinancas (805 mil seguidores no Instagram e 384 mil inscritos no Youtube), @thiago.nigro (9,2 milhões de seguidores no Instagram e 6,94 milhões de inscritos no Youtube), @viverderendimentos (522 mil seguidores no Instagram e 29,6 mil no Youtube), @guiainvest (482 mil seguidores no Instagram e 210 mil no Youtube), @mepoupenaweb (2,1 milhões de seguidores no Instagram e 7,63 milhões de inscritos no Youtube).

¹⁵ Até a conclusão da Tese, o último Censo do IBGE disponível, contendo dados relacionados às pessoas surdas do país, era o de 2010.

¹⁶ De acordo com o linguista norte-americano Avram Noam Chomsky, referido por Vargas e Moser (2020), todo o ser humano é dotado de uma capacidade para linguagem, independentemente de ser surdo ou ouvinte. O desenvolvimento da língua natural ocorre a partir da exposição linguística que a pessoa tiver, dada a capacidade inata dos seres humanos para o desenvolvimento linguístico. Para maiores informações sobre línguas naturais e formação da linguagem, consultar Chomsky (1971) e Chomsky (2015).

O aprendizado da língua portuguesa como segundo idioma justifica-se por ser a língua majoritária oficial do Brasil e torna-se necessária às pessoas surdas para que tenham acesso aos conhecimentos historicamente produzidos e que estão armazenados por meio da escrita (CARVALHO *et al*, 2019). Além disso, a concepção bilíngue linguística e cultural favorece à pessoa surda que tenha adquirido o aprendizado de Libras na aquisição da segunda língua, a língua predominante do público ouvinte (no caso do Brasil, o Português), para que “permita a sua real integração na sociedade, pois ao adquirir uma língua estruturada o surdo pode criar concepções e oportunidades, participando ativamente do convívio em seu meio” (DIZEU e CAPORALLI, 2005).

Não são, portanto, todas as pessoas surdas que conhecem o Português, de forma que consigam aprofundar o aprendizado, conforme a necessidade, dos conteúdos de educação financeira disponíveis em sítios das instituições financeiras na internet.

De qualquer forma, as instituições financeiras disponibilizam os seus conteúdos interpretados e transliterados em Libras para o público surdo, normalmente em dois formatos: a partir de assistentes virtuais eletrônicos e também por *lives* com tradução simultânea em Libras. Algumas instituições financeiras, inclusive, dão nomes aos seus assistentes, conforme demonstrado na Figura 4:

Figura 4 – Assistentes virtuais em Libras das IFs



Fonte: sítios das instituições financeiras na Internet.

Na Figura 4, são ilustrados três assistentes virtuais de instituição financeira que transliteram o conteúdo em português para as pessoas surdas. Para que a correspondência seja fornecida, o usuário deve selecionar o texto escrito em português e clicar no ícone dos assistentes, disponíveis nas páginas. Depois, o intérprete virtual realiza a transliteração do texto para o usuário.

Outras instituições financeiras proporcionam eventos ao vivo (*lives*), em plataformas na internet, disponibilizando intérpretes humanos simultâneos, como é o caso dos bancos Sicoob e Modal Mais Investimentos. As Figuras 5 e 6 demonstram dois dos eventos ocorridos com tais recursos.

Figura 5 – Live de educação financeira com tradução em Libras (ModalMais)



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=PQG2zszZFEE>.

Figura 6 – Live de educação financeira com tradução em Libras (Sicoob)



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=xhCn4hUcMfE>.

Ambas as instituições financeiras recorrem aos recursos visuais da Língua de Sinais para aproximar ainda mais o público surdo. Os eventos ilustrados das Figuras 5 e 6 foram transmitidos na Plataforma Youtube, contando com relevante participação do público surdo, inclusive de forma interativa, participando dos comentários e enviando perguntas para serem respondidas ao vivo.

Da mesma forma que ocorre o complemento do conteúdo de educação financeira de uma forma geral “fora do ambiente bancário”, também são muitos os conteúdos sobre o assunto disponível na internet, exclusivamente para o público surdo e totalmente disponibilizado em língua de sinais.

Exemplos de perfis relacionados à educação financeira, não relacionados à instituição financeira, para pessoas surdas disponíveis na internet (base: dezembro/2024): @PoupecomEstilo (31,3 mil seguidores no Instagram e 2,39 mil inscritos no Youtube), @Cifraonamaooficial (32,5 mil seguidores no Instagram e 3,01 mil inscritos no Youtube), @investlibrasoficial (14,1 mil seguidores no Instagram e 4,23 mil inscritos no Youtube).

Assim, percebe-se que as instituições financeiras têm promovido a educação financeira para as pessoas surdas, seja por ferramentas automáticas ou com interpretação de palestras ao vivo. Mas também há uma organização à margem das Instituições Financeiras, por perfis de influenciadores digitais, que contribuem, à sua maneira e empaticamente com o público surdo, para a cobertura de uma lacuna não atendida por instituição financeira (ao contrário do que ocorre com o público ouvinte). As alternativas ofertadas pelas Instituições Financeiras, no entanto, podem ser consideradas como ferramentas básicas para a inclusão do público surdo, carecendo ainda de uma avaliação do efeito de tais ações no bem-estar subjetivo daquele público, conforme abordado a seguir.

2.4. O USO DO DINHEIRO E AS FINANÇAS COMPORTAMENTAIS

O brasileiro de uma forma geral, parece apresentar dificuldade para lidar com suas finanças pessoais, inclusive com consequências em sua qualidade de vida. Estudos divulgados pelo Banco Central do Brasil, por institutos de pesquisa e por algumas das principais instituições financeiras e de score do país, apresentam indicadores da relação do brasileiro com suas finanças e apontam níveis de inadimplência bastante altos no mercado, especialmente os relacionados a crédito.

Uma pesquisa com usuários realizada por uma instituição financeira do país, aponta que 60% dos brasileiros nunca comentam quanto ganham, 97% consideram ter dificuldade para lidar com seu próprio dinheiro, 49% evitam pensar em dinheiro para não ficarem tristes, 83% afirmam conhecer pessoas que ganharam muito dinheiro na vida e perderam seus valores éticos e morais (DINHEIRO, 2021).

Quando a análise é prática, conforme levantamento realizado pela Serasa¹⁷, o endividamento geral do brasileiro é de cerca de R\$355 bilhões. De acordo com levantamento realizado pela entidade (SERASA, 2023), em dados de agosto/2023, 71,7 milhões de brasileiros (aproximadamente 43,7% da população) não cumpriram suas obrigações com os bancos, cartões de crédito, financeiras ou mesmo de contas básicas (água, luz e gás), demonstrando a dificuldade das pessoas em manter suas obrigações em dia. Apesar do alto endividamento das famílias, no entanto, institutos de pesquisa com o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) apontam reversão da trajetória de alta na inadimplência de crédito das pessoas (IPEA, 2023).

A inadimplência das pessoas com relação às suas obrigações financeiras pode ter diversas causas: obtenção de um empréstimo para uma despesa inesperada, gastos em cartões de crédito em valores acima do limite que têm condição de pagar, perda de emprego ou mesmo por uma decisão equivocada ou inoportuna de uma compra, tal como trocar de carro (um produto de alto valor) ou mesmo pagar mais caro por um produto de determinada marca (exemplos não exaustivos). Resumidamente, se a renda mensal é aumentada temporariamente com um empréstimo em banco ou cartão de crédito, nos próximos meses essa mesma renda necessariamente tenderá a diminuir para que o empréstimo ou a fatura do cartão sejam pagos junto à instituição financeira. E será pago com juros praticados pelo mercado.

Não é objetivo dessa Tese, aprofundar questões econômicas e sociais do brasileiro, bem com o comportamento das pessoas que possam explicar níveis de inadimplência, por exemplo. No entanto, são esses os exemplos de fatores que podem ser considerados em um processo de decisão racional das pessoas, as quais precisariam, segundo a definição de educação financeira da OCDE (2005), desenvolver habilidades e confiança para se tornarem mais conscientes dos riscos financeiros e das oportunidades e, com isso, “fazer escolhas informadas para melhorar seu bem-estar financeiro”.

¹⁷ Serasa: empresa privada e referência nacional em análises, escore e decisão de crédito.

O processo de decisão (e, portanto, em escolhas) em finanças é estudado por áreas como a das finanças comportamentais, tendo seus fundamentos desenvolvidos na década de 1970 com pesquisas de Kahneman e Tversky (1979) a partir da Teoria dos Prospectos. De acordo com a Teoria, o processo de tomada de decisão não ocorre totalmente de forma racional. A tomada de decisão ocorre também a partir de “atalhos”, conhecidos como heurísticas ou vieses que podem levar às decisões de forma rápida ou objetivas (TONETTO, 2012; CRUZ, 2023b). Por exemplo, pode-se dizer que uma decisão de compra rápida (por impulso) leve em consideração apenas o prazer que proporcionará no curto prazo. E, considerando que uma decisão semelhante já foi tomada no passado, sem que houvesse risco (e possivelmente o cartão de crédito foi pago sem maiores dificuldades), o julgamento será o mesmo: a compra por impulso.

De acordo com Cruz *et al* (2023a), não há consenso no ramo das finanças sobre a relação da educação ou alfabetização financeira e o comportamento financeiro. Mesmo assim, a educação e alfabetização financeira têm sido apontadas pela literatura com “sendo construtos teóricos que podem explicar parte do comportamento das pessoas” (CRUZ *et al*, 2023a).

Pesquisas como a de Fiori *et al* (2017), trazem indícios de que as pessoas com menor nível declarado de educação financeira (informam conhecer nada ou pouco sobre o assunto), são as mais propensas a se tornarem inadimplentes com suas obrigações. Além disso, conforme a pesquisa, as pessoas também declararam interesse em conhecer mais sobre educação financeira, para realizarem um bom planejamento financeiro pessoal, além de otimizar suas decisões de consumo.

Em relação aos impactos do endividamento e inadimplência na qualidade de vida das pessoas, Lopes *et al* (2022) indicam que a qualidade de vida das pessoas com crédito com prestações em atraso é substancialmente inferior à das pessoas que têm crédito tomado, mas sem prestações em atraso.

Oferecer acesso ou não à educação financeira vai muito além de evitar que uma pessoa se torne inadimplente com suas obrigações financeiras, sejam no mercado (cartão de crédito, bancos), sejam em relação às contas de consumo básicas (água, luz, telefone). As instituições financeiras podem auxiliar as pessoas no planejamento familiar (controles de gastos), em poupar evitando desperdícios financeiros, em organizar as finanças para preparar-se para o futuro (patrimônio e

previdência privada) e algumas oferecem aplicativos de smartphones como forma de facilitar essa jornada (ITAÚ, 2023; SICREDI, 2023).

Dessa forma, nesse contexto, percebe-se cada vez mais importante o papel das instituições financeiras na função auxiliar no processo de educação financeira, tal como previsto na Estratégia Nacional de Educação Financeira promovida nacionalmente, inclusive facilitando ou contribuindo com as decisões das pessoas.

2.5. BEM-ESTAR SUBJETIVO

Dentre as principais características do conceito de bem-estar das pessoas está a identificação e presença de emoções e humores positivos (exemplo: alegria, diversão, esperança), ausência de emoções negativas (depressão, ansiedade, angústia), satisfação com a vida, realização e viver positivamente (DIENER e SUH, 1997; RYFF e KEYES, 1995; WELL-BEING..., 2018). Resumidamente, bem-estar pode ser descrito como julgar a vida positivamente e sentir-se bem, traduzindo-se, através do julgamento, no bem-estar subjetivo (ou BES).

O BES, portanto, pode ser considerado como a avaliação da satisfação com a vida a partir do equilíbrio dos afetos positivos e afetos negativos pelas pessoas. Os afetos positivos e negativos podem ser avaliados sob diferentes dimensões de satisfação com a vida, podendo variar entre diferentes culturas. As dimensões de vida mais avaliadas em estudos são: saúde, finanças, habilidades sociais, autoestima, lazer, família e trabalho (KEYES *et al*, 2002; LOEWE *et al*, 2014; DIENER *et al*, 1999).

A dimensão avaliada nessa Tese foi a dimensão “finanças”, que pode ser mais bem compreendida a partir dos estudos de Luchs *et al* (2021) e Netemeyer *et al* (2017) em relação aos conceitos de sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido. No estudo de Luchs *et al* (2021), a sabedoria do consumidor é um dos preditores do bem-estar, podendo ser medida pelo bem-estar financeiro percebido. No mesmo estudo, são apresentados resultados dos testes e cruzamentos possíveis dentre os preditores de bem-estar (sabedoria do consumidor, relacionamentos, satisfação com o trabalho e saúde) com as medidas (prosperidade, significado de vida, satisfação com a vida, bem-estar financeiro percebido), conforme representado na Figura 7:

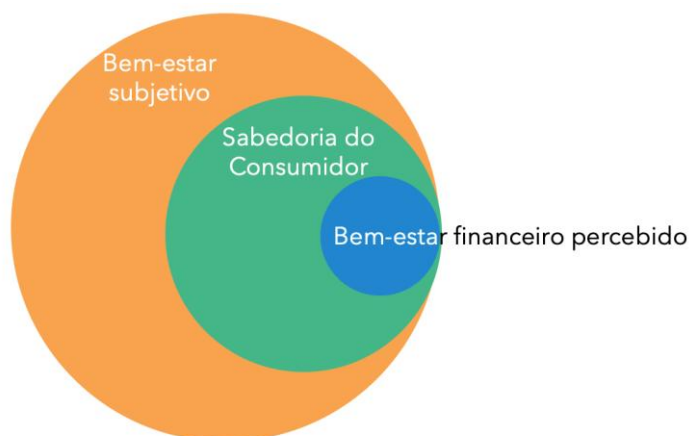
Figura 7 – Bem-estar subjetivo, preditores e medidas



Fonte: esquema elaborado pelo autor, a partir de Luchs *et al* (2021).

Conforme Figura 7, são apresentadas as contribuições das medidas e preditores e sua importância e relevância na formação do bem-estar subjetivo conforme estudo de Luchs *et al* (2021). Para fins dessa Tese, portanto, foram considerados o preditor “sabedoria do consumidor” e a medida “bem-estar financeiro percebido”, conforme representado na Figura 8.

Figura 8 – Bem-estar na Tese



Fonte: esquema elaborado pelo autor, a partir de Luchs *et al* (2021).

A Figura 8 apresenta o recorte do estudo de bem-estar a partir dos conceitos que foram avaliados e considerados no projeto, partindo do bem-estar financeiro e sua contribuição para o bem-estar subjetivo.

Estudos sobre a sabedoria no comportamento dos consumidores estão em suas fases iniciais (Luchs *et al*, 2021). A partir dos estudos na área, Luchs *et al* (2021) definiram a Escala de Sabedoria do Consumidor – ESC (Consumer Wisdom Scale –

CWS), que em comparação com uma medida de sabedoria geral, está mais associada a determinados comportamentos relevantes para o bem-estar pessoal e o bem maior (por exemplo, exercícios, alimentação saudável e economia financeira). A ESC explica a variação em outros indicadores de bem-estar (por exemplo: satisfação com a vida e bem-estar financeiro percebido), em comparação com outras medidas de construção previamente associadas ao bem-estar, como satisfação no trabalho e relacionamento pessoal (LUCHS *et al*, 2021).

Referida escala conta com seis dimensões para avaliação da sabedoria do consumidor, com quatro itens (questões) por fator:

- a) Responsabilidade: gerenciamento dos gastos relativos aos recursos pessoais para alcançar um estilo de vida realista;
- b) Propósito: priorizar gastos para promover o crescimento pessoal, saúde e relacionamentos;
- c) Flexibilidade: estar aberto a formas de alternativa de consumo, como aluguel, compartilhamento e compra de bens usados;
- d) Perspectiva: usando experiências passadas e consequências futuras potenciais, imaginadas para transformar as decisões de consumo atuais;
- e) Raciocínio: buscar e aplicar informações suficientes para orientar as decisões de consumo;
- f) Sustentabilidade: comportamento que favorece o meio-ambiente e opções de consumo social.

As seis dimensões citadas foram utilizadas para avaliar os consumidores surdos no âmbito desta Tese, em instrumento traduzido que foi replicado na população conforme explicado no capítulo 3.3.2.

Em complemento, o bem-estar financeiro percebido é uma das métricas usadas para medir a sabedoria do consumidor e, por isso, também pode ser considerado como um preditor-chave do bem-estar geral, comparável ao efeito combinado de outros domínios da vida, como satisfação no trabalho, avaliação da saúde física e satisfação com o suporte de relacionamento (NETEMEYER, 2017; LUCHS *et al*, 2021).

O CFPB – *Consumer Financial Protection Bureau* (2015) define bem-estar financeiro como:

“um estado de ser em que você tem controle sobre as finanças do dia-a-dia, mês a mês; tem a capacidade de absorver choque financeiro; está no caminho certo para atingir seus objetivos financeiros; e tem a liberdade financeira para fazer as escolhas que permitem que você aproveite a vida” (p. 6).

Examinar o bem-estar financeiro percebido pelo consumidor, portanto, amplia o pensamento atual sobre como as finanças afetam o bem-estar geral, incorporando a capacidade de administrar recursos financeiros para sustentar a vida que se deseja viver agora e no futuro próximo e mais distante (NETEMEYER, 2017).

Assim, como forma de entender e medir a percepção das pessoas surdas em relação à administração das suas finanças pessoais no presente e no futuro, foi utilizado o instrumento do CFBP (2015), conforme descrito no capítulo 3.3.2. dessa Tese.

A educação financeira tem sido incentivada pelo Governo Federal a partir da Estratégia Nacional de Educação Financeira, como forma de orientar o cidadão a manter suas finanças em dia e organizar o seu futuro. Há informações disponíveis em sítios de instituições financeiras na internet, palestras *on line* e, para o público surdo, há propostas de inclusão aproximando essas pessoas do conteúdo disponibilizado. Aparentemente, um sistema organizado de forma a possibilitar ao público surdo, que o conteúdo de educação financeira seja absorvido, aprendido e corretamente aplicado. No entanto, percebe-se que esse entendimento possa ser melhor aprofundado. E uma das formas de avaliar se essas expectativas estão sendo satisfeitas, pode ser medindo o nível de bem-estar dessas pessoas, através dos preditores de sabedoria e bem-estar financeiro percebido.

Dessa forma, considerando o design estratégico um campo do design que se preocupa com a projeção da estratégia a partir de processos, entende-se que o público surdo possa ser melhor entendido frente às práticas da Estratégia Nacional de Educação Financeira, sendo projetadas ações convergentes às suas expectativas, com a construção de um sistema-produto.

2.6. O DESIGN ESTRATÉGICO QUE SE COMUNICA POR SINAIS

Qual a “diferença”¹⁸ entre uma pessoa surda e uma pessoa ouvinte? As respostas podem ser muitas, desde as mais simples e inadequadas (*“um ouve, o outro não”*) até as mais complexas, em relação à diversidade e inclusão social, os quais são assuntos bem atuais, sensíveis e importantes, mas que não serão abordados diretamente por essa Tese. De acordo com Perlin (2016), os surdos são surdos em relação à experiência visual e longe da experiência auditiva e é essa diferença que separa a identidade surda e identidade ouvinte. Do ponto de vista cultural e prático, essa provavelmente pode ser considerada como a principal diferença.

Porém, qual resposta seria possível se a pergunta fosse diferente? Por exemplo, se a pergunta fosse: *“qual a diferença entre a pessoa que fala inglês e a pessoa que fala português?”*. Ou, em uma versão ainda mais específica da mesma frase, dentro do contexto dessa Tese: *“qual a diferença entre a pessoa que se comunica em Libras para a pessoa que se comunica em português?”*. A resposta também é simples: a diferença básica é a forma como se comunicam, se expressam, o que remete à diferença básica trazida anteriormente por Perlin (2016). Não seria a mesma resposta, portanto, bem adequada e apropriada para essas duas perguntas de mesmo sentido, porém escrita de formas diferentes?

Esta Tese é sobre isso: é sobre comunicar-se com um público que prioritariamente exprime-se através de uma língua diferente da língua majoritária dos seus países, a “língua dos ouvintes”.

Cada país possui a sua própria língua de sinais. São consideradas línguas naturais, uma vez que surgiram da necessidade dos surdos em se comunicarem de forma gestual, não oralizada (ZILIO, 2012). No Brasil, além do português como língua majoritária, há a Libras ou LSB¹⁹ (Língua Brasileira de Sinais ou Língua de Sinais Brasileira); nos Estados Unidos, além do inglês, existe a ASL (*American Sign*

¹⁸ A palavra “diferença” foi colocada entre aspas propositalmente, pois não devem existir “diferenças”, literalmente interpretada, entre pessoas ouvintes e pessoas surdas. Entretanto, do ponto de vista da comunicação, há características importantes que devem ser levadas em conta, em função das barreiras existentes. O mesmo ocorre, do ponto de vista de “barreira”, quando a comunicação acontece (ou se propõe a acontecer), com pessoas fluentes em diferentes idiomas oralizados. Portanto, não se trata de “diferenças”, mas sim de “barreiras de comunicação”, o que é esclarecido no parágrafo seguinte, para fins dessa Tese.

¹⁹ Foi mantida a referência “LSB” como uma das abreviações para “Língua Brasileira de Sinais”, como consta na referência original (ZILIO, 2012). No entanto, a referência mais utilizada atualmente é “Libras”, referindo-se à Língua Brasileira de Sinais como uma palavra e não como abreviatura.

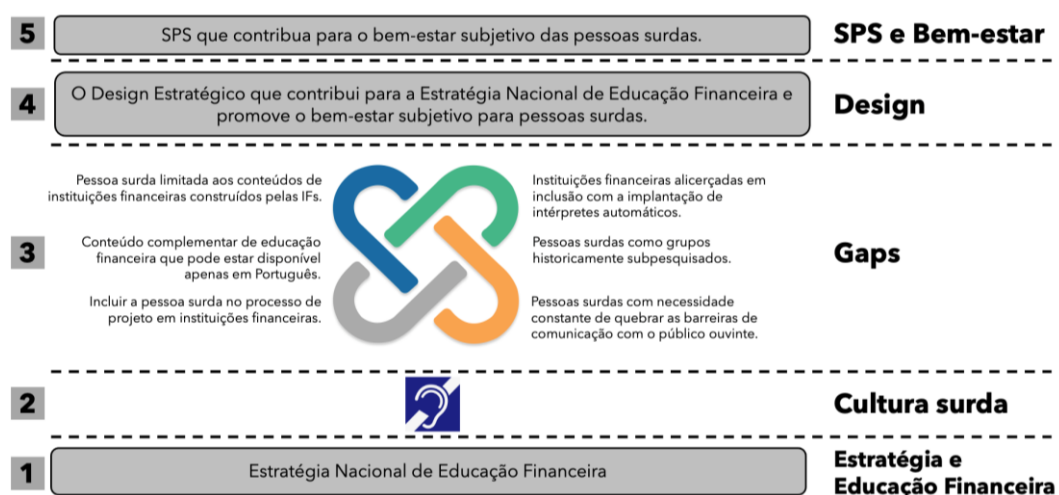
Language); na China, além do Mandarim e outros tantos dialetos, a CSL (*Chinese Sign Language*), na França, o francês e a LSF (*Langue des Signes Française*), na Espanha, o espanhol e a LSE (*Lengua de Signos Española*), apenas citando alguns exemplos. As línguas de sinais no mundo evoluíram e se consolidaram, desde o conhecido e emblemático Congresso de Milão (de 1880), quando se proibiu a língua de sinais no mundo. No entanto, até os dias de hoje os surdos nunca deixaram de se comunicar dessa forma, pois a forma gestual-visual sempre foi a forma mais natural de comunicação desse público (ZILIO, 2012; SACKS, 2010).

Ora, portanto, e fazendo uma abordagem essencial no contexto dessa Tese, não seria adequado às instituições financeiras comunicarem-se melhor com o público surdo e de uma forma mais empática, ao invés da corriqueira implantação dos intérpretes automáticos para os seus conteúdos? Não seria socialmente mais aceitável que o público surdo pudesse ser atendido em sua língua natural para o aprendizado dos conteúdos de educação financeira e também para o consumo dos produtos financeiros?

De qualquer forma, essa Tese propôs que a pessoa surda fosse incluída no processo de projeto ao amparo do Design Estratégico, em busca dessas respostas e outras mais, conforme serão detalhadas no decorrer dessa pesquisa.

Com isso, e considerando toda a abordagem detalhada anteriormente, é apresentada, conforme Figura 9, o esquema geral da Tese, contendo um resumo geral dos “níveis” de evolução dos temas, bem como onde está alicerçada a estrutura teórico-prática.

Figura 9 – Estrutura Geral da Tese – Temáticas



Fonte: esquema elaborado pelo autor.

A figura 9, que ilustra a estrutura geral da Tese em cinco níveis temáticos, pode ser lida no sentido de baixo para cima. A Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), suporta todo o processo estratégico de projeto, e é a base para a da definição do sistema produto-serviço, objeto final da Tese. A partir da ENEF, e considerando os vários públicos abrangidos pela estratégia nacional, delimita-se as pessoas surdas (no tema “cultura surda”) para fazerem parte da pesquisa, especialmente em razão da escassez de estudos para esse grupo e também pela necessidade de inclusão de indivíduos que, naturalmente, enfrentam barreiras de comunicação com o público ouvinte. No nível seguinte (*gaps*), considera-se as necessidades das pessoas surdas, e é onde estão concentradas as principais carências ou dificuldades desse público em relação à educação financeira, quando provenientes de instituições financeiras. Em seguida, no nível 4, entra o nível do design e do design estratégico os quais, sustentado no método que será detalhado a seguir, propõem-se levar aos resultados que serão apresentados no quinto e último nível: o nível do sistema produto-serviço que promove o bem-estar das pessoas surdas.

Oportunamente, são apresentados no Quadro 1 a seguir, as principais referências e autores pesquisados em cada nível da Tese, conforme a estrutura já detalhada anteriormente:

Quadro 1: Estrutura Geral da Tese – Principais referências e autores

Temática	Referência
SPS e bem-estar	How Am I Doing? Perceived Financial Well-Being. NETEMEYER, R. G. WARMATH, D. FERNANDES, D. LYNCH JR. J. G. (2017).
	Factors Associated with Well-Being in a Sample of Deaf Adults. CROWE, T.V. (2019).
	Design for subjective well-being. International Journal of Design. DESMET, P. M. A.; POHLMAYER, A. E.; FORLIZZI, J. (2013).
	Subjective well being. DIENER, E. (1984).
	Subjective Well-Being: Three Decades of Progress. DIENER, E. SUH, E. LUCAS, R. SMITH, H. (1999).
	State-of-the-Art in Product-Service Systems. BAINES, T.S. <i>et al.</i> (2007).
	A Strategic Design Approach to Develop Sustainable Product Service Systems: Examples Taken from the ‘environmentally Friendly Innovation’ Italian Prize. MANZINI, E. C. VEZZOLI (2003).
	Measuring financial well-being – A guide to using the CFPB Financial Well-Being Scale. CFPB (2015).

Continua

Design	Progettare progettando strategia. MAURI F. (1996).
	Design strategies in different narrative frames. ZURLO, CAUTELA (2014).
	Theory construction in design research: criteria: approaches, and methods. FRIEDMAN, K. (2003)
	Design Thinking for Educators. IDEO (2013).
	Pragmatismo. JAMES, W. (1989).
	A pragmatic path for strategic design: Influences from industrial design, cognitive studies and management sciences. TONETTO, L. M., MEYER, G. E. C., COSTA, F. C. X. WOLFF, F. (2019).
	Design Strategico. ZURLO, F. (2010).
	Design Thinking. PLATTNER, H. MEINEL, C. WEINBERG, U. (2009).
Gaps e cultura surda	Factors Associated with Well-Being in a Sample of Deaf Adults. CROWE, T.V. (2019).
	DIZEU, L. C. T. de B. CAPORALI, S.A. A Língua De Sinais Constituindo O Surdo Como Sujeito. Educação & Sociedade 26.91 (2005): 583-97. Web.
	Their Hands Communicate and Their Eyes Listen: Perceptions of Small Group Messages Amongst Deaf College Basketball Players. DIX (2021).
	Aplicativos de Libras, problema ou solução? DOS SANTOS, R. G. (2017).
	Vendo vozes: uma viagem ao mundo dos surdos. SACKS (2010).
Estratégia e Educação Financeira	Consumer Wisdom for Personal Well-Being and the Greater Good: Scale Development and Validation. LUCHS <i>et al</i> (2021).
	Ações, iniciativas, programas e projetos do Plano de Ação do FBEF. BACEN (2021b).
	Cidadania Financeira. BACEN (2022).
	O que é cidadania financeira? Definição, papel dos atores e possíveis ações. BACEN (2018).

Fonte: Elaborado pelo autor.

O Quadro 1 apresenta as principais referências em cada temática, que suportaram o estudo realizado na Tese.

Pesquisas na área do esporte estudaram a comunicação gestual entre pessoas surdas em jogos de basquete, observando que esses indivíduos procuravam resolver conflitos de maneiras mais positivas e eram menos propensos a se envolver em conflitos negativos (DIX, 2019). Não é objetivo dessa Tese, de se estudar os diferentes formatos de comunicação, especialmente entre pessoas surdas e pessoas ouvintes. No entanto, é importante que a comunicação gestual através da língua de sinais seja considerada no processo de projeto, conforme propõe o método, detalhado a seguir, para que as experiências das pessoas surdas sejam melhoradas, de acordo com a chamada *cultura surda*.

Assim, empaticamente, e assumindo uma importante característica da cultura surda, o design estratégico nessa pesquisa foi estimulado a se comunicar e projetar da mesma forma: através de sinais, expressados pelas mãos, pelo rosto e expressões corporais que fazem parte da comunicação da pessoa surda, com o objetivo de projetar experiências possíveis, relevantes e significativas para esse público, no

contexto de educação financeira que provoque e incentive o bem-estar. Portanto, optou-se, durante o processo de investigação, por usar e praticar a língua natural do público surdo no Brasil: a Libras.

3. MÉTODO

3.1. TIPO DE PESQUISA

Um dos objetivos do design é resolver problemas e atender às necessidades dos usuários, transformando as situações existentes em situações preferidas (SIMON, 1982; FRIEDMAN, 2003). Nesse contexto, entender o público e convidá-lo a participar da construção da estratégia, é uma forma de incluí-lo para construir todo o processo, tal como pode ocorrer no desenvolvimento de um Sistema Produto-Serviço de uma instituição financeira em relação aos produtos e serviços oferecidos, ou na oferta de informações relacionadas à educação financeira.

Assim, para responder aos objetivos geral e específicos da Tese, foi utilizada uma pesquisa aplicada com caráter descritivo e exploratório.

A pesquisa descritiva foi considerada no método, uma vez que permite descrever características de grupo consumidor de forma previamente planejada e estruturada (MALHOTRA, 2012). Dessa forma, justifica-se a pesquisa, considerando a pessoa surda como público usuário de serviços bancários e de informações sobre educação financeira dos sítios das instituições na internet. Foram utilizados questionários estruturados a partir das questões aplicadas em estudos anteriores de Luchs *et al* (2021), Netemeyer *et al* (2017), Consumer Financial Protection Bureau (2015) e Howat-Rodrigues *et al* (2021) cujo detalhamento será apresentado no capítulo 3.3. a seguir.

A pesquisa exploratória possibilita ao pesquisador uma melhor visão do problema e não tem o objetivo de oferecer dados conclusivos a respeito do tema estudado e permite entender a natureza do fenômeno (MALHOTRA, 2012; TONETTO *et al*, 2014). Justifica-se a utilização desse tipo de pesquisa, em razão da necessidade de se entender as temáticas envolvidas no contexto estudado (educação financeira para pessoas surdas), para abordá-la no âmbito das teorias e práticas de design estratégico e, posteriormente, em workshop de projeto, para então obter as diretrizes de projeto para experimentação. O *workshop* de projeto teve o objetivo de discutir com o público surdo o assunto “educação financeira” à luz da Estratégia Nacional de Educação Financeira a partir de um produto bancário e sugestões obtidas nas entrevistas em profundidade, para a construção de diretrizes de projeto que

promovessem o bem-estar. E, em consequência, o estabelecimento de um projeto experimental para validação dessas diretrizes.

3.2. PÚBLICO PESQUISADO

O público-alvo da etapa quantitativa-descritiva foi a pessoa surda brasileira. Os instrumentos de pesquisa (conforme detalhado no capítulo 3.3.2) para a etapa quantitativa-descritiva, portanto, foram respondidos apenas por pessoas surdas, as quais ofereceram informações relacionadas aos seus comportamentos como consumidor e também à forma como é feita a gestão das suas finanças pessoais. Assim, foi possível entender melhor o público surdo, para desenvolvimento de diretrizes para projeção do bem-estar subjetivo através das questões-guia de design para educação financeira, além de avaliar o poder preditivo do instrumento “sabedoria do consumidor”.

Para a etapa qualitativa-exploratória, além do envolvimento e colaboração do próprio público-alvo do estudo descritivo, outros atores foram convidados: designers, profissionais familiarizados com o tema *educação financeira*, intérpretes de Libras e familiares ou amigos das pessoas surdas.

3.3. PESQUISA QUANTITATIVA-DESCRITIVA

3.3.1. AMOSTRA E AMOSTRAGEM

Para a etapa quantitativa-descritiva, foram consideradas a participação de 100 indivíduos surdos.

3.3.2. INSTRUMENTOS

Existem duas abordagens de design para a promoção do bem-estar. Uma abordagem é projetar para, por exemplo, provocar emoções positivas, reduzir emoções negativas ou melhorar a avaliação geral das pessoas sobre suas próprias vidas. A segunda abordagem é projetar para os preditores do bem-estar, sendo identificado esse padrão na maioria de pesquisas em design (TONETTO, 2020).

A abordagem escolhida para o desenvolvimento da Tese, portanto, foi a projeção para os preditores do bem-estar.

Para isso, foram aplicados dois questionários através de pesquisa quantitativa realizada apenas com público surdo com foco em sabedoria do consumidor (LUCHS *et al*, 2021) e bem-estar financeiro percebido (CFPB, 2015). Ambos os questionários, disponíveis originalmente no idioma inglês, foram traduzidos para português e Libras, conforme explicado no capítulo seguinte (retro tradução). Os questionários utilizados têm as seguintes características:

- a) Sabedoria do consumidor: o questionário é composto por 24 questões, divididas em 6 dimensões com 4 afirmações cada. As dimensões/fatores avaliados foram: responsabilidade, objetivo, flexibilidade, perspectiva, raciocínio e sustentabilidade. Cada afirmação do questionário, dentro das 6 dimensões, foi respondida conforme a questão: *“Quão bem (ou quantas vezes) as afirmações seguintes descrevem você?”*. Cada afirmação foi respondida em escala de 7 pontos, sendo: 1 = “nunca”, 2 = “ocasionalmente”, 3 = “algumas vezes”, 4 = “muitas vezes”, 5 = “frequentemente”, 6 = “geralmente”, 7 = “sempre”.
- b) Bem-estar financeiro percebido: o questionário é dividido em 3 partes. A primeira parte, com 6 afirmações, estimula o indivíduo a responder à questão *“quão bem esta afirmação descreve você ou sua situação (financeira atual)?”*. A segunda parte, é composta por 4 afirmações, para responder à questão *“com que frequência essa afirmação se aplica a você?”*. As afirmações da primeira e segunda partes do questionário foram respondidas em escala de 5 pontos não numeradas originalmente, sendo: “completamente”, “muito bem”, “de alguma forma”, “muito pouco” e “nenhum pouco”. As etapas 1 e 2 possuem “chave de respostas”, sendo que cada resposta em cada ponto da escala recebe uma pontuação, que foi usada na soma final. E a terceira parte é composta por 2 questões de múltipla escolha relacionada à idade e responsável pelo preenchimento do questionário.

Justifica-se a aplicação dos instrumentos, portanto, pois a sabedoria do consumidor é um dos preditores do bem-estar e pode ser medido através de métricas, dentre elas o bem-estar financeiro percebido (LUCHS *et al*, 2021; NETEMEYER *et al*, 2017; CFBP, 2015).

Foi incluída também uma questão final sobre o Estado de residência do respondente, E, para facilitar a participação integral das pessoas surdas sem o domínio do idioma português, foram incluídos os vídeos gravados por intérprete profissional de Libras, conforme será detalhado em capítulo específico dessa Tese na etapa de execução do método relacionada à retro tradução dos instrumentos.

3.3.3. TRADUÇÃO E RETROTRADUÇÃO (BACK-TRANSLATION)

Para assegurar a correta equivalência entre os instrumentos originais e os da aplicação com as pessoas surdas, os questionários foram traduzidos utilizando-se da técnica de *back-translation* (retro tradução). A retro tradução é o método que garante a equivalência suficiente dos resultados de uma tradução entre idiomas, quando comparadas uma com a outra (AMERICAN... 2020).

Para essa pesquisa, e tendo em vista as particularidades da pessoa surda em relação à linguagem, os questionários foram submetidos à técnica em duas fases:

- a) Fase 1 – Inglês para Português: os questionários em idioma original (inglês) foram submetidos para tradução de três profissionais fluentes nos dois idiomas e familiarizados com o tema “educação financeira” e/ou “bem-estar” e/ou “mercado financeiro”. Após a tradução independente dos três profissionais, o instrumento foi avaliado pelo autor a fim de uniformizar o conteúdo e deixá-lo adequado em relação às divergências encontradas. Por fim, o instrumento (em português) foi submetido a um quarto profissional, fluente nos dois idiomas e profissional de educação, para a definição da versão final para o inglês, a qual foi comparada pelo autor, na última etapa, com o instrumento original para avaliar a equivalência e fidelidade ao original;
- b) Fase 2 – Português para Libras: o questionário traduzido em português e avaliado em sua versão final pelo autor, foi submetido a três profissionais fluentes nos idiomas e também a um ouvinte, intérprete profissional de Libras. O questionário em português foi traduzido para Libras de forma independente, gravado em formato de vídeo e posteriormente avaliados e registrados com comentários em português pelo intérprete profissional, para avaliação final do pesquisador. Na última etapa, o vídeo em Libras foi submetido a um profissional ouvinte e intérprete profissional, para a versão

para o Português. Antes da aplicação com as pessoas surdas, os questionários foram avaliados pelo pesquisador e por pessoas surdas, em etapa piloto, para garantir a correta equivalência entre os idiomas.

Dessa forma, os questionários da pesquisa quantitativa foram oferecidos simultaneamente em dois formatos para as pessoas surdas:

- a) em formato de vídeo, gravado por um intérprete de Libras profissional, para facilitar o entendimento da pessoa surda não-bilíngue (sendo entendida como bilíngue, a pessoa surda alfabetizada em Libras como primeiro idioma e português como segundo);
- b) em formato escrito, com a sentença em português;
- c) as questões em vídeo gravado em Libras e com texto em português foram disponibilizadas aos respondentes em formulário criado através da ferramenta “Form” do Google, conforme exemplo apresentado na Figura 10:

Figura 10 – Exemplo de Questão Google Form

Questão 1 em Libras

Questão 1 em Português: **Eu tenho um senso realista do estilo de vida que eu posso me permitir** *

Opções:

1 = nunca
 2 = ocasionalmente
 3 = algumas vezes
 4 = muitas vezes
 5 = frequentemente
 6 = geralmente
 7 = sempre

1 2 3 4 5 6 7

Nunca ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sempre

Fonte: elaborado pelo autor.

De acordo com a Figura 10, percebe-se a inclusão do vídeo em Libras como a primeira opção e logo abaixo a questão em português, com a descrição das opções para respostas na escala de 7 pontos.

Os instrumentos originais e previamente traduzidos de forma livre pelo autor (antes das conclusões das etapas de retro tradução) constam nos Apêndices “A” e “B”, os quais foram a base para o estabelecimento das etapas seguintes da pesquisa.

3.3.4. PROCEDIMENTO PARA COLETA DE DADOS

Os questionários da pesquisa quantitativa-descritiva foram enviados às pessoas em meio eletrônico, por conveniência, e disponibilizados nas redes sociais de uso do autor (LinkedIn e Instagram) em formulário da ferramenta Google *Forms*.

Com o compartilhamento em redes sociais e também via aplicativos de mensagens, o questionário alcançou o público da pesquisa, especialmente as comunidades surdas a partir do compartilhamento, uns para os outros, entre os próprios surdos.

Foi oferecida a opção de anonimato das respostas aos participantes. No entanto, no início da *survey* enviada, foi incluída uma questão de resposta não obrigatória, onde o participante respondeu se tinha interesse em participar das etapas seguintes (entrevistas em profundidade e workshop de projeto, na fase qualitativa-exploratória) e, portanto, foi solicitado informar seus dados de contato (endereço eletrônico apenas).

3.3.5. PROCEDIMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS

Os dados dos questionários da pesquisa foram tabulados e submetidos a técnicas de análise estatística utilizando-se do software SPSS. As respostas aos questionários foram processadas e posteriormente submetidas à análise de estatística descritiva e de regressão, para avaliar o poder preditor da sabedoria do consumidor sobre o bem-estar financeiro percebido.

A análise dos dados no SPSS corresponde parcialmente à replicação das análises realizadas originalmente pela pesquisa de Luchs *et al* (2021). Para estimar a

confiabilidade das respostas e consistência interna, foi calculado o Alfa de Cronbach, para as diferentes escalas separadamente.

As análises foram utilizadas como base para a construção das questões-guia, do roteiro das entrevistas em profundidade, workshop de projeto e construção das diretrizes, conforme explicadas no subcapítulo 3.4. a seguir.

3.4. TRIANGULAÇÃO ENTRE PROFISSIONAIS E PESQUISADORES

De acordo com Santos *et al* (2018), a triangulação é considerada uma das estratégias de aprimoramento dos estudos qualitativos. Denzin (2009) apresenta quatro tipos diferentes de triangulação:

- a) triangulação de dados: produção de dados em diferentes momentos, lugares ou com a participação de diferentes pessoas;
- b) triangulação de pesquisadores: participação de diferentes investigadores, com o objetivo de minimizar eventuais distorções subjetivas de um mesmo pesquisador;
- c) triangulação de teorias: quando a mesma pesquisa é abordada à luz de diferentes teorias, com o objetivo de aumentar os limites do estudo; e
- d) triangulação de métodos: a triangulação pode ser realizada dentro de um mesmo método ou com métodos diferentes.

Guion *et al* ainda contribuem com um quinto tipo de triangulação, a ambiental, que refere ao uso de locais ou fatores (tais como horários diferentes, dia da semana ou mesmo estações do ano), que possam interferir ou influenciar na produção de dados (SANTOS *et al*, 2018).

Nesta pesquisa, optou-se pela triangulação em duas etapas: i) com profissionais do mercado financeiro e ii) pesquisadores designers. Na primeira etapa, profissionais do mercado financeiro contribuíram para a construção das questões-guia, a partir dos principais gaps da pesquisa. Na segunda etapa, pesquisadores designers foram convidados para revisão e aprimoramento das questões-guia e também para revisão da proposta de dinâmica e formato do workshop que seriam aplicados com as pessoas surdas.

O detalhamento das atividades de preparação do workshop e triangulação foi descrito no Capítulo 4.3.

3.5. PESQUISA QUALITATIVA-EXPLORATÓRIA

Na etapa qualitativa-exploratória foram realizadas entrevistas em profundidade e workshop de projeto, para aprofundamento e discussão sobre as respostas obtidas pelos questionários da etapa quantitativa-descritiva, nas questões relacionadas ao bem-estar conforme detalhado a seguir.

3.5.1. ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

Antes de iniciar a fase de discussão em grupo da etapa quantitativa-descritiva, foram realizadas 6 entrevistas em profundidade com pessoas surdas que se dispuserem a participar, de forma a aprofundar o entendimento das respostas aos questionários e outras investigações qualitativas conforme roteiro de entrevista.

Ao responderem os questionários da etapa quantitativo-descritiva, os participantes escolheram participar das entrevistas em profundidade e foram selecionados por conveniência, priorizando a diversificação dos níveis de bem-estar financeiro percebido conforme instrumento de pesquisa da etapa quantitativa. Após as análises estatísticas do item 3.3.5, os participantes foram convidados a participar e, os que aceitaram, assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (conforme Apêndice C1) para a realização da entrevista, realizadas de forma *on line*, e gravadas. A entrevista foi conduzida a partir de roteiro próprio (conforme Apêndice Z), elaborado para essa finalidade, e contou com a participação de um intérprete profissional de Libras. O intérprete também foi convidado a assinar termo de consentimento e de uso de imagem (Apêndices D e L).

As informações obtidas nas entrevistas foram analisadas a partir da técnica de análise de conteúdo que, conforme Moraes (1999) pode ser definida como uma técnica para interpretar documentos. De acordo com Moraes (1999) e BARDIN (2016), a técnica pode ser dividida em cinco etapas: preparação das informações, codificação (unitarização), categorização, descrição e interpretação. A análise das entrevistas, realizadas conforme essa etapa, foi utilizada como subsídio dos trabalhos de *workshop* de projeto, em conjunto com as questões-guia.

O *workshop* teve por objetivo promover discussões a partir das informações obtidas nas entrevistas, como forma de estabelecer as diretrizes para estimular o bem-estar subjetivo de pessoas surdas em relação ao tema educação financeira.

3.5.2. PROCEDIMENTOS PARA COMPOSIÇÃO DO WORKSHOP DE PROJETO

O *workshop* de projeto foi montado a partir da manifestação do interesse em participar dessa etapa, conforme resposta da *survey*, na etapa quantitativa-descritiva (para os surdos) e outros convites realizados para participação dos demais profissionais.

Os participantes foram contatados por e-mail ou mensagem/vídeo e foram convidados a participar do *workshop*, cujos procedimentos estão detalhados no item seguinte. As instruções com data, local, e demais informações necessárias, foram enviadas por e-mail posteriormente.

Na data e local do *workshop* programado, os participantes assinaram Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice C2) concordando com a participação.

3.5.3. WORKSHOP DE PROJETO COM PARTICIPANTES

Como proposta projetual para o atingimento dos objetivos da Tese, foi organizado um *workshop* de projeto com usuários (pessoas surdas e demais participantes convidados), visando incluí-los em um contexto colaborativo.

Com a participação e cocriação colaborativa entre as pessoas surdas, foram obtidas importantes diretrizes de projeto que possibilitaram a criação de proposta de Sistema Produto-Serviço para as instituições financeiras, com foco na educação financeira, que ofereça ou contribua para o bem-estar subjetivo, específico para esse público.

Justificou-se a aplicação de *workshop* com os participantes, permitindo a inclusão dos usuários (pessoas surdas) para que tivessem condição de fazer suas próprias propostas de projeto. Foi solicitado aos participantes que discutissem ações de projeto de educação financeira a partir de temas previamente propostos (originários das entrevistas em profundidade), com os fins de que promovam o bem-estar da pessoa surda.

Para as atividades em grupo, foram aplicados processos de design inspirados na IDEO, na Escola Hasso-Plattner de Design da Universidade de Stanford e no Instituto Hasso-Plattner da Universidade de Potsdam da Alemanha.

A prática utilizada é representada conforme Figura 11:

Figura 11 – Etapas do processo de design



Fonte: esquema elaborado pelo autor, a partir de Sosa (2015).

Conforme Figura 11, o desenvolvimento ocorreu em 5 etapas, partindo da “descoberta” até a etapa de “evolução” das soluções propostas. Um resumo em relação às etapas aplicadas é apresentado a seguir²⁰:

i) Etapa 1: descoberta

A etapa de “descoberta” pressupõe o entendimento do problema e coleta de inspiração para as próximas etapas. É onde também podem ser levantadas informações gerais sobre o problema de design e como ele será abordado pelo projeto (KRÖPER *et al*, 2011; PLATTNER, MEINEL e WEINBERG, 2009).

ii) Etapa 2: interpretação

É a etapa onde o designer ou um grupo de designers aproximam o público pesquisado da realidade encontrada até então (etapa de “descoberta”).

iii) Etapa 3: ideação

As contribuições das etapas anteriores foram refinadas, analisadas e convergiram para a elaboração das diretrizes para viabilizar desenvolvimentos de projetos de design que favoreçam o bem-estar subjetivo de pessoas surdas. As diretrizes foram construídas pelo autor, a partir das discussões ocorridas no *workshop* de projeto com os usuários nas etapas de “descoberta” e “interpretação”. As construções foram realizadas através de análise dos temas principais, baseados em pontos críticos da experiência dos usuários.

²⁰ Descrição das etapas de design.

iv) Etapa 4: experimentação

Essa etapa previu a utilização das ideias e conceitos que emergiram na etapa anterior, em representações tangíveis, finalizadas no projeto experimental.

v) Etapa 5: evolução

Por fim, a etapa de evolução foi a etapa onde foram planejados os próximos passos e encaminhamentos do projeto para evoluções futuras.

3.6. PROJETO EXPERIMENTAL

Como forma de validar as diretrizes de projeto produzidas na etapa de workshop, foi construído um projeto experimental, cujo detalhamento é apresentado nos Capítulos 4.8 e 5.6.

O projeto experimental foi elaborado na forma de um sistema produto-serviço, que poderá facilitar a educação financeira para pessoas surdas ao amparo da Estratégia Nacional, a partir das instituições financeiras.

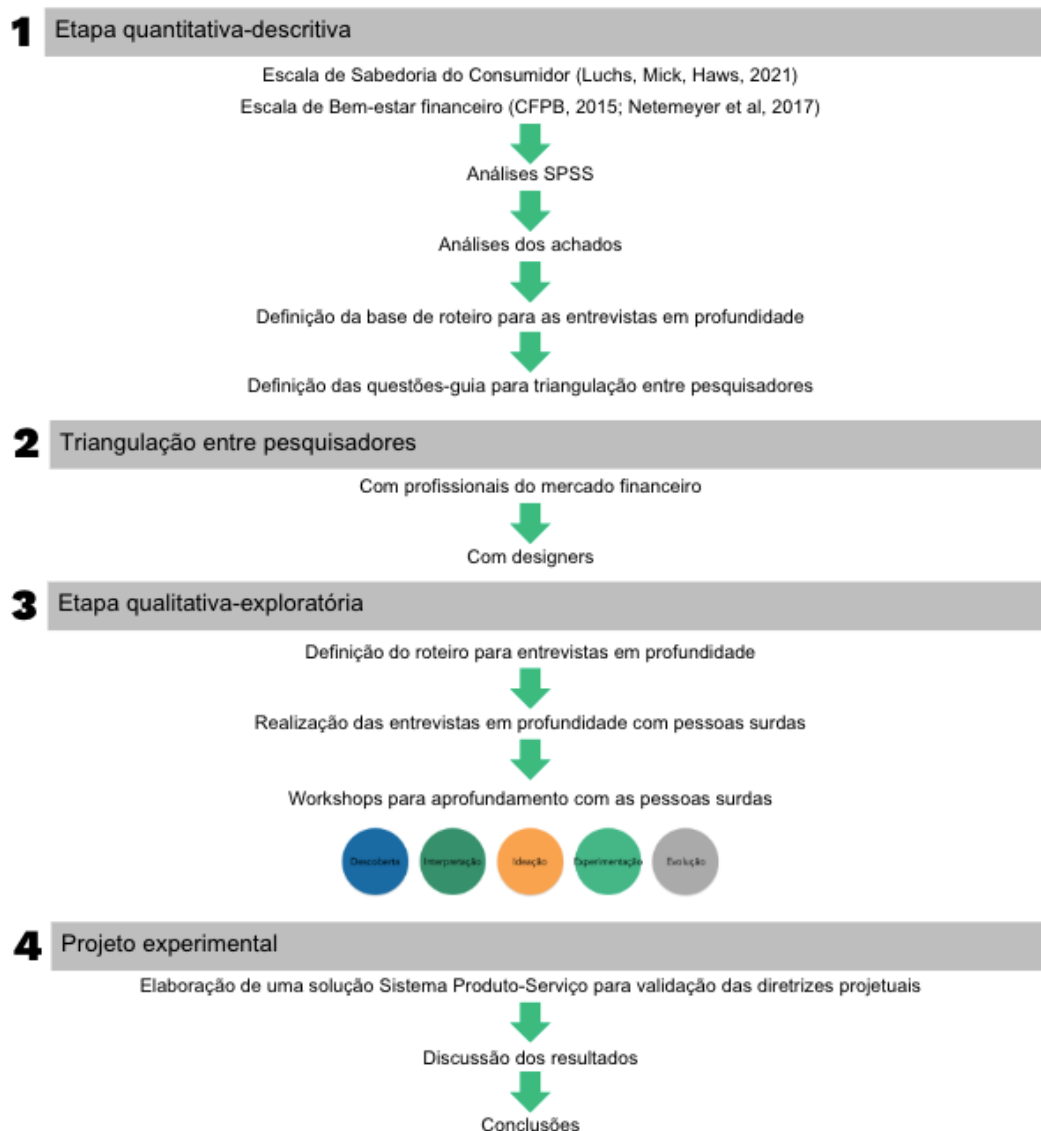
Dessa forma, a estrutura e foco do projeto experimental foram baseadas nas etapas anteriores da pesquisa, as quais foram condições para a sua realização.

3.7. SÍNTESE ESTRUTURADA DO MÉTODO

O método de pesquisa para a consecução dos objetivos dessa Tese foi estruturado para investigar as lacunas existentes nas relações das pessoas surdas com os conteúdos de educação financeira disponibilizados pelas instituições financeiras. A partir dessa investigação, propôs-se responder ao problema de pesquisa também já detalhado: *“como o Design Estratégico pode contribuir para a Estratégia Nacional de Educação Financeira, promovendo bem-estar subjetivo para pessoas surdas?”*.

Como forma de ilustrar o passo a passo do processo metodológico, é apresentada a Figura 12, com a estrutura geral das etapas sobre as quais foram desenvolvidas a pesquisa dessa Tese:

Figura 12 – Estrutura Geral do Método



Fonte: esquema elaborado pelo autor.

De acordo com a Figura 12, o método foi dividido em 4 etapas pré-definidas. Em suma, na primeira etapa (quantitativa-descritiva), foram aplicados os questionários relacionados à sabedoria do consumidor e de bem-estar financeiro. Os dados das pesquisas quantitativas foram analisados em ferramenta estatística SPSS. Na etapa seguinte (triangulação), foram realizadas dinâmicas com profissionais do mercado financeiro e também com designers pesquisadores. Em seguida (etapa qualitativa-exploratória), foram realizadas entrevistas em profundidade e workshop de trabalho. Por fim, o projeto experimental foi construído a partir dos resultados e diretrizes

definidas pela construção coletiva e contribuição das pessoas surdas no workshop de projeto.

4. EXECUÇÃO DO MÉTODO

Esse capítulo foi inserido com essa denominação, pois o método foi construído em etapas diversas para dar conta do atingimento dos objetivos previstos para esta Tese. Portanto, o método foi executado, etapa por etapa, as quais são a própria realização da pesquisa.

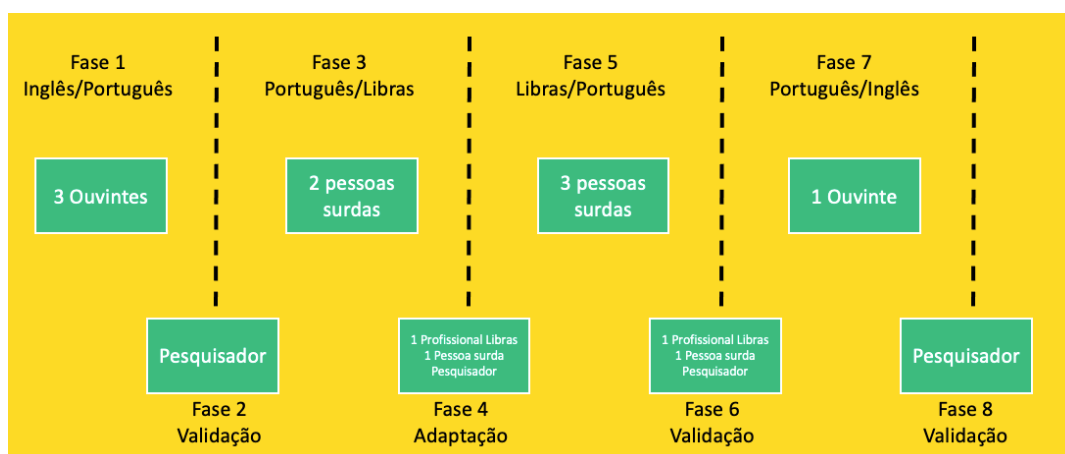
Assim, esse capítulo está estruturado de modo a explicar como ocorreu a execução das etapas de retro tradução, pesquisa quantitativa-descritiva, triangulação, pesquisa qualitativa-exploratória e *workshop* de projeto, até a organização e definição das diretrizes e projeto experimental, separando as informações dos resultados efetivamente obtidos.

4.1. ETAPA DE RETROTRADUÇÃO

O processo de retro tradução foi baseado na metodologia sugerida por Andrade *et al* (2017). De acordo com as autoras e autor daquela publicação, em revisão de literatura detalhada não foi identificado consenso sobre um modelo metodológico para a tradução da língua de sinais. Por esse motivo, Andrade *et al* (2017) propõem a adoção de uma metodologia que contemple: i) traduções individualizadas e elaboradas por um grupo heterogêneo bilíngue, ii) síntese das traduções, iii) retro tradução, iv) análise e ajustes por juízes especialistas, v) piloto e vi) versão final filmada.

Portanto, para atender as necessidades dessa pesquisa, foi adotada a metodologia sugerida por Andrade *et al* (2017), considerando, ainda, a existência da etapa de retro tradução para o idioma inglês. Assim, foram necessárias duas etapas de retro tradução dos instrumentos (do inglês para português, português para inglês e também de português para Libras e de Libras para português). A retro tradução completa contou com 8 fases, incluindo as validações necessárias do pesquisador, conforme detalhamento apresentado na Figura 13:

Figura 13 – Estrutura Geral da Retro Tradução



Fonte: esquema elaborado pelo autor.

De acordo com a Figura 13, os questionários relacionados à sabedoria do consumidor (*consumer wisdom*) e bem-estar financeiro percebido (*perceived financial well-being*) foram encaminhados para tradução e tradução reversa em 4 fases: Inglês para português, português para Libras, Libras para português e português para inglês. Cada fase contou com a tradução de profissionais do mercado financeiro ou ligados à educação, ouvintes ou surdos bilíngues conforme indicados na Figura 13. As validações e adaptações finais das traduções em cada uma das fases contaram com a revisão pelo autor, profissionais intérpretes de Libras e de pessoas surdas bilíngues, de acordo com a necessidade linguística exigida, conforme indicado. Portanto, todo o processo contou com 8 fases.

O detalhamento da execução de todas as fases é apresentado a partir dos subcapítulos seguintes.

4.1.1. FASES 1 E 2: TRADUÇÃO DE INGLÊS PARA PORTUGUÊS E VALIDAÇÃO

Na fase 1, os instrumentos foram traduzidos do idioma inglês para português por 3 profissionais, ouvintes, cujos perfis estão descritos no Quadro 2:

Quadro 2: Tradução Inglês para Português – Perfil dos Participantes

Participante	Formação/Ocupação
1	Bacharel em Administração – Gestão para Inovação e Liderança, com Especialização em Marketing Estratégico, Mestre em Design e profissional atuante no mercado financeiro de cooperativas de crédito diretamente com assuntos relacionados à educação financeira e investimento social.
2	Bacharel em Administração, com Especialização em Finanças, Investimentos e Banking, Mestre em Administração com pesquisa relacionada ao comportamento financeiro do consumidor, e atuante no mercado financeiro com projetos de gestão de finanças pessoais e planejador financeiro.
3	Bacharel em Economia, com Especialização em Finanças e Economia, Gestão Estratégica e Neurogestão Organizacional, e atuante no mercado financeiro em área de câmbio e comércio internacional

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme o Quadro 2, percebe-se perfis diversos de participantes da fase, sendo dois Mestres com atuação no mercado financeiro, dois deles diretamente com assuntos relacionados às finanças pessoais ou educação financeira. Os profissionais foram convidados a participar através de e-mail, conforme convite do Apêndice H.

Os participantes da fase 1 da retro tradução receberam individualmente um arquivo em formato Excel, por e-mail e foram convidados a realizarem a tradução das frases originais em inglês de cada instrumento, para o idioma português. O instrumento de pesquisa “sabedoria do consumidor” (*consumer wisdom*) contou com 24 questões e o instrumento “bem-estar financeiro percebido” (*perceived financial well-being*), contou com 10 questões as quais foram traduzidas pelos participantes (incluindo questões de capítulos das opções de escolha).

Em relação ao primeiro instrumento (sabedoria do consumidor), os participantes ofereceram traduções com pequenas divergências em 8 questões, enquanto para o segundo instrumento (bem-estar financeiro percebido) ocorreu divergência em uma das questões apenas. Todas as traduções foram analisadas pelo autor na Fase 2 e tiveram a redação final definida posteriormente, conforme descritas nos Quadros 3 e 4 (para facilitar a elaboração dos quadros e identificação, o questionário “*consumer wisdom*” é indicado com a legenda “CW” e o questionário “*perceived financial well-being*” com a legenda “PFWB”, ao lado do número da questão):

Quadro 3: Avaliação final das traduções do inglês para português

Questão	Comentário do autor
1 CW	Como tradução literal, optou-se por manter "senso realista", já que um dos participantes suprimiu a expressão " <i>realistic sense</i> " nas suas traduções. Os convidados a participarem dessa etapa também divergiram em relação à palavra " <i>afford</i> ". Tendo em vista a avaliação da dimensão "responsabilidade", onde está alocada a questão, remetendo à própria pessoa, optou-se por traduzir o termo " <i>afford</i> " por "permitir-se".
5 CW	Dois participantes suprimiram a palavra "algum" (<i>some</i>) da sentença traduzida. Em português, o termo não tem relevância na frase.
6 CW	Dois participantes suprimiram a palavra "algum" (<i>some</i>) da sentença traduzida. Em português, o termo não tem relevância na frase.
7 CW	Dois participantes suprimiram a palavra "algum" (<i>some</i>) da sentença traduzida. Em português, o termo não tem relevância na frase.
12 CW	Os participantes divergiram em relação à palavra " <i>swap</i> ", em inglês. Assim, optou-se pelo termo "negociar", ao invés de "permutar", considerando que também foi utilizado o termo "trocar" para " <i>trade</i> " (em inglês). Apesar de todas as palavras terem significado semelhante no contexto da frase, entende-se que a tradução por "negociar" fica mais clara.
18 CW	Incluída a palavra "antes" na frase final em português, para substituir a expressão "decisão de compra" por "decisão antes de comprar", que favorece o entendimento em português.
19 CW	O termo " <i>value</i> " na esfera "razões" do questionário seria traduzido literalmente por "valor", o que, em português, pode ser entendido também como "preço". No entanto, para não ser confundido com "avaliação de valor" e com a questão 23 do questionário, optou-se pela substituição pela palavra "preço", como foi a tradução/interpretação de um dos convidados.
21 CW	Novamente aqui, optou-se por manter o termo "preço" em português, para simplificar o entendimento do respondente e não confundir com a questão CW23.
5 PFWB	Optou-se por manter o termo "sobrevivendo" como tradução ao verbo " <i>get by</i> ". Um dos convidados traduziu a frase com a expressão "me virando", em português coloquial.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim, após as validações detalhadas no Quadro 3, apresenta-se no Quadro 4 a seguir, as traduções finais das questões originais do instrumento em inglês submetidas, e a sua tradução para o português:

Quadro 4: Versões em português para os Instrumentos de Pesquisa

Questão	Tradução final em português
1 CW	Eu tenho um senso realista do estilo de vida que eu posso me permitir.
2 CW	Eu gasto meu dinheiro com responsabilidade.
3 CW	Eu acho fácil concentrar em comprar só o que eu realmente preciso, sem ficar tentado(a) pelas coisas que outros têm.
4 CW	Sou capaz de resistir à tentação a fim de atingir meus objetivos de orçamento e estilo de vida.

Continua

5 CW	Eu gerencio meu orçamento para poder gastar dinheiro em experiências que me deem prazer e alegria.
6 CW	Eu priorizo gastar dinheiro em experiências únicas que me ajudem a desenvolver todo o meu potencial.
7 CW	Eu administro meu orçamento para que eu possa gastar dinheiro em experiências que me ajudem a aprender coisas novas.
8 CW	Eu priorizo gastar dinheiro com coisas que fortaleçam meu relacionamento com outras pessoas.
9 CW	Eu pego emprestado ou alugo produtos para experimentá-los antes de decidir se vou comprá-los.
10 CW	Antes de comprar algo que eu possa não usar com muita frequência, eu tento alugar ou pedir emprestado a alguém.
11 CW	Minhas compras incluem produtos ou roupas usadas, embora eu pudesse comprar coisas novas se quisesse.
12 CW	Eu gosto de compartilhar, negociar ou trocar as coisas com meus amigos e vizinhos.
13 CW	Antes de comprar algo, considero minhas experiências anteriores com compras similares.
14 CW	Antes de gastar dinheiro em alguma coisa eu visualizo a experiência de ter e usar.
15 CW	Antes de comprar algo, eu considero os possíveis custos e benefícios ao longo do tempo.
16 CW	Antes de comprar algo, eu faço um esforço para considerar minhas opções de múltiplas perspectivas.
17 CW	Eu entendo quais características dos produtos são as mais importantes.
18 CW	Sei quando já fiz pesquisa suficiente para tomar uma boa decisão antes de comprar.
19 CW	Eu sei quando e como comprar coisas para conseguir o melhor preço.
20 CW	Antes de comprar algo, sei como obter as informações de que preciso para fazer as melhores escolhas.
21 CW	Eu compro produtos de empresas que promovem responsabilidade ambiental, mesmo quando o preço é mais alto.
22 CW	Meus hábitos de consumo consistentemente refletem minha preocupação com o meio ambiente.
23 CW	Eu compro produtos de empresas que demonstram compartilhar os meus valores éticos.
24 CW	Eu gasto tempo pensando sobre como nós, como uma comunidade global, afetamos um ao outro através das nossas escolhas de consumo individuais.
1 PFWB	Eu posso suportar uma grande despesa inesperada.
2 PFWB	Eu estou garantindo meu futuro financeiro.
3 PFWB	Por causa da minha situação financeira, sinto que nunca terei as coisas que quero na vida.
4 PFWB	Eu posso aproveitar a vida por causa da maneira como estou administrando meu dinheiro.
5 PFWB	Eu estou apenas sobrevivendo financeiramente.
6 PFWB	Eu estou preocupado que o dinheiro que eu tenho ou economizarei não seja suficiente.
7 PFWB	Dar um presente de casamento ou de aniversário ou outra ocasião me colocará em situação difícil no mês.
8 PFWB	Eu tenho dinheiro sobrando no final do mês.
9 PFWB	Eu estou atrasado com minhas finanças.
10 PFWB	Minhas finanças me controlam.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Além da validação das frases conforme Quadro 4, também foi traduzida e validada a escala de 7 pontos do questionário “sabedoria do consumidor” constante no instrumento original (1 = “nunca”, 2 = “ocasionalmente”, 3 = “algumas vezes”, 4 = “muitas vezes”, 5 = “frequentemente”, 6 = “geralmente”, 7 = “sempre”) e também as

escalas de 5 pontos para as partes 1 e 2 do questionário “bem-estar financeiro” (“completamente”, “muito bem”, “um pouco”, “muito pouco”, “de jeito nenhum” e “sempre”, “muitas vezes”, “às vezes”, “raramente”, “nunca”, respectivamente).

As frases traduzidas dos questionários conforme Quadro 4 foram submetidas às etapas seguintes (tradução de Português para Libras e validação), conforme detalhado no subcapítulo a seguir.

4.1.2. FASES 3 E 4: TRADUÇÃO DE PORTUGUÊS PARA LIBRAS E ADAPTAÇÃO

Na fase 3 do processo de tradução dos instrumentos, as sentenças foram traduzidas do idioma português para Libras por 2 profissionais surdos bilíngues, com os perfis descritos no Quadro 5:

Quadro 5: Tradução Português para Libras – Perfil dos Participantes

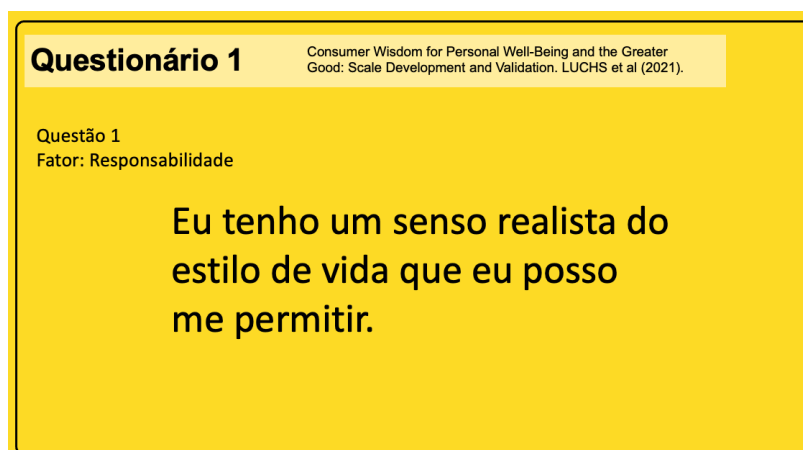
Participante	Formação/Ocupação
1	Bacharel em Letras Libras, Pós-graduado em Ciência de dados e Inteligência Artificial, profissional do mercado financeiro em áreas de processos e tecnologia da informação.
2	Profissional graduado em Pedagogia, pós-graduado em Educação a Distância Libras – Língua de Sinais. Mestre em Educação. Professor de Libras em Graduação, Extensão e Pós-graduação.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Destaca-se nos perfis descritos no Quadro 5 que ambos os participantes são surdos. Portanto têm a Língua Brasileira de Sinais como seu primeiro idioma e português como segundo. Ambos foram convidados a participar dessa fase da retro tradução através de mensagem enviada por e-mail, conforme convite do Apêndice I. Após o recebimento dos convites, os participantes sugeriram ao autor uma data para agendamento.

Para facilitar os registros para posteriores validações pelo profissional intérprete de Libras, os participantes foram convidados a realizar uma chamada de vídeo através da Plataforma Microsoft Teams com o pesquisador/autor. Assim, a partir das questões traduzidas para o Português (Quadro 4), o autor elaborou um arquivo de apresentação na ferramenta Power Point, sendo definido um slide para cada questão, conforme exemplo da Figura 14, a seguir:

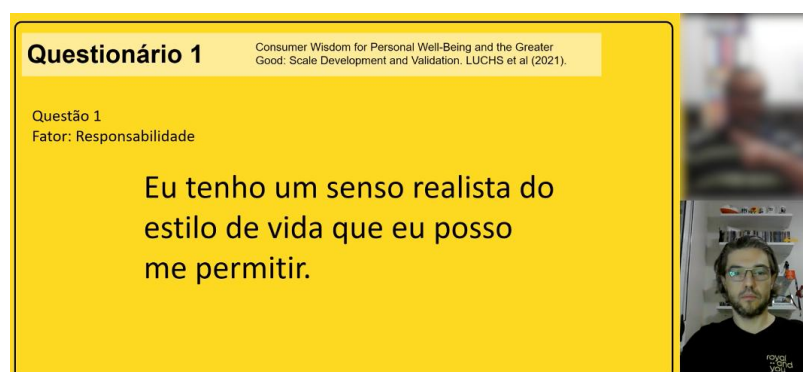
Figura 14 – Exemplo de slide com questão em português



Fonte: elaborado pelo autor.

Dessa forma, todas as 40 questões (incluindo sentenças-instruções das etapas) dos dois instrumentos (24 questões do instrumento “*consumer wisdom*” e 16 questões do instrumento “*perceived financial well-being*”), foram projetadas durante a reunião realizada na Plataforma Microsoft Teams, conforme tela de exemplo apresentada na Figura 15:

Figura 15 – Exemplo de tela da reunião na Plataforma Teams



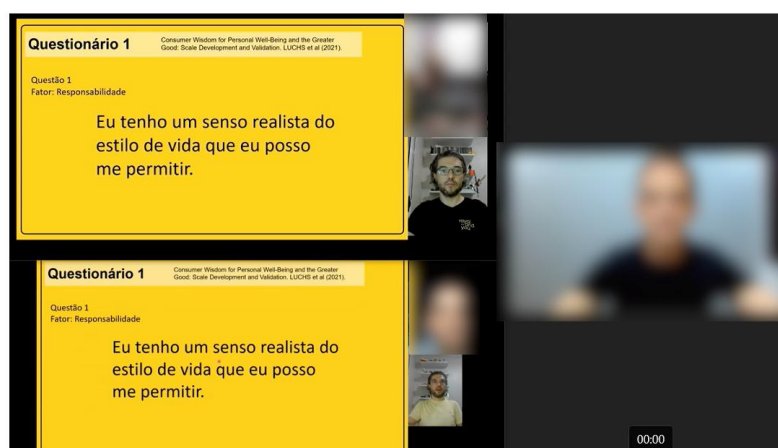
Fonte: elaborado pelo autor.

Conforme a Figura 15, observa-se a dinâmica da agenda realizada com os participantes. O autor projetou cada uma das 40 questões dos dois instrumentos de forma sequencial sendo solicitada ao participante a tradução de cada sentença para Libras e comentários sobre o entendimento da frase. Os participantes e o autor mantiveram as câmeras abertas durante toda a sessão, sendo projetada como tela principal, o questionário com as questões. Foi solicitado ao participante um

distanciamento adequado da câmera para possibilitar a gravação dos sinais com enquadramento correto, para possibilitar validação posterior. Não houve participação de intérprete profissional.

Posteriormente, os vídeos gravados de cada participante foram enviados a um intérprete de Libras profissional para validação, na fase 4, dos sinais utilizados e avaliação do entendimento adequado das frases. Ao intérprete de Libras profissional foi enviado um e-mail com as instruções necessárias para a validação das questões. Foi solicitado que o intérprete realizasse a validação mediante gravação de um vídeo comentando o uso dos sinais pelos participantes e apontando eventuais divergências nas traduções. Além disso, foi solicitada a inclusão de eventuais comentários sobre a sua percepção prática relacionada ao entendimento correto da frase e similaridade de sentido pelas pessoas surdas. A figura 16 ilustra o formato de trabalho adotado:

Figura 16 – Exemplo de tela na etapa de validação pelo intérprete



Fonte: elaborado pelo autor.

A Figura 16 apresenta o formato de trabalho adotado pelo intérprete profissional de Libras e o autor. O intérprete colocou na mesma tela os vídeos dos participantes da fase (conforme Quadro 5) e assistiu a cada uma das respostas. Em seguida, o intérprete profissional realizou seu comentário (quadro maior, à direita), possibilitando a validação final das sentenças pelo autor.

O intérprete profissional de Libras realizou a avaliação de todas as sentenças, comparando-as com as traduções dos convidados e comentando sobre os sinais utilizados, estrutura das frases e sentido. Algumas frases em português foram traduzidas pelos convidados de forma literal, palavra por palavra, podendo gerar alguma confusão no entendimento da pessoa fluente em Libras como primeiro idioma.

Assim, o intérprete profissional sugeriu a reorganização das frases em português, para facilitar a tradução para Libras para a pessoa surda. Um exemplo dessa estratégia de tradução ocorreu com a sentença 17, do questionário 1 (sabedoria do consumidor): *“Eu entendo quais características dos produtos são as mais importantes”*. Conforme a sugestão do intérprete profissional, a frase poderia ser adaptada, invertendo a posição das palavras “importante” e “produto” na frase, não prejudicando o sentido, mas adequando e facilitando a tradução final para os sinais em Libras. A estrutura da frase final em Libras (sinais) ficaria, portanto, da seguinte forma: *“Eu entender características mais importantes produtos”*, não prejudicando o sentido da questão para a pessoa surda. Além disso, exemplificando na mesma questão, o intérprete profissional sugeriu complementar as expressões com palavras que não apareceram na sentença original. A sugestão seria complementar a expressão incluindo *“quais características”* dos produtos que estão sendo referidas. No entanto, como o questionário original não contempla tal complemento, optou-se pela intervenção gramatical e literal mínima na frase, conforme já citado, alterando apenas a estrutura e a inclusão de outras expressões complementares não foram adotadas.

Outra sugestão do intérprete profissional de Libras foi de substituir algumas palavras do texto em português, por outras de mesmo sentido, porém de maior familiarização na comunidade surda. Como, por exemplo, na frase 1 do questionário 1 (sabedoria do consumidor): *“Eu tenho um senso realista do estilo de vida que eu posso me permitir”*. Nesse caso, a expressão *“senso realista”* foi substituída por *“consciência”* e o verbo *“permitir-se”*, substituído pelo verbo *“ter”*. A estrutura final da frase em Libras ficou assim: *“Eu tenho consciência estilo de vida posso ter”*.

Depois de concluída a fase 3 e considerando os comentários do intérprete profissional, o autor realizou a revisão de todos os vídeos, frases originais e traduzidas para o português (fase 4), sendo definidas as frases/sentenças finais a serem consideradas para a gravação dos vídeos pelo intérprete profissional, conforme Quadro 6:

Quadro 6: Versões em português para tradução para Libras

Questão	Tradução final em português
1 CW	Eu tenho consciência estilo de vida posso ter.
2 CW	Eu gasto meu dinheiro com controle e responsabilidade.
3 CW	Eu acho fácil concentrar em comprar só o que eu realmente preciso, sem sentir a tentação pelas coisas que os outros têm.
4 CW	Sou capaz de aguentar as tentações, para atingir meus objetivos de orçamento e estilo de vida.
5 CW	Eu cuido do meu orçamento e posso gastar meu dinheiro em experiências prazerosas e alegres.
6 CW	É uma prioridade para mim gastar meu dinheiro em experiências únicas que me ajudem a desenvolver meu potencial.
7 CW	Eu cuido do meu orçamento para eu poder gastar dinheiro em experiências que me ajudem a aprender coisas novas.
8 CW	A minha prioridade é gastar dinheiro com coisas que fortaleçam meu relacionamento com outras pessoas.
9 CW	Antes de comprar um produto, eu pego emprestado ou alugo. E depois decido pela compra ou não.
10 CW	Eu tento alugar ou pedir emprestado, antes de comprar algum produto que eu não usarei regularmente.
11 CW	Eu compro produtos ou roupas usadas, mas eu posso comprar coisas novas se eu quero.
12 CW	Com meus vizinhos e amigos, eu gosto de compartilhar, negociar ou trocar coisas.
13 CW	Antes de comprar, eu refletir sobre minhas experiências anteriores com compras parecidas.
14 CW	Antes de gastar em alguma coisa, eu imagino a experiência de ter e usar.
15 CW	Antes de comprar, penso sobre os custos e se vale a pena ao longo do tempo.
16 CW	Antes de comprar, eu me esforço para entender perspectivas diferentes.
17 CW	Eu entendo as características mais importantes dos produtos.
18 CW	Eu sei quando já fiz pesquisa suficiente para boa tomada de decisão de compra.
19 CW	Eu sei quando e como comprar coisas para conseguir o preço mais barato.
20 CW	Antes de comprar, eu sei como me informar sobre o que preciso para fazer escolha melhor.
21 CW	Eu compro produtos de empresas que têm responsabilidade ambiental, não importando se o valor está mais alto.
22 CW	Meus hábitos de consumo refletem na minha preocupação com o meio ambiente.
23 CW	Empresas com valores éticos iguais a mim, eu compro produtos deles.
24 CW	Eu fico pensando como as pessoas no mundo todo por meio das suas escolhas, afetam outras.
1 PFWB	Um gasto surpresa eu suportar posso.
2 PFWB	Estou organizando minhas finanças para um futuro seguro.
3 PFWB	Eu sinto que nunca vou conseguir comprar as coisas que eu quero, por causa da minha situação financeira.
4 PFWB	Eu administro bem meu dinheiro e então eu posso aproveitar bem a vida.
5 PFWB	Eu estou apenas me mantendo financeiramente.
6 PFWB	Eu preocupado que o dinheiro eu tenho ou economizo para o futuro ser pouco.
7 PFWB	Eu terei situação difícil no mês se eu dar um presente de casamento, de aniversário ou outra ocasião para alguém.
8 PFWB	No final do mês, eu tenho dinheiro sobra.
9 PFWB	Com as minhas finanças, eu estou atrasado.
10 PFWB	As minhas finanças controlam minha vida.

Fonte: Elaborado pelo autor.

O Quadro 6 apresenta as frases na versão em português, já reescritas para permitir a tradução para Libras conforme o melhor entendimento das sentenças pela população surda a partir dos comentários e avaliações do intérprete de Libras profissional. As justificativas para adoção da redação para cada uma das frases nessa etapa estão apresentadas no Apêndice J.

Nessa etapa, foram necessárias novas validações, pelo intérprete profissional em Libras e também por uma pessoa surda, para garantir a correta equivalência para Libras, permitindo a sinalização correta para o idioma. As questões revisadas pelo autor conforme Quadro 6 foram enviadas ao intérprete profissional, sendo solicitada nova revisão dos termos e expressões utilizadas, para a correta tradução para Libras na gravação em vídeo, permitindo melhor entendimento da comunidade surda. O intérprete aqui, assumindo o papel não apenas de mediador, mas ao mesmo tempo também o de sujeito do discurso (DOS SANTOS, 2017).

Com o objetivo de facilitar a verificação pela comunidade surda nas etapas seguintes, optou-se por solicitar a gravação individual em vídeo, pelo intérprete profissional, de cada sentença do questionário, ao invés de realizar a gravação apenas na última etapa (para publicação do questionário para a coleta). Assim, após as revisões, foi solicitado ao intérprete profissional em Libras que fosse gravado um vídeo individual de cada questão com os sinais adequados para as sentenças do Quadro 6, para que fossem enviados, posteriormente, aos participantes da Fase 5.

O material gravado pelo intérprete profissional foi enviado aos participantes das Fases 5 e 6, conforme detalhadas a seguir.

Ao intérprete também foi solicitada a elaboração das frases adaptadas, correspondentes em português, descrevendo os sinais utilizados, conforme constam no Apêndice K. De acordo com Dos Santos (2017), uma das características da língua portuguesa é a estrutura da sentença, normalmente organizada no modelo SVO (Sujeito + Verbo + Objeto), enquanto na Libras é comum observar os modelos OSV (Objeto + Sujeito + Verbo) ou SOV (Sujeito + Objeto + Verbo). Ao observar as correspondências das frases em Libras do Apêndice K, podem ser percebidas essas alterações, especialmente para o modelo OSV, assim sugerido pelo intérprete e de acordo com a literatura pesquisada.

Na revisão das sentenças e gravação dos vídeos com a sinalização em Libras, o intérprete profissional também apresentou comentário em relação à escala de 7 pontos para resposta ao questionário “*consumer wisdom*”. Conforme o instrumento

original, a escala é composta das seguintes opções: 1 = “nunca”, 2 = “ocasionalmente”, 3 = “algumas vezes”, 4 = “muitas vezes”, 5 = “frequentemente”, 6 = “geralmente”, 7 = “sempre”. De acordo com o intérprete profissional, a sugestão seria converter a escala para 5 pontos, considerando possíveis confusões da pessoa surda em uma interpretação em Libras, dos termos “algumas vezes” com “muitas vezes” e “frequentemente” com “geralmente”. Assim, considerando que a intenção da pesquisa é converter integralmente o instrumento para Libras realizando análises correspondentes, optou-se por manter as descrições originais, sendo traduzidas para Libras como: “Número 1: *eu nunca*”, “Número 2: *raramente*”, “Número 3: *às vezes*”, “Número 4: *várias vezes*”, “Número 5: *Frequentemente*”, “Número 6: *Constantemente*”, “Número 7: *eu sempre*”.

Para permitir a realização das próximas fases, o intérprete forneceu Termo de Autorização de Uso de Imagem, conforme Apêndice L.

4.1.3. FASES 5 E 6: TRADUÇÃO DE LIBRAS PARA PORTUGUÊS E VALIDAÇÃO

As sentenças dos dois instrumentos (*consumer wisdom* e *perceived financial well-being*), já traduzidas para Libras, validadas pelo autor e adaptadas e gravadas em vídeo pelo intérprete profissional, foram enviadas para os participantes das etapas 5 e 6. Os perfis dos participantes, surdos bilíngues, estão descritos no Quadro 7 a seguir:

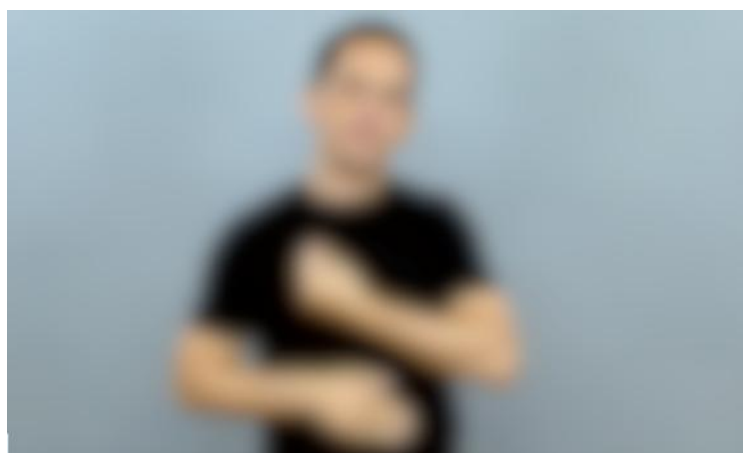
Quadro 7: Tradução Libras para Português – Perfil dos Participantes

Participante	Formação/Ocupação
1	Profissional do mercado financeiro, com Graduação em Tecnologia e design gráfico com Pós-graduação em User Experience.
2	Profissional atuante em área fiscal de empresa de grande porte, graduada em Letras-Libras.
3	Profissional instrutora e tradutora de Libras, Bacharel em Administração, com atuação em departamento contábil, sustentabilidade e suprimentos em empresa de grande porte.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Destaca-se nos perfis dos participantes descritos no Quadro 7, que são profissionais surdos. Aos profissionais, foram enviados vídeos gravados pelo intérprete profissional conforme modelo da Figura 17 abaixo²¹:

Figura 17 – Exemplo de tela gravada pelo intérprete profissional



Fonte: registro do autor.

Os vídeos das 34 questões dos dois instrumentos (24 questões do instrumento “*consumer wisdom*” e 10 questões do instrumento “*perceived financial well-being*”), além das instruções de capítulo, foram disponibilizados de forma *on line*²² aos participantes juntamente com uma tabela em Excel para preenchimento das respostas. Aos participantes, previamente contatados por aplicativo de mensagem, foi enviado e-mail individual conforme Apêndice M contendo as instruções para conclusão da etapa.

Simplificadamente, foi solicitado ao participante a realização de duas atividades na tabela Excel anexada no e-mail: i) tradução dos sinais interpretados pelo vídeo gravado pelo intérprete profissional e ii) inserção de comentários sobre o entendimento da sentença, bem como sugestões de sinais alternativos ou estrutura de frase, que poderiam ser substituídos para possibilitar melhor e mais preciso entendimento das questões pela comunidade surda.

²¹ Embora o intérprete de Libras profissional tenha fornecido Termo de Autorização de Uso de Imagem (Apêndice L), optou-se por manter a figura 17 em desfoque no texto final da Tese.

²² Arquivos disponibilizados em nuvem Google, através do Google Drive, para acesso remoto pelos participantes.

Os participantes realizaram a tradução dos sinais gravados pelo intérprete de Libras de forma bastante semelhante, com algumas variações de vocabulário e articulações resultantes da fluência em português próprias de cada um dos profissionais surdos que contribuíram para a etapa. As traduções dos sinais, em português sinalizado, na íntegra, dos dois participantes constam nos Apêndices N, O e P, indicados como “Participante 1”, “Participante 2” e “Participante 3”.

O Participante 1 informou que não entendeu duas questões, uma do instrumento “sabedoria do consumidor” e outra do instrumento “bem-estar financeiro percebido”, conforme descrito no Quadro 8²³:

Quadro 8: Divergência de Entendimento em Libras (Participante 1)

Sinais gravados em Libras	Tradução do participante 1	Comentário do participante 1
18 CW: Compro coisas produtos antes estudo pesquiso, acabou informações completas já peguei pronto. Pronto quando, eu sei.	antes de comprar produtos, eu estudo, pesquiso, após eu coletar as informações. Pronto quando? Eu sei	Não entendi bem. Talvez pode ser "Antes de comprar produtos, eu consigo pesquisar e coletar as informações completa"
24 CW: Eu penso...mundo todo pessoas escolhem escolhem decidem escolhem, delas escolhas...pessoas impacto positivo ou negativo depende.	Eu penso que no mundo as pessoas que escolho e decido escolher que pode impactar nas pessoas positivos ou negativos depende	Frase nao ficou muito claro também não entendi muito bem

Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o Quadro 8, destaca-se que os textos do participante foram incluídos na forma como constaram nas respostas. O Participante 1 informa que não entendeu corretamente as frases e, para uma delas sugere, de forma sintetizada, uma redação adequada para a sentença. Nas traduções das duas questões, também, o Participante 1 aponta divergências de entendimento.

O Participante 2 realizou a tradução integral das sentenças para o Português, não apontando divergências de entendimentos ou sugestões de redação.

O Participante 3 também traduziu integralmente as sentenças para o Português. Para 3 questões, o Participante 3 indicou que não entendeu ou sugeriu correção, conforme descrito no Quadro 9 a seguir:

²³ Quadro com as transcrições na íntegra das considerações recebidas do pesquisado surdo.

Quadro 9: Divergência de Entendimento em Libras (Participante 3)

Sinais gravados em Libras	Tradução do participante 3	Comentário do participante 3
24 CW: Eu penso...mundo todo pessoas escolhem escolhem decidem escolhem, delas escolhas...pessoas impacto positivo ou negativo depende.	não entendi, dado ???	-
7 PFWB: Aniversário, casamento ou outro eu presente compro dou, depois finanças meu complicado difícil.	(FINAL O VIDEO, corrige)	-
9 PFWB: Minhas dívidas eu pago depois atrasado sempre.	Corrigir	-

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme Quadro 9, destaca-se que os textos do participante foram incluídos na forma como constaram nas respostas. O Participante 3 não realizou a tradução para as questões que não entendeu, apontando diretamente que não havia entendido e que as sentenças deveriam ser corrigidas. Além dessas considerações acima, para a questão 22 do instrumento “sabedoria do consumidor”, foi detectado pelo autor na revisão final, que o Participante 3 teve o entendimento divergente dos demais. O Participante 3 traduziu a sentença “*Natureza arvores sustentabilidade, eu preocupado cuidar atender sempre. Prova olhe minhas compras...*” por “*gosto cuidar da jardinagem e sustentabilidade, tenho montes de flores e as plantas eu compro*”. Com a tradução, ficou clara a confusão dos termos utilizado pelo intérprete entre os temas “sustentabilidade” e “natureza”. Nesse caso, mesmo que o Participante 1 e 2 tenham entendido a sentença de forma e sentidos semelhantes, a frase foi submetida a correção e melhor sinalização ao intérprete de Libras.

Além dos participantes 1, 2, 3 acima citados, foi solicitada validação final por um **profissional intérprete de Libras e ouvinte**. A profissional é instrutora e intérprete de Libras em tempo integral.

Na etapa de validação, foi solicitada a verificação pela intérprete profissional ouvinte, que também recebeu os vídeos e a tabela Excel nessa etapa. A intérprete profissional realizou duas análises das questões em português: i) uma primeira tradução semelhante ao realizado pelas pessoas surdas na etapa anterior, realizando a tradução conforme a sinalização que constou nas frases e ii) uma segunda tradução contendo o entendimento em português na condição de ouvinte.

Na primeira tradução, a intérprete realizou a transcrição dos sinais na ordem que aparecem nos vídeos em Libras. Os resultados são apresentados no Apêndice

Q. Na segunda tradução, foi solicitado ao intérprete que fizesse a tradução conforme o seu entendimento de ouvinte, cuja tradução é apresentada no Apêndice R. Essa foi uma etapa adicionada para permitir uma dupla validação da tradução de Libras para o português, reforçando o entendimento das frases tanto por ouvintes como pessoas surdas.

Após as validações da intérprete profissional ouvinte, as contribuições são apresentadas no Quadro 10 a seguir:

Quadro 10: Contribuições Intérprete Profissional

Frase Gravada na Fase 3	Comentário Intérprete Profissional Ouvinte
6 CW - Eu priorizo gastar dinheiro em experiências únicas que me ajudem a desenvolver todo o meu potencial.	Eu gosto de investir meu dinheiro com experiências que me ajudam a evoluir. Usaria também o sinal de "investir".
17 CW - Eu entendo quais características dos produtos são as mais importantes.	Consigo entender a descrição da embalagem. Não consegui entender o contexto dos sinais "mais importante qual" na frase.
18 CW - Sei quando já fiz pesquisa suficiente para tomar uma boa decisão antes de comprar.	Eu sei pesquisar e analisar as informações do produto antes de comprar. Não fico claro para mim a intenção dos sinais "Pronto quando sei" no final da frase não consegui entender o porquê do contexto usado.
20 CW - Antes de comprar algo, sei como obter as informações de que preciso para fazer as melhores escolhas.	Eu sei como coletar informações do produto para avaliar a qualidade do produto antes de comprar. Usaria sinal de "qualidade".

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme Quadro 10, foram sugeridas alterações de 4 sentenças pela intérprete profissional ouvinte. Dessa forma, consolidando as contribuições dos quatro participantes dessa etapa da retro tradução, as sugestões constantes nos Quadros 8, 9 e 10, foram submetidas à revisão do mesmo profissional intérprete responsável pela gravação dos vídeos conforme etapas 3 e 4 descritas anteriormente.

Finalizando as etapas de tradução do idioma português para Libras, as sentenças dos questionários foram submetidas para as etapas finais, seguintes, para tradução português para Inglês.

4.1.4. FASES 7 E 8: TRADUÇÃO DE PORTUGUÊS PARA INGLÊS E VALIDAÇÃO

As frases traduzidas em Libras foram estruturadas em formato adaptado para esse idioma, priorizando as características detalhadas por Dos Santos (2017), em

relação às estruturas OSV (Objeto + Sujeito + Verbo) ou SOV (Sujeito + Objeto + Verbo), conforme detalhadas no Apêndice K. Portanto, não seria possível traduzir tais sentenças diretamente para o idioma inglês. Assim, a tradução reversa para o Inglês considerou as traduções em português realizadas nas etapas 1 e 2 do processo. Para manter a consistência semântica das frases em português, optou-se por submeter à etapa de retro tradução os textos validados das frases nesse idioma, conforme consta no Quadro 4 (Versões em português para os Instrumentos de Pesquisa).

Participou dessa etapa, apenas um profissional de educação conforme perfil descrito no Quadro 11 a seguir:

Quadro 11: Tradução português para inglês – Perfil do Participante

Participante	Formação/Ocupação
1	Bacharel em Letras, com habilitação em traduções em inglês. Profissional com experiência em traduções e revisões para revistas científicas nacionais.

Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o Quadro 11, foi convidado apenas um participante ligado à educação, bilíngue (português e inglês), para essa etapa. Optou-se por apenas um participante nessa etapa, pois o objetivo principal da retro tradução (criação dos instrumentos “sabedoria do consumidor” e “bem-estar financeiro percebido” bilíngue em português e Libras) foi atingido nas etapas anteriores. Para o participante, foi enviado convite conforme Apêndice T.

A tradução do participante dessa etapa não apresentou divergência significativa, sendo mantidas todas as estruturas semânticas do instrumento original, porém com algumas variações de vocabulário. A íntegra da tradução consta no Apêndice U. Pequenas variações de vocabulários foram identificadas em 6 frases, conforme pode ser verificado no Quadro 12:

Quadro 12: Avaliação das traduções inglês/português

Questão	Comentário do autor
11CW	O participante traduziu o termo “produtos” pela palavra “goods” (no instrumento original consta “products”).
12CW	O termo “negociar” da sentença em português foi traduzida por “trade”. No instrumento original a palavra usada é “swap”, de sentido similar.

Continua

Conclusão

1PFWB	O termo “suportar” (uma despesa inesperada) foi traduzido por “afford”, enquanto que no original o termo usado foi “handle” (lidar).
5 PFWB	O participante traduziu o termo “sobrevivendo” de forma literal por “surviving”, enquanto que na versão original é utilizado o <i>phrasal verb</i> “get by”.
6 PFWB	A expressão “eu estou preocupado”, foi traduzida por “I’m worried”, enquanto que no instrumento original a expressão usada foi “I am concerned”.
7 PFWB	O termo “situação difícil” na expressão, foi traduzido de forma literal por “difficult situation”. Na sentença original o verbo usado foi “to strain”, no sentido de “sobrecarregar” (“sobrecarregaria minhas finanças no final do mês”). Mesmo com a alteração do termo pelo participante dessa etapa, não há alteração de sentido.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme Quadro 12, as pequenas variações de vocabulários não interferem na composição final dos instrumentos pois foram utilizados sinônimos que não prejudicam a compreensão final das questões. Além disso, essa etapa não interferiu na elaboração das traduções (vídeo e português) finais para Libras.

4.1.5. FINALIZAÇÃO DA RETROTRADUÇÃO

Após a realização das oito etapas e das duas retro traduções realizadas (português-inglês-português e português-libras-português), as contribuições e não-entendimentos dos participantes da etapa 4.1.3 foram submetidas ao intérprete de Libras profissional (o mesmo profissional da etapa 4.1.2) para regravação dos sinais das sentenças 6CW, 17CW, 18CW, 20CW, 22CW, 24CW, 7PFWB e 9PFWB. Dessa forma, as traduções para Libras foram corrigidas e os vídeos regravados, e as frases foram reescritas também em português conforme Quadro 13:

Quadro 13: Sentenças finais corrigidas pelo intérprete profissional

Frase	Português sinalizado (intérprete profissional)
6 CW	Meu dinheiro uso como? Diferentes experiências me ajuda a evoluir? Eu pago, invisto.
17 CW	Produto olho, dele características: grande pequeno, pesado, leve, cor, diferentes... mais importante eu perceber consigo.
18 CW	Produto comprar...antes pesquiso, estudo informação coleteo completo, depois compro.
20 CW	Produto qualidade bom, eu sei pesquisar estudar informação coletar depois escolho certo.
22 CW	Eu compro coisas olha... prova eu sustentabilidade árvores cuido tem.
24 CW	Eu costume meditar: "pessoas tudo eu compro uso escolhas... esse prejudica azar eles ou não?" Eu medito sempre.
7 PFWB	Ele vai casar ou aniversário ou outro, eu presente compro dou depois mês fim eu dívida apertado pagar pesado difícil pra mim.
9 PFWB	Minhas dívidas pago como? Atrasado, atrasado sempre.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Portanto, de acordo com as correções dos vídeos em Libras e das frases em português sinalizado conforme Quadro 13, todas as questões foram concluídas para a montagem do formulário para a coleta dos dados da pesquisa, utilizando-se das versões de frases conforme Apêndice S.

Destaca-se, oportunamente, que a construção dos instrumentos nessa etapa teve o principal objetivo de converter as versões em inglês para que fosse possível apresentá-las em Libras para a comunidade surda.

Considera-se, portanto, os instrumentos validados para esse objetivo.

4.1.6. APLICAÇÃO PILOTO

De acordo com a sugestão metodológica de Andrade *et al* (2017), foi realizado um teste-piloto em versão *on line*, sendo aplicado com 4 pessoas surdas e 4 ouvintes, para coleta de percepções e contribuições antes da publicação para a comunidade surda, público-alvo da pesquisa. Apesar de o questionário não se destinar à coleta de respostas de ouvintes, optou-se por submeter o piloto para esse público também, de modo a colher comentários sobre as escolhas dos procedimentos metodológicos, uma vez que se optou por incluir na versão final as questões em vídeos gravados em Libras (retro tradução, etapas 3 a 6) e também as questões em português (retro tradução, etapas 1 e 2).

Assim, após a aplicação do piloto com 4 pessoas surdas e 4 ouvintes, foi possível fazer as seguintes considerações:

- a) em relação aos entendimentos das versões finais dos vídeos em Libras, duas pessoas surdas participantes da etapa responderam que entenderam perfeitamente as questões e relataram ter gostado muito do formato do questionário. Um dos participantes, no entanto, também surdo, informou que foi necessário complementar os entendimentos dos vocabulários das versões em Libras com as palavras da frase apresentada em português (para alguns poucos casos), não prejudicando a submissão das respostas às questões dos instrumentos;
- b) três participantes (1 surdo e 2 ouvintes), sugeriram incluir outros tópicos de pesquisa relacionados à educação financeira (como “reserva de emergência” ou fornecendo exemplos em algumas das frases apresentadas). Nesses casos, foi esclarecido aos participantes que as

questões apresentadas seguiram a metodologia relacionada às conversões de instrumentos originais em inglês e, portanto, não seriam incluídas novas questões, para não prejudicar as avaliações da etapa da pesquisa quantitativa;

- c) um dos participantes ouvintes sugeriu incluir uma questão específica para informar a idade. Apesar de o questionário “bem-estar financeiro percebido” contar com uma questão de idade (mas em faixas), optou-se por incluir uma questão logo no início, para que o participante informe sua idade, considerando ser um item importante para a avaliação do perfil geral dos participantes;
- d) após a realização do piloto, optou-se ainda por incluir uma questão geral sobre a atividade econômica do respondente (se trabalha ou não), como forma de relacionar bem-estar financeiro percebido com o momento profissional do participante no mercado de trabalho;
- e) os participantes relataram uma média de 15 minutos para a conclusão do questionário, inclusive os ouvintes com a reprodução integral dos vídeos em Libras também;
- f) em relação ao processamento dos dados, foi realizada a tabulação prévia das respostas recebidas e divididas em duas partes, separando os questionários “sabedoria do consumidor” e “bem-estar financeiro percebido”, já que no formulário Google construído para a coleta, as questões são apresentadas em sequência. Depois da separação, foram simuladas as tabulações e preparações na ferramenta Excel, para o posterior processamento das respostas em SPSS, tendo o procedimento ocorrido conforme o esperado para o cumprimento da etapa do método. O instrumento “bem-estar financeiro percebido” foi simulado em ferramenta Excel, conforme chave de resposta prevista na literatura (CFPB, 2015), comportando-se corretamente também.

Em relação aos questionários originais, após a aplicação do piloto, optou-se por incluir uma nova questão relacionadas a perfil dos participantes, solicitando que responda se é surdo ou ouvinte. A inclusão de tal questão teve o objetivo de garantir que apenas o público surdo respondesse ao questionário. Assim, ao eventualmente selecionar “ouvinte”, o questionário automaticamente se encerrava.

Como o projeto não tem objetivo de avaliar condições socioeconômicas, mas sim de produzir diretrizes para o desenvolvimento de um Sistema-Produto que favoreça a educação financeira para pessoas surdas, não foram incluídas outras informações relacionadas a perfil, tais como gênero, renda e estado civil e, portanto, não constaram nos questionários da pesquisa quantitativa. Os únicos dados socioeconômicos solicitados foram o Estado de residência do respondente, considerando ser um importante critério de avaliação da realização da pesquisa para apurar a abrangência da coleta e se a pessoa está trabalhando ou não.

Também foi incluído, no início do questionário, um campo para inclusão de e-mail de contato (de preenchimento livre, não obrigatório), para os participantes que tivessem interesse em participar das etapas de entrevistas em profundidade e workshop presencial.

Com a conclusão do piloto e dos ajustes propostos pelos participantes dessa etapa, os questionários restaram concluídos para a publicação para o público surdo, para a coleta geral das respostas.

4.2. REALIZAÇÃO DA ETAPA QUANTITATIVA-DESCRITIVA

Com a realização das etapas da retro tradução e do piloto, a pesquisa foi publicada para a comunidade surda através de formulário construído na ferramenta Google *Forms*, apresentando as questões em Libras e em português, conforme apresentado na Figura 10 (capítulo 3.3.3.).

Os questionários de “sabedoria do consumidor” e “bem-estar financeiro percebido” foram publicados em conjunto, no mesmo formulário, para facilitar a resposta do público, possibilitando a garantia de que o mesmo participante respondesse os dois questionários, a fim de viabilizar as análises estatísticas nas etapas seguintes, bem como a correta análise do poder preditor da sabedoria do consumidor em relação ao bem-estar financeiro percebido para as mesmas pessoas.

4.2.1. PREPARAÇÃO DOS DADOS PARA ANÁLISE

Após a coleta das respostas das pessoas surdas conforme detalhado anteriormente, os dados foram preparados para a realização das análises no software SPSS.

Inicialmente, as respostas colhidas e registradas na planilha eletrônica da plataforma Google *Forms* foram replicadas integralmente para o SPSS. A preparação dos dados seguiu os seguintes passos:

- a) Foram descartadas 26 respostas únicas registradas, relativas aos respondentes que informaram como sendo “ouvintes”, restando apenas os 100 respondentes surdos, assim declarados no formulário;
- b) Foram replicadas no SPSS todas as respostas obtidas na coleta dos questionários;
- c) Em relação às 10 questões do instrumento “bem-estar financeiro percebido”, foram criadas variáveis adicionais, invertendo-se a escala para as questões 3, 5, 6, 7, 9 e 10 do instrumento, para realização da análise de confiabilidade (Alfa de Cronbach). Conforme sugerido por Field (2009), as questões com frases invertidas em instrumentos, são importantes para reduzir as respostas tendenciosas, forçando os participantes a lerem as questões com atenção. Nesse caso, a análise de confiabilidade desses itens de escores reversos também deve ser invertida, pois se se trata de um item com frase invertida, ele terá um relacionamento negativo com os demais itens do questionário (Field, 2009). Como as questões do instrumento “bem-estar financeiro percebido” foram registradas na planilha eletrônica da plataforma Google *Forms* na escala 1 a 5, conforme padrão da ferramenta, foi necessário realizar um rearranjo das respostas, portanto, na escala decrescente (de 5 até 1) para as questões 3, 5, 6, 7, 9 e 10 do instrumento, portanto;
- d) Em seguida, todas as 10 questões do instrumento “bem-estar financeiro percebido” foram recalculadas adequando-se as escalas à “chave de respostas” prevista para o instrumento (conforme Apêndice B1). Assim, foram criadas novas variáveis para a obtenção do escore das escalas conforme a “chave de resposta” do instrumento;
- e) Além do rearranjo das respostas em novas variáveis com escala invertida, foi criada uma nova variável a partir da obtenção do escore das escalas conforme a “chave de resposta” do instrumento. A nova variável foi denominada de “Pontuação Instrumento PFWB”, que corresponde à soma

da pontuação de cada questão do instrumento a partir da “chave de resposta”;

- f) Uma última variável foi criada a partir do escore “Pontuação Instrumento PFWB”, denominada de “Pontuação Final PFWB”, que considera a pontuação do instrumento e sua equivalência na “segunda chave de respostas” do Apêndice B1, considerando ainda a idade e se o questionário foi respondido pela própria pessoa ou por um terceiro.

4.3. PREPARAÇÃO DO WORKSHOP COM AS PESSOAS SURDAS

De modo a possibilitar contribuições externas e colaborativas no planejamento do workshop com as pessoas surdas, foi incluída uma etapa no método: a preparação do workshop. Assim, foram inseridas duas etapas de triangulação, as quais foram denominadas de “Trabalho Coletivo de Geração de Ideias” (realizada com profissionais do mercado financeiro) e “Triangulação com Designers” (realizada com designers profissionais e pesquisadores da Área). Essa etapa foi desenvolvida especificamente com o objetivo de se gerar ideias que pudessem ser aplicadas e exploradas no workshop final com as pessoas surdas e também de validar e obter contribuições sobre as construções realizadas.

Com isso, optou-se por dividir a etapa de preparação do workshop em quatro: i) construção de briefing para os profissionais do mercado financeiro, ii) geração de ideias com profissionais do mercado financeiro, iii) construção das questões-guia e iv) triangulação das questões-guia e planejamento do workshop com designers, conforme será detalhado a seguir.

4.3.1. CONSTRUÇÃO DE BRIEFING PARA OS PROFISSIONAIS DO MERCADO FINANCEIRO

A dinâmica aplicada no trabalho coletivo com os profissionais do mercado financeiro, foi elaborada com a participação de dois profissionais da educação, sendo: i) um Doutor em Engenharia de Produção, com Pós-Doutorado na área de educação e Especialização em Design Estratégico, professor e ii) um Mestre em Administração com ênfase em Estratégia, Bacharel em Comunicação e Doutorando em Design Estratégico, que trabalha diretamente com projetos de educação.

Inicialmente, o autor elaborou a primeira proposta de trabalho da dinâmica a ser realizada, sendo definido um briefing inicial para compartilhamento com o público-alvo do trabalho coletivo de geração de ideias:

Como construir um workshop criativo com pessoas surdas, para que sejam produzidas diretrizes que contribuam para um projeto experimental e que melhore a experiência em educação financeira desse público com as instituições financeiras?

A primeira proposta de briefing foi elaborada com o objetivo de fornecer uma visão mais prática, mais projetual, que pudesse auxiliar o autor, em etapas seguintes, na continuidade do projeto de pesquisa com as pessoas surdas. Assim, com o objetivo de criticar a primeira proposta, os profissionais dessa etapa foram convidados a contribuírem com o briefing inicial a partir de uma dinâmica simples de apresentação de contexto (da pesquisa) e objetivos.

O briefing inicialmente proposto foi criticado pelos profissionais participantes da etapa e contribuições foram fornecidas. Um dos pontos de atenção identificados pelos profissionais foi de que o briefing provavelmente não estimularia os profissionais do mercado financeiro, ligados à área de educação financeira e inovação, a produzirem contribuições projetuais a serem exploradas com o público-alvo (pessoas surdas). Segundo um dos participantes, o briefing inicial estaria bem adequado caso fosse apresentado a profissionais da área do design, para produzir contribuições práticas. Mas não estaria adequado para os profissionais da proposta original (do mercado financeiro).

Assim, a sugestão foi para o autor escolher um entre os dois caminhos possíveis: i) não mexer no briefing e aplicar a dinâmica com profissionais do design ou ii) alterar o briefing e manter o objetivo de apresentar a dinâmica a profissionais do mercado financeiro.

O autor optou pela alteração do briefing, pois nessa etapa seria prioritário entender as visões e conexões possíveis da pesquisa com o mercado e não com as visões projetuais que poderiam ser obtidas com profissionais do design. O briefing foi assim reescrito:

Além dos gaps citados, na sua opinião o que mais poderia ser explorado (ou ser explorado em maior profundidade) para realização de um workshop com o público surdo, onde serão produzidas diretrizes que contribuam para um projeto experimental e que melhore a experiência em educação financeira desse público com as instituições financeiras?

Com a alteração do briefing, foi necessário planejar um material prévio que foi enviado aos profissionais do mercado financeiro com antecedência, para se prepararem para a etapa. Assim, conforme o Apêndice V1 foram apresentadas a contextualização da pesquisa que seria realizada com as pessoas surdas, principais descobertas encontradas com as investigações preliminares (chamados de “gaps”) e, na íntegra, os dois instrumentos (questionários) que foram aplicados na etapa quantitativa-descritiva com o público da pesquisa.

A nova versão do briefing e o material prévio de contextualização foram bem recebidos pelos profissionais que participaram dessa etapa e as etapas para realização do trabalho coletivo de geração de ideias foram assim planejadas e aplicadas:

- i. Envio do convite à instituição financeira que tem atuação no mercado financeiro, especialmente com área dedicada à educação financeira;
- ii. Definição em conjunto da data e horário da realização do trabalho coletivo;
- iii. Após marcação da data, local e horário da dinâmica, o autor enviou a contextualização do Apêndice V1, como forma de preparação.

4.3.2. GERAÇÃO DE IDEIAS COM OS PROFISSIONAIS DO MERCADO FINANCEIRO

A etapa inserida no processo de projeto teve o objetivo de colher contribuições de profissionais do mercado financeiro, ligados diretamente ao tema educação financeira, inovação e experiência, para que pudessem apresentar ideias para exploração com o público diretamente pesquisado: as pessoas surdas. Com isso, foi realizado um trabalho coletivo de geração de ideias com 5 pessoas que têm atuação direta nesses temas, em uma instituição financeira, além de um profissional da área da saúde conforme detalhamento apresentado a seguir.

As práticas aqui adotadas foram inspiradas nas proposições trazidas por Sanders e Stappers (2012) em relação aos kits de sensibilização para a promoção de trabalhos criativos e de Treadway *et al* (2016) sobre a importância do trabalho coletivo e a contribuição de múltiplos perfis de participantes em práticas de co-design.

Os profissionais do mercado financeiro que participaram do trabalho coletivo de geração de ideias são ligados a uma Cooperativa de Crédito de atuação nacional. Os perfis dos profissionais que participaram da dinâmica são apresentados a seguir, conforme Quadro 14:

Quadro 14: Perfil dos Participantes da Etapa Geração de Ideias

Atuação	Formação
Gestora de Projetos de Inovação e Educação Financeira	Profissional com graduação em Administração de Empresas, Pós-graduação em Marketing.
Especialista em Educação Financeira	Profissional com graduação em Administração de Empresas, MBA em Gerenciamento de Projetos, MBA em Gestão da Experiência do Cliente, 15 anos de experiência no mercado financeiro sendo 8 anos no cooperativismo.
Analista de Projetos de Inovação	Profissional com graduação em Relações Públicas, Mestranda em Comunicação Social, com Especializações nas áreas e marketing, Estratégia e Comunicação.
Profissional de Tecnologia	Ciências da Computação, Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Especialização em Marketing Digital.
Projetos de Inovação	Profissional graduado em Publicidade e Propaganda, com formação complementar em Design e em Ciências da Comunicação, MBA em Marketing Estratégico, Especialista em Negócios Digitais.
Profissional da Área da Saúde	Médico de Família e Comunidade, Especialista em Administração em Saúde. Mestrando do Programa em Tecnologia da Informação e Gestão em Saúde.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme Quadro 14, percebe-se que o grupo de trabalho, o qual é voltado a projetos de inovação e educação financeira, contou com profissionais diversificados em áreas de conhecimento, incluindo um profissional da área da saúde, o que proporcionou uma dinâmica ainda mais colaborativa e diversa.

No dia da realização da dinâmica, o autor lembrou os principais itens da pesquisa enviados previamente e deu início à discussão junto do grupo.

Após a breve contextualização e briefing da pesquisa, os participantes foram convidados a contribuir. As contribuições, as quais serão chamadas de “diretrizes” dos participantes são registradas a seguir. Optou-se por registrar todas as diretrizes e ideias, mesmo que não tivessem relação direta com um item passível de exploração em workshop de projeto com as pessoas surdas futuramente, pois inclusive foram sugeridos itens, que poderiam ser explorados em pesquisas futuras.

Assim, a seguir, após o detalhamento das diretrizes são apresentados comentários do autor sobre possível aplicação pelo mercado ou no workshop da

pesquisa detalhando os critérios de aplicabilidade, após interpretação do autor a partir das descobertas da pesquisa essa etapa:

- a. **Diretriz 1 – Identificação de clientes:** a primeira provocação trazida pelo grupo foi o desconhecimento da existência de cliente surdo na sua base de atendimento. Como instituição financeira, é possível que existam clientes surdos (ou familiares surdos) que eventualmente necessitem de atendimento complementar e adequado, mas que hoje podem não estarem sendo atendidos.

Comentário do autor: o item pode ser explorado com o público surdo em relação a como as instituições financeiras promovem a inclusão desses clientes para a oferta de produtos e serviços. Com uma base conhecida e próxima, projetos específicos para esse público podem ser desenvolvidos dentro da própria instituição financeira. Além disso, com a eventual identificação desse público dentro da base de clientes, seria possível dar continuidade à pesquisa dentro da própria instituição financeira, em caso de interesse.

- b. **Diretriz 2 – Publicações em redes sociais da instituição:** um dos participantes comentou que, com base nos gaps apresentados pelo autor na contextualização, as publicações da instituição financeira em redes sociais poderiam ser repensadas, para que fosse contemplada a interpretação em Libras para os clientes ou potenciais clientes que sejam surdos. Um dos participantes lembrou da criticidade da necessidade pela tradução em Libras para todos os conteúdos pois compreendeu que, dadas as limitações da pessoa surda alfabetizada em Libras como primeiro idioma, as legendas em português podem não ser suficientes.

Comentário do autor: existe um gap bem importante em relação ao primeiro idioma da pessoa surda (Libras). Portanto, os conteúdos para esse público devem priorizar a comunicação nesse idioma de forma prioritária. É um item passível de exploração no workshop com o público-

alvo da pesquisa, podendo ocorrer estímulos de contribuições sobre essa forma de comunicação do mercado com as pessoas.

c. **Diretriz 3 – Exploração do tema em outras áreas do conhecimento:**

um dos participantes estava desenvolvendo pesquisa de Mestrado na área da publicidade. A partir das primeiras descobertas da pesquisa do autor com o público surdo, um dos participantes comentou e pediu a opinião dos demais sobre se o tema (pessoas surdas e comunicação), deveria ou não ser melhor explorado pela área de comunicação e publicidade.

Comentário do autor: *os participantes concordaram com a exploração do ponto e trouxeram a ideia mais abrangente de que não são percebidas propagandas, de uma forma geral, relacionadas ao público surdo. Não ocorre uma distinção na comunicação, sendo priorizadas as práticas para público ouvinte (nem todas as propagandas contam com legendas e, em menor escala ainda, com Libras).*

d. **Diretriz 4 – Publicidade para pessoas surdas:** depois da discussão sobre a possível exploração do tema em outras áreas de conhecimento, os participantes provocaram ainda mais o assunto questionando como a Publicidade em geral poderia ser mais inclusiva, se pensasse exclusivamente em projetos de comunicação para pessoas surdas.

Comentário do autor: *um dos pontos que pode ser explorado em relação a esse item seria a elaboração de propagandas e comunicação exclusiva para o público surdo. No entanto, em uma proposta de Sistema Produto-Serviço, todos os elementos devem estar conectados de tal forma que a estratégia seja percebida de forma integral. Nesse caso, trata-se de um item relevante, mas pode não ter utilidade ou importância caso a comunicação com o público surdo não esteja de acordo com os processos de atendimento de uma instituição financeira, os quais podem não estar coerentes com o que estiver sendo transmitido.*

- e. **Diretriz 5 – A inclusão da pessoa surda nos processos de projeto da instituição financeira:** a discussão sobre a temática do design para o bem-estar de pessoas surdas através da educação financeira levou a instituição financeira para melhor compreensão da importância da inclusão da população surda no processo de projeto, para pensar produtos e serviços específicos, especialmente para esse público, por exemplo. Como Instituição Financeira, os participantes concordaram que é necessário e possível desenvolver ações nesse sentido. Essa provocação despertou inclusive o interesse em identificar profissionais surdos que já possam fazer parte do quadro funcional da instituição ou de parceiro para eventualmente contribuir (em complemento à Diretriz 1, anteriormente citada);

Comentário do autor: *o workshop de projeto previsto com as pessoas surdas terá esse objetivo. Portanto, é um item que será bem atendido na pesquisa da Tese. Posteriormente, pode ser transformado em método de design de projeto para esse e outros públicos.*

- f. **Diretriz 6 – Planilhas em Excel:** normalmente profissionais que orientam as pessoas no controle das suas finanças, utilizam-se da recomendação de planilhas em Excel para controle de gastos. Com isso, os participantes se questionaram se as planilhas em Excel disponibilizadas para seus clientes estariam ou não adequadas ao público surdo, se as instruções estão corretas ou mesmo se há a necessidade de se elaborar um tutorial em Libras para atender a necessidade daquela população.

Comentário do autor: *trata-se de um item com grande potencial de ser explorado junto aos participantes do projeto, pois trata de importante artefato utilizado pelas práticas de educação financeira. Nesse caso, a usabilidade desses materiais pode ser questionada.*

- g. **Diretriz 7 – Quais são as ferramentas utilizadas para controle da vida financeira da pessoa surda?** Quando o assunto é educação financeira, podem ser utilizadas várias ferramentas de planejamento, tais como

planilhas em Excel, aplicativos de organização financeira (aplicativo Guiabolso, por exemplo), listagem de gastos, PFM (*Personal Financial Management*) das próprias instituições financeiras, entre outros.

Comentário do autor: *essa questão surgiu como forma de identificar as ferramentas em uso junto da população-alvo da pesquisa: as pessoas surdas. Identificando as ferramentas de uso potencial, seria possível desenvolver estratégias de desenvolvimento e aprimoramento quando, por exemplo, as instruções aparecem em português apenas.*

- h. Diretriz 8 – Se a IF tivesse um atendimento qualificado para pessoa surda, isso influenciaria a decisão da escolha da Instituição Financeira?** Normalmente, não são percebidas tais práticas no mercado financeiro, conforme relatado pelo conhecimento empírico de cada participante do trabalho coletivo. Portanto, o questionamento surge como forma de identificar um fator de decisão caso esse modelo de atendimento fosse percebido com um fator diferencial. Inclusive foi trazida a questão da legislação bancária que regula o atendimento para esse público, que não é conhecida/divulgada.

Comentário do autor: *o mercado bancário realiza pesquisas frequentes sobre a qualidade dos serviços prestados. Portanto, uma hipótese levantada foi de que o público surdo não esteja sendo pesquisado, para que seja explorada uma oportunidade de atendimento para as necessidades específicas desse público.*

- i. Diretriz 9 – É a pessoa surda quem faz a sua própria organização financeira?** O grupo levantou a hipótese de que a organização financeira da pessoa surda possa ser realizada por terceiros (familiares, por exemplo). Portanto, surgiu o questionamento.

Comentário do autor: *item que poderia ser incluído em questão relacionada aos questionários de Sabedoria do Consumidor ou Bem-estar Financeiro Percebido, de forma semelhante ao que já ocorre no segundo*

questionário, que pergunta se as questões foram respondidas pela própria pessoa ou por terceiros. Outras questões podem ser exploradas, tais como: “por que um familiar participa da organização financeira de uma pessoa surda?”, “essa prática ocorre em função de alguma necessidade não contemplada? Qual?”, entre outras. Destaque para a inclusão de familiares no workshop (já planejado pela pesquisa).

- j. Diretriz 10 – Como ocorre o acesso a produtos e serviços de Instituições Financeiras? E como a pessoa surda percebe a ética nos negócios para essa prática?** Conectado com a questão anterior, o grupo também levantou a hipótese de que, eventualmente, as instituições financeiras podem não prestar o correto serviço inclusivo de bancarização da pessoa surda. Ou seja, pode acontecer de não haver esforço suficiente ou necessário para facilitar o acesso a produtos e serviços do mercado bancário ao público-alvo da pesquisa, sendo a comunicação a principal barreira. A ética também foi citada, como forma de identificar como que as pessoas surdas podem interpretar a abordagem de como produtos e serviços são oferecidos pelo mercado bancário.

Comentário do autor: *trata-se de um item que poderia ser explorado no workshop, vinculado com os assuntos relacionados à educação financeira. O entendimento de como a pessoa surda se sente (confortável ou não) com o acesso à produtos bancários de forma ética, pode ser um item de extrema relevância, pois a educação financeira está diretamente ligada: como saber se o produto ou serviço do banco é adequado para a pessoa surda?*

- k. Diretriz 11 – Sugerida a inclusão de uma questão adicional no questionário (ou Sabedoria do Consumidor ou Bem-estar Financeiro Percebido). Os participantes sugeriram incluir “é cliente de IF”. Se responder “sim”, sugeriram informar qual a instituição para avaliar se há concentração em bancos públicos ou privados:** o objetivo dessa questão seria de entender se as pessoas surdas tendem a estar mais concentradas em instituições financeiras públicas ou privadas. Não com

o objetivo comercial, mas sim pela eventual “comodidade” em ser cliente de bancos públicos por ser beneficiário de algum programa social de apoio.

Comentário do autor: o questionamento levantado está diretamente ligado à forma como ocorre o acesso ao mercado bancário. Especialmente se for levado em conta o processo de inclusão a partir de programas sociais e não, necessariamente, com o objetivo de ter acesso a um produto ou serviço financeiro. A principal questão foi: “que tipo de instituição fornece mais apoio à pessoa surda: bancos privados ou bancos públicos”, o que pode ser desdobrado em workshop de projeto, mas é importante que seja bem planejada e verificada a real necessidade e importância do questionamento.

- I. **Diretriz 12 – Sobre o teleatendimento para pessoa surda, muito mais que uma questão prática, é um diferencial? Ou é legislação?** Os participantes questionaram-se se há alguma legislação que obrigue a instituição financeira a prestar algum serviço em Libras (seja em atendimento remoto ou mesmo em agências bancárias, de forma presencial).

Comentário do autor: a aplicação pode ocorrer tanto em workshop de projeto quanto em análises vinculadas à pesquisa. Pois, em workshop pode ser explorada a questão de avaliação da experiência, se é um diferencial ou se atualmente o serviço esteja sendo prestado de forma adequada (caso a instituição financeira de relacionamento preste esse serviço). Adicionalmente, o item pode ser aprofundado em pesquisa para identificar a obrigatoriedade ou não de tal prática.

- m. **Diretriz 13 – Poderia existir algum atendimento sob demanda de intérprete de Instituição Financeira para ajudar uma pessoa surda em atendimento (interface imediata)?** Os participantes trouxeram um caso de uma prefeitura que recentemente implantou um processo de atendimento com recurso de intérprete de Libras sob demanda. No

entanto, o diferencial é que o atendimento não ocorre sob agendamento: o atendimento é imediato, de forma on line.

Comentário do autor: *essa diretriz pode ser conectada com um caso de experiência de usuário, cuja exploração pode ser, inclusive, prototipada em tempo de projeto. Salienta-se que já existem Instituições Financeiras que usam de tal prática, com atendimento sob demanda, a partir de empresas especializadas nesse tipo de serviço. Único ponto a ser melhor investigado estaria relacionado à correta capacitação dos profissionais intérpretes, que deveriam ser adequadamente treinados para tais atendimentos.*

- n. **Diretriz 14 – No caso de existir um atendimento sob demanda, o grupo levantou questões legais, relacionadas à possíveis interferências do intérprete na decisão da pessoa surda na escolha de produtos ou serviços:** o grupo comentou que em se tratando de um intérprete profissional contratado sob demanda, para auxiliar no atendimento relacionado a um processo de escolha de um produto ou serviço bancário, poderia haver interferência equivocada ou mesmo antiética por parte daquele profissional.

Comentário do autor: *essa aplicação está mais relacionada aos aspectos pós-projeto, que de um projeto de experiência, propriamente dito. Isto porque, primeiramente é um item que precisa ser melhor explorado com as pessoas surdas. Posteriormente, caso aplicável, possivelmente será importante avaliar legislação relacionada ao possível acesso a informações privilegiadas ou particulares (saldos bancários, por exemplo), por parte de um terceiro (no caso, o intérprete de Libras).*

- o. **Diretriz 15 – Em relação ao acesso a dados sensíveis de pessoas surdas, como funciona a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)?** Quando foi trazida questão sobre acesso a dados particulares em uma eventual sessão traduzida por um profissional intérprete de Libras, foi

lembrada a LGPD, que deveria garantir a proteção da pessoa surda nesse sentido.

Comentário do autor: *trata-se de um item que pode ser avaliado pós-projeto, caso a diretriz do atendimento sob demanda com o auxílio de um intérprete esteja adequado para as pessoas surdas.*

- p. Diretriz 16 – Profissionais Anbima:** os profissionais da Instituição Financeira lembraram das formações da Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), cujas certificações oferecem a habilitação para o profissional do mercado financeiro atuarem diretamente com o público.

Comentário do autor: *a Certificação Anbima normalmente é exigida pelas Instituições Financeiras para formação dos seus funcionários trabalharem diretamente em carteira de investimentos. Aqui, dois pontos podem ser explorados: i) se na Certificação Anbima há alguma forma de preparação dos candidatos em Libras e ii) se algum profissional certificado no Brasil é surdo. Explorando ainda mais o conceito, pode ser possível aprofundar para a possível formação totalmente em Libras, para que o profissional surdo seja certificado, para que ele mesmo possa prestar instruções para as próprias pessoas surdas.*

Conforme detalhado anteriormente, os participantes do trabalho coletivo contribuíram com 16 diretrizes, as quais podem ser aplicadas tanto no workshop com as pessoas surdas diretamente, quanto no aprofundamento da pesquisa, conforme os temas forem sendo explorados. Assim, apresenta-se no Quadro 15 um resumo das diretrizes com indicações avaliadas pelo autor para explorações em etapas futuras da pesquisa e também em pesquisas futuras de uma forma geral e abrangente no meio acadêmico:

Quadro 15: Resumo das Diretrizes e Aplicações

Diretriz	Workshop	Pesquisa
Diretriz 1: Identificação de clientes		X
Diretriz 2: Publicações em redes sociais da instituição	X	
Diretriz 3: Exploração em outras áreas do conhecimento		X
Diretriz 4: Publicidade para pessoas surdas	X	X
Diretriz 5: A inclusão da pessoa surda nos processos de projeto	X	
Diretriz 6: Planilhas em Excel	X	
Diretriz 7: Ferramentas utilizadas	X	
Diretriz 8: Influência de escolha da Instituição	X	
Diretriz 9: Quem faz a organização financeira	X	
Diretriz 10: Acesso a Produtos e Serviços	X	
Diretriz 11: Inclusão de questão nos instrumentos de pesquisa	X	
Diretriz 12: Teleatendimento	X	X
Diretriz 13: Interface imediata em Libras em Agência Bancária	X	X
Diretriz 14: Influência (interferência) dos intérpretes	X	X
Diretriz 15: LGPD e proteção de dados		X
Diretriz 16: Profissionais Anbima	X	X

Fonte: Elaborado pelo autor.

De forma resumida, portanto, de acordo com o Quadro 15, percebe-se que das 16 contribuições dos profissionais do mercado financeiro, 13 podem ser avaliadas para inclusão no workshop de projeto com as pessoas surdas e 8 podem ser exploradas em temáticas de pesquisas futuras. Cinco das diretrizes apresentadas podem ser exploradas tanto em workshop quanto em pesquisas.

A prática coletiva demonstrou-se muito efetiva nessa etapa, especialmente pela participação de profissionais do mercado financeiro. Os profissionais atuantes no mercado trouxeram as perspectivas práticas envolvidas nas questões relacionadas não apenas à educação financeira, mas também ao próprio mercado. A dinâmica foi enriquecida ainda mais por envolver profissionais ligados também à inovação e da área da saúde, o que resultou em uma conexão prática natural, deixando os participantes instigados a refletirem profundamente sobre o tema.

Destaca-se, oportunamente, que não foram percebidos pelo autor vieses comerciais na exploração do tema pelos profissionais da Instituição Financeira onde a dinâmica da prática coletiva foi realizada.

Como explorações do tema em etapas futuras, o grupo entendeu os importantes desafios da pesquisa (inclusive na prática social) e colocou a mesma equipe à disposição do autor, caso fosse necessário.

4.3.3. CONSTRUÇÃO DAS QUESTÕES-GUIA

Considerando as diretrizes exploradas com os profissionais do mercado financeiro (conforme capítulo 4.3.2), e que o instrumento “sabedoria do consumidor” é um preditor do bem-estar financeiro percebido, foram definidas as seguintes questões- guia para utilização na construção do roteiro de entrevistas (etapa qualitativo-exploratória) com as pessoas surdas (sendo “CW”, originária do instrumento “sabedoria do consumidor” e “PM”, originária da geração de ideias com os “profissionais do mercado financeiro”)²⁴:

- 1) Responsabilidade (CW): como as instituições financeiras podem ajudar no planejamento e responsabilidade financeira dos clientes surdos incentivando-os a ter uma noção realista de seu estilo de vida e orçamento?
- 2) Objetivo (CW): de que maneira as instituições financeiras podem apoiar os clientes surdos na definição e alcance de objetivos pessoais, promovendo escolhas de gastos e economias (gerenciamento financeiro) alinhadas com esses objetivos?
- 3) Flexibilidade (CW): que estratégias as instituições financeiras podem implementar para incentivar opções de empréstimo, aluguel ou compartilhamento de produtos entre os seus clientes surdos, que incentivem a melhores escolhas de consumo?
- 4) Perspectiva (CW): como as instituições financeiras podem auxiliar os clientes surdos a analisarem múltiplas perspectivas (experiências passadas, custo-benefício, ter ou usar, comprar ou alugar) ao tomar decisões financeiras?

²⁴ Pra fins dessa pesquisa, optou-se por explorar os componentes (ou fatores) que compõem a sabedoria do consumidor, uma vez que este é um dos preditores do bem-estar financeiro percebido. Não foram exploradas, diretamente, portanto, fatores de avaliação direta do bem-estar financeiro percebido, justamente pela intenção de favorecer a sabedoria do consumidor para que possa predizer as avaliações de bem-estar.

- 5) Raciocínio (CW): quais as estratégias as instituições financeiras podem adotar para promover o desenvolvimento de habilidades de raciocínio entre seus clientes surdos, capacitando-os a tomar decisões financeiras mais informadas a respeito de produtos ou serviços que estejam procurando?
- 6) Sustentabilidade (CW): de que forma as instituições financeiras podem apoiar escolhas de consumo sustentáveis e éticas entre seus clientes surdos, incentivando a responsabilidade ambiental e social?
- 7) Diretriz 2 (PM): como seriam as publicações ideais de instituições financeiras para se comunicarem com os surdos, sobre o tema “educação financeira”, nas redes sociais e sítios na internet?
- 8) Diretriz 4 (PM): como seriam as publicidades ideais sobre produtos financeiros bancários para pessoas surdas?
- 9) Diretriz 5 (PM): como seria o envolvimento das pessoas surdas em processos de projeto com as instituições financeiras, para desenvolvimento de produtos e serviços comunicando com esse público?
- 10) Diretriz 6 (PM): as planilhas em Excel divulgadas pelas instituições financeiras na internet, para auxiliar o planejamento financeiro, ajudam as pessoas surdas? Estão adequadas? O que poderia melhorar?
- 11) Diretriz 7 (PM): o que a pessoa surda costuma utilizar para realizar o seu planejamento financeiro (exemplos: planilhas, aplicativos, anotações)?
- 12) Diretriz 8 (PM): Se a IF tivesse um atendimento qualificado e exclusivo para pessoa surda, isso influenciaria a decisão da escolha da Instituição Financeira?
- 13) Diretriz 9 (PM): algum familiar participa da sua organização financeira? Se sim, por qual motivo? O que poderia melhorar se houvesse a participação de uma instituição financeira?

- 14)Diretriz 10 (PM): Como ocorre o acesso a produtos e serviços de Instituições Financeiras? E como a pessoa surda percebe a ética nos negócios para essa prática?
- 15)Diretriz 12 (PM): o teleatendimento das instituições financeiras para pessoas surdas, com comunicação em Libras é importante? O que pode melhorar?
- 16)Diretriz 13 (PM): como seria a experiência de um atendimento em agência bancária, sob demanda, com um intérprete capacitado para ajudar uma pessoa surda em atendimento?
- 17)Diretriz 16 (PM): Como seria o atendimento de pessoas surdas em instituições financeiras, com profissionais certificados especificamente para orientações de investimento (certificações CPA 10, CPA 20, por exemplo)?

Das diretrizes obtidas na geração de ideias com os profissionais do mercado financeiro, apenas as diretrizes 11, 14 e 15 não foram consideradas inicialmente.

Na diretriz 11 a sugestão foi de incluir no questionário de pesquisa, uma questão relacionada à identificação da instituição financeira de principal relacionamento da pessoa surda. Como a pesquisa não está relacionada à avaliação das instituições financeiras ou individualização de tratamentos práticos em agências para o público surdo, não foram incluídas questões para identificação das instituições financeiras dos respondentes. Ainda, considera-se o caráter nacional da pesquisa, no âmbito da Estratégia Nacional de Educação Financeira, que abrange todas as instituições financeiras do país, independentemente de banco público ou privado.

Já a diretriz 14, que trata da influência ou interferência dos intérpretes de Libras em eventuais atendimentos em agências, também foi desconsiderada por caracterizar o intérprete como um profissional que estaria capacitado pela instituição financeira, para prestar serviço às agências de forma remota, subentendendo-se que tais capacitações e/ou restrições a interferências ou persuasão fazerem parte do processo de treinamento desse profissional em caso de implantação futura. Essa

avaliação está relacionada também à diretriz 15, que trata da Lei Geral de Proteção de Dados, a ser seguida pelas instituições financeiras. Utilizando-se de um profissional intérprete para atendimento de clientes, a instituição financeira estaria sujeita à Lei Geral de Proteção de Dados em qualquer situação. Por esse motivo também, a Diretriz 15 foi desconsiderada da formulação das questões-guia.

As questões-guia, portanto, foram utilizadas para a triangulação com designers na etapa seguinte.

4.3.4. TRIANGULAÇÃO DAS QUESTÕES-GUIA E PLANEJAMENTO DO WORKSHOP COM DESIGNERS

De acordo com o Capítulo 3.4, com o objetivo de aprimorar e aperfeiçoar as práticas da pesquisa, reduzindo a intervenção e viés do pesquisador, optou-se pela triangulação de pesquisadores, com a participação de profissionais designers, Mestra e Mestrandas em Design Estratégico.

Os objetivos da triangulação foram:

- a) Triangular as questões-guia elaboradas pelo pesquisador, viabilizando discussão sobre o conteúdo e forma preparando-as para a elaboração do roteiro de entrevista e também para o workshop final com as pessoas surdas;
- b) Triangular a proposta de dinâmica prevista no método, e formato da proposta de realização do workshop com as pessoas surdas.

Foram convidados para participar da triangulação, 5 profissionais conforme perfis apresentados no Quadro 16 a seguir:

Quadro 16: Perfil dos participantes da Triangulação

Formação	Atuação
Designer, Mestranda em Design Estratégico, com pesquisa relacionada à compreensão entre as expectativas da graduação e do mercado profissional para o designer estratégico.	Setor de planejamento em agência de publicidade.
Bacharel em Administração, Pós-graduada em Finanças e Controladoria, Pós-graduada em Docência, Mestranda em Design Estratégico com pesquisa relacionada à educação financeira de jovens e adolescentes.	Estratégias de negócios, produtos, meio de pagamentos para o mercado financeiro.

Continua

Conclusão

Formação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, Mestranda em Design Estratégico.	Proprietária de estúdio de design com foco em branding.
Bacharel em Design, Mestranda em Design Estratégico, com pesquisa relacionada a experiência do usuário no ambiente digital.	Designer de produto digital em multinacional.
Arquiteta e Urbanista, Mestre em Diseño de Espacios Comerciales y Retail, Mestre em Design Estratégico.	Desenvolvedora de projetos educacionais.

Fonte: Elaborado pelo autor.

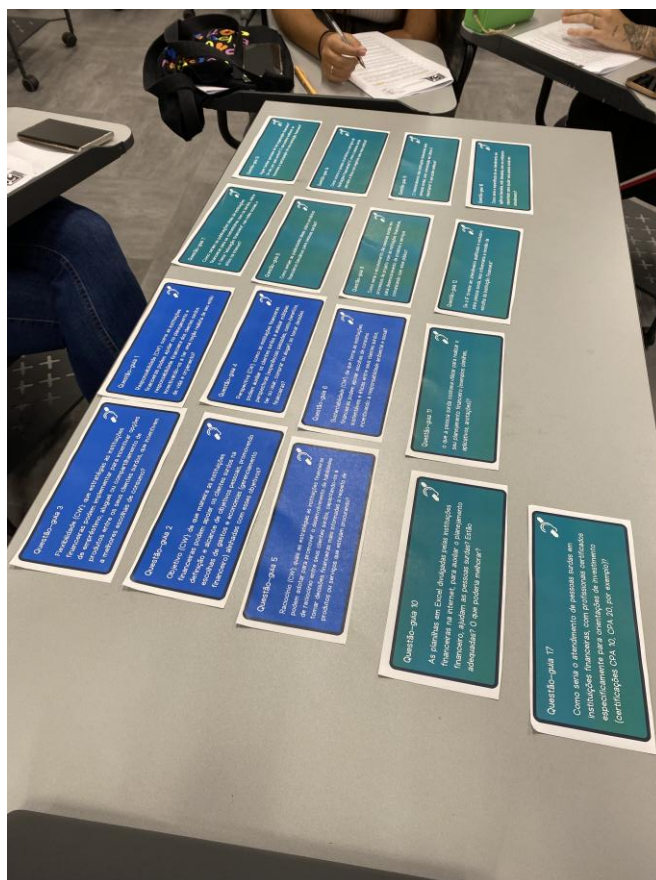
Para os profissionais referidos no Quadro 16, foi enviada a contextualização da pesquisa adicionada das 17 questões-guia referidas no Capítulo 4.3.3. (conforme Apêndice “V2”), para entendimento geral prévio da dinâmica de triangulação que seria proposta.

Na data e local marcado para a realização da etapa, após a breve revisão da contextualização e objetivos da pesquisa, a triangulação foi dividida em duas etapas:

- a) Primeira etapa: na primeira etapa foram distribuídas as 17 questões-guia inicialmente propostas pelo pesquisador (Capítulo 4.3.3). Os participantes foram convidados a avaliarem os conteúdos das questões e objetivos das investigações para que fornecessem suas contribuições para adequações, exclusões ou inclusões de textos ou conceitos;
- b) Segunda etapa: na segunda etapa, o pesquisador informou a proposta original do workshop envolvendo as pessoas surdas no processo de projeto e informou que a atividade deverá contar com surdos, familiares/amigos, designers, outros profissionais e intérpretes de Libras, em dinâmicas inspiradas em processos de design descritos no Capítulo 3.5.3 (descoberta, interpretação, ideação, experimentação e evolução). Os participantes foram convidados a contribuir na organização da montagem dos grupos e dinâmica de discussão a partir do público participante, conforme propostas para realização do workshop.

Na primeira etapa, foram distribuídas as 17 questões inicialmente planejadas pelo pesquisador, conforme apresentado na Figura 18 a seguir:

Figura 18 – Questões-guia analisadas na triangulação



Fonte: Registro do autor.

De acordo com a Figura 18, as fichas contendo as 17 questões-guia inicialmente elaboradas pelo pesquisador foram analisadas e discutidas pelos participantes da triangulação. As considerações recebidas foram:

- a) Questão 1 e Questão 2: inicialmente o grupo entendeu que as questões têm similaridade e, portanto, foi sugerida a unificação em uma única pergunta. Além disso, foi sugerido alterar a definição de “noção realista” e simplificação do termo “objetivos pessoais”, pois é muito abrangente e substituição do termo “economia” por “poupança”. A sugestão apresentada foi: *“Como as instituições financeiras podem contribuir com a gestão financeira do dia a dia da pessoa surdas, para que essas consigam gerenciar melhor seus gastos e objetivos de poupança?”*
- b) Questão 2: unificada com a questão 1;
- c) Questão 3: os pesquisadores que participaram da triangulação sugeriram simplificar a questão e incluir um exemplo, para favorecer o entendimento.

Sugestão: *“Que estratégias as instituições financeiras podem oferecer para seus clientes surdos, que incentivem alternativas e escolhas antes de realizar algum gasto ou contratar um empréstimo?”*;

- d) Questão 4: participantes sugeriram simplificar ou exemplificar dois dos termos usados. Os termos são: “múltiplas perspectivas” e “custo-benefício”. Sugestão foi: *“Como as instituições financeiras podem auxiliar os clientes surdos a analisarem sua vida financeira primeiro, antes de tomar qualquer decisão sobre uso do dinheiro?”*;
- e) Questão 5: participantes sugeriram simplificar o termo “habilidades de raciocínio”. Nesse caso, a sugestão foi: *“Quais as estratégias as instituições financeiras podem adotar para ajudar o cliente surdo a melhorar suas decisões a respeito de produtos bancários que estejam procurando?”*;
- f) Questão 6: os pesquisadores sugeriram retratar melhor o termo “consumo sustentável”. A sugestão de reescrita da questão foi: *“Como as instituições financeiras podem promover e facilitar escolhas de consumo entre clientes surdos, alinhadas com os princípios de sustentabilidade?”*;
- g) Questão 7 e Questão 8: grupo entendeu que não há “publicação ideal” e sugeriu unificar com as questões 7 e 8. Assim, os participantes sugeriram substituir a questão por: *“Você se identifica com as propagandas e publicidades da sua instituição financeira?”*;
- h) Questão 9: os participantes sugeriram abordar a questão mais diretamente, questionando a pessoa surda sobre sua preferência. Assim, a questão foi reescrita: *“Você gostaria de participar de um processo de projeto de instituição financeira que explorasse a educação financeira para pessoas surdas? Como você entende que seria sua participação?”*;
- i) Questão 10: os pesquisadores sugeriram não abordar diretamente uma ferramenta (Excel), para não ancorar o participante do workshop na sua percepção. Assim, a sugestão foi: *“Quais as ferramentas de apoio à educação financeira o seu banco de relacionamento oferece?”*;
- j) Questão 11: os participantes entenderam que a questão 11 já estaria contemplada nas questões 1 e 2. Portanto, essa questão foi eliminada;
- k) Questão 12: o termo “qualificado” pareceu muito subjetivo e complexo para entendimento por parte dos participantes. Assim, a palavra “qualificado” foi

excluída do texto da questão final (*“Se a sua instituição financeira oferecesse um atendimento exclusivo para pessoa surda, isso influenciaria na decisão da escolha?”*);

- l) Questão 13: o grupo sugeriu excluir a terceira parte da questão (*“o que poderia melhorar se houvesse a participação de uma instituição financeira?”*). Assim, a questão final foi assim reescrita: *“Algum familiar participa da sua organização financeira? Se sim, por qual motivo?”*;
- m) Questão 14: os participantes sugeriram inverter os conceitos da questão original, simplificando o entendimento. A questão 14 foi assim reescrita: *“Como a pessoa surda percebe a ética nos negócios dos bancos quando oferecem produtos e serviços financeiros a pessoas surdas?”*;
- n) Questão 15: o grupo sugeriu substituir o termo *“teleatendimento”* por *“atendimento remoto”* ou *“atendimento por vídeo”*, além de incluir o sujeito *“Você”* no início da frase. Além disso, participantes sugeriram incluir o termo *“pelas instituições que oferecem essa facilidade”*, pois nem todas as instituições financeiras podem oferecer tal prática. Assim, a questão 15 foi reescrita como: *“Você entende que o atendimento por vídeo, pelas instituições que oferecem essa facilidade, é importante para as pessoas surdas? Você entende que funciona bem? O que poderia melhorar?”*;
- o) Questão 16: o grupo entendeu que o questionamento já estaria contemplado na questão 12. Assim, a questão 16 foi excluída;
- p) Questão 17: os participantes entenderam que, apesar da importância desses profissionais, nem todos os clientes (surdos ou ouvintes) conhecem a relevância ou necessidade das certificações CPA. Além disso, o grupo entendeu que as Certificações podem ser interpretadas como uma lacuna dentro das próprias instituições financeiras. Assim, a questão foi assim definida: *“Você sabe que existem profissionais especializados e Certificados dentro de Agências Bancárias para fornecimento de informações sobre investimentos para os clientes?”*

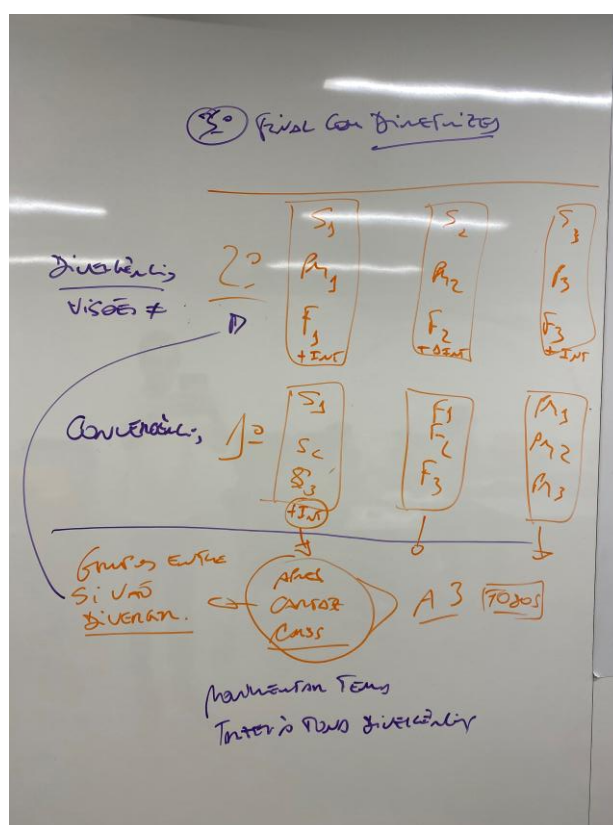
A relação final das questões-guia após a avaliação e discussão com os pesquisadores da triangulação são apresentadas no Apêndice X.

Na segunda etapa, o pesquisador comentou sobre a proposta metodológica inicialmente planejada para a aplicação com as pessoas surdas, conforme Capítulo

3.5.3. Dessa forma, os participantes da triangulação apresentaram sugestões para a criação de grupos e dinâmicas das etapas de “descoberta” e “interpretação”.

Os participantes da triangulação entenderam que as etapas de “descoberta” e “interpretação” assemelhavam-se a processos de convergência e divergência, antes da etapa de “ideação”, de forma análoga ao pensamento convergente e divergente ilustrado por Brown (2009). Assim, os participantes sugeriram montar os grupos homogêneos na primeira etapa e heterogêneos na segunda, conforme esquema criado durante a triangulação realizada apresentado na Figura 19:

Figura 19 – Esquema elaborado na triangulação



Fonte: registro do autor.

Assim, conforme Figura 19, a partir do público previsto para o workshop (inicialmente planejado com designers, familiares/amigos de pessoas surdas, profissionais do mercado financeiro, por exemplo), definiu-se pela montagem dos grupos, em duas etapas (Convergência e Divergência) conforme será detalhado no Capítulo 4.7.

4.4. REALIZAÇÃO DA ETAPA QUALITATIVA-EXPLORATÓRIA

A realização da etapa qualitativa-exploratória envolveu as seguintes fases:

- a) Identificação das pessoas surdas predispostas a participar da etapa, conforme assim informado na etapa quantitativa-descritiva;
- b) Envio dos convites por e-mail para 20 pessoas, considerando diversidade em relação ao nível de bem-estar financeiro percebido calculado conforme chave de resposta referida no Capítulo 4.1.6. “f” e variedades de UFs;
- c) Recebimento da confirmação para participação. O aproveitamento foi de 30% (6 pessoas confirmaram a participação, de um total de 20 convites enviados). Posteriormente, um participante desistiu da entrevista, sendo convidado outro, em substituição;
- d) Para os 6 participantes que confirmaram, foram combinadas as possíveis datas e horários da realização da entrevista, sendo também realizadas as marcações com o intérprete profissional;
- e) Após a confirmação das datas e horários, foram enviados aos participantes o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido por e-mail.

Para a realização das entrevistas, foi desenvolvido um roteiro conforme Apêndice Z.

4.5. DINÂMICA E ORGANIZAÇÃO DAS ETAPAS DO WORKSHOP

Antes de fazer os convites para os participantes, foi necessário organizar a dinâmica e organização das seções que seriam desenvolvidas durante a execução do workshop, para melhor dimensionamento e distribuição do tempo necessário para essa etapa da pesquisa.

Assim, ao final das etapas quantitativa-descritiva e qualitativa-exploratória, os gaps identificados pelos surdos foram previamente avaliados pelo pesquisador, para melhor definição do caminho a seguir no workshop de projeto e projeto experimental. Essa etapa seria necessária para dar conta do briefing a ser definido para que workshop de projeto não se tornasse superficial ou mesmo complexo demais e com riscos de ficar incompleto.

Assim, a execução do workshop se manteve conforme o planejamento já detalhado no Capítulo 4.3.4. Porém, dada a complexidade dos assuntos que pudessem ser abordados caso fosse oportunizado um tema “livre” para os participantes das etapas de convergência e divergência, optou-se por definir dois atributos importantes, denominados de “produto bancário” e “estímulos”, conforme objetivos e características detalhadas a seguir.

4.5.1. DEFINIÇÃO DO PRODUTO BANCÁRIO

Foi definido apenas um produto bancário para discussão durante o workshop de projeto: o produto bancário poupança. A poupança é um dos produtos bancários mais populares do mercado, também o mais acessível. Entretanto, conta com características e regulação complexas, que acabam sendo necessárias explicações complementares e normalmente passam despercebidas do público em geral. Algumas características do produto²⁵:

- a) Produto tem grande facilidade de adesão;
- b) É um produto de fácil utilização;
- c) É livre de taxas ou impostos;
- d) Está disponível para menores de idade;
- e) Tem alta liquidez (disponibilidade de saque a qualquer momento);
- f) É garantida pelo Fundo Garantidor de Crédito;
- g) Tem baixíssimo risco;
- h) Porém, tem baixo rendimento frente a outras aplicações de maior risco;
- i) O rendimento pode ser nulo, caso um saque seja feito antes da “data de aniversário”;
- j) Risco de rendimento negativo frente à inflação;
- k) Poupanças com depósito antes do ano de 2012 têm metodologia de rendimento diferente;
- l) Os rendimentos quando a taxa básica SELIC é inferior a 8,5% ao ano são diferentes quando a SELIC for superior a 8,5%;
- m) Recursos da captação da poupança são aplicadas pelos bancos no crédito imobiliário.

²⁵ Fonte: Serasa (em <https://www.serasa.com.br/blog/conta-poupanca-o-que-e-e-como-funciona/>).

Dessa forma, mesmo um produto de operacionalização aparentemente simples, a complexidade em torno da regulação e características específicas, podem desfavorecer o entendimento integral tanto para surdos como para ouvintes, tendo relação direta com os conteúdos de educação financeira costumeiramente divulgados pelo mercado.

O objetivo de se definir um produto bancário específico para a abordagem do workshop foi de disponibilizar um tema-base para que ocorresse a discussão entre surdos e ouvintes, dentro dos objetivos desse projeto de pesquisa. Além disso, o objetivo da etapa não seria avaliar diretrizes para um determinado produto bancário, mas sim a forma como as instituições financeiras prestam informações a respeito desses produtos para os clientes.

Além da definição do produto bancário a ser discutido no workshop de projeto, foram definidos pelo pesquisador 3 principais estímulos, os quais foram definidos a partir dos resultados das etapas anteriores da pesquisa. As descrições dos estímulos e objetivos são apresentadas no Capítulo seguinte.

4.5.2. DEFINIÇÃO DOS ESTÍMULOS

A execução do projeto experimental sugeriria a colocação em prática de alguma diretriz construída em workshop de projeto, considerando a relevância para o público surdo. Por esse motivo, optou-se por desenvolver a etapa de workshop com a participação conjunta de surdos e ouvintes para que os primeiros pudessem expor as suas necessidades e sugestões, e que os segundos pudessem entender, empaticamente, como tais situações poderiam se converter em diretrizes de projeto.

Assim, a partir dos subsídios das entrevistas em profundidade, o pesquisador definiu três temas macro, denominados “estímulos” para formação dos grupos e discussão durante o workshop de projeto:

a) Estímulo 1: Glossário

Pessoas surdas reportaram em entrevistas em profundidade que os conteúdos de educação financeira disponíveis não contam com detalhamento que expliquem as terminologias do mercado financeiro. Assim, a exploração do tema-macro “Glossário” propunha o seguinte questionamento: **“Como seria um Glossário**

que pudesse auxiliar a pessoa surda na compreensão de informações educativas sobre o produto poupança?”.

b) Estímulo 2: explicações, conteúdos e sinais

Os surdos contribuíram nas entrevistas que as explicações dos produtos bancários não são completas, inclusive por faltar sinais em Libras para explicações melhores e que fossem de melhor compreensão. E reforçaram que o ouvinte tem “vantagem” por contar com material prévio, e um nível maior de detalhamento. Assim, a exploração no workshop seria balizada pela seguinte questão: **“Como seria a exposição de conteúdos e explicações do produto poupança para a pessoa surda? Quais sinais do produto Poupança poderiam ser criados para facilitar as explicações para o público surdo e como poderia ser desenvolvido um trabalho de forma nacional?”.**

c) Estímulo 3: representação visual

Pessoas surdas comentaram também nas entrevistas que seria importante que os conteúdos de educação financeira fossem complementados por representações visuais, que tornassem mais claras as explicações dos produtos bancários. Assim, o questionamento proposto foi: **“Como seria a representação visual do produto poupança para melhor explicar o conteúdo e terminologias para o público surdo?”.**

A definição e detalhamento dos estímulos referidos anteriormente foram três das mais relevantes referências, assim trazidas pelos surdos nas entrevistas em profundidade. Por essa razão, foram definidos como temas-macro para discussão durante o workshop de projeto e, dessa forma, foi proposta a divisão do workshop em 3 grupos de discussão conforme será detalhado no Capítulo 4.7.

4.6. OBSERVADORES NÃO PARTICIPANTES

Uma vez que o workshop de projeto consideraria a formação de grupos por perfis, em duas etapas (convergência e divergência) e também para cada estímulo (conforme detalhado no Capítulo 4.5) o pesquisador não poderia atuar como observador dos grupos para identificar e registrar as interações entre surdos e

ouvintes, intermediadas pelos intérpretes. Dessa forma, optou-se por incluir um observador/investigador não-participante em cada grupo de discussão, nas duas rodadas (convergência e divergência).

Conforme Richardson *et al* (2012) apud Campos *et al* (2021), na observação não-participante o investigador não se insere em um grupo social como se fosse membro do grupo observado, apenas atua como espectador, com o objetivo de identificar e registrar fatos que interessam ao trabalho.

Com isso, para fins dessa pesquisa, foram convidados 4 designers para participação. Os designers foram orientados previamente sobre as dinâmicas do workshop. Além disso, os designers observadores convidados receberam 10 questões para usar como referência nas observações, considerando que estavam tendo o primeiro contato com o tema.

As questões foram elaboradas pelo pesquisador a partir das investigações preliminares da pesquisa (conforme explicadas no Capítulo 4.3.1.), replicadas abaixo:

- a) Pessoa surda limitada aos conteúdos de educação financeira construído pelas próprias Instituições Financeiras;
- b) Conteúdo complementar de educação financeira pode estar disponível apenas em português;
- c) Importância de incluir a pessoa surda no processo de projeto em Instituições Financeiras;
- d) Pessoas surdas são grupos historicamente subpesquisados;
- e) Instituições financeiras alicerçadas em inclusão com a implantação de intérpretes automáticos;
- f) Pessoas surdas com necessidade constante de quebrar barreiras de comunicação com o público ouvinte.

Além das investigações preliminares destacadas acima, também foram consideradas para a elaboração das questões de observação, as seis categorias da análise de conteúdo (deficiências na comunicação, fontes de consulta sobre educação financeira, impacto dos produtos financeiros no bem-estar, comportamentos de consumo, atendimento de instituição financeira e necessidades ignoradas).

As questões sugeridas para os observadores, construídas pelo pesquisador, foram assim definidas, portanto:

- i. Você notou interesse dos profissionais do mercado financeiro em entender a necessidade da pessoa surda? Como você evidenciaria esse comportamento?
- ii. Você percebeu que os amigos/familiares tiveram influência no processo de construção das diretrizes de projeto? Por quê?
- iii. Você percebeu algum desinteresse da pessoa surda em contribuir, em razão das possíveis dificuldades de comunicação (intérprete – ouvinte – intérprete)?
- iv. Você percebeu envolvimento, animação, empolgação, da pessoa surda em contribuir, podendo se comunicar na sua primeira língua? Qual a situação que você pode narrar com tal evidência?
- v. Os grupos contaram com profissionais do mercado financeiro, especialistas nos temas abordados para o Workshop. Você percebeu consultas a materiais complementares (sítios de notícias ou especializados), a partir de celulares ou notebooks? Quais foram as informações aproveitadas/esclarecidas?
- vi. Você percebeu dificuldade da pessoa surda ao se expressar com os intérpretes, em razão de “olhar para uma pessoa e observar a reação do outro”?
- vii. Os participantes surdos relataram algum ponto positivo das interações realizadas com os profissionais de mercado, sendo intermediados por um intérprete? Como você evidenciaria essa situação?
- viii. Os participantes ouvintes fizeram alguma menção de destaque, evidenciando que a dinâmica para pessoa surda é importante?
- ix. Algum participante ouvinte comentou “eu preciso aprender Libras”, durante a dinâmica? Você pode relatar a situação em que ocorreu, para que fizesse esse comentário?
- x. Os participantes surdos relataram, em algum momento durante a dinâmica “agora eu entendi essa explicação”, fazendo referência a algum item discutido durante o processo? Você pode relatar a situação?

Destaca-se que apenas os observadores convidados tiveram contato com as questões de observação e que também foram orientados a não se limitarem às questões acima, podendo registrar todo e qualquer comentário que entendesse relevante para os objetivos da pesquisa.

4.7. WORKSHOP DE PROJETO

O workshop de projeto foi realizado com a participação de 19 convidados sendo: 5 surdos, 7 designers, 7 profissionais do mercado (sendo 3 especialistas em educação financeira, 1 especialista em atendimento de agência bancária, 1 advogado, 1 contadora, 1 administradora), além de 4 intérpretes de Libras profissionais. Os surdos foram convidados a levarem familiares e/ou amigos para também participarem das dinâmicas.

A abertura do workshop foi realizada pelo pesquisador que apresentou de forma breve a contextualização e problema de pesquisa, quais os objetivos das Rodadas 1 e 2 (convergência e divergência, dinâmica originada da etapa de triangulação entre designers, conforme Figura 19 e Capítulo 4.3.4.), os estímulos que seriam abordados e os motivos pelos quais foi escolhido o produto bancário poupança para as dinâmicas do dia.

O pesquisador explicou ainda que a Rodada 1 tinha duração prevista de 45 minutos e a Rodada 2 de 1 hora e 15 minutos.

Cada grupo recebeu um conjunto de orientações impressas próprias do perfil do participante. Assim, os surdos receberam material contendo apenas orientação da participação do surdo, os profissionais do mercado apenas com instruções de suas participações, assim como designers e observadores. O objetivo dessa dinâmica foi de manter reservada a atuação de cada perfil de participante, a fim de evitar planejamentos prévios entre participantes, que já poderiam elaborar estratégias para suas proposições durante a atividade.

Assim, a primeira rodada (Convergência) foi montada com 3 grupos homogêneos, sendo: 1 grupo apenas de surdos, 1 grupo somente com profissionais de mercado e 1 grupo apenas com designers. Os familiares/amigos participaram do grupo de surdos. Cada grupo contou ainda com um observador não participante.

A segunda rodada (Divergência) foi formada por grupos heterogêneos, e contaram, no mínimo com 1 surdo, 1 profissional do mercado, 1 designer, 1 intérprete e 1 observador.

Oportuno destacar que todos os participantes, incluindo intérpretes, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido conforme Apêndice C2.

4.8. PROJETO EXPERIMENTAL

O projeto experimental foi realizado como forma de validar as diretrizes obtidas na etapa de *workshop* com surdos, designers, profissionais do mercado financeiro, familiares/amigos, sendo planejada uma simulação de atendimento profissional em agência bancária para pessoas surdas.

O detalhamento da organização e planejamento do projeto experimental são apresentados nos capítulos 5.4. e 5.5.

Para a realização do experimento foram convidados a participar:

- a) Uma pessoa surda;
- b) Um intérprete profissional, que participou no papel de profissional do mercado financeiro;
- c) Um intérprete auxiliar, que explicou a aplicação do roteiro pelas pessoas surdas;
- d) Um observador não-participante, responsável por registrar suas observações com a execução da dinâmica.

A intenção de usar um intérprete no papel de profissional do mercado financeiro foi a de facilitar o treinamento e preparação para a participação no experimento. A capacitação de ouvintes, profissionais do mercado financeiro, em Libras e minimamente em cultura surda não atenderia os objetivos do projeto no tempo disponível e poderia comprometer a execução do experimento. Portanto, considerando o impacto de tais fatores no seguimento dos roteiros (conforme detalhado no Quadro 17, a seguir), o pesquisador optou por usar intérpretes nessa etapa em razão do conhecimento desse profissional, inerente à profissão, na cultura surda e comunicação em Libras.

Todos os participantes receberam um roteiro a ser seguido, conforme sua expectativa de contribuição, exceto o Participante 4 (intérprete auxiliar). Tais roteiros foram distribuídos individualmente a cada participante, sendo que nenhum deles teve acesso ao roteiro do outro.

Assim, os roteiros distribuídos são apresentados no Quadro 17, a seguir:

Quadro 17: Roteiros dos personagens do experimento

Participante	Papel	Descrição do Roteiro
1	Surdo 1	Esse participante, desempenhado por uma pessoa surda convidada recebeu um roteiro de perguntas a serem feitas ao atendente de instituição financeira sobre investimentos.
2	Profissional do mercado financeiro	Esse participante, desempenhado por um intérprete profissional, recebeu um roteiro de respostas a serem explicadas à pessoa surda que lhe questionará.
3	Intérprete auxiliar	Sem roteiro. Ao intérprete auxiliar, caberá realizar as explicações de aplicação do roteiro às pessoas surdas participantes do experimento.
4	Observador	O observador não-participante recebeu um roteiro de 5 sugestões de observação a ser realizada durante a dinâmica.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme estruturação dos participantes apresentados no Quadro 17, os **surdos** (Participante 1) recebeu um roteiro de frases (Apêndice AA) que foram comunicadas no atendimento simulado da agência bancária, contendo as seguintes sentenças:

1. Eu tenho algum dinheiro disponível para aplicação aqui no Banco. Gostaria de conhecer minhas opções de investimento.
2. Claro, que bom que você perguntou isso. Eu tenho R\$5.000,00 para aplicação.
3. Não sei dizer quanto tempo... qual a diferença?
4. Como assim? Você pode me explicar?
5. Ah, certo, entendi... Eu ainda não sei. Eu acredito que possa deixar o dinheiro aplicado por mais tempo, mas não tenho um objetivo específico no momento. Mesmo assim, eu gostaria de ter esse dinheiro disponível a qualquer momento, pois eu posso mudar de ideia.
6. Poupança? Me disseram uma vez que o rendimento não é bom.
7. É que eu não fico seguro, eu gostaria de ter o dinheiro disponível em caso de qualquer necessidade.
8. Então eu acredito que é a poupança mesmo. E como funcionam os juros da poupança?
9. Entendi, mas os juros me pareceram muito baixos...
10. Não, não sei. Como funciona a data de aniversário?
11. Ah sim, eu entendi. Eu entendo que é a melhor forma mesmo, a que mais é adequada, pois eu preciso garantir que meu dinheiro esteja sempre

disponível, mesmo que o juro seja menor que outras aplicações. E sobre os impostos?

12. Certo entendi.

O **profissional do mercado financeiro** (representado pelo intérprete) recebeu o roteiro de respostas (Apêndice AB), questões e outras orientações, que foram comunicadas à pessoa surda a partir das suas frases:

1. Certo, entendi. Para eu poder oferecer a melhor alternativa de investimento, eu preciso conhecer um pouco mais sobre você. Por exemplo: qual o valor disponível para aplicação?
2. Claro, entendo. E por quanto tempo você gostaria de manter o dinheiro aplicado?
3. A rentabilidade dessa sua aplicação vai depender muito do tempo que você deixar o dinheiro aplicado. Então, dependendo do tempo que você pretende deixar o dinheiro aplicado, eu posso lhe oferecer um produto com maior ou menor taxa de aplicação.
4. Claro, posso explicar sim. Por exemplo: se você já tem uma reserva de emergência, caso você queira ter o seu dinheiro disponível a qualquer momento, eu posso indicar um certo produto. Caso você pense em manter o dinheiro investido, não pensando em usar o dinheiro emergencialmente, por exemplo, eu posso indicar outra aplicação.
5. Claro, entendi. Normalmente as pessoas podem mudar de ideia mesmo. Pelo que conversamos então, vou lhe apresentar duas opções. Uma delas é o CDB e a outra é a poupança. As duas oferecem renda fixa. O CDB vai oferecer uma rentabilidade maior, mas terá cobrança de imposto de renda sobre a rentabilidade. A poupança, por outro lado, tem uma taxa menor, mas não tem imposto de renda sobre os rendimentos.
6. Verdade. O rendimento é mais baixo que os rendimentos de outras aplicações, como o CDB, por exemplo. Mas essas aplicações (CDB), que têm taxas mais altas, normalmente são para os casos de manutenção do dinheiro aplicado por mais tempo. Os prazos normalmente são a partir de 6 meses, até 1 ano.
7. E também no nosso caso aqui, no caso do CDB, se você resgatar antes do prazo, não terá direito aos rendimentos.

8. Deixa ver aqui (consulta o guia da poupança disponibilizado previamente). O rendimento da poupança no mês passado foi de 0,56%, e nos últimos 12 meses foi de 7,03%.
9. Eles parecem baixos sim. Mas não há pagamento de qualquer imposto e você pode sacar o dinheiro a qualquer momento. Ah, e tem outra coisa importante, a data de aniversário. Sabe como funciona?
10. Por exemplo (consulta o guia da poupança disponibilizado previamente): se você aplicar os R\$5.000,00 aqui, nesse dia, e você realizar o saque aqui, 15 dias depois, não serão pagos nenhum juro. Os juros somente serão pagos na data de aniversário mensal, 30 dias depois. Ou seja, se você realizar a aplicação hoje (dia 10), os juros de 0,56% só serão creditados no dia 10 do mês que vem. Se você sacar o dinheiro no dia 9, não receberá pagamento de juros. O ideal é você realizar movimentações sempre depois do dia 10 de cada mês. O que você acha?
11. Nas aplicações de poupança, não há incidência de impostos. E no CDB tem impostos apenas sobre o rendimento.
12. Então, qual é a sua decisão? CDB ou Poupança?

Ao surdo foi repassada a orientação de participar da simulação com o roteiro previamente fornecido e seguiu-o conforme o atendimento que seria realizado por um “funcionário do banco”. Ao intérprete profissional (profissional do mercado financeiro/funcionário do banco) a orientação foi de atender o surdo conforme perguntas e frases que seriam apresentadas em roteiro próprio. As orientações para os dois públicos foram repassadas pelo pesquisador com o apoio do intérprete profissional auxiliar (Participante 4).

A exemplo do ocorrido na etapa de workshop de projeto, o experimento foi acompanhado por um observador não-participante (Participante 5), que seguiu o seguinte roteiro-base no acompanhamento:

- 1) Quais as reações você percebeu na pessoa surda em relação ao atendimento realizado totalmente em Libras por um “profissional do mercado financeiro”? O que evidenciou tal comportamento?

- 2) Você percebeu expressões, comentários adicionais, do surdo ou profissional intérprete durante o processo de explicação dos produtos bancários poupança e CDB?
- 3) De uma forma geral, como transcorreu a interação entre surdo e profissional do mercado na explicação do produto bancário poupança: a quantidade e qualidade dos questionamentos (roteiro) foi suficiente para o esclarecimento mínimo das dúvidas?
- 4) Em relação ao tempo do diálogo, você percebeu que foi suficiente para o correto entendimento da pessoa surda para os itens que estavam sendo apresentado (taxas do produto poupança e CDB, e demais conceitos como “data-aniversário”)?
- 5) Como você percebeu a recepção das explicações pela pessoa surda: demonstrou receptividade e interesse, mesmo que a conversa transcorresse a partir de um roteiro pré-estabelecido?
- 6) Como você percebeu a utilização das brochuras utilizadas como apoio do atendente da instituição financeira simulada? Foi bem recebida pelas pessoas surdas?

O observador voluntário que participou do experimento é profissional do mercado financeiro e Certificado CFP (Certified Financial Planner), que é emitido pela entidade Planejar²⁶. Previamente ao experimento, o observador foi treinado pelo pesquisador, sendo explicada a dinâmica esperada, os artefatos que seriam utilizados e o resultado desejado com as seis questões descritas anteriormente.

Ao final do experimento, a pessoa surda que participou foi questionada sobre as percepções das diretrizes propostas nas dinâmicas praticadas. Os depoimentos foram gravados em vídeo e posteriormente transcritos para análise, conforme apresentado no Capítulo 5.6 (resultados do projeto experimental).

A pessoa surda foi questionada a partir do seguinte roteiro, para avaliação do experimento:

- 1) Qual a sua avaliação geral do experimento realizado? Você acha que um atendimento bancário, com o nível de detalhamento praticado, atende as necessidades de orientação às pessoas surdas?

²⁶ Fonte: <https://planejar.org.br/requisitos-da-certificacao-cfp/>.

- 2) O nível de detalhamento para os produtos CDB e Poupança foram suficientes para explicar os produtos bancários, mesmo de que forma breve para você?
- 3) Qual a sua avaliação sobre a brochura apresentada e detalhada no experimento? Você apontou o celular ao QR Code para assistir ao vídeo?
- 4) Qual a sua avaliação sobre o atendimento do funcionário de instituição financeira totalmente em Libras na simulação?
- 5) Qual a sua avaliação geral dessa experiência?

Todos os participantes do experimento (surdo, intérprete e observador), assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido conforme Apêndice C3.

Exceto os intérpretes contratados, os participantes foram convidados a participar por conveniência a partir do interesse em participar da etapa.

5. RESULTADOS

A seguir, são apresentados os resultados obtidos nas etapas de pesquisa quantitativa-descritiva, qualitativa-exploratória, workshop de projeto e projeto experimental.

5.1. PESQUISA QUANTITATIVA-DESCRITIVA

Conforme capítulo. 4.1.7. e 4.2.1., os instrumentos de pesquisa foram publicados para a etapa de coleta e as respostas foram preparadas para análise.

Os resultados apurados e analisados da coleta foram:

- a) Respondentes: total de 126 respostas coletadas, sendo 100 surdos e 26 ouvintes (respostas dos ouvintes foram descartadas conforme detalhado no Capítulo 4.2.1.);
- b) Idade: os respondentes surdos têm idade entre 19 e 61 anos. A média de idade é de 37,5 anos;

- c) Atividade profissional: dos 100 surdos que responderam à pesquisa quantitativa, 85% informaram exercer atividade profissional e 15% não trabalham;
- d) UF: com a divulgação do questionário em redes sociais, e com o incentivo e compartilhamento da comunidade surda, a pesquisa alcançou 14 Estados brasileiros. Foram obtidas respostas de surdos dos seguintes Estados: Bahia, Ceará, Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Paraíba, Paraná, Rio de Janeiro, Rondônia, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe e São Paulo;
- e) Interesse em participar da próxima etapa: a pesquisa foi divulgada como “anônima”. Entretanto, foi incluída uma questão de resposta não obrigatória para o respondente se identificar apenas informando o seu e-mail, caso tivesse interesse em participar das próximas etapas da pesquisa. Dessa forma, 89% dos respondentes informaram o e-mail, demonstrando o interesse.

De acordo com os capítulos 3.3.5. e 4.2.1., as respostas das pessoas surdas aos questionários “sabedoria do consumidor” e “bem-estar financeiro percebido” foram tabulados e submetidos às análises descritivas e de regressão utilizando-se do software SPSS.

As médias dos fatores da “sabedoria do consumidor”: considerando as respostas dos 100 participantes da pesquisa quantitativa descritiva, as médias das respostas em cada fator do instrumento “sabedoria do consumidor” são apresentados na Tabela 1 abaixo:

Tabela 1: Média dos Fatores

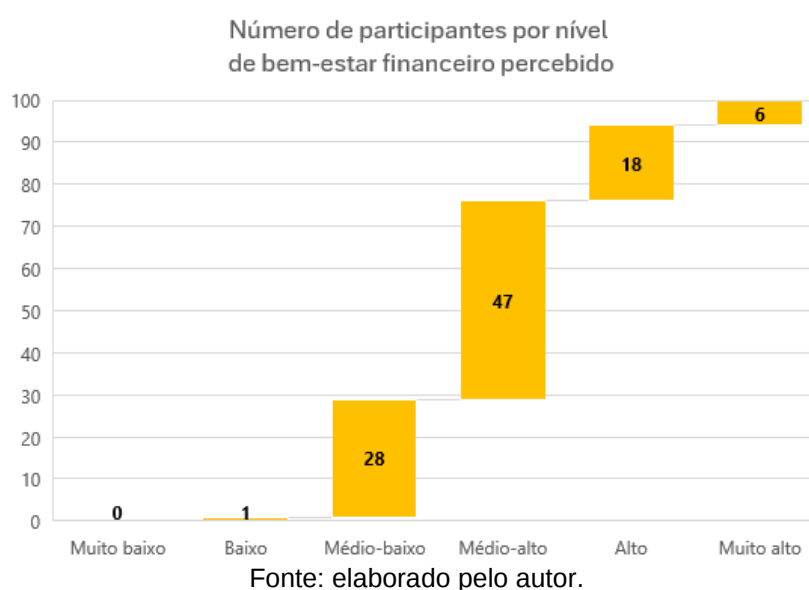
Fator	Média
Responsabilidade	4,57
Objetivo	4,57
Flexibilidade	2,86
Perspectiva	4,61
Raciocínio	5,28
Sustentabilidade	3,66

Fonte: Elaborada pelo autor.

Conforme Tabela 1, percebe-se médias mais baixas para 2 dos fatores do instrumento original: flexibilidade e sustentabilidade, muito embora não há como comparar as médias com o instrumento original, pois não constaram no estudo.

O total de participantes em cada nível é apresentado conforme Figura 20:

Figura 20 – Número de participantes por nível de Bem-Estar financeiro percebido



O nível médio geral de bem-estar financeiro percebido, conforme avaliação do instrumento foi de 53,38, situando as pessoas surdas em um nível “médio alto”, de acordo com a régua de interpretação²⁷. A partir dos 100 entrevistados conforme Figura 20, percebe-se que 28% autoavaliam-se como “médio-baixo” e 47% como “médio-alto”.

Assim como no instrumento original, foi realizada a apuração do Alfa de Cronbach para analisar as consistências internas de cada fator. O resultado é apresentado na Tabela 2:

²⁷ Escala de interpretação do instrumento disponível em:
https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_financialwellbeing_scores_12202018.pdf

Tabela 2: Alfa de Cronbach do instrumento

Componente	Alfa de Cronbach
Responsabilidade	0,742
Objetivo	0,827
Flexibilidade	0,634
Perspectiva	0,801
Raciocínio	0,853
Sustentabilidade	0,790

Fonte: Elaborada pelo autor.

As comparações dos resultados do Alfa de Cronbach calculados para a pesquisa (conforme Tabela 2) com o instrumento original, será apresentada no Capítulo 6 (Discussão). Destaca-se, ainda, que o Alfa de Cronbach geral das escalas do instrumento foi 0,91.

O instrumento bem-estar financeiro percebido é composto de duas partes e, portanto, o Alfa de Cronbach foi calculado e obtidos os seguintes resultados:

- a) Alfa geral (10 questões): 0,618
- b) Alfa da parte 1 (6 questões): 0,373
- c) Alfa da parte 2 (4 questões): 0,609

Por fim, foi realizada a análise de regressão para avaliar a relação da sabedoria do consumidor como preditor do bem-estar financeiro. Os cálculos foram realizados em 3 etapas:

- a) Considerando as 24 questões do CW e a pontuação do PFWB antes da conversão pela chave de resposta: $R^2=319$;
- b) Considerando as 24 questões do CW e a pontuação do PFWB depois da conversão pela chave de resposta: $R^2=317$;
- c) Considerando as médias dos componentes de CW e PFWB antes da conversão pela chave de resposta: $R^2=212$.

Os resultados indicam consistência moderada no poder explicativo do modelo e sugerem que a conversão da pontuação pela chave de resposta não apresentou impacto significativo no cálculo.

5.2. PESQUISA QUALITATIVA-EXPLORATÓRIA

Foram realizadas 6 entrevistas em profundidade com pessoas surdas. Todas as entrevistas contaram com intérprete de Libras nas agendas. Como as entrevistas

foram realizadas com participantes de 4 Estados do país e do Distrito Federal, de forma remota, com gravação pelo software Microsoft Teams, as autorizações de participação conforme Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, foram fornecidas por e-mail ao autor. O número de entrevistas realizadas foi limitado por saturação.

As entrevistas foram gravadas em vídeo para possibilitar a verbalização pelo intérprete de Libras e posterior transcrição dos depoimentos dos participantes pelo autor. Dessa forma, na análise de conteúdo realizada neste capítulo, optou-se em replicar os trechos das entrevistas da forma como foram traduzidas pelo intérprete, incluindo interjeições de ênfase nas frases, bem como eventuais gírias utilizadas.

Os depoimentos das entrevistas traduzidas pelo intérprete não foram julgados ou avaliados por um segundo profissional. As revisões foram realizadas pelo pesquisador, que tem conhecimento de sinais e datilologia da Língua Brasileira de Sinais (Libras), e se comunica no idioma.

Conforme sugere a técnica de Análise de Conteúdo, primeiramente as entrevistas foram preparadas pelo autor, sendo realizadas as transcrições das verbalizações do intérprete, a partir das gravações. Em seguida, as verbalizações do intérprete, relevantes para a pesquisa foram categorizadas em 6 temas principais, conforme descritos no Quadro 18, a seguir:

Quadro 18: Temas principais

Tema	Descrição do Tema	Descrição
1	Deficiências na comunicação	Este tema traz evidências das pessoas surdas entrevistadas sobre as dificuldades de comunicação (com instituições financeiras e de forma geral) por falta de conhecimento da Libras pelas pessoas ouvintes.
2	Fontes de consulta sobre educação financeira	Tema que aborda as fontes variadas de consulta sobre “educação financeira” ou produtos e serviços bancários pelas pessoas surdas. Também são abordadas aqui, a inexistências das fontes (quando o assunto é “instituição financeira”).
3	Impacto dos produtos financeiros no bem-estar	Tema que aborda a utilização dos produtos financeiros pelas pessoas surdas, para o seu bem-estar.
4	Comportamentos de consumo	Tema que evidencia comportamentos de consumo das pessoas surdas, especialmente em relação a como agem em relação às suas compras e a forma como lidam com o dinheiro nas decisões de compra.
5	Atendimento de instituição financeira	Esse tema tem relação à forma como as pessoas surdas são atendidas e/ou resolvem conflitos/necessidades nas instituições financeiras, valendo-se dos atendimentos presenciais e/ou remotos (visita à agência, aplicativos de mensagens, chats, por exemplo).

Continua

6	Necessidades ignoradas	Tema relacionado às necessidades ignoradas (e provavelmente desconhecidas) das pessoas surdas em relação aos conteúdos de educação financeira e do funcionamento de produtos e serviços nas instituições financeiras.
---	------------------------	---

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para cada uma das seis categorias, conforme Quadro 18, são apresentadas as interpretações do autor conforme desenvolvimento a seguir²⁸. Destaca-se também que os nomes reais dos participantes das entrevistas foram substituídos por nomes fictícios, seguidos (conforme apresentado nos parênteses ao lado do nome), da idade, UF de residência e o nível de bem-estar financeiro percebido conforme pesquisa do instrumento “bem-estar financeiro percebido”, detalhado no Capítulo 5.1.

5.2.1. TEMA: DEFICIÊNCIAS NA COMUNICAÇÃO

Os participantes relataram as dificuldades de comunicação com as instituições financeiras, reforçando que existem barreiras em relação ao idioma, sendo observados inclusive, percepções de “privilegio” dos ouvintes em relação ao público surdo. Quando o assunto é educação financeira para pessoas surdas, os participantes relatam ter dificuldades junto às instituições, sendo pouco ou nada observadas questões de acessibilidade em relação ao primeiro idioma daquele público.

Em relação a esse tema, Juliana (25a, RS/Médio Baixo) contribuiu dizendo que *“para os ouvintes é fácil, e o surdo, como é que fica? Se alterou a porcentagem da taxa do investimento, por exemplo, da poupança...”*. A entrevistada relatou que o conhecimento prévio do ouvinte provavelmente o ajuda a entender mudanças

²⁸ A apresentação e detalhamento das categorias trazem trechos das entrevistas das pessoas surdas, separadas em temas, a partir dos seus próprios pontos de vista. Nesse caso, é importante ressaltar que as percepções trazidas nos contextos das entrevistas não refletem o comportamento do público surdo de forma integral (portanto, não permite generalização), até porque algumas das pessoas surdas entrevistadas relataram que costumam buscar informações complementares, em português, quando há necessidade, mesmo que o entendimento seja difícil ou incompleto. Não foram entrevistados influenciadores surdos que ensinam conteúdo a partir da Língua de Sinais Brasileira. O contexto apresentado nesse capítulo, portanto, tem o objetivo de apresentar as carências, necessidades e esforços realizados pelas pessoas surdas quando precisam de alguma informação relacionada a produtos bancários e educação financeira, em razão da pouca ou nenhuma atenção dada ao idioma principal da pessoa surda, a Libras, bem como as “barreiras” existentes na comunicação com o público ouvinte.

ocorridas em produtos bancários, em taxas de investimento, por exemplo. O surdo pode não ter conhecimento prévio e, portanto, não terá condição de acompanhar e não sabe os motivos da mudança (nem as diferenciações) das taxas nas operações de investimento.

Ainda, em relação a privilégios, o entrevistado Thomas (28a, SP/Médio Baixo) apresentou sua contribuição: *“é... a maioria, a comunicação, é por meio da língua portuguesa, né? Não sei, depende muito do surdo. Alguns até escrevem, têm uns que são alfabetizados (em português), né? Sabem ler, escrever... alguns nem tanto, é difícil saber”*. O entrevistado reforça que a maior parte dos conteúdos disponíveis ainda é em português e que, por isso, o surdo precisa se adaptar, mas nem todos terão essa condição, pois nem todos os surdos são alfabetizados em português.

O entrevistado Thomas (28a, SP/Médio Baixo) ainda exemplificou as dificuldades de comunicação enfrentada com uma empresa de telefonia, ao tentar adquirir um serviço, mesmo com um intérprete de Libras o qual, na sua avaliação, tinha um nível muito básico do idioma:

“Aí tinha um atendimento ali da pessoa em Libras, mas realmente a comunicação não fluía, não entendia, a pessoa parecia que era Libras básico, sabe? Parecia de outro país, que a gente não estava falando a mesma língua e eu tentava sinalizar o mais claro possível... mesmo assim, devagar... a pessoa não entendia... a intérprete não entendia. (...) sabe que aquilo, aquela falta de comunicação fluida, me cansou. Aí desliguei ela ali e fui tentar pelo WhatsApp. Aí tentamos nos comunicar, mais ou menos em 10 minutos... foi muito rápido o atendimento pelo WhatsApp. Eu pensei ‘puxa, em 30 minutos pela tela, né, com intérprete nível básico, não consegui... Pelo WhatsApp, consegui”.

O relato do entrevistado apresenta inclusive aparente descaso das instituições em relação ao preparo dos profissionais para atender nos canais de relacionamento, oferecendo um intérprete que não tinha conhecimento e que não conseguia se comunicar de forma fluente com o cliente surdo.

A entrevistada Juliana (25a, RS/Médio Baixo) trouxe um exemplo de falhas na comunicação de uma forma geral, especialmente quando se fala de assuntos muito específicos como educação financeira, quanto ao entendimento de termos usualmente praticados no mercado, como “bolsa de valores”. Ela explica:

“... tem algo que marcou minha vida. Em 2016... um intérprete... ele sempre mencionava sobre bolsa de valores e eu não entendia o que que era isso.

Tem esse significado de bolsa, mesmo, né? E de valores (entrevistada sinalizou isoladamente os sinais “bolsa” e de “valores”). E eu entendendo que era guardar o dinheiro na minha bolsa. Não entendia com clareza. Com o tempo, depois da pandemia, no Instagram, esse surdo que eu mencionei, né, sobre educação financeira, investimento e poupança, aí ele colocou, o que que seria realmente essa bolsa de valores, explicou, mostrando as estatísticas ali, os conteúdos, enfim”.

Conclui-se, portanto, que a falta ou pouca divulgação dos sinais em Libras de termos específicos, com explicações adequadas ao público surdo, prejudica a comunicação e o entendimento dos conteúdos de uma forma geral.

Em relação à essa dificuldade de comunicação do surdo, especialmente com as agências bancárias, a entrevistada Suzana (35a, PB/Alto) lembrou de uma oportunidade quando precisou de um financiamento de banco: “... *aí, meus familiares me ajudaram e foram comigo até a agência, né? Pra gente se comunicar lá, fazer a intermediação familiar, mas parece que a informação não tinha ainda ficado clara o suficiente... sobre as questões de taxa*”. A entrevistada evidencia a necessidade de se obter apoio com alguma pessoa ouvinte, normalmente fluente em Libras, para complementar o entendimento das informações prestadas pelas instituições.

De acordo com o entrevistado João Paulo (51a, RJ/Médio Alto), esses problemas de comunicação ocorrem por falta de interesse das empresas, de uma forma geral:

“Eu acho que as empresas, assim... elas não conhecem, né, como podem ser mais acessíveis, por exemplo, para a comunidade surda... conhecer como é o ponto de vista, realmente ter um olhar 360 por surdos assim... Saber que falta informações... eles não conhecem a cultura, não conhecem o jeito... eles têm a mente fechada... então é importante que tivessem, essas sugestões para essas empresas, para eles poderem abrir a mente, né?”.

Aparentemente, do ponto de vista de uma pessoa surda, as barreiras existentes poderiam ser facilmente superadas caso houvesse maior interesse das empresas, dos bancos, em conhecer um pouco mais a cultura e comunidade surda. Conforme uma das entrevistadas, a exigência de informações pela pessoa surda, inclusive, é algo muito simples como, por exemplo, apresentar detalhes em explicações de conceitos básicos, como “bolsa de valores”.

Essas deficiências na comunicação acabam sendo superadas, de certa forma, pelo interesse do surdo em buscar informações complementares, em diferentes fontes

de consulta, quando o assunto é “educação financeira”, o que pode ser constatado na análise do segundo tema da categorização do conteúdo das entrevistas, a seguir.

5.2.2. TEMA: FONTES DE CONSULTA SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Os entrevistados relataram utilizar diversas fontes de pesquisa sobre educação financeira ou mesmo sobre o entendimento de como funcionam os produtos e serviços bancários. As fontes citadas foram: familiares, amigos, jornais, redes sociais (Instagram, Youtube). O destaque maior foi a rede social Instagram, citada pelos entrevistados como o canal de acesso preferido para busca de informações, considerando a disponibilidade de diversos influenciadores digitais surdos, que se comunicam exclusivamente por meio de Libras.

Thomas, (28a, SP/Médio Baixo), comentou que ocorreu uma mudança de comportamento de consumo na sua vida após uma mudança de emprego que reduziu bastante a sua renda e, com isso, buscou maiores informações sobre educação financeira: *“... pensei que eu mesmo precisaria aprender... por exemplo, tem uma menina, influencer bem conhecida, que é surda... e também o InvestLibras, né? São formas que eu tento buscar um pouquinho de informação”*. Além desses canais na rede social Instagram, o entrevistado também informou que aprendeu muito conteúdo com o aplicativo Guia Bolso.

Suzana (35a, PB/Alto) também referiu obter complementos de informações em redes sociais: *“... aí tinha um profissional na área bem experiente na área de finanças, né, aquele que dava instrução sobre finanças no Instagram, a Poupe com Estilo... Eu achei bem interessante... Comecei a fazer um curso básico... foi bem detalhado sobre porcentagens, taxas, enfim... taxa Selic”*. Essas informações obtidas em redes sociais, especialmente em perfis especializados que se comunicam em Libras com público surdo, parecem ocupar um espaço de proximidade, e até de acolhimento, que não é oferecido pelas instituições financeiras tradicionais. O maior diferencial percebido é a disponibilidade das informações em Libras.

Complementando, Suzana finalizou informando o resultado que obteve com o curso realizado:

“Com a (Poupe com Estilo)... comecei então a ter esse curso básico, sobre Taxa Selic, porcentagem, enfim... Aí voltei pensando em organizar o orçamento, né? Organizar minha planilha... Deixar um valor pra sobrar, pra gente poder economizar mais. Aí fui até o (banco de relacionamento)... ainda vi que eu tinha um valor pra pagar aquela despesa que eu tinha né, aquela dívida, para pagamento à vista com desconto... e isso foi muito melhor para mim”.

A obtenção de informações em perfis de influenciadores digitais que se comunicam em Libras parece ser fundamental para o desenvolvimento da educação financeira das pessoas surdas, considerando inclusive os resultados positivos obtidos com tais aprendizados. No caso da entrevistada Suzana, inclusive, depois de ter aprendido mais sobre o funcionamento dos produtos bancários com a influenciadora nas redes sociais, realizou a liquidação de uma dívida em instituição financeira, com desconto pelo pagamento antecipado.

Fabiano (34a, DF/Muito Alto), informou que as suas principais fontes de consultas são os livros, dos mais variados:

“É... eu tenho lido alguns livros, pesquisado e eu entendo, né? Conheço bem português, então... mas eu percebo que tem muitos surdos que têm dificuldade realmente para entender. Normal, faz parte... (...) Então, eu leio muitos livros sobre investimentos, comprei até um livro a pouco tempo atrás eu queria te mostrar aqui (entrevistado mostrou os livros: “Salomão: o homem mais rico que já existiu”, “Os Segredos da Mente Milionária” e “Casais Inteligentes enriquecem juntos”). Chegou agora, há pouco tempo. Esses eu ainda não abri, mas tem outros que já estão ali arquivados. Já li todos... Eu gosto de ter, né, a opinião de diversas pessoas e tal”.

Os exemplos trazidos pelo entrevistado e a forma como ele se posicionou durante toda a entrevista, parece refletir coerentemente a sua pontuação (Muito Alta) no nível de bem-estar financeiro percebido, assim respondido na etapa da pesquisa quantitativa.

Suzana (35a, PB/Alto), por outro lado, prioriza o consumo de informações digitais em redes sociais, aos livros: *“não, livros não. Esse perfil (Poupe com Estilo) já tem bastante informação sobre como comprar... eles até deram dicas sobre como comprar livros... mas eu não compro”.* As redes sociais são muito bem-vindas quando a necessidade é de obter conteúdo explicativo em Libras para a pessoa surda. Questionada sobre a utilização de outras fontes ou outros influenciadores digitais, a entrevistada Suzana respondeu:

“Tem, tem outros sim, iniciando, né... mas a que para mim foi o primeiro... foi a Poupe com Estilo... tem outros, mas não têm tanta qualidade assim, não me atrai tanto... Porque ela realmente, ela é uma profissional formada na área. Já trabalhou em bancos, enfim... É alguém que eu confio, que tem prática naquilo que ela ensina e além disso, ensina em Libras, né, mais fácil de aprender. E ela explica detalhadamente, nos ajuda a entender... os cuidados que a gente precisa ter... dá várias sugestões... eu gosto muito”.

A entrevistada reforça a confiança que tem no perfil da rede social em razão do seu aproveitamento dos conteúdos, para mudanças de comportamentos financeiros na sua vida.

Os entrevistados surdos manifestaram utilizar diversas formas de consulta para obter informações relacionadas a educação financeira e do funcionamento dos produtos e serviços financeiros oferecidos pelas instituições. Porém, parecem não ser conteúdos suficientes, pois ainda parece existir carências, pois os entrevistados informaram que não percebem benefícios da utilização dos produtos e serviços oferecidos pelo mercado financeiro, conforme terceiro tema categorizado nas entrevistas, explorado a seguir.

5.2.3. TEMA: IMPACTO DOS PRODUTOS FINANCEIROS NO BEM-ESTAR

A participante Vera (34a, RS/Médio Baixo) relatou que não acredita que os produtos bancários possam proporcionar bem-estar na sua vida, por não conhecer no detalhe os seus benefícios:

“É, eu não acredito assim que esses produtos às vezes vão nos dar uma vida melhor, sabe? Porque para nós, não tem muita informação esclarecedoras para mostrar o que significa cada um desses produtos...”

A pontuação de bem-estar financeiro percebido (Médio Baixo) da entrevistada, parece corroborar a aparente falta de conhecimento dos produtos financeiros oferecidos pelo mercado. Produtos como investimentos, poupança, aplicações diversas, mesmo não envolvendo “compra” (como seguros, consórcios, cartões de crédito), parecem não sensibilizar a entrevistada, justamente por não existir ou ter pouca oferta de “informações esclarecedoras”, conforme referido na conversa.

Complementando a afirmação da entrevistada Vera, Thomas (28a, SP/Médio Baixo), mesmo referindo que tem buscado conhecimento sobre educação financeira

em redes sociais principalmente, enfrenta dificuldades para entender os produtos e serviços bancários pois acredita que:

“Os bancos pensam, que a maioria, tendo intérprete, resolve. Ele resolve tudo para o surdo. Maioria pensa que o intérprete vai fornecer toda a acessibilidade possível. Mas o certo, é que os próprios ouvintes possam conhecer alguns termos, da área, para poder instruir também os surdos (...) mas eu sinto que esses produtos não são adaptados à cultura dos surdos”.

Conforme complementado por Thomas, o impacto dos produtos oferecidos pelo mercado bancário pode estar sendo subestimado ou subavaliado, pela falta de informações para o público surdo, seja na falta de interesse do surdo pelos materiais em português, seja pela inexistência de informações em Libras, o primeiro idioma da pessoa surda. Ou seja, pela falta de informações completas e mais acessíveis, o pouco ou nenhum conteúdo de educação financeira em Libras, baseada na Estratégia Nacional de Educação Financeira, pode significar a principal barreira enfrentada pelas pessoas surdas.

Já o entrevistado Fabiano (34a, DF/Muito Alto), mesmo com alto nível de bem-estar financeiro percebido, apresenta certa resistência sobre a oferta dos produtos e serviços pelas instituições financeiras, acreditando que o objetivo dos bancos, de uma forma geral, é a obtenção de lucro:

“Eu acho que o objetivo é realmente fazer com que as pessoas possam se endividar mesmo. É que faz parte, né, do sentido da área bancária: ter lucro. Não é um realmente um verdadeiro interesse no cliente. Em primeiro lugar, o interesse é para o banco. Em segundo lugar, o cliente. Mas é normal, né? Por exemplo, o seguro de vida. Às vezes faz sentido com a pessoa que trabalha numa profissão de risco, né? (...) mas daria para a pessoa ter sua própria reserva financeira e se acontecer algo, a família vai ter aquele valor também. Mas o banco parece que... meio que obriga, né, tenta motivar as pessoas, chegar a trazer esse desespero às pessoas”.

No entanto, ao ser questionado se essa sua percepção de “lucro” se aplicava ao mercado em geral ou ao surdo, o entrevistado complementou:

“(...) porque tem muitos surdos não têm muita informação. Alguns... deixa eu ver um exemplo... “IOF²⁹”: os surdos não entendem o que que é isso... Por que que existe o IOF? Então precisaria realmente ensinar o significado... mas

²⁹ IOF: Imposto sobre Operações Financeiras, incidente nas operações de crédito contratadas por pessoas físicas ou pessoas jurídicas.

a gente sabe que o banco não faz isso. 'Ah, vou perder tempo com isso?', É... tentar realmente influenciar a pessoa a fazer algum negócio... mas não, não tem um verdadeiro atendimento, sabe? É um atendimento rápido ali na hora, urgente, muitas vezes tem ali o seu contrato, vários detalhes... mas o surdo vai ler tudo? O surdo vai ler tudo? Não, vai assinar e vai embora. Algo muito rápido. O ideal, seria né, com calma... mas a pessoa vai ficar esperando, vai ler? Não vai ter paciência ali. Então às vezes teria que evitar suas armadilhas, né? Dar uma olhada, pedir para alguém te explicar... e depois assinar. Assinar sem ler é um risco. Mas a maioria dos surdos não faz isso. Eles simplesmente não leem assinam. Porque não sabem ler. Então, é um grande risco.

A percepção apresentada pelo entrevistado, muito embora não tenha referido, parece assemelhar-se ao relacionamento com o público ouvinte. As instituições financeiras, de certa forma, além de não oferecer explicações adequadas sobre como funcionam os produtos e serviços (no exemplo citado, o funcionamento do IOF em operações de crédito), ainda oferecem um atendimento rápido, breve, inclusive quando ocorre a formalização do compromisso, que é o caso da assinatura de um contrato.

Além da sua relação dos produtos e serviços oferecidos pelas instituições financeiras, os entrevistados também responderam como ocorrem suas relações com o dinheiro e o consumo. Assim, o “consumo” é o tema da categoria seguinte, explorada como “comportamentos de consumo”.

5.2.4. TEMA: COMPORTAMENTOS DE CONSUMO

Os entrevistados foram questionados sobre os seus hábitos de consumo, ligados à tomada de decisão. Ou seja, a investigação foi importante para entender como as pessoas lidam com o seu dinheiro, para a tomada de decisões de compra, e para compreender a sua relação com o nível de bem-estar financeiro percebido.

Vera (34a, RS/Médio Baixo), comentou sobre as suas experiências:

“Na verdade... a gente sente realmente muitas vezes a tentação, né? Mas a gente sabe que precisa se controlar... mas já aconteceu, sim, de gastar bastante no passado e depois a gente aprender que tem que economizar para fazer sobrar um pouquinho também. Mas no passado eu era mais gastadeira. Agora, nesse ano, estou aprendendo a me controlar um pouquinho mais, até mesmo pra deixar um pouquinho guardado de reserva, né?”. (...) Estou organizando... organizando os orçamentos, tentando fazer sobrar, isso deixa a gente com a mente mais tranquila, né, pra ser melhor para nós”.

Com o depoimento da entrevistada, que comentou ainda que a mudança no comportamento (fazendo-a entender que precisa economizar mais) foi motivada

durante o período da pandemia do COVID19, e que não buscou informações complementares sobre educação financeira em canais de bancos ou mesmo redes sociais. Ela obteve apoio de familiares (irmã, mãe), para elaborar planilhas para controles de gastos, por exemplo.

Thomas (28a, SP/Médio Baixo) também comentou sobre seus hábitos de consumo e informou que decidiu aprender mais sobre o tema educação financeira recentemente, quando trocou de emprego e quando passou a ganhar um salário mais baixo: “... *aí, isso me impactou. E eu ‘opa’, eu preciso realmente economizar mais, aprender sobre educação financeira...*”. Seus hábitos de consumo antes da perda do emprego anterior eram muito diferentes, relatando que gastava seu dinheiro sem muito controle e se deu conta de que precisava realizar um planejamento maior na sua vida financeira quando observou redução da renda. Ele complementou: “*então esse realmente foi a forma que comecei a ter um pouquinho de educação financeira. E começou a me ajudar a ter um pouquinho mais... questões de viagem, sabe, saber economizar, cortar minhas dívidas*”.

Fabiano (34a, DF/Muito Alto), comentou sobre os seus comportamentos de consumo, estando muito coerente com a sua pontuação de bem-estar percebido financeiro:

“Ah, depende do momento. De modo geral, assim... eu sou mais controlado. Sempre procuro uma maneira, né, de utilizar bem o meu dinheiro. Quando vou comprar alguma coisa, eu pergunto, se é a vista, se tem algum desconto (...). Eu tento, eu tento parcelar, né? Que daí aproveita que vai sobrar um troquinho, não vou precisar usar aquele dinheiro naquele momento... e invisto aquele valor. (...) e também, eu sempre me controlando para também para não aumentar muito o valor das faturas (do cartão de crédito) e manter uma certa média, né? Cálculo, por exemplo: tem um orçamento que eu estou sempre cuidando... então, 60% dos gastos é pra algo que é realmente necessário, alimentação, residência, né? Telefone. Isso para mim é reserva como 60%. 10% é para minha diversão, né? Passear, assistir um cinema ou algo assim, restaurante. 30% é... eu tento, tenho como reserva de emergência e também aproveito para investir. E tem aquele tempo, né? a longo prazo... 10% também... a 20%... a médio prazo, curto prazo... eu estou sempre tendo esse controle, essa organização, mensalmente”.

O entrevistado de maior pontuação do nível de bem-estar financeiro percebido dentre os entrevistados, demonstrou amplo conhecimento sobre organização e planejamento financeiro, inclusive informando suas referências percentuais de controle de gastos e construção de patrimônio.

Outra entrevistada que referiu ter mudado comportamentos de consumo em relação ao período anterior à pandemia do COVID19 foi a Suzana (35a, PB/Alto). A entrevistada comentou o que acontecia quando realizava as compras por impulso:

“Falando a verdade, assim... há um tempo atrás eu não tinha muita informação, então eu comprava por impulso, por tentação... roupa, sapato, brinco... enfim... comprava muito, gastava bastante e muitas vezes me “encalacrava”, né? Depois percebia que estava endividada... e aí, pós-pandemia, comecei a notar que não dava para ser assim. Às vezes a gente pedia um lanche também... nesse período de pandemia... se endividava um pouco... fazia contas... depois, então, eu comecei a me controlar um pouquinho mais, justamente por essas buscas de informações no Instagram, cursos, a Poupe com Estilo... então, aí, eu entendi, aprendi, a me controlar um pouco melhor. (...) Então eu sempre penso: “vale a pena comprar?”, “é o momento?”... se dá eu compro. Também, muitas vezes o filho pede alguma coisa... “será que dá nesse mês?”... ou não... a gente tenta negociar, jogar daqui e dali... Então eu notei que com esse aprendizado da Poupe com Estilo, melhorei bastante...”.

Ficou evidente durante a conversa, que a entrevistada Suzana tinha um comportamento antes e outro depois da pandemia do COVID19. Questionada, a entrevistada confirmou, que antes da pandemia provavelmente o seu nível de bem-estar financeiro percebido (nível Alto atualmente), seria mais baixo. De fato, o depoimento e o nível de bem-estar financeiro percebido da entrevistada estão bastante coerentes, o que demonstra que houve uma evolução pela busca de informações relacionadas à comportamento financeiro.

A investigação dos hábitos de consumo na atualidade, refletiram o comportamento das pessoas em relação ao uso do dinheiro e as mudanças que ocorreram quando houve uma necessidade maior, em razão da pandemia e também em decorrência da troca de emprego, com a redução de renda. Ficaram evidenciados, pelos depoimentos, que as informações obtidas em redes sociais com influenciadores, por exemplo, ajudaram a melhorar a organização financeira, elaboração de planilhas e tomada de decisão.

Entende-se, assim, que os níveis de bem-estar financeiro podem ser influenciados conforme o conteúdo orientativo consumido pelas pessoas surdas.

Uma das entrevistadas comentou que, ao obter informações com influenciadores em redes sociais, tomou a decisão de realizar o pagamento antecipado de uma operação de crédito, refletindo um atendimento aparentemente

deficitário das instituições financeiras, cuja investigação é abordada na análise do tema seguinte.

5.2.5. TEMA: ATENDIMENTO DE INSTITUIÇÃO FINANCEIRA

Os atendimentos das instituições financeiras são bastante diversificados no mercado. Podem ocorrer atendimentos via chat dos aplicativos e sítios na internet (com ou sem assistente intérprete automático de Libras), por videochamada com intérprete de Libras ou mesmo presencialmente, nas agências bancárias, preferência da maioria dos entrevistados que participaram a pesquisa.

Em relação ao atendimento via chats de aplicativos com a utilização dos avatares assistentes de Libras, o entrevistado Fabiano (34a, DF/Muito Alto) apresenta seu posicionamento com restrições: *“Tem o chat no aplicativo, mas eu acho que não ajuda muito porque... é muito... tem ali o avatar, né, o robô, as respostas prontas. Então, às vezes a gente precisa de alguma outra informação, alguma outra resolução, não ajuda muito”*. O entrevistado complementou, informando que trocou de categoria de atendimento nos seu banco e, com essa troca, o atendimento melhorou:

“E agora no (categoria nova no Banco), já tem um gerente no WhatsApp, que consegue interagir bem melhor agora... a gente sente que a dinâmica agora funciona melhor. E antes era pelo robô, né, na outra categoria... e aí tinha que ir lá na agência presencialmente para resolver qualquer coisa. E agora, não. Agora eu sinto que está funcionando bem”.

Mesmo que o atendimento não seja o ideal (atendimento em Libras), o entrevistado conclui que está sendo muito melhor atendido agora, pois como ele conhece português muito bem, consegue se comunicar com facilidade no novo canal de relacionamento (WhatsApp).

A entrevistada Suzana (35a, PB/Alto) também trouxe um posicionamento sobre o uso de avatares assistentes: *“É bom que existe essa tecnologia, né, mas de verdade, assim, para entender, a gente entende assim, cerca de... 25%... Não é muito... Eu prefiro às vezes até ler realmente, e deixar o avatar de lado”*.

Da mesma forma que a Suzana, a entrevistada Vera (34a, RS/Médio Baixo) também apresentou suas resistências quando ao uso da tecnologia assistiva com uso de avatares:

“Então... às vezes no site dos bancos, ali o pessoal coloca aquele robozinho, né, aquele avatar... e eu sinto que ele, por exemplo, é um robô que não tem expressão, não traz o sentido real. Então, essa questão do robô assim é... um bonequinho, um avatar ali, sem expressão nenhuma, que continua me dando dúvidas. Não traz muito detalhado... Por exemplo, questões de salário, de informações. E eu não consigo entender por causa disso”.

As manifestações dos entrevistados sobre o uso dos avatares assistentes de Libras parecem confirmar os erros e divergências gramaticais, sintáticas e lexicais, encontradas na pesquisa de Dos Santos (2017), o que justifica a pouca ou não-utilização dos intérpretes assistentes virtuais pelas pessoas surdas. É inegável que a disponibilização do assistente eletrônico é importante, mas há *gaps* que parecem afastar o usuário surdo da sua utilização.

Em relação ao atendimento presencial, o entrevistado João Paulo (51a, RJ/Médio Alto) apresentou as suas dificuldades:

“É sempre complicado... uma informação dentro da agência. Eu sinto que ao passar dos anos está melhorando, mas ainda não há detalhamento de informações... A gente espera, né, que com o tempo, vai melhorar. Às vezes algum investimento também... até mesmo o (citou o nome de um banco), a gente sente que falta algo mais aprofundado. Várias vezes na agência mesmo, não há uma comunicação presencialmente ali... a gente tenta explicar”.

Por outro lado, considerando o *gap* tecnológico, também há dificuldades quando o surdo busca um atendimento em agência bancária, pois não há prestação de informações de forma adequada.

Claro que, para as pessoas surdas, o atendimento ideal sempre será quando houver a utilização do seu primeiro idioma, a Libras. Com isso, o tema seguinte (Necessidades Ignoradas), apresenta as contribuições das pessoas surdas sobre o que esperam que pudesse ocorrer no relacionamento.

5.2.6. TEMA: NECESSIDADES IGNORADAS

As pessoas surdas têm, sim, necessidades especiais para acessibilidade. No entanto, não se pode entender como uma necessidade em função de uma deficiência, mas sim como uma necessidade de comunicação, conforme referido no capítulo 2.6

dessa Tese. Ou seja, conhecer e se comunicar em Libras é igual a conhecer e se comunicar em inglês, francês, japonês, alemão ou qualquer outro idioma. Não há diferença. Ou, pelo menos, não deve haver essa diferença.

Por isso, esse tema foi denominado de “necessidades ignoradas”, pois é possível que as necessidades das pessoas surdas em relação à comunicação sejam subestimadas, desprezadas ou mesmo desconhecidas da sociedade, de uma forma geral.

Os entrevistados se manifestaram de formas bastante semelhantes, quando foram incentivados a informar como as instituições financeiras poderiam melhor atendê-los com materiais explicativos relacionados à educação financeira. O entrevistado João Paulo (51a, RJ/Médio Alto), por exemplo, foi muito claro ao manifestar a necessidade de um “olhar mais aberto” dessas instituições:

“Não tem nenhum manual... às vezes tem um manual... mas não tem Libras. Será que eu vou conseguir ler esse manual? Então eles criam ali, e acham ‘agora vocês vão conseguir entender’. Mas realmente a gente não sabe nada, né? Então não tem, não tem esse incentivo, não tem essa informação... Perguntar para o surdo ‘o que que tu precisa?’, ‘o que que você deseja?’... ‘Como que a gente pode lhe atender melhor?’... Dar exemplo, sabe, e aí, sim, se isso acontecesse, iriam realmente evoluir. Então... a gente sente que para os ouvintes têm essa oportunidade, mas para os surdos não. Falta um olhar, ter um olhar mais aberto, eu acredito que isso seja muito importante...”

Novamente aqui, surgiu a percepção dos entrevistados de que os ouvintes têm privilégios, pois nitidamente os materiais informativos, em textos, são realizados para essas pessoas e não para os surdos. Além disso, há a percepção da falta de envolvimento das pessoas surdas nos processos de projeto para desenvolvimento de materiais adequados para esse público, à medida que os materiais constantemente são, aparentemente, concebidos para os ouvintes.

Em relação à concepção de materiais educativos para as pessoas surdas, o entrevistado Fabiano (34a, DF/Muito Alto), entende que a apresentação prática das situações relacionadas aos conteúdos financeiros pode ser resolvida com ilustrações e exemplos visuais das situações:

“Acho muito importante ser bem... ter bastante ilustrações, sabe? Imagens. E exemplos também. Ah, quando você pede um empréstimo lá... e aí mostra um exemplo mesmo pra pessoa, né? Pessoa vai até o banco, pega o dinheiro, qual o valor? Aí tem uma porcentagem de taxa de juro. Você vai pagar “tanto”. Para evitar se endividar... sobre ter controle da vida financeira, para os surdos

poderem... tentar dar exemplos da vida real mesmo. Se só tem um texto ali, e não tem um exemplo, o surdo não vai conseguir entender. Eu percebo pelo menos assim, né? Os surdos... eles conseguem entender melhor dando exemplos práticos. Utilizando também metáforas. Podem ajudar nesse sentido”.

Confirmando a contribuição do entrevistado anterior, Thomas (28a, SP/Médio Baixo) também trouxe exemplos de como seriam esses materiais visuais:

“Ah, se tem materiais mais visuais, sabe? Imagens, ilustrações, para facilitar para a comunidade. Por exemplo, às vezes têm alguns conceitos... ‘SPC (Serviço de Proteção ao Crédito), o que que é esse SPC?’. Ah, é o ‘nome sujo’, tá, beleza... Aí você se endivida, fica ali com o nome negativado. Aí o surdo “ah, tá ok...”. Mas precisa dar mais exemplos. Ó: ‘você vai lá na loja, compra uma roupa, uma vestimenta... compra, vai pagar em 10 vezes. Paga a primeira, paga a segunda e enrola a terceira, quarta e daqui a pouquinho chega a cartinha do SPC’, porque tu não pagou, entendeu? Precisa dar exemplos para os surdos. Porque a maioria dos surdos, eles têm uma, uma... eles recebem informação de forma muito vaga, sabe? Às vezes entendem na hora, mas isso depois sai, cai no esquecimento, então, quando der exemplo, ele se encaixa na situação. Um exemplo é do SPC e nome sujo, mas só isso, é... o ‘nome sujo’, ‘não!’. Tem que dar o exemplo do que que seria”.

Além disso, o entrevistado Thomas (28a, SP/Médio Baixo) também complementou informando que seria importante utilizar termos técnicos mais simples, mais fáceis e, por óbvio e mais importante: sempre utilizando Libras nessa comunicação com os surdos.

A entrevistada Juliana (25a, RS/Médio Baixo) também confirmou a necessidade informando a necessidade de se combinar ilustrações e intérpretes: “(...) se tiver ilustrações ou algo assim, é... se tiver a Libras também... faz muito sentido ter o intérprete ali, a Libras e mais as ilustrações... aqui, ali, para poder fazer os apontamentos, o surdo poder acompanhar, sabe?”. Questionada sobre se ela conhece algum exemplo de instituição financeira ou de material explicativo nesse sentido para contribuir com o entendimento, a entrevistada complementou: “Deixa eu ver. Eu já vi apenas em livros de criança, sabe? Contação de histórias. Mas banco, realmente, em instituição financeira, não”.

A entrevistada Juliana (25a, RS/Médio Baixo), também, ao ser questionada sobre quem presta um serviço de maior proximidade com a população surda, respondeu de forma semelhante: “fácil de responder: escola de surdos”, o que mostra nitidamente as carências e barreiras enfrentadas pelos surdos nos atendimentos

presenciais com as instituições financeiras, que leva a concluir que apenas as escolas de surdos têm empatia e o entendimento das reais necessidades desse público.

Os entrevistados também foram questionados sobre como seria o atendimento ideal para as pessoas surdas em instituição financeira. Em relação ao questionamento, Suzana (35a, PB/Alto) complementa como principal fator: *“Ah, os atendentes conhecerem, saberem Libras, para poder se comunicar... É ótimo, né, ter as empresas de intérprete, mas poder se comunicar diretamente com um atendente, com o gerente ali, faz toda a diferença”*.

Podem ocorrer atendimentos com intérpretes também e, portanto, um dos entrevistados apresentou uma contribuição para essa experiência. Nesses casos, a entrevistada Juliana (25a, RS/Médio Baixo) comentou como seria o atendimento ideal:

“Ser uma pessoa atenciosa, isso já é uma forma de comunicação. Prestar atenção... A pessoa está interpretando, e aí olha pro lado, por exemplo... não dá para sinalizar e olhar pro lado. Então, focar naquele momento, eu acho que é importante a gente dar atenção para a pessoa que está ali, atendendo na tua frente”.

Além do atendimento com intérprete, especialmente em agência bancária, de forma presencial, outra experiência para a qual um dos entrevistados trouxe contribuição foi o atendimento eletrônico, via aplicativo. Em relação a essa forma de contato com a instituição financeira, a entrevistada Vera (34a, RS/Médio Baixo) reforçou:

“(...) o principal é que fosse, realmente, num aplicativo, né? No telefone, que a gente acessasse e que já viesse essas informações direto em Libras. Isso ia dar pra gente uma autoestima, independência... sem isso, é bem, bem complicado. Se tivesse essas informações para nós, com clareza, seria ótimo”.

Um dos entrevistados, ainda, comentou sobre métodos e formatos de cursos e formações sobre educação financeira que poderiam ser desenvolvidos para melhorar o aprendizado das pessoas surdas. O entrevistado João Paulo (51a, RJ/Médio Alto) contribuiu:

“Libras é óbvio, né... a primeira língua, a principal... E português... dependendo da identidade surda também, ele vai conhecer algumas palavras... é importante também conhecer algumas palavras, não dá para

tirar o português simplesmente de lado... então tem Libras, tem o português e a oralização (para facilitar a leitura labial) também. É importante que os surdos, corram atrás desse sentido também... para poderem entender contextos, termos técnicos, não depender apenas exclusivamente da Libras, mas simultaneamente em português”.

A percepção do entrevistado é importante, pois aparentemente passa a impressão de que o aprendizado deve ser obtido em diversas fontes, responsabilizando também os próprios surdos a não depender apenas da Libras. Uma analogia aqui é a busca de informações pelos ouvintes também em outras fontes, em outros idiomas, como o inglês, por exemplo, para complementar conhecimentos. Assim, o entrevistado, ao mesmo tempo que espera que as formações sejam desenvolvidas em Libras para os surdos, também espera que o aprendizado seja resultado do consumo de outras fontes também, como conteúdos complementares disponíveis também em português.

O entrevistado Fabiano (34a, DF/Muito Alto), também contribuiu com a sua percepção de como poderia ocorrer o funcionamento de um aplicativo ou solução que pudesse fornecer maiores informações sobre educação financeira para uma pessoa surda:

“Então... teriam 2 formas, né? Uma delas seria utilizar uma gravação de termos, né? Obviamente, utilizando a expressão corporal... E também utilizando a inteligência artificial. Daria para otimizar bastante, né? Mas essa outra parte tem limitações com respeito à expressão facial e corporal também... e muitas vezes nem sempre tem o contexto correto, mas quem sabe no futuro, possa melhorar... nesse momento, eu acredito e me sinto confortável com uma pessoa realmente ao vivo assim... ou então com uma gravação... a gravação dos termos da explicação, como eu falei, e também no chat, por exemplo. Às vezes o robô... ele não ajuda a 100%. Depende do caso”.

Uma das entrevistadas contribuiu sugerindo a criação de um glossário em Libras que pudesse ajudar a pessoa surda com conteúdo diário, familiarizando-as com conceitos e explicações sobre o funcionamento de produtos e serviços do mercado financeiro, além de conteúdos explicativos a respeito de educação financeira. A entrevistada Suzana (35a, PB/Alto) manifestou-se assim:

“Então... uma ideia que me surgiu (...) proposta de criar um glossário na área financeira (...) e aí podem gravar vários e vários vídeos, né, fazer as ações ali, acho que podem ajudar muito... depois que tiver pronto, então, esse glossário, os bancos poderiam colocar, como uma categoria dentro do

aplicativo (...) muitas vezes não ter termos ali dentro do aplicativo, ali no site, que não vão conseguir entender, mas dentro... nessa parte do aplicativo, que tenha Libras ali, com as explicações, com esse glossário e aí aos poucos vão conseguir entender. (...) Muitas vezes o surdo não tem condições financeiras de pagar um curso. Se este aplicativo diariamente puder nos instruir um pouquinho cada dia, todo dia, eles já vão conseguir...”

De acordo com a entrevistada, a criação de um glossário, contendo termos específicos e com explicações em Libras, poderia auxiliar bastante no entendimento do mercado financeiro pelas pessoas surdas.

Em relação a aplicativos, o entrevistado João Paulo (51a, RJ/Médio Alto), trouxe importante contribuição sobre como funcionaria o detalhamento de conteúdo mais estruturado:

“(...) se tivesse essas informações acessíveis no aplicativo, com uma tradução mais detalhada, nos sites também... Se tivesse um campo ali para poder... ter um campo mais acessível em Libras, também dentro do site, detalhando mais, né, com vídeo explicativo... Por exemplo, “se você investiu tal valor, você vai resgatar tanto”, aí com certeza os surdos é... teriam um pouco mais de disposição para se movimentar nesse sentido, né, de buscar essas informações. (...) mostrar realmente é ... os bastidores, né, como que acontece isso... dar exemplos também. Para os surdos conseguirem realmente, aí... ter mais interesse, pelo fato dos bancos apresentarem mais essas informações”.

5.2.7. SÍNTESE

As entrevistas realizadas destacaram temas sensíveis que impactam no atendimento das pessoas surdas em instituições financeiras e a compreensão dos assuntos relacionados à educação financeira.

Carências ou dificuldades importantes foram citadas pelos entrevistados.

As dificuldades de comunicação com o público ouvinte ficam evidentes quando foi citada a predominância do português, a falta de intérpretes de Libras qualificados nas agências bancárias e também a dificuldade de compreensão dos termos técnicos relacionados ao mercado financeiro.

As pessoas surdas recorrem a fontes de consulta de educação financeira das mais variadas, tais como redes sociais, familiares ou livros, como forma de facilitar a compreensão dos temas, em razão da abordagem no primeiro idioma (Libras). Importante destacar que as redes sociais pareceram ser a preferência das pessoas

surdas, uma vez que influenciadores digitais surdos que se comunicam em Libras, oferecem informações mais acessíveis e detalhadas.

Os relatos trazidos pelas pessoas surdas quanto aos impactos dos produtos financeiros no seu bem-estar, parecem refletir maiores necessidades de estratégias inclusivas por parte das instituições financeiras, já que os entrevistados destacaram dificuldades de acesso aos produtos financeiros por falta de entendimento ou mesmo por desinteresse (por parte do mercado).

De acordo com as entrevistas, fica clara a falta de compreensão das instituições financeiras das necessidades das pessoas surdas, o que reforça a necessidade de se ampliar a compreensão desse público, para oferecer experiências mais positivas incluindo-os no próprio projeto.

5.3. WORKSHOP DE PROJETO

Conforme descrito no Capítulo 4.7, o workshop de projeto foi executado de acordo com o planejado na triangulação realizadas com os designers, em duas etapas: Rodada 1 (convergência) e Rodada 2 (divergência).

O tempo total de duração das atividades foi de 2 horas e 30 minutos, incluindo o tempo de apresentação inicial, separação e trabalho dos grupos, intervalo de 10 minutos entre as Rodadas 1 e 2 e agradecimentos finais do pesquisador. Aos grupos, foram fornecidos cadernos, folhas de *flip-chart*, canetas hidrocores, canetas tipo “pincel atômico”, etiquetas autoadesivas tipo “post-its” e canetas esferográficas, para que pudessem anotar e representar as discussões de forma livre.

Na Rodada 1 (Convergência), os grupos homogêneos discutiram os três estímulos (glossário; explicações, conteúdos e sinais; representação visual, conforme detalhamento do Capítulo 4.5.2). O objetivo era fazer com que os grupos discutissem os assuntos a partir das suas próprias experiências.

Ao final da Rodada 2 (Divergência), os grupos heterogêneos (formados por surdos, profissionais do mercado financeiro, designers e amigos e familiares) produziram as diretrizes de projeto para cada estímulo. As dinâmicas foram acompanhadas pelo pesquisador, orientando os grupos e esclarecendo dúvidas durante a execução das etapas. Além do pesquisador, os grupos foram acompanhados durante todo o tempo de trabalho pelos observadores não-participantes (todos designers), os quais tiveram a incumbência de realizar as

anotações a partir das conduções e interações realizadas pelos participantes, e outros aspectos percebidos que tenham julgado oportunos.

As diretrizes de projeto produzidas pelo workshop e as observações trazidas pelos designers não-participantes são descritas nos Capítulos 5.3.1. e 5.3.2. a seguir.

5.3.1. DIRETRIZES DE PROJETO

As diretrizes de projeto foram construídas na Rodada 2 (Divergência), onde reuniram-se as pessoas surdas, profissionais do mercado e designers para discutir soluções de projeto para o produto poupança, conforme previsto no briefing apresentado para todos. Foram formados 3 grupos, um para cada estímulo, de acordo com o detalhamento apresentado no Capítulo 4.5.2.

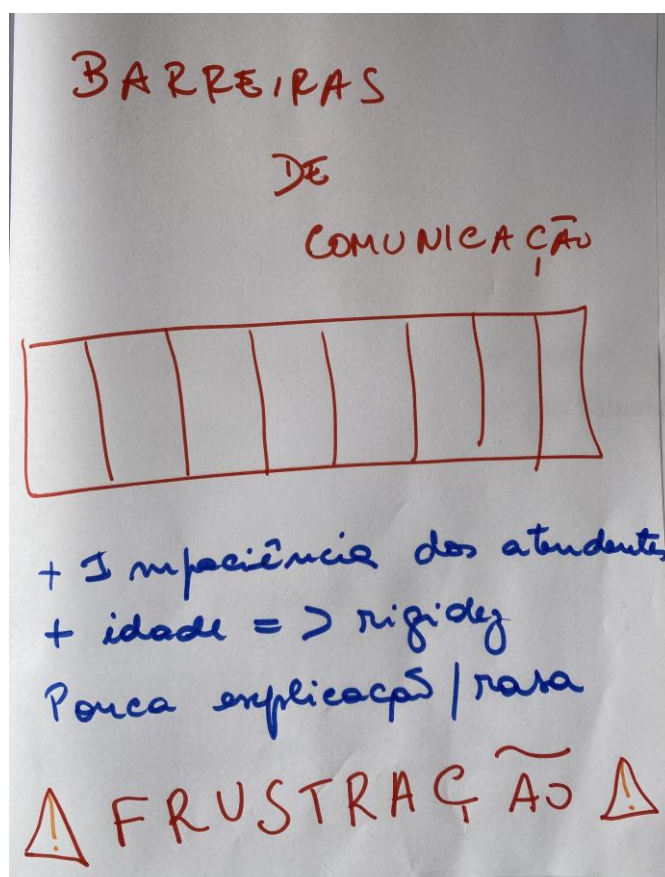
Durante a execução da Rodada 2, o pesquisador reforçou o tempo decorrido e restante, sendo realizados alertas quando faltavam 30, 20 e 10 minutos para o final.

As diretrizes produzidas pelos grupos foram as seguintes:

- a) Glossário: o grupo que discutiu esse estímulo abordou questões relacionadas às dificuldades das pessoas surdas para encontrar explicações adequadas sobre os conteúdos de educação financeira, que sejam de entendimento integral daquele público. Para responder à questão proposta *“Como seria um Glossário que pudesse auxiliar a pessoa surda na compreensão de informações educativas sobre o produto poupança?”* o grupo discutiu alternativas e perspectivas, as quais são transcritas a seguir:
 - i. Os surdos comentaram sobre a existência de perfis da rede social Instagram que são dedicadas a pessoas surdas e tratam de investimentos;
 - ii. Como alternativa de projeto, o grupo propôs o seguinte questionamento: “e se tivesse um especialista em educação financeira nas instituições que explicasse os conteúdos em Libras?”;
 - iii. O grupo comentou sobre a complexidade dos termos relacionados ao tema “educação financeira”, o que justificaria a necessidade do especialista;

- iv. As explicações deveriam ser realizadas de forma simples, com o apoio de imagens e filmagens;
- v. Os surdos relataram um alerta importante sobre o medo (de golpes) que têm com interações mediadas por tradutores intérpretes “estranhos”;
- vi. Para montar um glossário preciso e confiável, seria importante envolver especialistas da área e os próprios surdos;
- vii. Os surdos têm “desejo de independência”;
- viii. Há muitas barreiras de comunicação (surdos e ouvintes);
- ix. Foram relatadas impaciência dos atendentes dos bancos (de forma geral), quando se atende público surdo. Além disso, surdos comentaram sobre as explicações rasas e insuficientes, o que gera frustração, conforme ilustrado na Figura 21:

Figura 21 – Registro do workshop de projeto: Barreiras



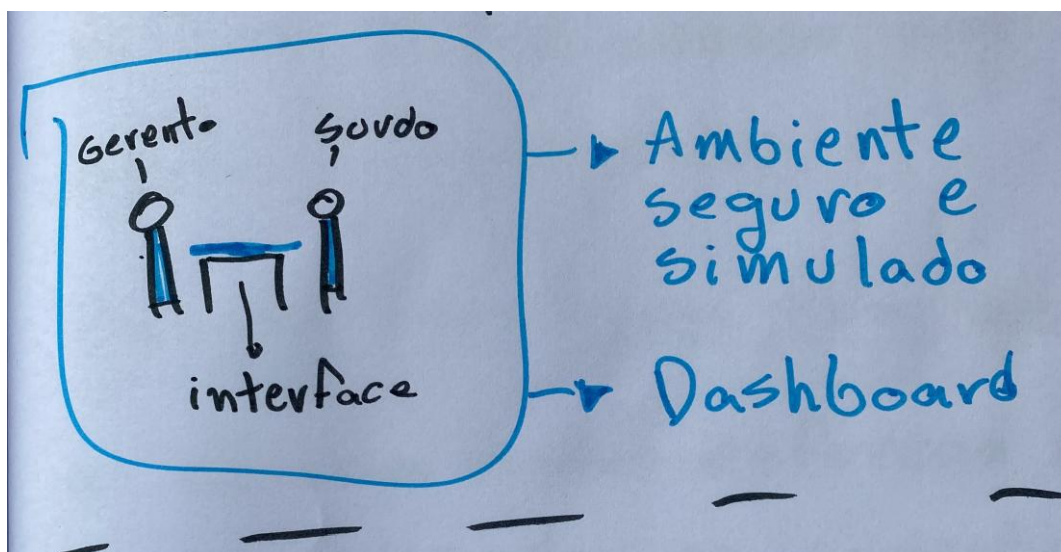
Fonte: Registro do workshop de projeto.

- x. Grupo comentou também que gerações diferentes apresentam necessidades diferentes e que poderia haver mais opções nas interações mediadas por humanos e tecnologias;
 - xi. Surdos comentaram que se sentem estrangeiros no próprio país. Pode ser interpretada como “solidão dos surdos”;
 - xii. O grupo propôs o questionamento: “como melhorar a competência comunicativa dos atendentes” (geral);
 - xiii. Ao discutir alternativas de projeto, os surdos comentaram que os jovens têm mais facilidade com tecnologia. Assim, sugeriram a criação de um glossário com terminologias do mercado financeiro, organizados e centralizados em uma plataforma tecnológica³⁰ (aplicativo);
 - xiv. A proposta do grupo resumiu-se a uma plataforma tecnológica com vídeos explicativos dos termos relacionados a educação financeira, com níveis de complexidade diferentes;
 - xv. Os surdos reforçaram que o significado que permite entendimento é composto de: conceito + explicação + imagens.
- b) Explicações, conteúdos e sinais: em relação a esse estímulo, os participantes discutiram para responder à questão *“Como seria a exposição de conteúdos e explicações do produto poupança para a pessoa surda? Quais sinais do produto Poupança poderiam ser criados para facilitar as explicações para o público surdo e como poderia ser desenvolvido um trabalho de forma nacional”*. As discussões do grupo foram registradas pelo designer participante e transcritas a seguir:
- i. Dos 4 participantes ouvintes do grupo, apenas 1 teve contato prévio com pessoas surdas;
 - ii. Surdos relataram que de um modo geral, a comunicação é dificuldade;
 - iii. O surdo participante do grupo assumiu o protagonismo da discussão e passou a conduzir a conversa;

³⁰ Considerando a tendência natural das pessoas em pensar em um “aplicativo” para solucionar problemas do cotidiano, optou-se por usar o termo “plataforma tecnológica”, que pode envolver um conjunto integrado de soluções, além da proposição de uma aplicação para celular.

- iv. Em relação aos intérpretes, o surdo participante do grupo comentou que “depende de intérprete não dá”, considerando que o intérprete pode se ausentar da conversa por qualquer motivo. E reforçou que “o intérprete é o meio, não a fonte da informação”;
- v. Logo no início o grupo já propôs uma diretriz: material didático que funcione para diferentes tipos de comunicação e dificuldades;
- vi. O surdo participante lembrou do regionalismo em Libras;
- vii. As definições de termos financeiros deveriam ser padronizadas por instituições “maiores”, “de cima para baixo”;
- viii. O grupo comentou que a resistência à mudança pode ser baixa, desde que todos os atores envolvidos sejam convidados a participar;
- ix. O grupo citou a importância de se entender como um surdo ensina o outro;
- x. No aprendizado, a interação e exercícios periódicos são importantes para evitar o esquecimento;
- xi. Surdos às vezes sabem se comunicar, mas não entendem o significado das palavras;
- xii. O medo é uma barreira: além da vergonha, timidez, receio, falha;
- xiii. A escrita é a solução mais comum;
- xiv. Conforme o grupo, a criação de um ambiente seguro, simulado, pode ser a solução, conforme apresentado na Figura 22:

Figura 22 – Registro do workshop de projeto: Ambiente seguro



Fonte: Registro do workshop de projeto.

- xv. O surdo participante do grupo reforçou que a solução mais interessante é uma padronização que venha do Banco Central, cocriada com os surdos;
- xvi. Através dos bancos brasileiros, pode ser caminho também, mas a maioria desses esforços é regionalizado (no Sudeste);
- xvii. O grupo também sugeriu que fosse criado um setor de educação financeira em Libras nas instituições financeiras, alicerçado na expressão “educação financeira para todos”;
- xviii. Educação financeira em Libras deveria fazer parte da grade curricular das escolas;
- xix. Utilizar a Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais) para padronizar o conhecimento de Libras;
- xx. Utilizar a comissão de deficientes da OAB para chegar no Banco Central com proposta de padronização de termos;
- xxi. Utilizar os sindicatos dos bancários para união de forças e levar proposta ao Banco Central;
- xxii. Nem todos os surdos são alfabetizados em português. Nesse caso, os sinais em Libras dos termos financeiros poderiam

- ser unificados, oriundos do Banco Central. Esses sinais deveriam ser cocriados entre comunidade surda e ouvintes;
- xxiii. Poderia haver um aplicativo com explicações e imagens em Libras, incluindo gráficos e valores (quando for o caso), por exemplo;
 - xxiv. Esses gráficos poderiam ser coloridos, para diferenciar claramente as perdas (em vermelho) e ganhos (em verde), conforme exemplo trazido pelo surdo;
 - xxv. Os textos deveriam ser simplificados, para entendimento dos contextos de simuladores (tipos de investimento, por exemplo).

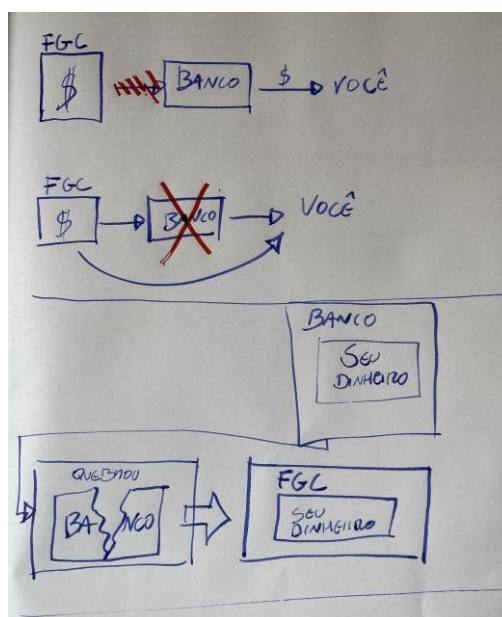
c) Representação visual: o grupo de surdos, profissionais, designers e intérprete que discutiram esse estímulo também produziram diretrizes relevantes para as necessidades de projeto de educação financeira para pessoas surdas. Para responder ao questionamento proposto “*Como seria a representação visual do produto poupança para melhor explicar o conteúdo e terminologias para o público surdo?*”, o grupo discutiu e construiu as seguintes orientações/diretrizes:

- i. Existem palavras em português que os surdos não sabem o significado;
- ii. Como os surdos entendem e sentenças equivalentes (entre aspas como deve ser explicado para o surdo)³¹:
 Facilidade de abertura: “*abrir conta de poupança é fácil*”.
 Facilidade de compreender como funciona e utilização: “*é fácil de usar*”.
 Livre de taxas e impostos: “*abre e usa sem pagar nada*”.
 Disponível para menores de idade: “*todas as idades podem ter conta de poupança*”.
 Alta liquidez: “*pegar dinheiro a qualquer momento, pode*”.

³¹ Para melhor compreender como os surdos entendem as explicações, o grupo optou por usar algumas das definições abrangentes do produto poupança fornecidas pelo pesquisador conforme Capítulo 4.5.1.

- iii. Para a explicação do funcionamento e cobertura do Fundo Garantidor de Crédito (Capítulo 4.5.1.f.) para o produto Poupança, foi necessário realizar duas ilustrações para melhor entendimento da pessoa surda, conforme Figura 23:

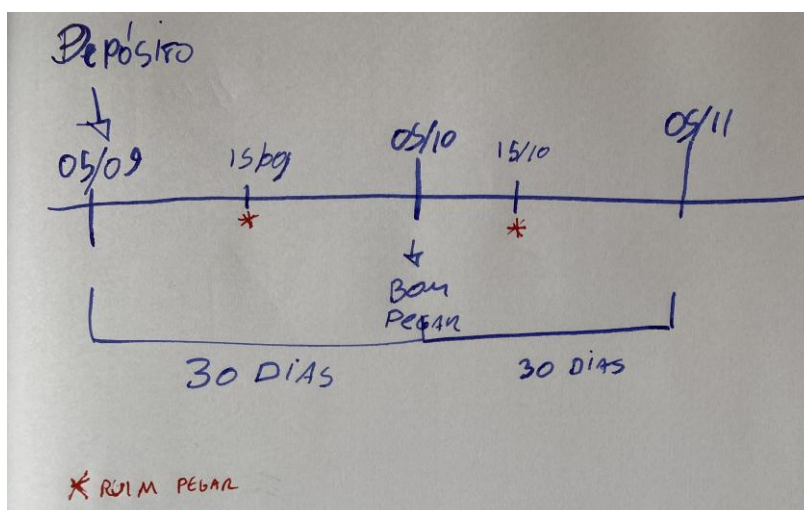
Figura 23 – Registro do workshop de projeto: Fundo Garantidor



Fonte: Registro do workshop de projeto.

- iv. A explicação da metodologia de cálculo da data de aniversário para rendimentos da poupança também foi explicada por meio de ilustração, conforme Figura 24:

Figura 24 – Registro do workshop de projeto: Data de aniversário



Fonte: Registro do workshop de projeto.

- v. Foi sugerido pelo grupo que houvesse uma pessoa por agência bancária com conhecimento em vocabulário financeiro;
- vi. O grupo também trouxe a sugestão de que o ensino de Libras (alfabeto e comunicação básica) fosse incentivado desde o ensino médio nas escolas;
- vii. Um dos profissionais do mercado, advogado, que participou da discussão, contribuiu informando que a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) pode ser um caminho (de facilitação e conscientização), pois participou de uma comissão especial para temas sobre pessoas com deficiência a qual, com o tempo, se transformou em comissão permanente.

Conforme explicado anteriormente, as Rodadas 1 e 2 tiveram duração de 2 horas e 30 minutos e foram acompanhadas por observadores não-participantes. As anotações relevantes para o projeto registradas pelos observadores são apresentadas no Capítulo seguinte.

5.3.2. OBSERVAÇÃO NÃO PARTICIPANTE

Fizeram parte do acompanhamento dos grupos, 4 observadores não participantes, todos designers. Com foram organizados 3 grupos (um para cada estímulo), um dos observadores acompanhou os grupos de forma livre, de modo que em alguns momentos da dinâmica, um grupo contou com 2 observadores ao mesmo tempo.

Para a realização do registro, os observadores não participantes partiram das questões sugeridas pelo pesquisador, conforme detalhado no Capítulo 4.6. A seguir, portanto, são apresentadas as observações dos participantes de forma consolidada, para cada questão proposta:

- i. *Você notou interesse dos profissionais do mercado financeiro em entender a necessidade da pessoa surda? Como você evidenciaria esse comportamento?*

Um dos observadores, que acompanhou o grupo homogêneo formado pelos profissionais do mercado e percebeu grande interesse desse perfil muito mais em resolver as necessidades das pessoas surdas do que entendê-las. Durante a Rodada 1, o observador registrou comentários como *“a gente precisa fazer algo para resolver”*, *“a gente precisa estudar”*, *“a gente precisa atingir essa área”*. O observador percebeu que todos os profissionais do grupo estavam animados em projetar para resolver os problemas. Entretanto, durante a Rodada 2 com o grupo heterogêneo, esses mesmos profissionais buscavam validação com o designer a todo o momento dizendo *“a gente precisa fazer isso para eles”*, *“como a gente simplifica isso para eles”*. O observador entendeu que os profissionais tinham o interesse em envolver as pessoas surdas, mas não percebeu questionamentos diretos para a pessoa surda tais como *“isso faz sentido para você”*, *“me explica o que é fácil para você”*. Em suma, o observador percebeu o interesse, mas parece não ter sido realizado com profundidade.

Em um dos grupos a Rodada 2, um observador relatou que a discussão foi iniciada pelos profissionais do mercado, que questionou as pessoas surdas sobre as suas experiências com o mercado financeiro. Uma das integrantes surdas, em resposta, relatou que o seu interesse seria *“sair do básico, mas falta conhecimento”*.

Outro observador também percebeu grande interesse dos profissionais do mercado. Conforme relato, os profissionais do mercado financeiro, ao ter consciência do atendimento deficiente proporcionado pelas agências bancárias para pessoas surdas demonstraram (forte) incômodo com a situação e manifestaram interesse em mudar essa realidade. Também foi percebido o desconhecimento por parte dos profissionais que atuam em instituição financeira, sobre a melhor maneira de abordagem, bem como em relação às diferentes formas de comunicação com as pessoas surdas. Outro ponto relevante destacado por um dos observadores foi o que aparentemente foi o de maior impacto para os profissionais do mercado: não tinham conhecimento sobre a sensação de insegurança de uma pessoa surda em um ambiente bancário. O observador complementou relatando que esse medo, compartilhado pelos surdos, é

resultado do receio que eles (os surdos) têm de receber oferta de produtos bancários com juros altos ou taxas embutidas, sem que recebam a correta informação. Além disso, desconfiam da participação de um intérprete na conversa, pois pode ter intenção de tirar vantagem sobre os surdos.

ii. Você percebeu que os amigos/familiares tiveram influência no processo de construção das diretrizes de projeto? Por quê?

No grupo homogêneo (Rodada 1), um dos observadores relatou uma situação trazida por um dos familiares participantes, quando uma criança tomou a iniciativa de ajudar um surdo a se comunicar em uma sorveteria. A conclusão do grupo foi que o ensino de Libras deve ocorrer desde a escola de base, para que as pessoas cheguem na fase adulta e o ato de se comunicar com as pessoas surdas seja algo comum.

iii. Você percebeu algum desinteresse da pessoa surda em contribuir, em razão das possíveis dificuldades de comunicação (intérprete – ouvinte – intérprete)?

No grupo heterogêneo (Rodada 2), um dos observadores percebeu um interesse muito grande das pessoas surdas em contribuir (o grupo observado contou com dois surdos nessa rodada). Uma das pessoas surdas participantes comentava a todo o momento “isso faz sentido”, “isso eu entendo”. Um destaque trazido pelo observador foi que a segunda pessoa surda participante do grupo insistia com o intérprete sempre que havia falta de compreensão da língua portuguesa. Em várias situações as explicações foram repetidas, até que a compreensão fosse completada. Outro relato importante trazido pelo observador foi o posicionamento de um dos surdos participantes do grupo, a respeito da sensação de falta de interesse das instituições financeiras em entender as demandas dos surdos e resolver os problemas. Esse aparente desinteresse das instituições financeiras acaba por deixar os surdos envergonhados e, com isso, evitam ficar perguntando várias vezes até entender. Por esse motivo, quando não há “abertura” para comunicação, o desinteresse é maior.

Outro observador relatou não perceber desinteresse dos surdos em participar da dinâmica. Ao contrário: os surdos demonstraram disponibilidade e expressavam estar confortáveis em contribuir, como também em compartilhar situações que vivenciaram no contexto de atendimento bancário (em alguma experiência passada). Não foi identificada dificuldade ou restrição em contribuir em razão da presença do intérprete.

- iv. Você percebeu envolvimento, animação, empolgação, da pessoa surda em contribuir, podendo se comunicar na sua primeira língua? Qual a situação que você pode narrar com tal evidência?*

Um dos observadores relatou ter percebido não apenas animação e empolgação dos surdos em contribuir, mas em também ter a condição de participar da construção de algo que envolve um “projeto maior”. Um dos destaques trazidos pelo observador foi quando ocorreu a discussão sobre o tópico “Fundo Garantidor de Crédito”, que levou bastante tempo com o envolvimento de surdos, designers e profissionais do mercado. A palavra “fundo” não fazia sentido para a pessoa surda. O entendimento só foi possível quando foi explanado que o objetivo do “fundo” era semelhante a um “seguro”. Todos os participantes entenderam o conceito, mas não sabiam materializar o entendimento. Por fim, o designer conseguiu interpretar o entendimento, conforme ilustrado na Figura 23.

Outro observador apresentou evidências do interesse ao perceber que os surdos compartilharam inclusive as suas estratégias de gestão pessoal do seu dinheiro. Por outro lado, os surdos narraram que se sentem estrangeiros no próprio país em razão do desinteresse dos ouvintes em relação à comunicação com as pessoas surdas.

Um observador que acompanhou um dos grupos na Rodada 2 registrou o depoimento de uma das pessoas surdas que, em contribuição, explorou a sua própria história e experiência com dinheiro. Comentou que seus pais não souberam instruí-la adequadamente. A pessoa surda comentou também que costuma refletir que poderia ter “um bom dinheiro guardado”, mas não tinha como saber fazer isso. Também relatou que a participação

foi concluída dizendo que tem “desejo de crescer e evoluir, mas o básico não dá condições para isso”.

- v. *Os grupos contam com profissionais do mercado financeiro, especialistas nos temas abordados para o Workshop. Você percebeu consultas a materiais complementares (sítios de notícias ou especializados), a partir de celulares ou notebooks? Quais foram as informações aproveitadas/esclarecidas?*

Não foi relatada pelos observadores qualquer consulta adicional dos profissionais e especialistas. Entretanto, relatou que o designer do grupo recorreu ao resumo do produto poupança entregue pelo pesquisador no início da Rodada 2, pedindo para que as pessoas surdas fizessem a leitura dos conceitos ali descritos sob a sua própria perspectiva. O designer solicitou aos surdos para que comentassem o que entendiam e o que não entendiam, para atuar justamente nos tópicos que não eram entendidos. Um dos observadores da Rodada 1, relatou que os designers procuraram referências em Libras, encontrando um Glossário de uma Universidade. Outro participante relatou que a tarefa é de projetar para surdos fica cada vez mais complexa, pois, segundo afirmação “é preciso entender o que já existe para depois propor”.

Outro observador notou que os surdos consultaram e apresentaram perfis de redes sociais (Instagram, por exemplo), que costumam acompanhar com o intuito de aprender termos específicos do mercado financeiro (perfis apresentados: @sinaisdefinanças, como glossário mais efetivo para o entendimento dos termos financeiros e também @thaísadurso, do perfil Poupe com Estilo). Além disso, um dos surdos participantes compartilhou um exemplo de glossário criado por uma universidade americana destinada a pessoas surdas e outro divulgado por uma Faculdade do Rio Grande do Sul. Na Rodada 1, os designers discutiram as dificuldades dos próprios ouvintes em entender termos e processos relacionados às atividades bancárias e pautaram que seria ainda mais complexo para as pessoas que utilizam outra língua (Libras) para entender as terminologias. Um dos observadores relatou que em um dos grupos da Rodada 2, os profissionais do mercado financeiro sugeriram a padronização dos termos em Libras

pelo Banco Central do Brasil, da mesma forma como é padronizado pelos ouvintes.

Outro observador, que na Rodada 1 esteve com o grupo dos designers, acompanhou a discussão sobre os termos financeiros utilizados pelas instituições. Um dos participantes comentou que mesmo para ouvintes o “escrever não resolve”, referindo-se à necessidade de uma explicação complementar visual para algumas pessoas o “desenhar, resolve”. A partir dessa discussão, o observador relatou que os participantes iniciaram rascunhos de como poderia ser “desenhado” o tema “poupança”.

- vi. *Você percebeu dificuldade da pessoa surda ao se expressar com os intérpretes, em razão de “olhar para uma pessoa e observar a reação do outro”?*

Não foram percebidas dificuldades do surdo em se expressar e comunicar com os intérpretes. No entanto, foi relatado por um dos observadores que em alguns momentos da dinâmica da Rodada 2, o grupo estava “dividido” com assuntos diferentes ocorrendo entre surdos e intérprete e designers e profissionais do mercado (conversas paralelas, com assuntos diferentes ocorrendo). Ou seja, em alguns momentos breves os surdos pareciam estar excluídos do processo de desenvolvimento do projeto. Outro observador relata que não percebeu dificuldade ou desconforto algum por parte das pessoas surdas, mas sim uma ânsia em compartilhar o que vivem, as suas histórias, fazendo conexão com os assuntos abordados nas discussões.

- vii. *Os participantes surdos relataram algum ponto positivo das interações realizadas com os profissionais de mercado, sendo intermediados por um intérprete? Como você evidenciaria essa situação?*

Um dos observadores trouxe um relato importante e bastante positivo ocorrido quando o grupo discutiu o conceito de “liquidez” (diária, da poupança). Os surdos relataram que a palavra/sinal “liquidez” pode ser confundida com “liquidação”. Com isso, os surdos explicaram os porquês dessa confusão. Então, o grupo concluiu que era preciso fazer algo “extremamente direto” para que o conceito de “liquidez” fosse compreendido pelas pessoas surdas. Entretanto, os surdos reforçaram que

é necessário que seja compreendido o termo “liquidez”, só é preciso ter paciência. Na conclusão do observador, o posicionamento da pessoa surda foi “os ouvintes não precisam adaptar tudo para que eu entenda as coisas. Mas a comunidade surda também pode fazer um esforço para entender e diminuir o distanciamento”.

Foi relatado também que os participantes comentaram da importância da realização do workshop (da pesquisa) para troca e conexão com os profissionais do mercado pois os surdos relataram que “é importante que eles saibam e sintam na pele o que passamos quando não somos devidamente atendidos em uma instituição financeira”. Apesar da participação do intérprete no grupo do workshop, os surdos compartilharam que a presença daquele profissional no momento de um atendimento bancário não é a solução mais adequada para eles, pois o intérprete não tem o conhecimento aprofundado sobre o assunto e “apenas” faz a intermediação entre o funcionário do banco e a pessoa surda, tornando o processo mais “truncado” e demorado. Os surdos ainda expressaram que levar um intérprete ao banco para conversar com um funcionário ouvinte inibe a independência deles, corrobora com o distanciamento/barreira comunicativa, tem um custo alto e ainda causa uma sensação de insegurança (sentem medo dos golpes). Os surdos comentaram que a solução mais adequada para eles seria que um profissional especialista do mercado financeiro e de investimentos tivesse o conhecimento de Libras para um atendimento adequado e eficiente. Os surdos comentaram ainda que nunca tiveram uma experiência positiva em uma agência bancária devido à falta de paciência dos atendentes com eles, causando raiva, frustração e descontentamento.

Outro observador comentou que um dos surdos dos grupos foi questionado sobre como ele sentiria tendo que falar com intérprete em um atendimento bancário. A resposta do surdo foi de que, pela sua experiência e de pessoas surdas que conhece, “é complicado”. Por exemplo, conforme relatado pelo surdo, se ele tiver algum problema de entendimento quem será o culpado, o intérprete ou a instituição financeira? Portanto, foi relatado pelo surdo a insegurança em situações em que têm intérprete. Os surdos entendem que é melhor que a comunicação seja direta.

Complementando a observação do ponto de vista do surdo, foi relatado que os profissionais do mercado comentaram que o mercado financeiro está relacionado à “confiança”. Portanto, seria importante que o próprio profissional da instituição financeira tenha essa habilidade, da mesma forma como se aprende um outro idioma.

Outro observador relatou em um dos grupos da Rodada 2 uma das discussões do grupo abordou a “*falta de conhecimentos específicos (dos intérpretes) que podem proporcionar falha na comunicação*”. Como sugestão, o grupo comentou que a existência de um Consultor especializado bilíngue poderia intermediar a relação com a pessoa surda.

viii. Os participantes ouvintes fizeram alguma menção de destaque, evidenciando que a dinâmica para pessoa surda é importante?

Foi relatado pelos observadores que em diversas situações os participantes comentaram sobre a importância da dinâmica. Uma das participantes ouvintes trouxe um exemplo de um *podcast* realizado pela sua instituição financeira: o *podcast* que contou com intérprete de Libras foi o episódio de maior alcance já realizado pela empresa. Outro relato trazido pelo observador, é que a Libras deveria/poderia ser um diferencial no currículo das pessoas.

Na percepção de outro observador, de um modo geral, o workshop realizado gerou maior consciência sobre o problema (educação financeira para pessoas surdas) em todos os participantes. A observadora relata que os participantes ficaram comovidos a respeito da inexistência da inclusão em um serviço básico e necessário.

ix. Algum participante ouvinte comentou “eu preciso aprender Libras”, durante a dinâmica? Você pode relatar a situação em que ocorreu, para que fizesse esse comentário?

Um dos observadores que acompanhou os profissionais do mercado na Rodada 1 (Convergência) percebeu que foi unanimidade do grupo a importância da pessoa surda, e de que as instituições financeiras deveriam estar preparadas para entender quais os sinais necessários para a comunicação. No entanto, os observadores relataram em nenhum

momento os participantes comentaram interesse em aprender Libras, exceto manifestações de profissionais do mercado que solicitaram indicação de “escola de Libras”.

Ainda na Rodada 1, um outro observador que acompanhou o grupo dos designers relatou que a discussão foi pautada nas traduções dos jargões de mercado utilizados pelas instituições financeiras, o que deve fazer sentido dentro dos recursos e estruturas da Língua de Sinais. O observador relatou que os designers perceberam a importância em dominar o “funcionamento” da Libras. Um dos participantes reforçou que seria interessante ter um conhecimento básico sobre a Língua de Sinais para poder elaborar soluções que façam sentido.

Na Rodada 2 (Divergência), em um dos grupos, não foi percebida qualquer manifestação de interesse dos participantes em aprender Libras. No entanto, o designer do grupo demonstrou conhecimento de Libras ao se dirigir aos surdos sinalizando seu nome e o seu sinal. Uma das pessoas surdas do grupo agradeceu e comentou que esse simples gesto tem um importante significado, pois quebrava a primeira barreira de comunicação entre surdos e ouvintes.

Outro observador relatou que na Rodada 2 (Divergência), uma das profissionais do mercado demonstrou muita frustração e desconforto com a realidade relatada pelas pessoas surdas. Essa profissional sugeriu aos surdos do grupo para que eles fizessem reclamações nas Ouvidorias das instituições financeiras. Também foi relatado por essa mesma profissional uma experiência que teve com um familiar, quando surgiu o interesse em aprender Libras e, inclusive, solicitou ao grupo indicação de escolas de Libras para aprender.

Ainda em relação a aprender Libras, um dos observadores trouxe o relato de um surdo que comentou sobre a importância de que os ouvintes possam se aproximar e se comunicar. “Ter coragem”, conforme relatado pelo surdo, ao invés de chamar o intérprete para intermediar a conversa. Um dos surdos complementou “falam que querem aprender Libras, mas não aprendem”, referindo-se aos ouvintes.

- x. *Os participantes surdos relataram, em algum momento durante a dinâmica “agora eu entendi essa explicação”, fazendo referência a algum item discutido durante o processo? Você pode relatar a situação?*

Na Rodada 1, um dos observadores relatou que a conclusão do grupo dos designers foi que o “desenho” seria a melhor solução para explicação para as pessoas surdas e reforçou o argumento de que “desenho é uma linguagem universal”.

Um dos observadores comentou que em algumas situações ocorridas durante a dinâmica a Rodada 2 os surdos fizeram comentários. Dois dos exemplos mais relevantes ocorreram com a explicação dos conceitos de “data de aniversário” da poupança e do “Fundo Garantidor de Crédito”. Segundo o observador, ocorreu demora até que ocorresse o entendimento dos surdos. Porém, depois do entendimento os surdos se engajaram bastante na materialização desse entendimento (sinais, frases, desenhos), auxiliando o designer. Um dos pontos de destaque foi que o designer convidou um dos surdos a desenhar o seu próprio entendimento.

Outro observador comentou que a dinâmica ocorreu de forma fluida e que as pessoas surdas compartilharam os momentos e situações que já tinham passado, considerando os temas discutidos, e expressaram qual seria a melhor forma de atendimento para elas. Em determinado ponto da discussão da Rodada 2, uma das profissionais do mercado usou a expressão “contestação de compra no cartão de crédito”. As pessoas surdas relataram desconhecimento da expressão e, após explicado com a ajuda do intérprete, tomaram conhecimento e melhor entendimento, portanto.

Outras observações adicionais relatadas e que não se enquadram nas questões orientativas disponibilizadas pelo pesquisador previamente:

- i. Um dos observadores que acompanhou os profissionais do mercado relatou que durante a discussão foi percebido um interesse muito grande dos participantes em criar algo, em resolver o problema dos surdos. Entretanto, havia uma tendência a se criar um aplicativo ou plataforma tecnológica, considerando que *“todos têm celular hoje em dia”*. Os

profissionais do mercado aparentemente pensavam em oferecer algo “pronto” para os surdos pois chegaram a comentar: “*a gente tem que definir os sinais, e apresentar os sinais para eles*”. No entanto, de acordo com o relato do observador, o grupo não tinha se dado conta que o problema não era necessariamente o sinal em si, mas sim o que o sinal representava. O observador percebeu uma grande euforia dos profissionais do mercado na Rodada 1 em resolver o problema, mas isso mudou na Rodada 2 quando ocorreu o contato com os surdos. Em suma, o observador relatou que tal comportamento parece ter revelado uma barreira entre surdos e ouvintes no exercício de projeção: os ouvintes pareciam motivados a oferecer soluções para as necessidades, mas aparentemente havia a tendência de que essas soluções fossem levadas “prontas” para os surdos. Portanto, esse comportamento parecia excluir a pessoa surda do processo de projeto. Inclusive foi relatado por um dos observadores que a grande maioria dos ouvintes que participaram do workshop não havia tido até então (ou teve pouco) contato com pessoas surdas.

- ii. Outro observador concluiu suas anotações comentando que, de uma maneira geral as pessoas surdas, logo no início da dinâmica da Rodada 2 compartilharam suas frustrações (pela falta de paciência e boa vontade dos bancos) e suas sugestões de soluções para um atendimento mais efetivo. Os surdos comentaram ainda que não contraem produtos financeiros bancários pois não têm o significado deles. Além disso, os surdos não se sentem confortáveis com a presença dos intérpretes nas agências e sugeriram que a melhor forma de atendimento seria através de um especialista com conhecimento em Libras. Um ponto bastante interessante que surgiu no grupo acompanhado pela observadora 2 na Rodada 2 foi a unanimidade entre os participantes do grupo de que cada banco pudesse contar com seu próprio método de tradução dos termos para Libras. Segundo os participantes, esse processo geraria concorrência entre as instituições financeiras e, por consequência, um maior interesse em desenvolver a solução. Por fim, o observador relatou que a criação do glossário na visão das pessoas surdas, deveria ser elaborado tendo como referência o perfil @sinaisdefinanças na rede social Instagram. Esse

glossário, então, seria eficiente com a sinalização em Libras, a palavra ou termo escrito em português e a explicação detalhada também escrita. Os surdos comentaram ainda que existem diferentes níveis de surdos e diferentes níveis de escolaridade. Sendo assim, o material deve contemplar essas diferenças.

- iii. Um dos observadores comentou o registro de uma das pessoas surdas participantes, que comentou a dificuldade em entender os serviços oferecidos pelos bancos, justamente por não haver sinais que os traduzem. Esse surdo comentou inclusive que conheceu o termo “poupança” durante a pandemia do novo Coronavírus (2020-2022). E complementou relatando o despreparo ou falta de entendimento da família sobre a importância em abordar e explicar para os surdos o tema “educação financeira”;
- iv. Outro observador, que acompanhou um dos grupos na Rodada 2 registrou que um dos profissionais do mercado financeiro questionou as pessoas surdas do grupo sobre o entendimento do termo “previdência privada”. Um dos surdos do grupo respondeu que não sabe do que se trata e que ninguém havia explicado para ele aquele conceito. Após a explicação do conceito pelo profissional do mercado, a pessoa surda comentou brevemente sobre a dependência de uma explicação adequada.

Com a finalização do workshop de projeto, foi necessário identificar quais as priorizações de exploração seriam feitas, conforme detalhado no Capítulo seguinte.

5.4. OPORTUNIDADES DE EXPLORAÇÃO POSSÍVEIS

Antes de seguir para a elaboração do projeto experimental, foi necessário fazer uma pausa para identificação e classificação dos primeiros achados, antes da definição para a exploração no projeto experimental.

Com isso, ao final das etapas quantitativa-descritiva, qualitativa-exploratória e com a execução do workshop de projeto, foram realizadas reflexões sobre todos os resultados apurados até então. Alguns dos achados chamaram atenção do pesquisador e, portanto, foi necessária uma etapa de afinamento dos conteúdos, para definição do que seria abordado no projeto experimental. O principal objetivo foi de delimitar temas e propósitos adequados à Tese, para evitar a superficialidade de

vários temas, sem aprofundar no que realmente seria importante para a definição do Sistema Produto-Serviço.

Assim, foram avaliados os *gaps* iniciais da pesquisa (relatados no Capítulo 4.6) e cruzados com os principais achados colhidos através das pesquisas quantitativa (questionários) e qualitativa (entrevistas em profundidade).

Explorou-se nas etapas anteriores, temáticas como: bem-estar financeiro, produtos bancários, relacionamento bancário com pessoas surdas, experiência em agência bancária. Dessa forma, optou-se por explorar esses temas na última etapa.

Como forma de subsidiar, portanto, a elaboração do projeto experimental, foram consideradas as experiências relatadas em todas as etapas anteriores da pesquisa, desde os *gaps* iniciais até os surdos que relatam não confiar nos produtos oferecidos pelas agências bancárias.

Além desses itens, foram consultadas outras fontes tais como:

- a) Certificações Anbima: a Anbima é a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais. É a entidade que certifica os profissionais do mercado financeiro para estarem aptos a comercializar produtos de investimento em agências bancárias;
- b) Método de ensino da Academia Rafael Toro: que proporciona treinamento em conteúdo específico para profissionais do mercado financeiro;
- c) Casos de referência: foram explorados os casos da Cafeteria Starbucks de Washington (Estados Unidos) e da Sorveteria Il Sordo de São Paulo (Brasil), como forma de entender como funcionam processos de atendimento exclusivo para pessoas surdas, em ambientes pensados e projetados para esse público.

A partir do Capítulo seguinte, serão melhores exploradas e detalhadas as três fontes citadas.

5.4.1. ANBIMA

Nas entrevistas em profundidade e no workshop de projeto, as pessoas surdas manifestaram a necessidade de contar com pessoas mais preparadas e com mais paciência nas agências bancárias, para prestar informações adequadas sobre produtos e serviços, tais como opções de investimentos.

De uma forma geral, para atender a demanda das pessoas, na maioria *ouvintes*, existem tais profissionais preparados e certificadas por uma instituição nacional chamada Anbima. A Anbima é uma entidade que, segundo o seu sítio na Internet³² destaca como sua Missão “*Fortalecer a representação do setor (financeiro) e apoiar a evolução de um mercado de capitais capaz de financiar o desenvolvimento econômico e social local e influenciar o mercado global*”. Um dos compromissos da Anbima é *educar*.

Dentro desse pilar de educação, a Anbima é responsável por certificar os profissionais das instituições financeiras em assuntos relacionados ao mercado, para que esse profissional esteja devidamente “habilitado”, sendo oferecidas Certificações específicas. Destaca-se que a Anbima é responsável pela certificação, mas não pelos cursos preparatórios.

De acordo com o sítio da Anbima na Internet³³, são emitidas 6 Certificações, as quais têm características diferentes. Abaixo, no Quadro 19, são apresentadas as Certificações emitidas pela Associação, características e número de profissionais que as detêm na posição Setembro/2024 (CERTIFICAÇÃO... 2024):

Quadro 19: Certificações Anbima

Certificação	Descrição	Profissionais (Brasil)
CPA-10	Atuam na distribuição de produtos de investimento em agências bancárias ou plataformas de atendimento.	526.742
CPA-20	Atua na distribuição de produtos de investimento para clientes dos segmentos varejo alta renda, private, corporate e investidores institucionais em agências bancárias ou em plataformas de atendimento.	276.231
CEA	Indicada para atuar como especialistas em investimentos. Podem recomendar produtos de investimentos para clientes em diversos segmentos, além de assessorar gerentes de contas.	46.010
CFG	Para quem quer iniciar ou acelerar sua carreira na área de gestão de recursos de terceiros. Tem o conhecimento da base técnica do setor que é diferencial para ocupar diversos cargos em empresas de asset management.	8.288
CGA	Permite atuar com gestão de recursos de terceiros em fundos de investimento de renda fixa, ações, cambiais, multimercados, carteiras administradas e fundos de índice.	6.991
CGE	Pode atuar com gestão de recursos de terceiros na indústria de produtos estruturados.	5.959

Fonte: Adaptado pelo autor.

³² Sítio da Anbima: https://www.anbima.com.br/pt_br/institucional/a-anbima/posicionamento.htm

³³ Sítio da Anbima: https://www.anbima.com.br/pt_br/educar/educar.htm

De acordo com o Quadro 19, de uma forma geral, as duas primeiras (CPA-10 e CPA-20) são as Certificações mais comuns exigidas por instituições financeiras para os profissionais que trabalham no varejo (agências bancárias). São as Certificações que abordam conceitos mais comuns do mercado financeiro tais como, aplicações em renda fixa (dentre elas a poupança, produto que foi abordado junto às pessoas surdas no workshop de projeto) e renda variável. Os profissionais detentores dessas Certificações normalmente são responsáveis pela oferta desses produtos ao público em geral, dentro de uma agência bancária.

A convite do pesquisador, foram realizadas duas reuniões no formato *on line* com a Anbima, tendo como participantes o responsável pela Área de Inovação e Projetos, a responsável pela Área de Educação e Educação Financeira e o líder da Área de Operações e Certificações. Em consulta realizada pelo pesquisador em uma dessas reuniões, a entidade não soube informar o número de pessoas surdas que pudessem ter sido certificadas nas categorias do Quadro 19 (trata-se de um indicador não controlado). A entidade também informou que as Certificações são realizadas apenas em português. Outro ponto relevante identificado é que também não é conhecido pela Anbima se os profissionais ouvintes certificados têm conhecimento em Libras.

Conforme citado, a Anbima não é responsável pelo processo preparatório para as Certificações citadas. Os profissionais do mercado financeiro que pretendem conquistar as Certificações devem procurar cursos preparatórios oferecidos pelas mais diversas instituições formadoras. Dentre essas instituições, uma das mais conhecidas e conceituadas nacionalmente é a Academia Rafael Toro, com sede em Porto Alegre/RS.

A Academia Rafael Toro também foi procurada pelo pesquisador, para que fosse possível entender o funcionamento do processo preparatório e o público demandante, o que é abordado no item seguinte.

5.4.2. ACADEMIA RAFAEL TORO

Araújo e Xavier (2011) tratam a educação financeira como uma disciplina transversal e que deveria ser tratada desde a educação das crianças, pautado pelo conceito do tema da própria OCDE, já detalhado no Capítulo da Introdução dessa pesquisa. A proposta das autoras é de que os professores do ensino fundamental

deveriam despertar o interesse dos alunos pela leitura e interpretação de textos para, conseqüentemente, levar os alunos a compreenderem o significado valorativo que a educação financeira oferece através das fábulas (Araújo e Xavier, 2011).

Não é objeto dessa Tese aprofundar as experiências de educação de uma forma geral, mas sim de como adaptar e promover métodos e formas adequadas para pessoas surdas compreenderem com mais profundidade os temas relacionados à educação financeira. Nesse caso, projeta-se a temática proposta pelas autoras, traçando um paralelo de que as crianças começariam, desde o ensino fundamental, a aprender o “idioma” educação financeira, desde que fosse tratado de forma prática e amistosa em salas de aula.

Assim, portanto, tratando o tema “educação financeira” ou “finanças” como um “idioma” (considerando terminologias e entendimentos próprios³⁴), poderia ser possível projetar experiências mais significativas para pessoas surdas, no aprendizado dos conteúdos propostos pela temática.

A Academia Rafael Toro (ART) trata o tema “finanças” também como um “idioma”. O processo de criação de conteúdos, método de ensino/aprendizado e forma de replicação dos temas são preparados para que os profissionais estudem e aprendam e, por fim, conquistem as Certificações necessárias para atuação no varejo das instituições financeiras, habilitando esses profissionais para o contato com os clientes. São esses profissionais que têm o contato com ouvintes e surdos que procuram atendimento em agências bancárias, quando há uma demanda por produtos e serviços. O objetivo da visita na ART era justamente entender como funcionava o método de ensino e como os cursos são ofertados.

Ao pesquisador foi oferecido um acesso gratuito, com duração de 3 meses, ao curso preparatório para a Certificação CPA-20. O curso tem 20 módulos, em mais de 44 horas de conteúdo. Nos cursos preparatórios ofertados pela ART, duas características chamaram a atenção: i) a tradução simultânea com intérprete de Libras

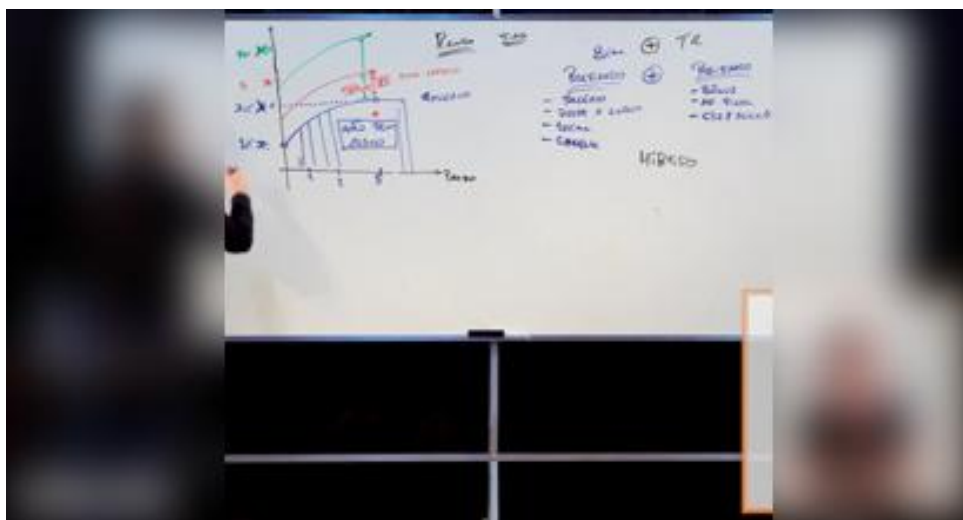
³⁴ Nota do autor: entende-se como “terminologias próprias”, por exemplo, a referência trazida por uma das entrevistadas com a expressão “bolsa de valores” (Capítulo 5.2.1). Essa entrevistada, surda, não sabia do que se tratava o termo, até finalmente esclarecê-lo, já na idade adulta. A expressão “bolsa de valores”, é apenas um dos exemplos do que pode ser abordado no ensino do “idioma finanças”. Tratar o tema “finanças” como um “idioma” (entre aspas mesmo pois não haveria estrutura gramatical, própria das línguas), com abordagem das diferentes terminologias e significados, como forma de auxiliar a pessoa surda se familiarizar com o tema para formações e entendimentos em oportunidades específicas (como por exemplo, ao consumir um produto bancário).

(em uma das versões oferecidas pela empresa) e ii) explicações gráficas (desenhos) dos conteúdos ministrados pelo instrutor.

A ART informou que tem o objetivo de contribuir com a causa social, ofertando cursos preparatórios em Libras para pessoas surdas, de forma gratuita.

A Figura 25 ilustra o processo de ensino da ART:

Figura 25 – Aula Academia Rafael Toro (excerto 1)

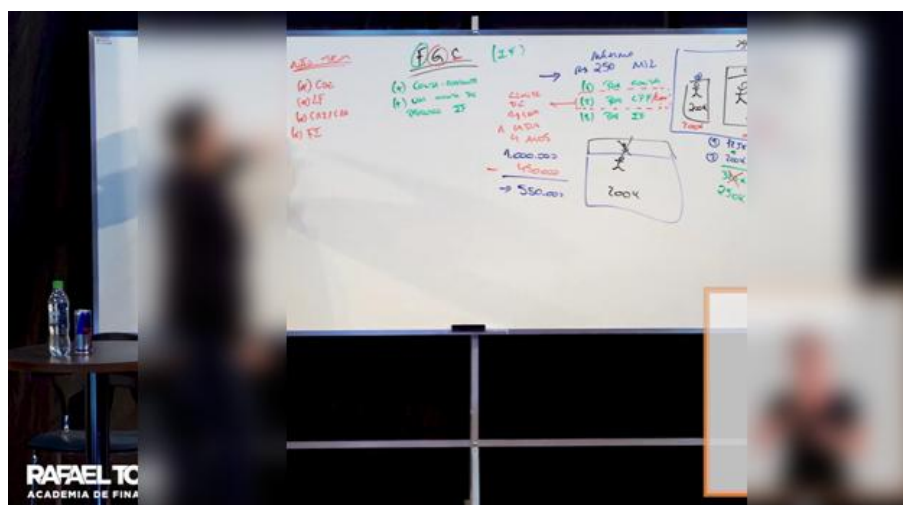


Fonte: Curso preparatório CPA-20 (ART).

A imagem da Figura 25 foi extraída de uma das aulas preparatórias oferecidas pela ART para a Certificação CPA-20. Conforme a figura, percebe-se as explicações visuais (com a ilustração de um gráfico) e a presença de uma intérprete de Libras em um quadro com destaque suficiente e bem apropriado. Nessa Figura, o instrutor está realizando a explicação dos produtos de renda fixa (incluindo o produto Poupança, que foi objeto do workshop de projeto dessa Tese).

Em outro exemplo das aulas oferecidas pela ART, conforme Figura 26, o instrutor explica o funcionamento do Fundo Garantidor de Crédito (conceito também explorado no workshop de projeto, conforme apresentado no Capítulo 5.3):

Figura 26 – Aula Academia Rafael Toro (excerto 2)



Fonte: Curso preparatório CPA-20 (ART).

Conforme a Figura 26, percebe-se a mesma abordagem do instrutor, com ilustrações e apontamentos coloridos, além da intérprete de Libras no quadro inferior direito da tela.

Avançando mais um passo em direção à modelagem do projeto experimental, foram estudados dos casos de referência descobertos durante o projeto de pesquisa: uma loja da cafeteria Starbucks e as lojas da sorveteria brasileira Il Sordo, cujas características são detalhadas no capítulo seguinte.

5.4.3. OUTROS CASOS DE REFERÊNCIA: STARBUCKS E IL SORDO

Durante a realização da pesquisa com pessoas surdas, foram recebidas pelo pesquisador uma série de sugestões, matérias de sítios de notícias na internet, perfis de redes sociais, indicações de textos e também de locais que apoiam e incentivam a Cultura Surda.

Dois desses locais indicados por pessoas surdas ao pesquisador foram: i) a cafeteria da rede internacional Starbucks e ii) a sorveteria Il Sordo, empresa brasileira.

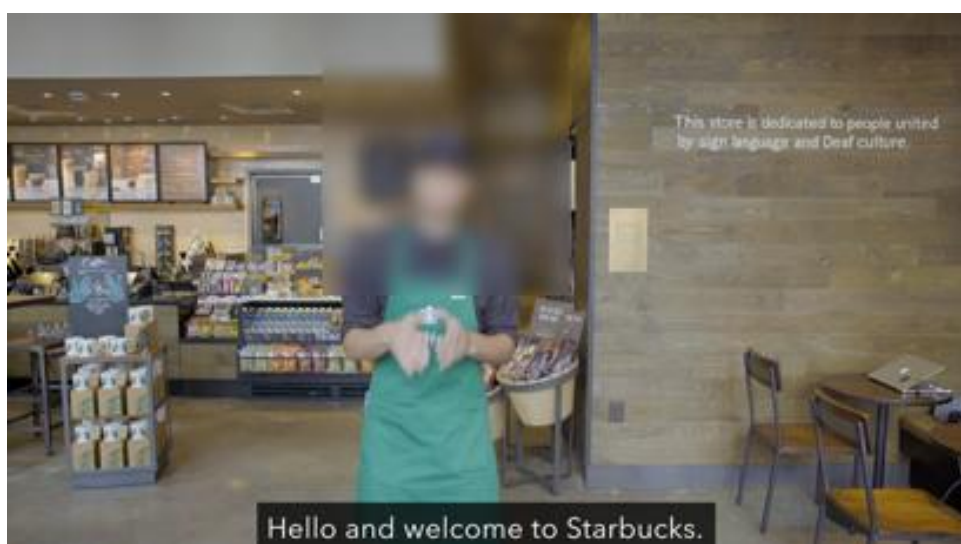
A loja da Starbucks foi aberta em Washington em 2018, Estados Unidos e conta com um time diverso de funcionários fluentes na língua de sinais americana (ASL – American Sign Language). Foi a primeira loja dos Estados Unidos com essas características, e está localizada na mesma rua da Universidade Gallaudet (instituição bilíngue para surdos, fundada no ano de 1864). De acordo com a página na Internet consultada (da própria rede Starbucks), é informado que a loja foi projetada para a

comunicação, a partir das diretrizes do projeto “DeafSpace”, também conhecido como “*DeafSpace Design Guidelines*”:

“Em 2005, o Departamento de Estudos Surdos ASL da Universidade Gallaudet e o arquiteto Hansel Bauman criaram o projeto DeafSpace, catalogando elementos de design que abordam os principais aspectos da experiência dos surdos com o ambiente construído, incluindo espaço e proximidade, alcance sensorial, mobilidade e proximidade, luz e cor e acústica. A nova Signing Store incorpora aspectos do DeafSpace, incluindo um ambiente aberto para comunicação e superfícies com pouco brilho” (OITO, 2018).

Na Figura 27 a seguir, é apresentada uma imagem da loja e um dos atendentes oferecendo boas-vindas aos visitantes do local:

Figura 27 – Apresentação Starbucks (Loja Gallaudet)



Fonte: Excerto de vídeo internet.

A Figura 27 mostra, logo na entrada da loja, a frase “*This store is dedicated to people united by sign language and Deaf culture*” (“esta Loja é dedicada a pessoas unidas pela língua de sinais e cultura surda”, em tradução livre do autor), representando um ambiente acolhedor e atendido apenas por pessoas surdas ou ouvintes fluentes em ASL. O vídeo tem pouco mais de 1 minuto e o atendente apresenta toda a jornada da experiência do cliente dentro da loja. O que mais chama a atenção é que um tablet está disponível para os clientes escreverem os seus pedidos para os atendentes. Como o atendimento da loja se dá completamente em ASL (a Língua de Sinais Americana), os ouvintes podem ter dificuldades em se expressar e, por isso, têm à disposição tal recurso. Curiosamente, o ato de “escrever

para se expressar” é um recurso usado pelos próprios surdos com os ouvintes, quando são atendidos em locais onde a língua principal é a oralizada. Dentre esses locais, conforme relatos dos surdos entrevistados, as agências bancárias.

Outro caso de referência que foi sugerido por pessoas surdas e ouvintes ao pesquisador foi a sorveteria brasileira Il Sordo³⁵, com lojas nos Estados de Sergipe, Bahia e São Paulo. A empresa foi fundada em 2016 por um surdo, com o objetivo de se tornar uma sorveteria inclusiva, que quebrasse a barreira da comunicação. A Figura 28 mostra a fachada da loja Il Sordo do Estado de São Paulo:

Figura 28 – Sorveteria Il Sordo



Fonte: Fachada da loja Il Sordo em São Paulo.

A Figura 28 apresenta a fachada de uma das lojas Il Sordo, um exemplo de inclusão e acessibilidade, que tem mais de 80% dos colaboradores surdos. A comunicação da equipe da empresa é facilitada pela Língua de Sinais Brasileira (Libras), garantindo que todos os funcionários se expressem e se comuniquem livremente (EXPLORANDO, 2024).

5.4.4. DEFINIÇÃO DA EXPLORAÇÃO DE PROJETO

Considerando todos os fatores de exploração até esse ponto da pesquisa, alguns tornaram-se mais evidentes e, portanto, mais apropriados de serem desenvolvidos na experimentação.

³⁵ Fonte: Sítio da empresa na Internet <https://ilsordo.com/il-sordo>.

O projeto experimental foi desenhado para explorar alguns dos principais *gaps* da pesquisa, com subsídios obtidos em todas as etapas do projeto, especialmente os obtidos nas etapas de entrevista em profundidade e workshop de projeto. Dessa forma, para atender o quarto objetivo específico proposto por essa pesquisa (Definir diretrizes de design que contribuam para o bem-estar subjetivo das pessoas surdas) o **briefing de planejamento** do projeto experimental foi assim definido: “*como projetar melhor experiência das pessoas surdas em agências bancárias, para proporcionar bem-estar através da educação financeira?*”. Para responder essa questão, projetou-se a experiência para pessoas surdas em agências bancárias com as seguintes diretrizes e elementos:

- 1) Atendimento: o atendimento de pessoas surdas em agências bancárias poderia ser realizado por surdos ou por ouvintes habilitados a se comunicarem em Libras, sem intermediações. Essa diretriz é sustentada pelas entrevistas em profundidade onde os surdos comentaram as dificuldades no atendimento das agências bancárias, conforme relatado no Capítulo 5.2.1. Além disso, no workshop de projeto, conforme apresentado no Capítulo 5.3.2, os surdos comentaram ainda que nunca tiveram uma experiência positiva em agência bancária, gerando frustração e raiva, pois a percepção é de que os atendentes não têm conhecimento ou mesmo paciência para realizar explicações;
- 2) Capacitações: além de terem fluência em Libras, os atendentes das agências bancárias poderiam deter certificações específicas para atendimento em varejo (CPA-10, CPA-20);
- 3) Recursos visuais: em caso de atendimento a pessoas surdas, os recursos visuais de apoio das agências bancárias poderiam ser recriados, para atendimento exclusivo para o público surdo;
- 4) Educação financeira: os conteúdos de educação financeira estariam inseridos na rotina bancária como forma de auxiliar a integralidade de atendimento ao público surdo, de forma realmente inclusiva, e não contando com a intermediação de intérpretes não-especializados, inclusive em terminologias próprias do mercado financeiro (“idioma finanças”).

Assim, o projeto experimental, definido a partir das diretrizes citadas, foi executado com pessoas surdas e intérpretes, esses no papel de profissional do mercado financeiro, conforme será detalhado no capítulo 5.6. Entretanto, antes da realização do projeto experimental, foi necessário executar a etapa de planejamento, denominada “pré-projeto” conforme detalhada a seguir.

5.5. PRÉ-PROJETO: PLANEJAMENTO

Após a realização do workshop na etapa anterior e do levantamento das oportunidades de exploração possíveis, novas descobertas emergiram, exigindo a necessidade de duas novas etapas na pesquisa.

Assim, duas novas etapas foram inseridas para contribuir e melhor subsidiar a execução do projeto experimental: i) visitas de exploração em instituições financeiras e ii) construção de artefatos que serviriam de apoio para a execução do projeto previsto no capítulo 5.4.4.

5.5.1. VISITA DE EXPLORAÇÃO EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Antes de definir o **briefing de execução** do projeto experimental, o autor visitou três agências bancárias de três instituições diferentes. O objetivo das visitas era de coletar informações sobre como as agências bancárias estavam preparadas para atender o público surdo.

Na abordagem, idêntica nas três instituições, o autor informou que precisava de orientações sobre como poderiam ser abertas contas correntes para pessoas surdas. Em seguida, o autor questionou se a instituição estava preparada para atender o público surdo em Libras.

Todas as instituições visitadas contavam com um balcão de atendimento na porta da agência, com um funcionário que fornecia as orientações sobre o acesso à agência e emissão de senhas para o atendimento. As respostas recebidas das instituições foram:

- a) Instituição Financeira A: ao ser questionado, o atendente respondeu que a instituição tinha atendimento em Libras, de um colega que “*fala mais ou menos Libras*” (nas palavras exatas do funcionário do banco). O atendente

colocou a instituição à disposição e sugeriu marcar hora para que o atendimento do banco ocorresse adequadamente.

- b) Instituição Financeira B: o atendente do balcão não soube responder se a agência estava preparada para atender o público surdo em Libras. Em busca da informação, o atendente pediu licença para consultar internamente. Depois de alguns minutos, retornou informando “*sim, tem uma pessoa que pode ajudar*”. O funcionário não ofereceu mais detalhes sobre capacitações que essa pessoa teria ou como poderia auxiliar o atendimento. Igualmente à instituição financeira A, sugeriu marcar um horário para atendimento da pessoa surda.
- c) Instituição Financeira C: a exemplo da instituição financeira B, a atendente questionada no tótem de atendimento para geração de senhas também não soube informar de imediato se a agência teria suporte em Libras para pessoas surdas. A funcionária pediu licença e informou que iria consultar internamente na agência. Depois de alguns minutos, a funcionária retornou e informou: “*sim, temos um chat, onde ele (a pessoa surda) coloca a mensagem e o site traduz*”. O pesquisador ainda fez novos questionamentos sobre como funcionaria esse atendimento, mas não obteve maiores detalhamentos. Ao contrário das instituições financeiras A e B, não foi oferecida marcação de agenda para atendimento especializado.

Nas 3 visitas, não foram visualizadas ou oferecidas brochuras explicativas dos produtos e serviços bancários, que pudessem ser usadas como apoio do atendimento à pessoa surda, ou mesmo aos ouvintes.

Em nenhum dos casos foram dados seguimentos no atendimento. Ou seja, mesmo após orientação das agências bancárias, não foram realizados maiores questionamentos exploratórios por parte das instituições. Apesar de oferecidas marcações de agendas, não foram agendados horários posteriores para novas visitas do autor.

5.5.2. CONSTRUÇÃO DE ARTEFATOS

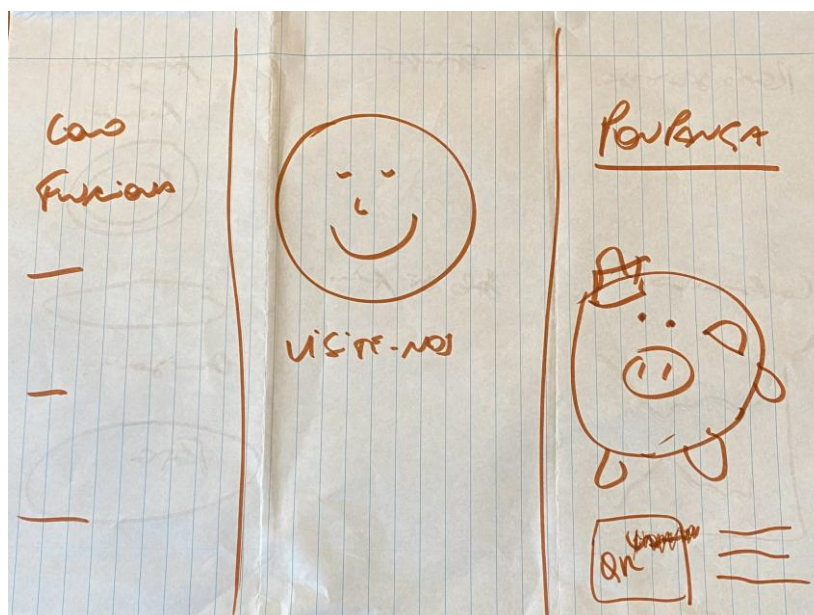
Muito embora não fosse um dos objetivos da pesquisa a criação de um artefato explicativo, complementar, que pudesse ser usado no Sistema Produto-Serviço, a construção das brochuras dos produtos do mercado financeiro foi resultado lógico e consequência natural a partir das necessidades das pessoas surdas. A necessidade se tornou mais evidente, inclusive, após a observação in loco nas agências bancárias visitadas (conforme capítulo 5.5.1, anterior), pois não foram verificadas brochuras que pudessem servir de apoio nos atendimentos, para ouvintes ou surdos.

Com isso, e considerando as necessidades expostas pelas pessoas surdas em relação a existência de conteúdos explicativos nas agências bancárias (abordado no Capítulo 5.2.6 e também a necessidade abordada no Capítulo 5.3.1."a".^{xv}³⁶), foi realizado um protótipo das brochuras que poderiam ser desenvolvidas e, por consequência, usadas no projeto experimental.

Inicialmente, foi elaborado um protótipo de como seria uma brochura para o produto bancário poupança, sendo planejado com ilustrações e informações básicas, que pudessem ser facilmente visualizadas ou de interesse do consumidor. Abaixo, na Figura 29, é apresentada a face 1 da brochura, contendo duas dobras e, logo na capa, um link para acesso por QR Code:

³⁶ Os surdos reforçaram que o significado que permite entendimento é composto de: conceito + explicação + imagens

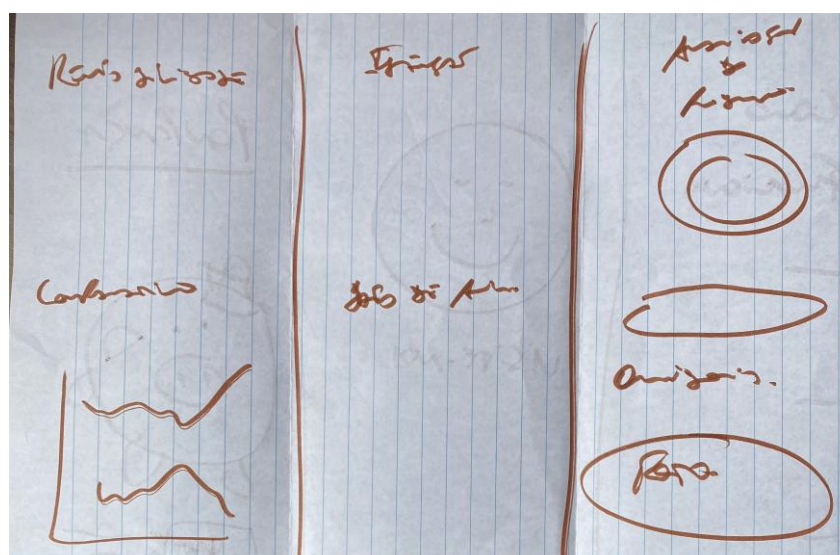
Figura 29 – Protótipo de brochura para Poupança (face 1)



Fonte: registro do autor.

A Figura 29 apresenta o primeiro esboço antes do desenvolvimento completo em software. A seguir, conforme a Figura 30, é apresentada a face 2 da brochura que seria desenvolvida:

Figura 30 – Protótipo de brochura para Poupança (face 2)



Fonte: registro do autor.

A Figura 30 apresenta o esboço de quais seriam os conteúdos explicativos do produto bancário, sendo previstos, inclusive, a presença de elementos gráficos,

comparativos, conforme subsídios trazidos pelas pessoas surdas no Workshop de projeto.

A partir do protótipo desenvolvido, foram criadas duas brochuras: uma para o produto “poupança” (cujas características foram discutidas no workshop de projeto) e outra para o produto “CDB” (Certificado de Depósito Bancário), cuja aplicação será explicada no capítulo seguinte. A criação das brochuras teve o objetivo de representar as diretrizes informativas, que pudessem auxiliar na explicação dos produtos financeiros às pessoas surdas, construídas na etapa de Workshop de projeto.

Para a criação das brochuras, foi definido ainda um nome fictício de instituição financeira (Instituição Financeira da Libras) e usadas imagens de livre uso, desenvolvidas no software Canva.

Durante a construção, foram consultados 2 profissionais do mercado financeiro, 1 designer e 3 pessoas surdas, todos participantes da etapa de workshop de projeto. As consultas tiveram o objetivo de:

- a) Profissionais do mercado: a partir de consulta na internet sobre as principais características dos produtos “poupança” e “CDB”, o pesquisador elaborou uma primeira versão do conteúdo a ser incluído na brochura. A partir de uma primeira versão do conteúdo explicativo do produto, os profissionais do mercado forneceram complementos, contribuindo para o texto final;
- b) Designer: um dos designers que participaram do workshop de projeto validou os textos e itens gráficos incluídos, os quais originalmente foram construídos na etapa de workshop;
- c) Pessoas surdas: a partir das versões ajustadas conforme contribuições dos profissionais do mercado e designer, 3 pessoas surdas que participaram do workshop manifestaram comentários positivos sobre o material, reforçando ainda que gostaram muito do modelo, das informações constantes e das figuras explicativas incluídas.

Conforme Figura 31, a formatação da brochura para o produto “poupança” foi elaborada em duas dobras, conforme originalmente planejado no protótipo:

Figura 31 – Brochura Produto Poupança (face 1)



Fonte: elaborado pelo autor.

Da esquerda para a direita, os detalhamentos dos elementos da Figura 31 são:

- Aba esquerda (Como funciona?): foram inseridos conteúdos explicativos sobre o funcionamento do produto “poupança”, sendo abordados a segurança, a liquidez e público a que se destina.
- Aba central (contato): na dobra central da brochura, imagem de uma pessoa interpretando sinais em Libras. A mulher está sorridente e mostra o sinal “eu te amo” em cada uma das mãos. Abaixo da imagem, dados fictícios (endereço, telefone, e-mail e redes sociais) da instituição financeira (também fictícia) “Instituição Financeira das Libras”;
- Aba direita (capa): a capa apresenta o logotipo da instituição financeira fictícia, a imagem de um porquinho (ícone de referência normalmente associado ao ato de poupar dinheiro) e um link para acesso por “QR Code”, que remete às explicações detalhadas do produto, interpretadas em Libras.

A face 2 da brochura poupança é apresentada na Figura 32, a seguir:

Figura 32 – Brochura Produto Poupança (face 2)



Fonte: elaborado pelo autor.

Conforme a Figura 32, as abas foram construídas da seguinte forma:

- Aba esquerda (rentabilidade e comparativo):** neste item, o objetivo foi explicar de forma prática e clara como é a rentabilidade do produto poupança. Há regras mais detalhadas, mas não incluídas integralmente na brochura, não prejudicando o entendimento integral do produto. Abaixo, no item “comparativo”, foi incluído um gráfico comparativo das rentabilidades, conforme destacado nos resultados do Workshop de projetos, detalhado no Capítulo 5.3.1.;
- Aba central (isenção de impostos e data de aniversário):** na aba central, foram incluídas informações sobre a inexistência de impostos e um gráfico explicativo do processo “data de aniversário”, existente para o produto poupança e abordado no workshop de Projeto conforme apresentado na Figura 24;
- Aba direita (avaliação do produto):** na aba da direita, foram incluídos gráficos claros, conforme necessidade relatada pelas pessoas surdas,

informando um nível de satisfação do público com o produto poupança, avaliação dos consultores especialistas e informações de contato com a Ouvidoria (dados fictícios).

Além do produto poupança, também foi desenvolvida uma brochura para o produto CDB, conforme Figura 33, a seguir (Face 1):

Figura 33 – Brochura Produto CDB (face 1)



Fonte: elaborado pelo autor.

De acordo com a Figura 33, a construção ocorreu da seguinte forma:

- Aba esquerda (Como funciona?): incluídas informações básicas do produto, tais como “o que é um CDB”, “como funciona” e “vantagens”.
- Aba central (contato): na dobra central da brochura, foi incluída uma imagem de uma pessoa interpretando sinais em Libras. A mulher está sorridente e mostra o sinal da letra “C”, em uma das mãos. Abaixo da imagem, dados fictícios (endereço, telefone, e-mail e redes sociais) da instituição financeira (também fictícia) “Instituição Financeira das Libras”;

- c) Aba direita (capa): a capa apresenta o logotipo da instituição financeira fictícia, a imagem de um saco amarrado com um cifrão identificado no centro, fazendo alusão a um “saco de dinheiro” sendo segurado por uma mão. Abaixo, um link para acesso por “QR Code”, que remete às explicações detalhadas do produto, interpretadas em Libras.

A face 2 da brochura do CDB é apresentada na Figura 34, a seguir:

Figura 34 – Brochura Produto CDB (face 2)



Fonte: elaborado pelo autor.

De acordo com a Figura 34, a face 2 da brochura do “CDB” foi construída da seguinte forma:

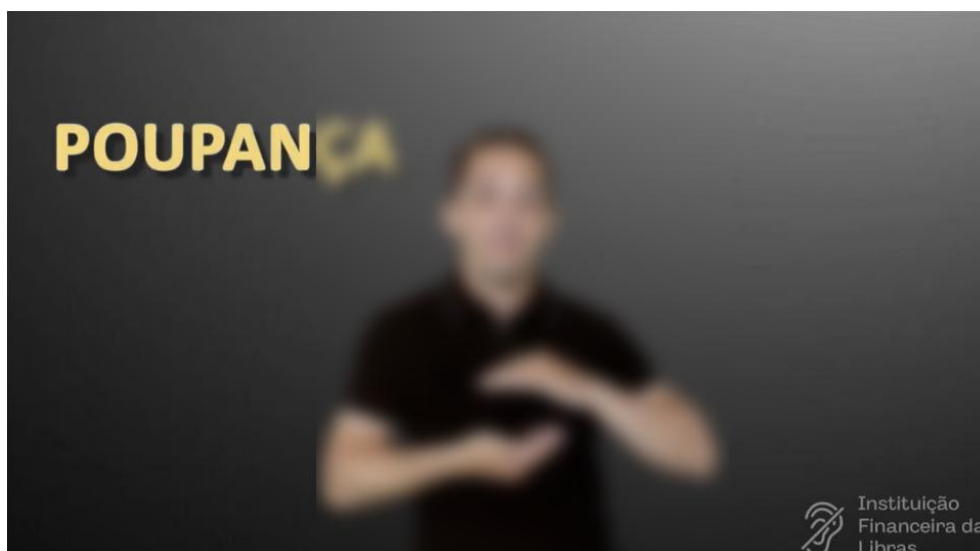
- Aba esquerda (rentabilidade e características): incluídas informações claras e pontuais sobre o produto CDB, e organizadas em formato “lista”, para facilitar o entendimento;
- Aba central (impostos): na aba central, foi incluído o detalhamento da tributação sobre o rendimento do produto CDB. As informações foram dispostas em uma tabela, para organizar os dados de forma mais visual;

- c) Aba direita (avaliação do produto): assim como no produto “poupança”, na aba da direita para o produto “CDB”, foram igualmente incluídos gráficos claros, conforme necessidade relatada pelas pessoas surdas, informando o nível de satisfação do público com o produto CDB, avaliação dos consultores especialistas e informações de contato com a Ouvidoria (dados fictícios).

Em relação aos links de acesso por “QR Code”, o objetivo foi oferecer a ideia de que haveria informações detalhadas em Libras, fornecidas de forma complementar pela instituição financeira, e que poderiam ser acessadas de forma instantânea pelas pessoas surdas em caso de necessidade de maiores informações sobre o produto bancário de interesse.

Os vídeos embutidos no QR Code das brochuras foram gravados pelo intérprete profissional contratado, conforme trecho ilustrado na Figura 35³⁷:

Figura 35 – Excerto do vídeo embutido no QR Code da Brochura



Fonte: excerto de vídeo Youtube.

De acordo com a Figura 35, optou-se pelo formato dos vídeos de caráter apenas introdutório, para expor uma explicação inicial do que seria o conteúdo completo da fictícia “Instituição Financeira da Libras”. Foram elaborados vídeos

³⁷ Embora o intérprete de Libras profissional tenha fornecido Termo de Autorização de Uso de Imagem (Apêndice L), optou-se por manter a figura 35 em desfoque no texto final da Tese.

explicativos introdutórios para as brochuras dos produtos “Poupança” e “CDB” e carregados na plataforma Youtube.

Os textos interpretados pelo intérprete profissional tiveram o objetivo de apenas apresentar as “boas-vindas” ao conteúdo consultado. Para isso, foram elaborados trechos explicativos simplificados dos produtos “Poupança” e “CDB”³⁸, conforme abaixo:

- 1) Poupança: A conta poupança é uma das formas mais simples para você guardar o seu dinheiro. É dos investimentos mais tradicionais e populares no Brasil, pois tem baixo risco para quem quer juntar dinheiro para realizar sonhos ou planejar o futuro. Na poupança você deposita regularmente e o seu dinheiro vai render ao longo do tempo. Acompanhe agora todos os detalhes que você precisa saber para decidir em economizar o seu dinheiro na poupança.
- 2) CDB: O CDB é o Certificado de Depósito Bancário. É um depósito que você faz no banco e, em troca, o banco devolve para o cliente a quantia aplicada mais o juro combinado no momento do investimento. É um produto que tem rentabilidade maior que a poupança. Entretanto, o CDB terá cobrança de impostos. Enquanto os rendimentos da poupança não são tributados. Acompanhe agora todos os detalhes que você precisa saber para escolher pelo CDB, ao investir no banco.

Como os vídeos foram carregados de forma na Plataforma Youtube, de acesso aberto (público) foi adicionada a seguinte descrição como alerta aos usuários que eventualmente possam visualizar os vídeos conforme distribuição realizada pelo algoritmo da ferramenta:

“ATENÇÃO: esse vídeo faz parte de um projeto de pesquisa do curso de Doutorado em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. Todas as informações aqui apresentadas são ilustrativas ou fictícias e têm o propósito de demonstrar uma experiência de consulta a informações sobre produtos e serviços bancários pelas pessoas surdas, totalmente em Libras (Língua Brasileira de Sinais).

³⁸ Os trechos explicativos interpretados em Libras foram elaborados pelo autor a partir de consultas aos conteúdos em sítios de instituições financeiras na Internet.

As instruções sobre o CDB foram elaboradas a partir de um regimento básico do produto, disponível em sítios disponíveis na Internet.

A Instituição Financeira da Libras não existe e foi criada em caráter meramente ilustrativo para os fins da pesquisa” (CDB, 2024).

Com as avaliações positivas das pessoas convidadas para avaliação prévia das brochuras, os artefatos estavam prontos para validação final com a execução do projeto experimental, planejado como um Sistema Produto-Serviço, conforme detalhado no item seguinte.

5.6. PROJETO EXPERIMENTAL

Resgatando a definição de Sistema Produto-Serviço proposta por Manzini (2003), citada por Baines *et al* (2007), fica claro o papel das instituições financeiras no âmbito dos processos de educação e orientação financeira, inclusive complementando os previstos dentro da própria Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF):

“Uma estratégia de inovação, mudando o foco do negócio de projetar (e vender) apenas produtos físicos para projetar (e vender) um sistema de produtos e serviços que, em conjunto, sejam capazes de atender às demandas específicas dos clientes” (Manzini, 2003 *apud* Baines *et al*, 2007)³⁹.

Conforme explicado no Capítulo 2.2., as instituições financeiras não comercializam produtos tangíveis. No entanto, os “produtos”, assim referidos, são as alternativas financeiras oferecidas para o público atingir os seus objetivos pessoais. Com isso, considerando o **briefing de planejamento** do projeto experimental (explicado no Capítulo 5.4.4), foi definido, portanto, o **briefing de execução**: *“simulação de uma agência bancária, com gerentes de relacionamento capacitados e certificados em produtos de varejo aptos a explicar, em Libras, detalhadamente como ocorre a prestação do serviço bancário para uma pessoa surda”*.

Com a definição do briefing de execução, a próxima etapa foi combinar estratégias de comercialização de produtos bancários, a partir das explicações satisfatórias (para a pessoa surda) dos serviços prestados. Ou seja: a combinação da

³⁹ Tradução do autor.

oferta do produto bancário (poupança ou CDB) com a explicação detalhada do serviço prestado pela instituição financeira no primeiro idioma da pessoa surda, a Libras (como funcionam os produtos, como ocorre a tributação dos produtos, de que forma é calculada a data de aniversário, como funciona a carência, entre outros).

O briefing de execução foi definido após o levantamento de todos os elementos relevantes no atendimento de pessoas surdas em agências bancárias, considerando informações obtidas nas entrevistas em profundidade e workshop de projeto.

5.6.1. PREPARAÇÃO DO AMBIENTE

A agência bancária simulada foi organizada em uma sala de aula do Campus da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, em Porto Alegre. O experimento foi realizado com os participantes previstos e detalhados no Quadro 17.

Antes do início das simulações, foi preparada uma mesa para que o atendimento simulado fosse realizado. A mesa do atendimento bancário simulado foi preparada com um computador, as brochuras de apoio para o atendimento (Figuras 31, 32, 33 e 34) e uma placa de mesa, com a identificação visual do nome da pessoa responsável na agência bancária (nome fictício), conforme Figura 36:

Figura 36 – Ambiente simulado de atendimento de IF



Fonte: registro do autor.

5.6.2. EXECUTANDO A SIMULAÇÃO

O objetivo da etapa foi criar um processo de explicação detalhado de produtos e serviços bancários (no exemplo, os produtos “poupança” e “CDB”) por profissionais de uma instituição financeira para pessoas surdas.

Os convidados (conforme Quadro 17), participaram da simulação conforme ilustrado na Figura 37:

Figura 37 – Execução do Experimento



Fonte: registro do autor⁴⁰.

Conforme Figura 37, além da participação da pessoa surda convidada e do intérprete de Libras que representou o funcionário da instituição financeira, foram necessários incluir dois participantes adicionais, inicialmente não previstos, para auxiliar nas traduções dos roteiros. Apesar do intérprete já ter conhecimento prévio do roteiro, assim com a pessoa surda, a intenção foi evitar que a leitura do roteiro ocorresse no momento do atendimento simulado, como forma de tornar a conversa mais fluida, tal como um atendimento bancário real. Assim, os dois novos participantes tiveram as seguintes funções:

⁴⁰ Todos os participantes assinaram Termo de Consentimento. Apesar disso, optou-se por manter a figura desfocada no texto final da Tese.

- a) Intérprete auxiliar: a intérprete auxiliar orientou e complementou as frases do roteiro para a pessoa surda, enquanto essa fazia os seus questionamentos ao “funcionário da instituição financeira”. A intérprete auxiliar se posicionou à frente da pessoa surda na simulação, e o lado do intérprete que atuou como “profissional da instituição financeira”, auxiliando de forma visual, e interpretando em Libras, durante a realização do diálogo;
- b) Pesquisador: o pesquisador atuou como auxiliar também, replicando as frases do roteiro, em português, para o intérprete profissional que atuou como “funcionário da instituição financeira”. O pesquisador se posicionou ao lado da pessoa surda no atendimento e em frente ao intérprete profissional que executou o papel de “funcionário da instituição financeira”.

Assim, a execução do experimento ocorreu durante tempo aproximado de 5 minutos, com o diálogo realizado totalmente em Libras entre o intérprete profissional (“funcionário da instituição financeira”) e a pessoa surda (“cliente da instituição financeira”), seguindo os roteiros previstos nos Apêndices AA e AB.

Como o objetivo principal da simulação era realizar o exercício de comunicação e de apresentação dos detalhes sobre os produtos bancários, não sendo avaliados os conhecimentos do profissional e da pessoa surda, entendeu-se que adaptação realizada atendeu aos objetivos da pesquisa.

Ao final do experimento, a pessoa surda participante realizou a avaliação da simulação, conforme roteiro descrito no Capítulo 4.8, detalhado a seguir.

5.6.3. AVALIAÇÃO DA PESSOA SURDA PARTICIPANTE

Ao final da execução do projeto experimental, a pessoa surda participante da simulação foi entrevistada conforme o roteiro detalhado no Capítulo 8. As questões foram apresentadas em Libras à pessoa surda participante, gravadas em vídeo e transcritas⁴¹ conforme segue:

⁴¹ Nota do autor: optou-se pela transcrição das respostas do participante, para trazer integralmente o depoimento em relação a cada questão da avaliação apresentada.

- 1) Qual a sua avaliação geral do experimento realizado? Você acha que um atendimento bancário, com o nível de detalhamento praticado, atende as necessidades de orientação às pessoas surdas?

Resposta da pessoa surda: “então, esse é um tema muito importante, principalmente nessa questão de atendimento, o gerente, essa interação com a pessoa surda... né? Saber Libras é importante, ter o conhecimento, principalmente nessa questão de negócio, os detalhes, CDB, Poupança... A pessoa que trabalha no banco, ela tem que saber e saber explicar... principalmente para no caso, nós surdos, se sintam melhor e entendam, principalmente ser mais confortável na questão do dinheiro, pois às vezes é mais difícil a gente explicar, nessas questões mais particulares, financeiras, e alguém nos deixar à vontade em conversar. É um assunto muito particular, né, e essa interação, eu achei muito importante. As explicações de Poupança, de CDB, esse detalhamento, né? Claro, que a gente espera que no futuro isso tudo seja ampliado, não seja apenas um teste... mas eu gostei, achei o detalhamento bem importante. E a minha esperança é que no futuro, todos sejam assim, como nesse pequeno ‘teatro’”.

- 2) O nível de detalhamento para os produtos CDB e Poupança foram suficientes para explicar os produtos bancários, mesmo de que forma breve para você?

Resposta da pessoa surda: “essas duas questões, de poupança e CDB, tudo muito claro. Só que, claro, a gente precisa de uma explicação mais profunda, em Libras sempre, mas para que fique mais claro. Porque é tudo em português ainda, a gente entende um pouco porque a gente leu no português, mas a gente precisa de mais clareza nestas questões de investir, ou de aplicar... qual é a diferença, é um pouco difícil ainda para nós. Mas claro, tem aquelas variações de surdos ainda né? Mas, como eu disse, o mais importante é o gerente ou quem for nos explicar, saber Libras para explicar com clareza. E que ele entenda as variações de clientes pois alguns clientes surdos vão entender, outros não”.

- 3) Qual a sua avaliação sobre a brochura apresentada e detalhada no experimento? Você apontou o celular ao QR Code para assistir ao vídeo?

Resposta da pessoa surda: “eu gostei muito, pra mim foi muito satisfatório, devido às explicações... textos curtos e o significado muito claro para a gente entender. Tem o gráfico, as explicações sobre imposto, eu gostei pois foi muito claro para entender. E o código QR também, muito mais claro ainda né? O surdo é ‘visual’, e nada melhor que a nossa própria língua, que é visual... Tem muitas imagens também, os recursos visuais, é colorido, só que as cores são leves, não doem os olhos... É leve, claro. Eu entendi bastante, me ajudou no conhecimento e ajuda a gente a confiar mais no negócio e no banco.

- 4) Qual a sua avaliação sobre o atendimento do funcionário de instituição financeira totalmente em Libras na simulação?

Resposta da pessoa surda: “eu gostei, um bom atendimento, conversa boa, boas explicações... Ele cumpriu o objetivo: cada tema que eu perguntei ele explicou, sobre a poupança, sobre o CDB, bem explicado, isso é que é necessário: essa interação e essa explicação por tópicos, para que a gente possa entender, nós como ‘clientes’. Evita prejuízo né, quando envolve dinheiro, envolve nossa família, vida pessoal. E o atendimento em Libras não prejudica o cliente, pois às vezes a gente precisa de outra pessoa para ajudar... e quanto mais pessoas sabendo da nossa vida financeira, isso é ruim. Mas eu agradeço o atendimento, por ser em Libras. Se eu sei que o banco presta atendimento em Libras, eu vou indicar outros colegas, para que eles possam ser atendidos nessa agência também”.

- 5) Qual a sua avaliação geral dessa experiência?

Resposta da pessoa surda: “eu me senti feliz. Porque a gente sabe a preocupação do pesquisador em ajudar os surdos como clientes (de instituições financeiras) no futuro a ter essas informações. Isso é muito importante. Essa pesquisa, em fazer os folders/brochuras pensar em como a gente (surdos) pensa, entende, como colocar o gerente em

Libras, essa interação que a gente teve agora... Mesmo sendo um 'teatro', mas a gente quer que seja verdade. E a vida real é essa: a gente vai nos lugares e não tem intérpretes. E o pesquisador abriu os horizontes para essa questão. Nos enxergou. Sabe o quanto a gente precisa de comunicação, de interação. Às vezes a gente vai nos bancos, e os bancos não têm vontade de nos atender. A gente tem que levar sempre um acompanhante, às vezes um filho pequeno, um menor de idade, de 10, 8 anos de idade, tem que ficar interpretando para nós. Já vi isso acontecer. Já tem esse histórico, e não é correto. Temos que abrir um novo mundo nessa questão de bancos: de usarem Libras para ajudar a nossa comunicação. Esperamos que isso prossiga, que se desenvolva cada vez mais para ajudar os surdos”.

A avaliação positiva da pessoa surda participante do experimento reforçou o caráter inclusivo da proposta de projeto experimental. O experimento, realizado totalmente em Libras, mesmo que de forma simulada (utilização de roteiros), evidenciou a carência do público surdo por um atendimento totalmente em Libras, que oferece maior liberdade (sem a dependência do intérprete) e também sem participantes intermediários (um familiar, um amigo ouvintes, que conheçam Libras).

O depoimento da pessoa surda na avaliação do experimento também pode ser considerado um “manifesto”, já que foi reforçado que a simulação trouxe visibilidade à uma necessidade, que poderia ser melhor explorada pelas instituições financeiras: o atendimento em Libras para surdos deveria ser tão comum quanto o atendimento em Português para ouvintes.

5.6.4. AVALIAÇÃO DO OBSERVADOR NÃO-PARTICIPANTE

Assim como ocorreu na etapa de execução do Workshop de Projeto, um observador não-participante foi convidado a participar do experimento, avaliando questões específicas durante a dinâmica. As questões fornecidas previamente ao observador foram o guia para as observações transcritas a seguir:

- 1) Quais as reações você percebeu na pessoa surda em relação ao atendimento realizado totalmente em Libras por um “profissional do mercado financeiro”? O que evidenciou tal comportamento?

Resposta do obserbador: comunicação corporal com a cabeça com acentos afirmativos (ou negativos conforme o contexto da explicação) conforme o profissional explanava, confirmando o entendimento.

- 2) Você percebeu expressões, comentários adicionais, dos surdos ou profissionais intérpretes durante o processo de explicação dos produtos bancários poupança e CDB?

Resposta do observador: não percebi que houve necessidades adicionais ou complementares de comunicação para o melhor entendimento das partes.

- 3) De uma forma geral, como transcorreu a interação entre surdo e profissional do mercado na explicação do produto bancário poupança: a quantidade e qualidade dos questionamentos (roteiro) foi suficiente para o esclarecimento mínimo das dúvidas?

Resposta do observador: foi abrangente o suficiente para o entendimento.

- 4) Em relação ao tempo do diálogo, você percebeu que foi suficiente para o correto entendimento da pessoa surda para os itens que estavam sendo apresentado (taxas do produto poupança e CDB, e demais conceitos como “data-aniversário”)?

Resposta do observador: foi suficiente, inclusive houve tempo para a aplicação de uma espécie de “NPS real time”⁴², como avaliação do atendimento.

⁴² Nota do autor: “NPS” ou *Net Promoter Score* é um indicador desenvolvido pela consultoria mundial *Bain & Company* que é capaz de prever o crescimento geral da empresa e o valor do cliente ao longo da sua relação com a marca. Trata-se de ferramenta para as empresas conquistarem a lealdade dos clientes (BAIN, 2024).

- 5) Como você percebeu a recepção das explicações pela pessoa surda: demonstrou receptividade e interesse, mesmo que a conversa transcorresse a partir de um roteiro pré-estabelecido?

Resposta do observador: receptivo e interessado principalmente em se fazer entendido na necessidade dele (investir o recurso nas condições dele referente à liquidez e rentabilidade).

- 6) Como você percebeu a utilização das brochuras utilizadas como apoio do atendente da instituição financeira simulada? Foi bem recebida pelas pessoas surdas?

Resposta do observador: importante para consolidar o entendimento trazendo uma explicação “visual” de tudo que foi apresentado de cada produto. Um detalhe que chamou a atenção, foi no momento da experiência com o “Qrcode”, fazendo o surdo movimentar-se em direção a mesa (para melhor se acomodar com o celular e acompanhar o video na língua de sinais - na linguagem corporal esse movimento demonstra interesse!). A brochura foi uma demonstração clara do poder de comunicação que um material publicitário adequadamente desenvolvido na língua dos surdos pode ter durante uma transação comercial (despertar o pertencimento, interesse, persuasão, desejo de comprar, tirar dúvidas posteriores, etc).*

A observação não-participante evidenciou especialmente a utilização dos artefatos (brochuras) como forma de apoio ao entendimento da pessoa surda na simulação. As brochuras foram desenvolvidas para possibilitar o entendimento integral, inclusive em Libras, dos conceitos envolvidos nos produtos abordados (CDB e Poupança) de modo que o processo completo de explicação dos produtos bancários pelo atendente da instituição financeira (interpretado pelo profissional intérprete de Libras) favoreceu a compreensão e interesse da pessoa surda, o que parece estar comprovado com o relatado na observação.

Da mesma forma como referido pelo surdo participante, os relatos da observação não-participante confirmaram que as informações e tempo despendido no experimento foram suficientes para o entendimento dos produtos bancários pelo “cliente simulado”.

5.6.5. PARTICIPAÇÃO DE SURDO DE NACIONALIDADE PANAMENHA

Um surdo de nacionalidade panamenha, com conhecimento em American Sign Language (ASL) participou do experimento como **espectador**. Esse participante, não programado inicialmente, foi convidado pela pessoa surda brasileira atuante no experimento.

Em alguns momentos antes e pós projeto experimental, a pessoa surda panamenha espectadora participou de algumas interações, sendo questionada inclusive sobre as suas percepções em relação à dinâmica realizada. Seu comentário foi positivo, sendo elogiada a dinâmica e os materiais produzidos, para auxiliar no entendimento dos produtos bancários pelos surdos. E reforçou que seria importante se as instituições financeiras pudessem seguir os modelos de explicação e atendimento futuramente.

A maior parte dos diálogos foram expressos em ASL, traduzidos em Libras pelo surdo brasileiro e em português para os ouvintes, de forma simultânea, evidenciando a pluralidade da cultura surda e demonstrando que a comunicação não pode ser uma barreira entre surdos e ouvintes: Libras ou ASL são idiomas, como quaisquer outros.

Muito embora tenha realizado comentários pontuais, o surdo panamenho estava na região participando de um evento esportivo para surdos e não participou do experimento.

5.6.6. LIMITAÇÕES DA SIMULAÇÃO

Como forma de simular um atendimento de instituição financeira mais próximo da realidade foi planejado, inicialmente, de se realizar o projeto experimental em um ambiente real. A intenção seria realizar o projeto experimental dentro de uma agência bancária real, operante, utilizando-se da ambientação completa de uma instituição financeira, contando com acesso pela porta giratória, presença de vigilante, tótem de atendimento, utilização de mobiliário geral, iluminação, conveniências (café, água, por exemplo), chamada do cliente por senhas, entre outros. Seria uma imersão total no ambiente bancário.

Como tentativa de realização dessa imersão, três instituições financeiras foram consultadas pelo pesquisador por mensagens eletrônicas (e-mail). Às

instituições financeiras consultadas foram apresentados os objetivos da pesquisa, a intenção da simulação e os resultados esperados, sendo solicitado o espaço de uma agência bancária para a realização do experimento.

Não houve sucesso na solicitação do pesquisador. Duas instituições responderam, solicitaram maiores detalhes sobre a pesquisa, mas em função da necessidade de segurança adicional em horários alternativos fora do atendimento do público geral e também por questão de exposição de marca, que pudesse, eventualmente, ser identificada na publicação do experimento (inclusive facilitado pelo mobiliário e cores próprias), não seria possível realizar o experimento. A terceira instituição financeira não respondeu o e-mail do pesquisador.

Por esses motivos optou-se por realizar a simulação no ambiente da Universidade, sem que prejudicasse os resultados.

6. DISCUSSÃO

Representar “valor” para o usuário é o que se pode definir como “efeito de sentido”, conforme proposto por Friedman (2003) e Zurlo (2010). Tal representação de valor refletiu os resultados dessa Tese tendo o usuário, a pessoa surda, sempre no centro da estratégia de execução. Em todas as etapas.

Essa pesquisa foi conduzida por etapas sequenciais encadeadas, sendo obtidas importantes descobertas desde a definição do problema de pesquisa, objetivos geral e específicos, até a realização da última etapa, o projeto experimental, que validou as proposições e diretrizes trazidas pelas pessoas surdas em todas as etapas anteriores.

A Figura 38 ilustra as etapas percorridas para o desenvolvimento dessa Tese:

Figura 38 – Trajetória de Desenvolvimento da Tese



Fonte: esquema elaborado pelo autor.

Na Figura 38 são apresentadas as etapas intermediárias e respectivos capítulos onde cada exploração foi desenvolvida na Tese, ilustrando o encadeamento seguido no andamento da pesquisa e a organização lógica das fases, de acordo com as necessidades metodológicas para atingimento dos objetivos.

Após investigações preliminares durante o pré-projeto, a definição do problema de pesquisa (*“como o Design Estratégico pode contribuir para a Estratégia Nacional de Educação Financeira, promovendo bem-estar subjetivo para pessoas surdas”*) favoreceu a construção dos objetivos geral e específicos (conforme descritos no Capítulo “Introdução”).

Com a revisão de literatura, foi explorada a localização da pesquisa no âmbito da Estratégia Nacional de Educação Financeira e os recortes temáticos abordando a educação financeira no Brasil e as ações das instituições financeiras brasileiras (Bancos e Cooperativas de Crédito, na sua maioria). O estudo das finanças comportamentais evidenciou as dificuldades do público brasileiro em lidar com suas finanças pessoais. E, por fim, a conexão entre o design estratégico e como o design pode promover o bem-estar para a pessoa surda, o público-alvo dessa pesquisa, que apontou severas dificuldades em se comunicar, de uma forma geral, com ouvintes, dentre eles, os profissionais ouvintes das instituições financeiras.

Após a revisão da literatura, foram explorados os instrumentos de pesquisa escolhidos para a realização da etapa quantitativa-descritiva. Antes da aplicação da pesquisa, os dois instrumentos, “Consumer Wisdom Scale – CWS” (LUCHS *et al*, 2021) e *“perceived financial well-being”* (CFPB, 2015) foram submetidos ao processo de retro tradução, para garantir a equivalência conceitual das versões originais em inglês, para Libras, a língua natural da pessoa surda.

A retro tradução foi realizada em 8 etapas (conforme detalhamento do Capítulo 4.1), para garantir que os instrumentos originais em inglês fossem adequadamente compreendidos pelas pessoas surdas na versão final em Libras. Apesar da versão final em Libras, traduzida, retro traduzida e validada por surdos, entende-se que a escala de sabedoria do consumidor (Consumer Wisdom), no formato e estrutura apresentada, parece não ter atendido perfeitamente a realidade do público surdo brasileiro. Com a aplicação da pesquisa, foram reportadas sugestões para as questões, as quais podem também ser adaptadas em estudos futuros, já que foi citado pelas pessoas entrevistadas (na etapa qualitativa-exploratória) que poderia constar exemplos práticos para facilitar o entendimento da pessoa surda. A escala de

sabedoria do consumidor, contudo, demonstrou-se adequada para a elaboração do trabalho. Destaca-se, oportunamente, que não foi objetivo da pesquisa, adaptar a escala de sabedoria do consumidor, com exemplos ou não, o que exigiria processo metodológico diferente. Portanto, para garantir a fidelidade ao instrumento original, as sugestões das pessoas surdas não foram consideradas de modo que não ocorreram alterações nos instrumentos em português e Libras, em relação ao instrumento original, sendo mantidas as equivalências de acordo com os originais em inglês (LUCHS *et al*, 2021; CFPB, 2015).

Com a aplicação dos questionários retro traduzidos, a pesquisa quantitativa-descritiva realizada com as pessoas surdas apresentou médias baixas em relação aos fatores “flexibilidade” e “sustentabilidade”, bem como diferenças em relação ao Alfas de Cronbach desta pesquisa (com surdos) com os Alfas da pesquisa original, conforme apresentado na Tabela 3:

Tabela 3: Média dos Fatores, desvio padrão e Alfa de Cronbach

Fator	Média (desvio padrão)	Alfa de Cronbach da pesquisa	Alfa de Cronbach do instrumento original
Responsabilidade	4,57 (1,43)	0,742	0,86
Objetivo	4,57 (1,61)	0,827	0,81
Flexibilidade	2,86 (1,20)	0,634	0,80
Perspectiva	4,61 (1,47)	0,801	0,82
Raciocínio	5,28 (1,50)	0,853	0,81
Sustentabilidade	3,66 (1,55)	0,790	0,90

Fonte: Elaborada pelo autor.

De acordo com a Tabela 3, é possível avaliar a média dos fatores do instrumento “sabedoria do consumidor” entre os 100 respondentes da pesquisa quantitativa. Apesar de não estarem disponíveis as médias dos fatores da pesquisa original (portanto, não comparáveis), as médias mais baixas para os fatores “flexibilidade” (desvio padrão = 1,20) e “sustentabilidade” (desvio padrão = 1,55), indicam que as pessoas surdas estão mais próximas da opção de resposta “ocasionalmente” ou “algumas vezes” (escala de 7 pontos do instrumento original), ao

analisar as questões relacionadas. Os demais fatores refletem escore entre as escalas “muitas vezes” ou “frequentemente”, o que indicam potenciais positivos nas questões propostas do instrumento. O mesmo ocorre em relação aos Alfas de Cronbach que também apresentaram diferenças importantes nos mesmos fatores e ainda para o fator “responsabilidade”, pois os Alfas do instrumento original são significativamente maiores.

No artigo original, os autores destacam as limitações do estudo e oportunidades de pesquisas futuras. Um exemplo de limitação citada, é que a pesquisa foi feita nos EUA e no Reino Unido (e não há observação ou indicação sobre a participação de surdos). Portanto, é possível que tenha sido realizada totalmente com respondentes ouvintes. Ou seja, considerando os dados do instrumento original (LUCHS *et al*, 2021) as questões apresentadas na matriz de sabedoria do consumidor para os fatores “flexibilidade” e “sustentabilidade” podem não estar adequadas ao público surdo, sendo necessárias adequações das escalas, inclusive com a apresentação de exemplos (conforme sugerido pelas pessoas surdas na etapa de retro tradução dos instrumentos previamente à aplicação dos questionários da pesquisa quantitativa). Tal recomendação é citada no artigo da pesquisa original, pois os autores recomendam em pesquisas futuras, atenção às diferenças étnicas ou culturais, o que poderiam exigir ajustes na própria matriz “CWS” (Consumer Wisdom Scale), no formato de realização da pesquisa ou mesmo no número de itens avaliados em cada dimensão ou fator (LUCHS *et al*, 2021). Uma importante contribuição dessa pesquisa, portanto, foi justamente mostrar que, para pessoas surdas, no mínimo três dos seis fatores da escala original indicam necessidade de revisão ou de complementos nas questões avaliadas. A revisão, inclusive, pode ser necessária para confirmar os critérios de avaliação, justamente para comprovar, se for o caso, que as avaliações das pessoas surdas para tais dimensões podem, realmente, estarem corretas. Nesse caso, apresentando diferença considerável em relação à pesquisa original, indicando um provável novo instrumento que possa ser aplicado exclusivamente com pessoas surdas.

Como evidência dessa provável necessidade de revisão, é possível citar, por exemplo, o terceiro fator (Flexibilidade), o mais baixo da escala. É possível que termos como “*tomar emprestado antes de comprar*”, “*alugar ou pedir emprestado*”, “*comprar roupas usadas*” ou “*compartilhar, permutar itens com vizinhos*”, não tenha feito sentido para as pessoas surdas, ou precise de outras questões complementares (como a

apresentação de exemplos, demandados pelos próprios surdos que participaram do processo de retro tradução), apesar da realização da retro tradução para Libras. Além disso, os fatores “responsabilidade” e “sustentabilidade” são os mais altos Alfas do instrumento original, mas dois dos três mais baixos na replicação com surdos, indicando que possa ser necessária revisão semelhante.

O Alfa de Cronbach da pesquisa original foi 0,92, enquanto na pesquisa com pessoas surdas, foi 0,91, indicando alta consistência interna das escalas avaliadas, tanto na pesquisa original (LUCHS *et al*, 2021) quando na pesquisa ora realizada com pessoas surdas.

O poder preditor da sabedoria do consumidor em relação ao bem-estar financeiro percebido foi apurado a partir da análise de regressão. A apuração indica consistência moderada no poder explicativo do modelo (aproximadamente 30%) na dimensão “finanças” referida nos estudos de Luchs *et al* (2021) e Netemeyer *et al* (2017).

Com os dados da pesquisa quantitativa e conceitos relacionados aos instrumentos “Consumer Wisdom Scale – CWS” (LUCHS *et al*, 2021) e “*perceived financial well-being*” (CFPB, 2015), foram realizadas duas etapas intermediárias antes da execução do workshop de projeto: a geração de ideias com profissionais do mercado financeiro e a triangulação com designers.

A geração de ideais com profissionais do mercado financeiro e, posteriormente, triangulação com designers foi fundamental para a definição do conteúdo e formato do roteiro de entrevista e do workshop que seria desenvolvido com as pessoas surdas. Após a geração de ideias com os profissionais do mercado financeiro, com a exploração dos conteúdos e de necessidades do público surdo, foram definidas 16 diretrizes de projeto que seriam discutidas posteriormente a partir das denominadas “questões-guia”, na triangulação com os designers. A construção das questões-guia a partir do instrumento de sabedoria do consumidor, como fator preditor do bem-estar, favoreceu o contato do designer com a temática, o que resultou em definições importantes sobre a dinâmica do workshop, conforme apresentado no Capítulo 4.3.4. Um dos resultados da triangulação com os designers (a adaptação do formato do workshop para execução em duas etapas: “convergência” e “divergência”), foi essencial para o funcionamento da dinâmica, o que permitiu discutir os temas com um público diverso, além das próprias pessoas surdas. Conforme Tseklevs (2020), têm sido observados numerosos estudos que empregam métodos de co-design e

design participativo em que se percebe o aumento do bem-estar do público-alvo. Assim, com a participação de designers, economistas, administradores, advogados, profissionais do mercado financeiro, educadores, intérpretes de Libras e familiares das pessoas surdas trabalhando juntas no processo de desenvolvimento de design, foram produzidas soluções criativas que indicaram favorecer a comunicação das instituições financeiras com as pessoas surdas, o que confirma, positivamente, a prática realizada nessa etapa do método. Essas soluções de comunicação, fundamentais para possibilitar o aumento do bem-estar das pessoas surdas a partir da educação financeira, foram avaliadas no projeto experimental, na etapa final, também com resultados bastante positivos.

A pesquisa qualitativa realizada com seis pessoas surdas através de entrevistas em profundidade, revelou seis temas principais após a análise de conteúdo: deficiências na comunicação, fontes de consulta sobre educação financeira, impacto dos produtos financeiros no bem-estar, comportamentos de consumo, atendimento de instituição financeira e necessidades ignoradas. A partir desses temas identificados, ficaram evidentes os *gaps* identificados nas investigações preliminares da pesquisa (conforme apresentadas no Capítulo 4.3.1. e levadas para a etapa de triangulação). De certa forma, todas as deficiências preliminarmente identificadas foram referidas pelos surdos nas entrevistas em profundidade, confirmando suas dificuldades relacionadas a: i) comunicação das instituições financeiras com o público surdo; ii) as pessoas surdas parecem não confiar nos produtos financeiros bancários por falta de informação; iii) em caso de necessidade de complemento no conhecimento (não disponível em Libras), o surdo recorre aos livros em Português ou mesmo influenciadores digitais que se comunicam em Libras; iv) como o surdo não confia nos produtos bancários, esse público tende a não contratar produtos que possam lhe ajudar em sua vida financeira; v) as instituições financeiras não oferecem comunicação clara, objetiva e empática em Libras para o público surdo. Todos esses fatores foram referidos pelas pessoas surdas nas entrevistas em profundidade, revelando insatisfação, de um modo geral, com o atendimento das instituições financeiras.

A execução do workshop foi a etapa de produção das diretrizes de projeto, que foram testadas no experimento, posteriormente, com o envolvimento da pessoa surda em todo o processo. A partir da definição do produto bancário “poupança” e dos três estímulos (glossário; explicação, conteúdo e sinais; representação visual) os

grupos produziram importantes diretrizes de projeto conforme descritas no Capítulo 5.3.1. De qualquer forma, o fator preponderante do workshop foi o envolvimento da pessoa surda na construção das diretrizes de projeto que poderiam proporcionar maior bem-estar no relacionamento com as instituições financeiras. Ficou evidente que a comunicação (ou falta de) com o público surdo é o fator que mais impacta no relacionamento bancário para essas pessoas. No workshop de projeto, os surdos demonstraram insatisfação com as instituições financeiras em todas as etapas do relacionamento, como a dificuldade em obter informações confiáveis ou corretas de produtos e serviços para contratação.

Observações colhidas nas entrevistas e workshop mostram que a pessoa surda se sente excluída e desamparada, por falta de paciência ou conhecimento das instituições financeiras, das necessidades desse público. Os profissionais do mercado financeiro, participantes da dinâmica, demonstraram grande surpresa em conhecer essas dificuldades, já em poucos minutos de execução de projeto na Rodada 2 (divergência). Designers comentaram que alguns termos do mercado financeiro são difíceis de entender, mesmo para ouvintes, o que aparentemente confirma a complexidade (ou carência) dos detalhes dos produtos financeiros oferecidos pelas instituições para o público surdo.

Como forma de obter mais subsídios que pudessem contribuir com a construção do Sistema Produto-Serviço para instituição financeira, antes da execução do projeto experimental, foram realizadas explorações complementares, através de reuniões com a Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais) e Academia Rafael Toro. Além dessas, que têm atuação direta no mercado financeiro, outros dois casos que foram ser considerados como referência também foram consultados e estudados: a cafeteria Starbucks de Washington/Estados Unidos e a sorveteria Il Sordo de São Paulo/Brasil.

As conversas com a Anbima possibilitaram entender como funcionam as Certificações de profissionais do mercado financeiro que trabalham com produtos de investimento. Na prática, são esses profissionais os responsáveis por explicar os produtos bancários para os clientes, dentre eles as pessoas surdas. Dentre as principais deficiências identificadas foi a inexistência da Certificação em Libras (para surdos ou ouvintes). A oferta em Libras das Certificações oferecidas para os profissionais do mercado financeiro poderia favorecer a comunicação das instituições

financeiras com o público surdo, além de permitir que o próprio surdo obtivesse a Certificação no seu primeiro idioma.

A visita na Academia Rafael Toro possibilitou entender as dificuldades (e a complexidade) de se ensinar os conceitos, conteúdos, terminologias e vocabulários do mercado financeiro, mesmo para o público ouvinte (a maior parte dos alunos da Academia). A oferta dos cursos em Libras pela entidade de ensino demonstra a preocupação e o interesse na pessoa surda, em uma ação inclusiva e acessível para a sociedade.

O contato com casos de empresas que atendem surdos no primeiro idioma (como a Starbucks de Washington e a sorveteria Il Sordo de São Paulo), favoreceu o entendimento da experiência completa considerada ideal pelas pessoas surdas: o atendimento no primeiro idioma do surdo. Antagonicamente, a dificuldade do ouvinte com esses ambientes fica evidente quando se percebe que aqueles que não conhecem Libras (ou ASL, no caso da Starbucks norte-americana), têm à disposição um tablet ou um bloco de anotações para fazer seu pedido por escrito (tal como uma pessoa surda faz, quando há um ouvinte “do outro lado do balcão”). É um processo de empatia que exige adaptação e compreensão, que se traduz nas necessidades de soluções mais inclusivas e acessíveis para todos os públicos.

Como parte do planejamento do experimento final da pesquisa, o pesquisador também visitou três agências bancárias para testar de forma presencial e próxima o comportamento das instituições financeiras no atendimento das pessoas surdas. Além disso, foram desenvolvidos artefatos, a partir de subsídios obtidos no workshop de projeto.

A visita às três instituições financeiras para obter informações sobre o atendimento de pessoas surdas demonstrou o quanto essa prática está atrasada e pode melhorar. Uma das respostas que mais chamaram a atenção foi a da instituição financeira C, que informou que o surdo poderia ser atendido pelo chat colocando a mensagem na ferramenta, obtendo a resposta logo depois. Essa orientação indica deficiências na prestação de serviço orientativo e consultivo, não atendendo, por exemplo, diretrizes da Estratégia Nacional de Educação Financeira. Nesse contexto, a prática da instituição financeira citada parece confirmar carências históricas em relação à acessibilidade oferecida, conforme referido por Borgia et al (2014). Os autores reforçam que as diretrizes de acessibilidade que devem atender às

necessidades das pessoas surdas, acaba por lidar apenas com legendas textuais e transcrição de conteúdo de áudio.

A construção dos artefatos (as brochuras de atendimento complementar) teve o objetivo de consolidar as diretrizes trazidas pelas pessoas surdas nas etapas anteriores, especialmente o workshop de projeto. O desenvolvimento da explicação dos conteúdos em Libras, frases curtas, com gráficos e cores que facilitassem o entendimento, foi realizado a partir das sugestões obtidas e adaptadas de forma a favorecer o atendimento da instituição financeira.

Com a reunião desses fatores, a definição do projeto experimental foi concluída. Simular o atendimento de uma pessoa surda em agência bancária, tornou-se um briefing não somente lógico como também a única alternativa possivelmente adequada de validar as diretrizes construídas em toda a pesquisa: *“simulação de uma agência bancária, com gerentes de relacionamento capacitados e certificados em produtos de varejo aptos a explicar, em Libras, detalhadamente como ocorre a prestação do serviço bancário para uma pessoa surda”*.

A experimentação/simulação contando com intérprete (como profissional do mercado financeiro), atendimento totalmente em Libras, explicações detalhadas em um diálogo fluido (mesmo que de forma roteirizada) e o artefato complementar (as brochuras dos produtos “poupança” e “CDB”) demonstrou-se bastante eficiente para trazer o efeito de sentido de toda a pesquisa considerando as avaliações positivas do surdo participante e do observador.

Conforme já relatado, autores de áreas variadas acreditam que decisões financeiras ruins podem afetar a satisfação financeira das pessoas (ÇERA, *et al*, 2020; LUSARDI, MITCHELL, 2007; LUSARDI, 2019) e que o gerenciamento inadequado das finanças pessoais e o alto endividamento podem afetar diretamente o bem-estar (TURUNEN e HIILAMO, 2014). A partir das descobertas dessa pesquisa, é possível concluir que pessoas surdas podem não estar acessando as soluções oferecidas pelo mercado financeiro (ou subutilizando-o) por conta das dificuldades de comunicação enfrentadas. E, com isso, percebe-se que o atendimento adequado, em Libras, com informações precisas sobre os produtos financeiros bancários para o público surdo, pode contribuir para melhorar o seu bem-estar financeiro percebido considerando, inclusive, a aproximação em Libras com o conteúdo educativo.

Entender “como o Design Estratégico *poderia* contribuir para a Estratégia Nacional de Educação Financeira, promovendo bem-estar subjetivo para pessoas

surdas”, não estaria completo sem a realização de todas as etapas dessa pesquisa da forma como foram planejadas. Mas uma delas foi fundamental e a mais importante: a realização do experimento, na última etapa do projeto. O projeto experimental realizado da forma como foi montado representou, de forma compilada, em apenas cinco minutos, todas as etapas da pesquisa. A avaliação do surdo participante foi a própria retroalimentação da pesquisa, validando que as diretrizes trabalhadas nas etapas anteriores foram adequadamente planejadas e executadas no próprio experimento.

Sendo o design um processo orientado a objetivos, para solucionar problemas, atender necessidades, melhorar as situações ou criar algo novo, entende-se que o Sistema Produto-Serviço representado pelo atendimento integral da pessoa surda, de forma consultiva, no primeiro idioma da pessoa surda, foi adequadamente formulado e executado, favorecendo prováveis melhorias nos fatores de bem-estar e bem-estar financeiro das pessoas surdas.

O experimento realizado para o Sistema Produto-Serviço, planejado para pessoas surdas, teve a “poupança” ou “CDB” como o produto bancário e a oferta através da consultoria financeira, a explicação, o detalhamento das características, em Libras, como serviço. Ambos, conjuntamente aplicados, de forma que a pessoa surda entendesse as características fundamentais para a tomada de decisão, formaram, portanto, o Sistema Produto-Serviço.

Justificou-se, ainda, a criação do Sistema Produto-Serviço conforme o planejado, pois os surdos comentaram nas entrevistas que não contratam produtos financeiros bancários pois, na maioria das vezes, não têm os seus significados corretos. Além disso, os surdos comentaram que não se sentem à vontade com intérpretes, quando o assunto é finanças pessoais.

A construção do SPS evidenciou, portanto, as características do design estratégico pragmático trazidas por Tonetto *et al* (2019), pois o desenvolvimento de todas as etapas da pesquisa, desde a retro tradução para possibilitar o correto entendimento das pessoas surdas para os instrumentos, até a construção as brochuras em Libras e em português, com ilustrações construídas especificamente para o objetivo, considerou a prática das pessoas surdas para melhorar a experiência do próprio usuário. Foi a visão do pragmatismo com a inserção de novos processos no projeto (TONETTO *et al*, 2019; JAMES, 1989; DALSGAARD, 2014), que

viabilizaram a construção de um SPS que demonstrou ser adequado às necessidades do público estudado.

Aproximar o projeto de pesquisa da estratégia das instituições financeiras a partir da Estratégia Nacional de Educação Financeira, proporcionou a execução de um projeto inclusivo, acessível, e que pode ser replicado no mercado financeiro. Aparentemente, os surdos não acreditam nos produtos bancários por não conhecerem, por sentirem falta de profissionais que possam fazer esse processo de forma empática, sem o intermédio de um intérprete. Assim, agências bancárias podem ser projetadas especificamente para o público surdo, com profissionais com habilidades de comunicação em Libras, entendimento da cultura surda, interesse genuíno pelo público que atende.

Conforme também apurado pela pesquisa, a pessoa surda tem relevantes dificuldades de comunicação com os ouvintes e, no caso do relacionamento delas com as instituições financeiras, torna-se ainda mais evidente. E, sendo o cidadão surdo parte da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), percebe-se a necessidade de inclusão desse público na construção dos projetos direcionados a ele mesmo, em maior escala.

A definição de educação financeira da OCDE referida na Introdução dessa pesquisa (OCDE, 2005 apud BCB, 2018), possibilita o entendimento de que as instituições financeiras estão cumprindo parcialmente o seu papel, pois os clientes surdos necessitam obter aprofundamento complementar dos conteúdos de educação financeira, por não contar com o atendimento integral nas agências ou em sítios da internet em Libras pois, conforme já citado no Capítulo 2.3.2, não são todas as pessoas surdas que conhecem o Português para aprofundar o aprendizado dos conteúdos de educação financeira.

De acordo com Luch *et al* (2021), os estudos sobre a sabedoria no comportamento do consumidor estão nas suas fases iniciais. E essa pesquisa trouxe uma perspectiva diferente e mais ampla, ao explorar um público diverso e, conforme definido por Crowe (2019), um público subpesquisado.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro contato do pesquisador com a cultura surda ocorreu há mais de 40 anos. Era uma época em que seus pais chegavam em casa com papezinhos, geralmente na cor azul, escrito “Alfabeto Manual em Libras”. Geralmente, esses pequenos pedaços de papéis eram “trocados” entre pessoas surdas e ouvintes por algumas moedas pelas ruas da cidade onde moravam.

Essa prática aparentemente havia desaparecido das ruas nas décadas passadas. Porém, parece ter sido retomada nos últimos anos por um grupo de pessoas surdas que retornaram aos sinais de trânsito e fazem a mesma coisa que faziam há 40 anos: trocar o “Alfabeto Manual em Libras” por algumas moedas (ou agora modernizado com o pedido de um “Pix”), com um ouvinte (o pedido de pagamento por Pix talvez seja a única coisa que tenha mudado). Será mesmo essa a inclusão que se esperava ver no país? No mundo?

O que torna o Brasil diferente há 40 anos, do Brasil de hoje em termos de oportunidade à pessoa surda? Não foi objeto dessa pesquisa aprofundar diferenças sociais, econômicas e profissionais (e oportunidades) das pessoas surdas. Mas poderia ter sido. O que foi visto nesta Tese é que a Estratégia Nacional de Educação Financeira, fundada nos princípios de orientação da OCDE, poderia oferecer melhores condições de acesso às informações para as pessoas surdas. Ou, no mínimo, incentivar mais.

Oportuno citar também que o segundo contato do pesquisador com a cultura surda ocorreu a partir de uma necessidade. Uma necessidade apresentada por um surdo, em mais uma tentativa de quebrar as barreiras de comunicação com um ouvinte. Algumas décadas depois daquele primeiro contato com a cultura surda, o pesquisador começou a trabalhar com um surdo, após uma entrevista realizada totalmente em Libras (com apoio de intérpretes) e depois de uma sensibilização e curso rápido na Língua Brasileira de Sinais. No primeiro dia de trabalho dessa pessoa surda, era necessário que o pesquisador explicasse algumas informações do dia a dia, incluindo orientações sobre a nova atividade do surdo na área em que iria trabalhar a partir daquele momento. O pesquisador, ouvinte, prontamente organizou dois notebooks para que a comunicação ocorresse em português, por escrito, em aplicativos de mensagens (Microsoft Teams, no caso). O pesquisador perguntava e o surdo respondia. O surdo respondia, o pesquisador complementava.

No terceiro diálogo, o surdo propôs que o pesquisador fechasse o notebook e que, a partir daquele momento, a comunicação ocorresse em Libras. O incentivo da pessoa surda foi o impulso que faltava para que o pesquisador aprendesse a língua de sinais. Anos depois, já praticante e fluente em Libras no dia a dia, o pesquisador percebeu, em uma conversa (em Libras) com um surdo, que essa pessoa tinha interesse em aplicar todo o seu dinheiro em criptomoedas. E isso incluía todo o dinheiro disponível, incluindo reservas de longo prazo. Como profissional do mercado financeiro, o pesquisador então, procurou compreender as necessidades das pessoas surdas e concluiu que faltavam informações relacionadas à educação financeira para esse público, em Libras. A partir das conclusões dessa etapa pré-pesquisa, as bases dessa Tese estavam construídas.

Quando o assunto é “educação financeira”, observando e conversando com as pessoas surdas, percebe-se que as necessidades vão muito além de uma planilha eletrônica em formato Excel que funcione como um planejador financeiro. Talvez a palavra certa não seja “além”, pois as necessidades talvez sejam mais básicas: as pessoas surdas precisam de mais atenção. E paciência.

Durante o desenvolvimento dessa Tese, muitas descobertas foram possíveis: i) pessoas surdas relataram ter que estudar bastante, pois se dependesse dos ouvintes, não teria conhecimento básico de finanças; ii) perfis de surdos em redes sociais procuram auxiliar a própria comunidade surda em termos, conceitos e conteúdo para consumo desse público; iii) por conta da falta de paciência das instituições financeiras (através de funcionários ouvintes), surdos também relataram que desistem de entender, em maior profundidade, determinados assuntos, pois os atendentes não sabem explicar em Libras; iv) intérpretes profissionais não têm o contexto (e conhecimento) que o atendente da instituição financeira deve ter para realizar o atendimento no varejo; v) um designer não poderia participar da projeção de um produto ou serviço para pessoas surdas sem ao menos entender o básico da Língua de Sinais (esse relato foi trazido pelos próprios designers que trabalharam na projeção, na etapa de workshop de projeto); vi) profissionais do mercado financeiro demonstraram entender a necessidade das pessoas surdas.

Com a participação e cocriação do público surdo, as carências em relação aos temas de educação financeira, fornecidos pelas instituições, foram mais bem compreendidos. Além disso, com a participação das pessoas surdas na construção das diretrizes estratégicas para as instituições financeiras para um Sistema Produto-

Serviço, trabalhando juntas no processo de design, foram produzidas soluções criativas que tendem a favorecer a comunicação das instituições financeiras com as pessoas surdas, com o objetivo de aumentar o bem-estar subjetivo dessas pessoas a partir da educação financeira, como parte integrante da Estratégia Nacional de Educação Financeira. O aprendizado em Libras é extremamente bem-vindo. Mas não se limita a isso.

Os ouvintes têm privilégio em relação aos surdos: ao entrar em uma agência bancária são prontamente atendidos. Os surdos sempre terão a incerteza de serem atendidos e que sequer serão entendidos. Assim, percebe-se que a comunicação em uma agência bancária não pode ser resolvida simplesmente por uma capacitação em Libras: cada funcionário responsável pelo atendimento de surdos no varejo, poderia ter o conhecimento da primeira língua do surdo, da cultura surda e também ser habilitado/certificado pela Anbima. Só assim, um profissional devidamente habilitado, com os corretos conhecimentos dos produtos e serviços bancários (e saber também como traduzi-lo em Libras) poderia transmitir e orientar corretamente os clientes surdos. O exemplo mais impactante dessa pesquisa foi *“temos uma pessoa que fala mais ou menos em Libras”*. Espera-se que isso mude.

Também não foi objetivo dessa Tese avaliar a população de surdos e seus perfis financeiros e de consumo, apesar de terem respondido dois questionários quantitativos (Consumer Wisdom e Perceived Financial Well-Being). Além dos fatores relacionados a bem-estar, uma das contribuições dessa pesquisa foi de estabelecer critérios para criação de formatos de atendimento das demandas das pessoas surdas por educação financeira.

Os intérpretes tiveram papel fundamental nessa pesquisa. E, por isso, é importante relatar ainda, que esses profissionais são extremamente necessários no papel de inclusão. Tais profissionais têm papel de conectar as pessoas surdas com as pessoas ouvintes, por conhecer um idioma que o segundo não conhece. Seu trabalho, nesse contexto, é igual a um intérprete de inglês, japonês ou alemão em uma viagem de turismo ou de negócios, de um ouvinte a um país estranho. Ou seja, o intérprete é um profissional essencial nessa relação, por conhecer a língua de sinais e, com essa sua habilidade, consegue aproximar a pessoa surda do ouvinte e vice-versa. Entretanto, percebe-se que nas relações bancárias, o papel do intérprete poderia ser melhor explorado. Um exemplo disso seria, por exemplo, um intérprete adaptar-se à realidade das instituições financeiras e também especializar-se nas

Certificações propostas pela ANBIMA, de modo que possa auxiliar a pessoa surda com conhecimentos mais aprofundados no mercado financeiro.

Envolver a pessoa surda na construção de um Sistema Produto-Serviço que atendesse suas necessidades de vida, no âmbito financeiro, confirmou a expectativa que se tinha no início da pesquisa. Esse envolvimento pode realmente favorecer a obtenção de contribuições, não apenas para o processo de educação financeira e consumo de produtos bancários, mas também deve proporcionar maior bem-estar para a pessoa surda, pois ela passaria a ter maior acesso ao conhecimento, e em maiores detalhes. É a inclusão da pessoa surda de forma integral, na definição de educação financeira da OCDE.

Entende-se que o desenvolvimento desse projeto de pesquisa, com a criação de alternativas para educação e atendimento às pessoas surdas a partir do design estratégico tenha contribuído para a Estratégia Nacional de Educação Financeira, de uma forma realmente inclusiva. Com os estudos realizados, foram identificadas lacunas entre a ENEF e a atuação das instituições financeiras com o público surdo.

Com essa pesquisa, foram aprofundadas as reais necessidades do público surdo em termos de educação financeira, além de terem sido inseridas no processo de projeto para o atingimento dos objetivos. Através dos questionários, entrevistas, *workshop* de projeto e experimento, foi possível entender como as pessoas surdas percebem suas vidas financeiras, como suas escolhas e práticas podem afetar seu bem-estar e de que forma entendem que as orientações provenientes de instituições financeiras podem ajudá-las. E essas apurações e resultados evidenciados só foi possível por conta de um fator, o mais importante: as pessoas surdas participaram de todas as etapas.

Conclui-se que os objetivos, geral e específicos, propostos pela pesquisa foram integralmente atingidos:

- a) Traduzir e adaptar as escalas de sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido, do idioma inglês (original) para português, e de Português para Libras, em ambos os casos: Capítulo 4.1;
- b) Avaliar o bem-estar financeiro percebido das pessoas surdas em relação à gestão das suas finanças pessoais: Capítulo 5.1;
- c) Avaliar o poder preditor da sabedoria do consumidor em relação ao bem-estar financeiro percebido para pessoas surdas: Capítulo 5.1;

- d) Definir diretrizes de design que contribuam para o bem-estar subjetivo das pessoas surdas: Capítulos 5.3 e 5.4.4;
- e) Validar as diretrizes construídas através de um projeto experimental de SPS: Capítulo 5.6.

A partir da construção das respostas obtidas para os objetivos específicos, foi atingido o objetivo geral da pesquisa: *compreender de que forma é possível desenvolver sistemas produto-serviço em instituição financeira para estimular o bem-estar subjetivo de pessoas surdas através da educação financeira*. Foi através do projeto experimental de um Sistema Produto-Serviço, que se colocou em prática as diretrizes construídas durante toda a pesquisa, confirmando que o envolvimento das pessoas surdas em todas as etapas foi o fator de maior importância. E pode-se dizer que foi um experimento construído de surdos para surdos. Ou o correto seria “de surdos para ouvintes”?

Estudos futuros podem relacionar a escala de Consumer Wisdom (CW) com o índice de saúde financeira do brasileiro, que é aplicado pela Febraban em formato próprio. Outro trabalho que poderia ser executado também, é adaptar a própria escala de CW, que demonstrou não estar adaptada perfeitamente à realidade brasileira, especialmente no caso da aplicação para pessoas surdas (os surdos complementaram alguns textos, fornecendo exemplos). Aparentemente, estudos futuros poderiam inclusive utilizar a escala original para validar e adaptar para públicos diferentes, se for o caso: surdos, cegos, por gênero, por faixa etária, nível de escolaridade, por níveis de renda, localização geográfica.

Considerando ainda que os surdos relataram emoções diferentes nas interações com ouvintes (como a frustração, raiva, descontentamento, vergonha), como pesquisas futuras também é possível desenvolver projetos semelhantes no campo do Design Emocional, cujo objetivo é projetar para provocar ou evitar emoções a partir de um determinado estímulo.

Como pesquisas futuras também, o instrumento de sabedoria do consumidor poderia ser aplicado com o público ouvinte brasileiro, para comparação e verificação da acuracidade dos dados. A pesquisa original não delimita o público, mas possivelmente tenha sido realizada apenas com ouvintes e, portanto, com o público brasileiro também poderia ser replicada com o mesmo público, para comparar os resultados com os originais.

Outra possibilidade de pesquisa futura surgiu como contribuição de um dos surdos entrevistados, enquanto comentava sobre os *gaps* de comunicação das instituições financeiras com a comunidade surda. Ao reconhecer as dificuldades dos surdos em relação à falta de empatia para o uso da Libras pelo público ouvinte, o entrevistado reforçou que ele é alfabetizado em Libras e português e, por isso, consegue entender os conteúdos. Então, por que não o ouvinte não aprende Libras para se comunicar com o público surdo? E complementou sugerindo que as dificuldades de outros públicos também fossem exploradas, como os surdos-cegos, que também enfrentam barreiras na comunicação, ainda mais severas.

Além das recomendações já citadas, considerando as “dimensões da vida” (KEYES *et al*, 2002; LOEWE *et al*, 2014; DIENER *et al*, 1999), além da dimensão “finanças” que foi avaliada e desenvolvida nessa pesquisa, estudos futuros também podem abordar as demais: saúde, habilidades sociais, autoestima, lazer, família e trabalho, utilizando-se dos métodos aqui aplicados para pessoas surdas.

No projeto experimental ocorreu a participação (como espectadora) de uma pessoa surda de nacionalidade panamenha. Essa pessoa permaneceu no Brasil por cerca de 20 dias em razão de sua participação nos Jogos Pan-Americanos de Surdos. Durante a dinâmica, o participante surdo brasileiro questionou, por exemplo, como seria a experiência desse cidadão panamenho em uma agência bancária em caso de necessidade. Portanto, outra diretriz de projeto para pesquisas futuras poderia abordar as necessidades de surdos estrangeiros em agências bancárias brasileiras⁴³.

A Universidade Gallaudet desenvolveu, em conjunto com o arquiteto Hansel Bauman, um projeto chamado *Deaf Space*. Esse projeto deu origem ao *Deaf Space Design Guidelines* (Diretrizes para projetar espaços para surdos, em tradução livre)⁴⁴. Nesse projeto, foram desenvolvidas diretrizes para projeto de ambientes para convivência de surdo, tais como: de contato sensorial, espaço e proximidade, mobilidade e proximidade, luz e cores, acústica. No Capítulo 5.4.4. foram citadas 4 diretrizes ou elementos, escolhidas pelo pesquisador a partir das explorações da

⁴³ Nota do autor: o Banco Central do Brasil disponibiliza uma cartilha de informações financeiras no sítio institucional na Internet, para migrantes e refugiados em cinco idiomas: português, inglês, espanhol, francês e árabe. Não foram localizadas no site, entretanto, orientações em Línguas de Sinais equivalentes aos citados idiomas.

⁴⁴ Fontes: <https://gallaudet.edu/campus-design-facilities/campus-design-and-planning/deafspace/> e <https://infoguides.rit.edu/deafspace/principles>.

pesquisa, para compor o projeto experimental. Assim, a exemplo do *Deaf Space Design Guidelines* da Universidade Gallaudet, pesquisas futuras podem explorar espaços físicos e experiências em agências bancárias, para atendimento exclusivo de pessoas surdas, complementadas pelas diretrizes de atendimento detalhadas no projeto experimental desta pesquisa. A verdadeira e completa inclusão da pessoa surda na Estratégia Nacional de Educação Financeira poderá ser mais facilitada a partir de desenvolvimentos nessa área, tendo o surdo como protagonista e o design como coadjuvante.

Como limitações do estudo, destaca-se a dificuldade encontrada de se realizar a simulação (projeto experimental) em ambiente bancário real. São compreensíveis, entretanto, as restrições relatadas pelas instituições financeiras consultadas, por conta de fatores relacionados à segurança do local, principalmente, pela necessidade de disponibilização da estrutura fora do horário de expediente bancário. Destaca-se, ainda que, apesar da dificuldade, a restrição não pode ser generalizada a todas as instituições financeiras, já que foram consultadas apenas 3 pelo pesquisador.

Sendo o design, portanto, de natureza integradora, a proposta de utilizar-se das diretrizes dos usuários para a construção de um sistema-produto direcionado às próprias pessoas surdas, reforçou a proposta de contribuição para o campo do design estratégico, nas esferas teórica e metodológica. A contribuição teórica, por trazer a conexão do bem-estar através da educação financeira para pessoas surdas amparada pelo próprio design estratégico. E o suporte metodológico criado poderá favorecer práticas futuras em outros públicos para entendimento e aprofundamento de problemas e diversas situações reais da sociedade, especialmente em propostas inclusivas de públicos específicos, no centro da estratégia. O designer, portanto, atuando para o suporte ao design estratégico pragmático, trabalhando com fatos e variáveis sensíveis ao público pesquisado.

O design estratégico, nesse contexto, teve a função de transformar e contribuir para as ações das instituições financeiras à luz da Estratégia Nacional, aproximando o público surdo da construção da própria estratégia e, com isso, aprimorando o desenvolvimento de projetos, produtos e serviços para esse mesmo público, considerando suas próprias expectativas e/ou necessidades.

Apesar das diretrizes geradas e validadas no projeto experimental, não era objetivo dessa Tese a criação e implementação de um Sistema Produto-Serviço em

um caso real. Com todas as informações, subsídios metodológicos e práticos produzidos, a aplicação demonstrou-se não apenas viável como possível (e por que não dizer “necessária”?), considerando adaptação de processos organizacionais para viabilização da estratégia de instituições financeiras para execução e aplicação das diretrizes por designers que possam projetar melhores experiências para pessoas surdas nas agências bancárias.

Aos surdos que comentaram nas etapas da pesquisa que nunca tiveram uma experiência positiva em uma agência bancária devido à falta de paciência dos atendentes, espera-se que o Sistema Produto-Serviço aqui projetado, atenda essa necessidade futuramente, em um projeto que possa ser criado e implementado por uma instituição financeira real.

Para finalizar, importante lembrar a sensível frase de uma surda, que norteou boa parte dessa pesquisa: “...*durante minha pesquisa de mestrado, aprendi inclusive que, mesmo sendo surda, não poderia falar sobre os surdos, tinha de deixá-los falar de si mesmos*” (PERLIN, 2016). Com a inspiração da Prof. Dra. Gladis Perlin, conclui-se que seria descabido, portanto, que um pesquisador *ouvinte* desenvolvesse uma Tese sem consultar surdos e surdas em todas as etapas da pesquisa, buscando suas percepções e contribuições a partir das suas próprias experiências. Um pesquisador *ouvinte*, que teve o primeiro contato com a cultura surda há mais de 40 anos, sem saber que as dificuldades do público surdo eram muito maiores do que aparentavam ser, mesmo naquela época. Mesmo assim, esse pesquisador nunca esqueceu que as dificuldades de comunicação sempre existiram e que, de alguma forma, precisam ser eliminadas ou, minimamente, reduzidas.

E essa Tese também se propõe a isso: contribuir para a redução das barreiras de comunicação entre surdos e ouvintes.

E, por isso, com a interpretação da realidade consolidada nessa Tese, e com a participação de surdos e ouvintes em todas as etapas, conclui-se que **se tem, aqui, uma pesquisa de surdos para ouvintes.**

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. S. TRÓCCOLI, B. T. Desenvolvimento de uma escala de bem-estar subjetivo. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 20, n. 2, p. 153-164, maio/ago. 2004. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-37722004000200008>. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722004000200008&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 05/04/2022.
- ALEXANDER, G. J. JONES, J. D. NIGRO, P. J. Investor Self-selection: Evidence from a Mutual Fund Survey. **Managerial and Decision Economics** 18:7-8 (1997): 719-29. DOI: 10.1002/(SICI)1099-1468(199711/12)18:7/8<719:AID-MDE859>3.0.CO2-A. Acesso em: 26/12/2021.
- AMERICAN Psychological Association (2020). **Publication manual of the American Psychological Association** (7. Ed). DOI: <https://doi.org/10.1037/0000165-000>.
- ANDRADE, L.F. BORGES, K.A. FERREIRA, M.B.G. FELIX, M.M. DOS S, CASTRO, S.S. BARBOSA, M.H. **Metodologias de Tradução de Instrumentos para a Língua de Sinais: Uma Proposta Baseada em Evidências**. Texto contexto - enferm [Internet]. 2017;26(4). Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-07072017002210017>. Acesso em: 26/06/2023.
- ANDREWS, F.M. WITHEY, S. B. **Social indicators of well-being**. New York: Plenum Press; 1976:63–106
- ARAÚJO, D. da S., XAVIER, E. D. de S. Educação Financeira e a linguagem: uma proposta transversal a partir do gênero textual fábula. **Revista Científica FESA**, 2021, V. 1, n. 2, 50-63. Disponível em: <https://revistafesa.com/index.php/fesa/article/view/12/8>. Acesso em: 10/07/2024.
- BAIN & Company. Net Promoter System. Disponível em: <https://www.bain.com/pt-br/consulting-services/customer-strategy-and-marketing/customer-loyalty>. Acesso em: 23/11/2024.
- BAINES, T.S. *et al.* (2007). State-of-the-Art in Product-Service Systems. Proc IMechE Part B: J Eng Manuf. Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: **Journal of Engineering Manufacture**. 221. 1543-1552. DOI: 10.1243/09544054JEM858. Acesso em: 01/01/2022.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Ações, iniciativas, programas e projetos do Plano de Ação do FBEF. 2021b. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/comunicados/FBEF-02-2021-ANEXO-II.pdf. Acesso em: 28/02/2022.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Cidadania Financeira. 2022. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira>. Acesso em: 13/02/2022.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Comunicado FBEF. 2021a. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/comunicados/FBEF-Comunicado-02-2021.pdf. Acesso em: 28/02/2022.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. O que é cidadania financeira? Definição, papel dos atores e possíveis ações. 2018. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/Informacoes_gerais/conceito_cidadania_financeira.pdf. Acesso em: 26/12/2021.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. Relatório de Economia Bancária. 2023. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/publicacoes/boxe_relatorio_de_economia_bancaria/reb2023b7p.pdf
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 2016.
- BARRETO, L. PEREIRA, V. PENEDO, A. (2021). Impacto dos Investimentos em Tecnologia sobre a Rentabilidade do Setor Bancário Brasileiro. **Future Studies Research Journal: Trends and**

Strategies [FSRJ], 13(1), 94-111. DOI: <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2021.v13i1.482>. Acesso em: 11/05/2022.

BORGIA, F. BIANCHINI, C. DE MARSICO, M. (2014). **Towards Improving the e-learning Experience for Deaf Students: e-LUX**. 221-232. DOI: 10.1007/978-3-319-07440-5_21. Jun 2014, Heraklion, Greece. Acesso em: 05/03/2022.

BRADESCO. **O que é crédito responsável?** 2022. Disponível em: https://banco.bradesco/html/classic/novo-educacao-financeira/index.shtm?em-destaque_materia_cheque-aliado-financas-21. Acesso em: 15/01/2022.

BRASIL. **Decreto nº 10.393, de 9 de junho de 2020**. Institui a nova Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF e o Fórum Brasileiro de Educação Financeira - FBEF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Decreto/D10393.htm. Acesso em: 26/12/2021.

BRASIL. **Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002**. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10436.htm. Acesso em: 28/08/2022.

BRASIL PERDE mais de 2.300 agências bancárias em 2 anos de pandemia. 2022. Disponível em: <https://www.bloomberglinea.com.br/2022/01/14/brasil-perde-mais-de-2300-agencias-bancarias-em-2-anos-de-pandemia/>. Acesso em: 09/05/2022.

BROWN, Tim. *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperBusiness, 2009.

BTG. **O que é reserva de emergência e como planejar a sua**. 2020. Disponível em: <https://www.btgpactualdigital.com/como-investir/artigos/financas/o-que-e-reserva-de-emergencia-e-como-planejar>. Acesso em: 15/04/2022.

CAMPOS, J. SILVA, T. ALBUQUERQUE, U. Observação participante e diário de campo: quando utilizar e como analisar? In.: **Métodos de Pesquisa Qualitativa para Etnobiologia**. Alagoas, Ed. 1. p. 95-112, 2021.

CERTIFICAÇÃO em números. Certificações emitidas pela Anbima. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/educar/educar.htm. Acesso em 15/11/2024.

DESERTI, A. Intorno al progetto: concretizzare l'innovazione. In: CELASCHI, F.; DESERTI, A. **Design e innovazione: strumenti e pratiche per la ricerca applicata**. Roma: Carocci Editore, 2007.

DOS SANTOS, R. G. Aplicativos de Libras, problema ou solução? *Artefactum – Revista de Estudos em Linguagem e Tecnologia*, 2017. 9 (1).

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Carta de Conjuntura**. N. 60, Nota 35. IPEA, 2023. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/wp-content/uploads/2023/10/231020_cc_60_nota_35_credito.pdf. Acesso em: 21/10/2023.

CARVALHO, M. E. de. CAVALCANTI, W. M. A. SILVA, J. A. da. Ensino de Língua Portuguesa para surdos: uma revisão integrativa da literatura. **Revista CEFAC**, 2019; 21 (5). DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-0216/20192159818>. Acesso em: 28/12/2021.

CDB da instituição financeira da Libras. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yuHBsPvc1ww>, Acesso em: 15/11/2024.

ÇERA, G. KHAN, K. A. BELAS, J. RIBEIRO, H. N. R. (2020). The Role of Financial Capability and Culture in **Financial Satisfaction**, **Economic Papers**, The Economic Society of Australia, vol. 39(4), pages 389-406. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1759-3441.12299>. Acesso em: 05/03/2022.

CFBP. Measuring financial well-being. 2015. A guide to using the CFPB Financial Well-Being Scale. Disponível em: <https://www.consumerfinance.gov/data-research/research-reports/financial-well-being-scale/>. Acesso em: 18/04/2022.

CHOMSKY, N. **Novas Perspectivas Linguísticas**. Petrópolis, Vozes. 1971.

CHOMSKY, N. **Estruturas Sintáticas**. Petrópolis, Vozes. 2. Ed. 2015.

CINCO DÉCADAS de automação. 2004. Fundação Getúlio Vargas: **GV Executivo**. V. 3 (3). Ago/Out 2004. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/34691/33497>. Acesso em: 09/05/2022.

CRUZ, K. K. da, DE BRITO, M. J., CARVALHO, F. de M. "A Educação e Alfabetização Financeira sob a ótica das finanças comportamentais". **Revista Gestão Em Análise** 12.3, 2023a. Disponível em: <https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/4747/1782>. Acesso em: 14/10/2023.

CRUZ, K. K. da; DO PRADO, J. W.; CARVALHO, F. de M. O estado da arte em finanças comportamentais: um estudo bibliométrico. **Revista de Gestão e Secretariado (Management and Administrative Professional Review)**, [S. l.], v. 14, n. 5, p. 7480–7500, 2023b. DOI: 10.7769/gesec.v14i5.2133. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/2133>. Acesso em: 21/10/2023.

CROWE, T.V. Factors Associated with Well-Being in a Sample of Deaf Adults. **J Dev Phys Disabil** 31, 285–298 (2019). <https://doi-org.ez101.periodicos.capes.gov.br/10.1007/s10882-018-9639-4>. Acesso em: 01/01/2022.

DINHEIRO. Itaú dinheiro. Itaú. 2021. Disponível em: <https://www.itaú.com.br/content/dam/itau/varejo/educacao-financeira/pdf/estudo-itaú-dinheiro2.0.pdf>. Acesso em: 17/10/2023.

DA SILVA, R. F. M. LAGIOIA, U. C. T. MACIEL, C. V. RODRIGUES, R. N. Finanças Comportamentais: um estudo comparativo utilizando a teoria dos prospectos com os alunos da graduação do curso de ciências contábeis. **Revista Brasileira de Gestão e Negócios**, 2009; 11 (33). P. 383-403. ISSN: 1806-4892. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/qTijm7CdwWHbVthpn3BpPgP/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 05/03/2022.

DE MELLO FERREIRA, V. R. (2007). Psicologia econômica. **Revista de Administração de Empresas: Fundação Getúlio Vargas**, 47(3), 122+. Disponível em: <https://link.gale.com/apps/doc/A211717142/AONE?u=capes&sid=bookmark-AONE&xid=e5753bdc>. Acesso em: 26/12/2021.

DENZIN, N. K. **Strategies of Multiple Triangulation**. In.: N. K. DENZIN, The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. New Brunswick, Transaction Publishers, p. 297-317. 2009.

DESMET, P. M. A.; POHLMAYER, A. E.; FORLIZZI, J. Special issue editorial: Design for subjective well-being. *International Journal of Design*, 7(3), 1-3. 2013.

DIENER, E. (1984). Subjective well being. **Psychological Bulletin**, 95, V.3. 542-575.

DIENER, E. SUH, E. LUCAS, R. SMITH, H. (1999). Subjective Well-Being: Three Decades of Progress. **Psychological Bulletin**. 125. 276-302. DOI: 10.1037/0033-2909.125.2.276.

DIENER, E. SUH, E. OISHI, S. Recent findings on subjective well-being. **Indian Journal of Clinical Psychology**, 1997. 24:25–41.

DIX, A. (2021). Their Hands Communicate and Their Eyes Listen: Perceptions of Small Group Messages Amongst Deaf College Basketball Players. **Communication & Sport**, Vol. 9(6) 972–987. DOI: 10.1177/2167479520913076. Acesso em: 27/12/2021.

DIZEU, L. C. T. de B. CAPORALI, S.A. A Língua De Sinais Constituindo O Surdo Como Sujeito. **Educação & Sociedade** 26.91 (2005): 583-97. Web.

EXPERT XP. **Reserva de emergência: o que é e como fazer?** 2022. Disponível em: <https://conteudos.xpi.com.br/aprenda-a-investir/relatorios/reserva-de-emergencia/>. Acesso em: 15/01/2022.

EXPLORANDO o sabor da inclusão: conheça a história da gelateria Il Sordo. 2023. Disponível em: <https://redefoodservice.com.br/2024/06/explorando-o-sabor-da-inclusao-conheca-a-historia-da-gelateria-il-sordo/>. Acesso em: 20/09/2024.

FACÓ, J. F. B; CSILLAG, J. M. DINIZ, E. H. (2009). O Processo de Difusão de Inovações em Produtos Bancários. **Revista de Ciências da Administração**, 11(25),177-208. Acesso em: 09/05/2022. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273520578007>.

FAJARDO, I. VIGO, M. SALMERÓN, L. (2009). Technology for supporting web information search and learning in Sign Language. **Interacting with Computers**. 21. 243-256. 10.1016/j.intcom.2009.05.005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/222526790_Technology_for_supporting_web_information_search_and_learning_in_Sign_Language. Acesso em: 05/03/2022.

FEBRABAN. **Normativo de Relacionamento com os Consumidores Potencialmente Vulneráveis**. 2021. Disponível em: https://cmsarquivos.autorregulacaobancaria.com.br/Arquivos/documentos/PDF/Normativo%20de%20Relacionamento%20com%20o%20Consumidor%20Potencialmente%20Vulnerável%20-%20aprovada%20CAR%2031_03_21.pdf. Acesso em: 28/02/2022.

FERREIRA JUNIOR, J. L.; BEZERRA, H. J. S.; ALVES, E. de Oliveira. Atendimento psicológico à pessoa surda por meio da Libras no Brasil: Uma revisão de literatura. **Psicologia Clínica**. [online]. 2021, vol.33, n.3, pp. 537-556. ISSN 0103-5665. <http://dx.doi.org/10.33208/PC1980-5438v0033n03A08>.

FIELD, Andy. **Descobrimdo a estatística usando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed. 2009. 2.ed.

FIORI, D. D., MAFRA, R. Z., FERNANDES, T. A., BARBOSA FILHO, J., & NASCIMENTO, L. R. C. (2018). O efeito da Educação Financeira sobre a Relação entre Adimplência e Trabalhadores na Cidade de Manaus. **SINERGIA** - Revista Do Instituto De Ciências Econômicas, Administrativas E Contábeis, 21(2), 31–46. <https://doi.org/10.17648/sinergia-2236-7608-v21n2-7215>.

FREY, B.S. STUTZER, A. **Happiness and economics**. Princeton, N.J.: Princeton University Press; 2002.

FRIEDMAN, K. Theory construction in design research: criteria: approaches, and methods. **Design Studies**, 24, 2003, (507-522).

GARCÍA, M. J. R. (2013). Financial education and behavioral finance: new insights into the role of information in financial decisions. **Journal of Economic Surveys** (2013) Vol. 27, No. 2, pp. 297–315. DOI: 10.1111/j.1467-6419.2011.00705.x.

GITMAN, L. J. BACON, P. W. (1985). Comprehensive Personal Financial Planning: an emerging opportunity. **Journal of Financial Education**, 14, 36–46. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/41948081>. Acesso em: 15/01/2021.

GLASS, J. C. KILPATRICK, B. B. (1998). Financial Planning for Retirement: an imperative for baby boomer women. **Educational Gerontology**, 24:6, 595-617, DOI: [10.1080/0360127980240606](https://doi.org/10.1080/0360127980240606). Acesso em: 26/12/2021.

GUION, L. (2002). **Triangulation: Establishing the Validity of Qualitative Studies**1. EDIS. 2002. DOI: 10.32473/edis-fy394-2002.

HOWAT-RODRIGUES, A. B. C.; LAKS, J.; MARINHO, V. Translation, Cross-cultural Adaptation, and Psychometric Properties of the Brazilian Portuguese Version of the Consumer Financial Protection Bureau Financial Well-Being Scale. **Trends in Psychiatry and Psychotherapy** 43.2 (2021): 134-40.

IDEO. Design Thinking for Educators. 2013. Disponível em: <https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-educators>. Acesso em: 10/04/2022.

ITAÚ. **Como fazer um bom planejamento do seu futuro**. 2022. Disponível em: <https://www.itaubr.com/content/dam/itaubr/varejo/educacao-financeira/pdf/relatorio-planejar-educacao-financeira.pdf>. Acesso em: 15/01/2022.

ITAÚ. **Educação Financeira: Conheça tudo o que o Itaú faz para te ajudar a cuidar do seu dinheiro**. 2023. Disponível em: <https://www.itaubr.com/educacao-financeira>. Acesso em: 17/10/2023.

JAMES, W. **Pragmatismo**. São Paulo: Nova Cultural, 1989.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, v. 47, n. 2, p. 263-291, 1979.

KEYES, C. L. M., SHMOTKIN, D. RYFF, C. D. (2002). **Optimizing well being: The empirical encounter of two traditions**. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), p. 1007-1022.

KRÖPER, M. FAY, D. LINDBERG, T. MEINEL, C. (2011). **Interrelations between Motivation, Creativity and Emotions in Design Thinking Processes – An Empirical Study Based on Regulatory Focus Theory**. In: *Design Creativity 2010*. Springer-Verlag London, 2011. p. 97-104

LOEWE, N. BAGHERZADEH, M. ARAYA-CASTILLO, L. *et al.* Domain Satisfaction as Predictors of Overall Life Satisfaction Among Workers: Evidence from Chile. **Soc Indic Res** 118, 71–86 (2014). <https://doi.org/10.1007/s11205-013-0408-6>.

LOPES, D. S. A. FERREIRA, A. M. PEREIRA, P. (2022). O impacto do endividamento na qualidade de vida. **Gestão e Desenvolvimento**, 30 (2022), 409-437. DOI: <https://doi.org/10.34632/gestaoedesenvolvimento.2022.11626>. Acesso em: 21/10/2023.

LUCHS, M. G. HAWS, K. L. MICK, D. G. (2021). Consumer Wisdom for Personal Well-Being and the Greater Good: Scale Development and Validation. **Journal of Consumer Psychology**. 31(3)/587–611 DOI: 10.1002/jcpy.1224.

LUSARDI, A. (2019). Financial Literacy and the Need for Financial Education: Evidence and Implications. **Swiss Journal of Economics and Statistics**, 155(1), 1–8. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/330599981_Financial_literacy_and_the_need_for_financial_education_evidence_and_implications. Acesso em: 05/03/2022.

LUSARDI, A. MITCHELL, O.S. (2007), 'Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education', *Business Economics*, 42(1), 35–44. Disponível em: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1548&context=prc_papers. Acesso em: 05/03/2022.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. 6 Ed. Porto Alegre: Bookman. 2012.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade: Comunidades Criativas organizações colaborativas e novas redes projetivas**. Rio de Janeiro: e-papers, 2008. Disponível em: <https://books.google.com/books?isbn=8576501708>. Acesso em: 15/04/2022.

MANZINI, E. C. VEZZOLI. A Strategic Design Approach to Develop Sustainable Product Service Systems: Examples Taken from the 'environmentally Friendly Innovation' Italian Prize. **Journal of Cleaner Production** 11.8 (2003): 851-57. Acesso em: 08/01/2022.

MAURI, Francesco. **Progettare progettando strategia**. Milano: Masson S.p.A, 1996

MCKENNA, J. CARROLL, J. (1999). Collaborative Problem Solving: Financial Education for Youth. **Journal of Extension**. Vol. 37 No. 5. Disponível em: <https://archives.joe.org/joe/1999october/a3.php>. Acesso em: 26/12/2021.

MICK, D. G. SPILLER, S. A. BAGLIONI, A. J. A systematic self-observation study of consumers' conceptions of practical wisdom in everyday purchase events. *Journal of Business Research*, V. 65, 7. 2012. p. 1051-1059. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S014829631100066X>. Acesso em: 05/03/2022.

MORAES, R. Análise de Conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MURTUZA, M. A. BRUNSEN, W. (1988). Education of the Financial Planner. **American Journal of Business**, Vol. 3 No. 2, pp. 54-58. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/19355181198800017>. Acesso em: 26/12/2021.

NETEMEYER, R. G. WARMATH, D. FERNANDES, D. LYNCH JR. J. G. (2017). How Am I Doing? Perceived Financial Well-Being, Its Potential Antecedents, and Its Relation to Overall Well-Being. **Journal of Consumer Research**. Volume 45, Issue 1, June 2018, Pages 68–89, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx109>.

OECD (2005), Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness, OECD. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/35108560.pdf>. Acesso em: 30 de maio, 2021.

OECD (2013). OECD Guidelines on Measuring Subjective Well-Being. OECD Publishing. Disponível em: <https://www.oecd.org/statistics/oecd-guidelines-on-measuring-subjective-well-being-9789264191655-en.htm>. Acesso em: 15/02/2021.

OITO curiosidades sobre a nova Starbucks Signing Store. 2018. Disponível em: <https://historias.starbucks.com/br/stories/2018/oito-curiosidades-sobre-a-nova-starbucks-signing-store/>. Acesso em: 19/09/2024.

OMS. (2021). World report on hearing. OMS, disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/world-report-on-hearing>. Acesso em: 11/04/2022.

PERLIN, G. Identidades Surdas. In: Carlos Skliar. (Org.). *A surdez: um olhar sobre as diferenças*. Porto Alegre: Mediação, 8 Ed. p. 51-73. 2016.

PESQUISA Febraban de Tecnologia Bancária 2022. Tendência em tecnologia. V. 1. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/br/pt/pages/financial-services/articles/pesquisa-febraban-tecnologia-bancaria.html>. Acesso em: 09/05/2022.

PETERMANS, A. CAIN, R. **Setting the scene for design for subjective wellbeing**. In: *Design for Wellbeing: An applied approach*. Routledge: New York. 2020.

PLATTNER, H. MEINEL, C. WEINBERG, U. (2009). *Design Thinking*. Munich: mi-Verlag.

RICHARDSON, R.J., PERES, J.A.S., WANDERNEY, J.C.V., CORREIA, L.M., PERES, M.H.M. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. São Paulo, Atlas. 2012.

RYFF, C.D. KEYES, C. L. M. The structure of psychological well-being revisited. **Journal of Personality and Social Psychology**. 1995; 69(4):719–727.

SACKS, Oliver. **Vendo vozes: uma viagem ao mundo dos surdos**. São Paulo. Companhia das Letras, 2010.

SANDERS, L.; STAPPERS, P. J. **Convivial Toolbox: Generative Research for the Front End of Design**. Amsterdam: BIS Publishers, 2012.

SANTOS, K. S. RIBEIRO, M. C. QUEIROGA, D. E. U. DA SILVA, I. A. P. FERREIRA, S. M. S. **O uso de triangulação múltipla como estratégia de validação em um estudo qualitativo.** 2018. DOI: 10.1590/1413-81232020252.12302018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/kvr3D7Q3vsYjrFGLNprpttS/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23/10/2023.

SERASA. Mapa da Inadimplência e Negociação de Dívidas no Brasil. 2023. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/mapa-da-inadimplencia-e-renogociacao-de-dividas-no-brasil>. Acesso em: 17/10/2023.

SICREDI. **5 dicas para fazer seu dinheiro render mais.** 2021a. Disponível em: <https://www.sicredi.com.br/site/blog/5-dicas-para-fazer-o-seu-dinheiro-render-mais/>. Acesso em: 15/01/2022.

SICREDI. **Como economizar em tempos de pandemia.** 2021b. Disponível em: <https://www.sicredi.com.br/site/blog/como-economizar-em-tempos-de-pandemia/>. Acesso em: 15/01/2022.

SICREDI. **Cooperação na ponta do lápis.** 2023. Disponível em: <https://www.sicredi.com.br/site/napontadolapis/>. Acesso em: 17/10/2023.

SIMON, H. As Ciências do Artificial, 2. Ed. **MIT Press**, Cambridge, MA (1982)

SIQUEIRA, M. M. M. PADOVAM, V. A. R. (2008). Bases Teóricas de Bem-Estar Subjetivo, Bem-Estar Psicológico e Bem-Estar no Trabalho. **Psicologia: teoria e pesquisa**. Vol. 24 n. 2, pp. 201-209

SOSA, R. (2015). Beyond " Design Thinking ". IASDR 2015 Congress. Brisbane: Australia. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/283856180_Beyond_Design_Thinking. Acesso em: 10/04/2022.

TONETTO, L. M. (2020). **An international perspective on design for wellbeing**. In: PETERMANS, A. CAIN, R. Design for wellbeing: An Applied Approach. p. 207-217. Routledge: New York. 2020.

TONETTO, L. M. BRUST-RENN, P. G. STEIN, L. (2014). Perspectivas metodológicas na pesquisa sobre o comportamento do consumidor. **Psicologia: Ciência e Profissão**. V. 34. 180-195. DOI: 10.1590/S1414-98932014000100013.

TONETTO, L. M., MEYER, G. E. C., COSTA, F. C. X. WOLFF, F. (2019). A pragmatic path for strategic design: Influences from industrial design, cognitive studies and management sciences. **Strategic Design Research Journal**, volume 12, number 03, September – December 2019. 402-416. Doi: 10.4013/sdrj.2019.123.07

TONIN, R. P.; FUKUDA, C. C. Adaptação para Libras da Escala Multidimensional de Satisfação de Vida para Adolescentes. **Avaliação Psicológica**. [online]. 2020, vol.19, n.1, pp. 38-47. ISSN 1677-0471. <http://dx.doi.org/10.15689/ap.2020.1901.15665.05>.

TREADWAY, C. KENNING, G. COLEMAN, S. (2016). **Sensor e-textiles: Person centered co-design for people with late stage dementia**. Working with Older People, 20(2), 76–85.

TURUNEN, E. HIILAMO, H. 2014. Health effects of indebtedness: a systematic review. **BMC Public Health**, 2014, 14:489. DOI: doi:10.1186/1471-2458-14-489

VARGAS, V.S. MOSER, D. A. Desenvolvimento Cognitivo do Surdo e Aquisição da Língua de Sinais. **Revista Sinalizar**, 2020. v. 5: e65749. DOI: 10.5216/rs.v5.65749.

VEENHOVEN, R. Sociological theories of subjective well-being. In: M Eid , RJ Larsen (eds). **The science of subjective well-being**. New York: Guilford Press; 2008:44–61.

VIEIRA, G. PESSOA, C. Educação financeira pelo mundo: como se organizam as estratégias nacionais? **Educação Matemática Pesquisa**, São Paulo, v. 22, n. 2, p. 658-688, 2020

WELL-BEING Concepts. 2018. CDC – Center for Disease Control and Prevention. Disponível em <https://www.cdc.gov/hrqol/wellbeing.htm>. Acesso em: 10/04/2022.

ZILIO, V. M. **A língua surda**. In: Cultura Surda e Libras. LOPES, M. C. p. 38-70. Unisinos: São Leopoldo. 2012.

ZURLO, F. **Design Strategico**. In: XXI Secolo, vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani. 2010.

ZURLO, F. CAUTELA, C. 2014. Design strategies in different narrative frames. **Design Issues**, 30(1): 19-35. Doi: 10.1162/DESI_a_00246.

APÊNDICE A1 – INSTRUMENTO ORIGINAL “CONSUMER WISDOM”

Dimensions and items

Responsibility

- 1 I have a realistic sense of the lifestyle that I can afford
- 2 I spend my money responsibly
- 3 I find it easy to focus on buying only what I really need without getting tempted by things that others have
- 4 I am able to resist temptation in order to achieve my budget and lifestyle goals

Purpose

- 5 I manage my budget so that I can spend some money on experiences that give me a lot of pleasure and joy
- 6 I prioritize spending some money on unique experiences that help me develop my full potential
- 7 I manage my budget so that I can spend some money on experiences that help me learn new things
- 8 I prioritize spending money on products and experiences that help me build and strengthen relationships with others

Flexibility

- 9 I borrow or rent products to try them out before deciding if I want to buy them
- 10 Before I buy something that I might not use very often, I try to rent it or borrow it from someone instead
- 11 My purchases include used products or clothing even though I could just purchase new things if I wanted to
- 12 I like to share, swap, or trade for things with my friends and neighbors

Perspective

- 13 Before I buy something, I consider my previous experiences with similar purchases
- 14 Before spending money on something, I visualize what the experience of owning and using it is likely to be
- 15 Before I buy something, I consider the possible costs and benefits over time
- 16 Before I buy something, I make an effort to consider my options from multiple perspectives

Reasoning

- 17 I understand which product features are the most important
- 18 I know when I've done enough research to make a good purchase decision
- 19 I know where and how to buy things so that I get the best value
- 20 Before buying something, I know how to get the information that I need to make great choices

Sustainability

- 21 I buy products from companies that promote environmental responsibility, even when they cost more
- 22 My consumption behaviors consistently reflect my concern for the natural environment
- 23 I buy products from companies that demonstrate that they share my ethical values
- 24 I spend time thinking about how we, as a global community, affect each other through our individual consumption choices

APÊNDICE A2 – INSTRUMENTO “CONSUMER WISDOM” (SABEDORIA DO CONSUMIDOR) TRADUZIDO LIVREMENTE PELO AUTOR

Responsabilidade

1. Tenho uma noção realista do estilo de vida que posso me permitir
2. Eu gasto meu dinheiro com responsabilidade
3. Acho fácil me concentrar em comprar apenas o que realmente preciso sem ficar tentado por coisas que os outros têm
4. Sou capaz de resistir à tentação para atingir meus objetivos de orçamento e estilo de vida

Objetivo

5. Eu administro meu orçamento para poder gastar algum dinheiro em experiências que me dão muito prazer e alegria
6. Priorizo gastar algum dinheiro em experiências únicas que me ajudam a desenvolver todo o meu potencial
7. Eu gerencio meu orçamento para poder gastar algum dinheiro em experiências que me ajudam a aprender coisas novas
8. Priorizo gastar dinheiro em produtos e experiências que me ajudam a construir e fortalecer relacionamentos com outras pessoas

Flexibilidade

9. Pego emprestado ou alugo produtos para experimentá-los antes de decidir se quero comprá-los
10. Antes de comprar algo que talvez não use com muita frequência, tento alugá-lo ou pedir emprestado a alguém
11. Minhas compras incluem produtos ou roupas usadas, embora eu pudesse comprar coisas novas se quisesse
12. Gosto de compartilhar, permutar ou trocar por coisas com meus amigos e vizinhos.

Perspectiva

13. Antes de comprar algo, considero minhas experiências anteriores com compras semelhantes.
14. Antes de gastar dinheiro em algo, eu visualizo como será a experiência de possuir e usar aquilo.
15. Antes de comprar algo, considero os possíveis custos e benefícios ao longo do tempo
16. Antes de comprar algo, faço um esforço para considerar minhas opções de múltiplas perspectivas.

Raciocínio

17. Entendo quais recursos do produto são os mais importantes.
18. Eu sei quando fiz pesquisas suficientes para tomar uma boa decisão de compra.
19. Sei onde e como comprar as coisas para obter o melhor valor.
20. Antes de comprar algo, sei como obter as informações de que preciso para fazer ótimas escolhas.

Sustentabilidade

21. Compro produtos de empresas que promovem a responsabilidade ambiental, mesmo que sejam mais caras.
22. Meus comportamentos de consumo refletem consistentemente minha preocupação com o meio ambiente.
23. Compro produtos de empresas que demonstram que compartilham meus valores éticos.
24. Passo algum tempo pensando em como nós, como comunidade global, nos afetamos por meio de nossas escolhas individuais de consumo.

APÊNDICE B1 – INSTRUMENTO ORIGINAL “FINANCIAL WELL-BEING SCALE”



CFPB FINANCIAL WELL-BEING SCALE

Questionnaire

NAME OR NUMBER

Part 1: How well does this statement describe you or your situation?

This statement describes me	Completely	Very well	Somewhat	Very little	Not at all
1. I could handle a major unexpected expense	☐	☐	☐	☐	☐
2. I am securing my financial future	☐	☐	☐	☐	☐
3. Because of my money situation, I feel like I will never have the things I want in life	☐	☐	☐	☐	☐
4. I can enjoy life because of the way I'm managing my money	☐	☐	☐	☐	☐
5. I am just getting by financially	☐	☐	☐	☐	☐
6. I am concerned that the money I have or will save won't last	☐	☐	☐	☐	☐

Part 2: How often does this statement apply to you?

This statement applies to me	Always	Often	Sometimes	Rarely	Never
7. Giving a gift for a wedding, birthday or other occasion would put a strain on my finances for the month	☐	☐	☐	☐	☐
8. I have money left over at the end of the month	☐	☐	☐	☐	☐
9. I am behind with my finances	☐	☐	☐	☐	☐
10. My finances control my life	☐	☐	☐	☐	☐

Part 3: Tell us about yourself.

11. How old are you?	☐ 18-61	☐ 62+	
12. How did you take the questionnaire?	☐ I read the questions	☐ Someone read the questions to me	



CFPB FINANCIAL WELL-BEING SCALE

Scoring worksheet

NAME OR NUMBER _____

1. Select the person's answers, record the response value in the right hand column and add up the total values for each part of the questionnaire.

This statement describes me	Completely	Very well	Somewhat	Very little	Not at all	Response value
1. I could handle a major unexpected expense	4	3	2	1	0	
2. I am securing my financial future	4	3	2	1	0	
3. Because of my money situation, I feel like I will never have the things I want in life	0	1	2	3	4	
4. I can enjoy life because of the way I'm managing my money	4	3	2	1	0	
5. I am just getting by financially	0	1	2	3	4	
6. I am concerned that the money I have or will save won't last	0	1	2	3	4	
Part 1 subtotal:						

This statement applies to me	Always	Often	Sometimes	Rarely	Never	Response value
7. Giving a gift for a wedding, birthday or other occasion would put a strain on my finances for the month	0	1	2	3	4	
8. I have money left over at the end of the month	4	3	2	1	0	
9. I am behind with my finances	0	1	2	3	4	
10. My finances control my life	0	1	2	3	4	
Part 2 subtotal:						

Total response value: _____

2. Find the financial well-being score

How old is the person?

☐ 18-61 ☐ 62+

How did the person take the questionnaire?

☐ Self-administered
☐ Administered by someone else

Because scores vary based on age and how the questionnaire was administered, you must convert the total response value to a financial well-being score.

- Find the row that corresponds to the total response value.
- Follow that row across to the column that corresponds to the person's age and how the questionnaire was administered.
- Record the final score.

Financial well-being score:

Learn more at
consumerfinance.gov/financial-well-being



Total response value	Questionnaire self-administered		Questionnaire administered by someone else	
	18-61	62+	18-61	62+
0	14	14	16	18
1	19	20	21	23
2	22	24	24	26
3	25	26	27	28
4	27	29	29	30
5	29	31	31	32
6	31	33	33	33
7	32	35	34	35
8	34	36	36	36
9	35	38	38	38
10	37	39	39	39
11	38	41	40	40
12	40	42	42	41
13	41	44	43	43
14	42	45	44	44
15	44	46	45	45
16	45	48	47	46
17	46	49	48	47
18	47	50	49	48
19	49	52	50	49
20	50	53	52	50
21	51	54	53	52
22	52	56	54	53
23	54	57	55	54
24	55	58	57	55
25	56	60	58	56
26	58	61	59	57
27	59	63	60	58
28	60	64	62	60
29	62	66	63	61
30	63	67	65	62
31	65	69	66	64
32	66	71	68	65
33	68	73	70	67
34	69	75	71	68
35	71	77	73	70
36	73	79	76	72
37	75	82	78	75
38	78	84	81	77
39	81	88	85	81
40	86	95	91	87

APÊNDICE B2 – INSTRUMENTO “FINANCIAL WELL-BEING SCALE” (ESCALA DE BEM-ESTAR FINANCEIRO) TRADUZIDO LIVREMENTE PELO AUTOR

Parte 1: Quão bem esta afirmação descreve você ou sua situação?

Essa afirmação me descreve	Completamente	Muito Bem	Um pouco	Muito pouco	De jeito nenhum
1) Eu poderia lidar com uma grande despesa inesperada.	☐	☐	☐	☐	☐
2) Estou garantindo meu futuro financeiro	☐	☐	☐	☐	☐
3) Por causa da minha situação financeira, sinto que nunca terei as coisas que quero na vida	☐	☐	☐	☐	☐
4) Posso aproveitar a vida por causa da maneira como estou administrando meu dinheiro	☐	☐	☐	☐	☐
5) Eu estou apenas me mantendo financeiramente	☐	☐	☐	☐	☐
6) Estou preocupado que o dinheiro que tenho ou vou economizar não vai durar	☐	☐	☐	☐	☐

Esta afirmação se aplica a mim	Sempre	Muitas vezes	Às vezes	Raramente	Nunca
7) Dar um presente de casamento, aniversário ou outra ocasião pressionaria as minhas finanças para o mês	☐	☐	☐	☐	☐
8) Sobra dinheiro no final do mês	☐	☐	☐	☐	☐
9) Estou atrasado em relação às minhas finanças.	☐	☐	☐	☐	☐
10) Minhas finanças controlam minha vida	☐	☐	☐	☐	☐

Fale sobre você

- 11) Que idade você tem? ☐ 18-61 ☐ 62+
- 12) Como você respondeu ao questionário? ☐ Eu li as questões ☐ Alguém leu as questões para mim

APÊNDICE C1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

Título do Estudo: **Avaliação da experiência do usuário no relacionamento com instituições financeiras no tema “educação financeira” e sua relação com o bem-estar subjetivo.**

Pesquisador Responsável: **RODRIGO DOS SANTOS**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O pesquisador Rodrigo dos Santos está realizando uma pesquisa que tem por objetivo entender e avaliar a experiência de pessoas surdas no relacionamento com instituições financeiras em relação ao tema “educação financeira”. Essa pesquisa está sendo realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Assim, você está sendo convidado(a) a participar de uma **entrevista em profundidade**. Por favor, leia este documento com bastante atenção antes de assiná-lo. **Caso haja alguma palavra ou frase que o(a) senhor(a) não consiga entender, converse com o pesquisador responsável pelo estudo ou com um membro da equipe desta pesquisa para esclarecê-los.**

A proposta deste termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), **ora enviado por e-mail junto do convite para agendamento**, é explicar a sua participação na etapa de **entrevista em profundidade**. O objetivo desta pesquisa é relatar suas experiências em relação ao assunto EDUCAÇÃO FINANCEIRA no relacionamento com instituições financeiras (bancos, corretoras, cooperativas de crédito, entre outras). O objetivo da entrevista é entender como é a sua experiência de uso das instituições financeiras quando necessita de alguma informação sobre EDUCAÇÃO FINANCEIRA e como essas experiências se relacionam com o seu bem-estar.

Se você aceitar a participação na etapa de **entrevista em profundidade**, os procedimentos envolvidos serão:

- a) a entrevista em profundidade será conduzida pelo pesquisador Rodrigo dos Santos, **em conjunto com um intérprete profissional;**
- b) a entrevista em profundidade poderá ser realizada de forma presencial ou remota (Teams, Google, Zoom, por exemplo) e terá duração estimada entre 45 e 60 minutos;
- c) as entrevistas, quando gravadas, serão usadas exclusivamente pelo pesquisador para consultas futuras para contribuição com a pesquisa final. Trechos da entrevista poderão ser transcritos no texto final da pesquisa para publicações futuras, sempre com a preservação da identidade do participante;
- d) som e imagem das gravações não serão divulgados pelo pesquisador por qualquer meio;
- e) **o intérprete profissional (Libras-Português-Libras) que participará da agenda estará sujeito às mesmas obrigações do pesquisador, especialmente no que diz respeito ao sigilo das informações prestadas pelo entrevistado.**

Nenhum dado de identificação individual será publicado sem sua autorização. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, os nomes não aparecerão na publicação dos resultados da pesquisa.

A pesquisa não trará benefício direto aos participantes, considerando que serão propostos projetos futuros a partir dos subsídios das pesquisas, para atendimento coletivo do público surdo e não individual. Portanto, contribuindo para a pesquisa o participante contribuirá para os objetivos geral e específicos do estudo ora declarado, que visa a promoção do bem-estar subjetivo da pessoa surda através da educação financeira. Além disso, a pesquisa contribuirá para o meio científico, pois serão propostos artigos e outras publicações futuras.

Sua participação na **entrevista em profundidade** é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida desistir de participar e retirar seu consentimento durante a realização da **entrevista em profundidade**, não haverá nenhum prejuízo a você ou ao pesquisador, não sendo devidas quaisquer formas de compensação ou ressarcimentos de ambas as partes.

Os riscos aos participantes serão mínimos e estão relacionados com a possibilidade de desconforto e/ou constrangimento frente ao tema. Neste caso, sinta-se à vontade para entrar em contato com o pesquisador responsável declarado abaixo, para que seja verificada a melhor forma de seguir com sua participação ou prestação de esclarecimentos prévios, ou mesmo interrompê-la, se assim desejar.

Considerando sua participação voluntária, não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação na pesquisa. É garantido a você o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre a pesquisa e suas consequências, ou seja, tudo o que você queira saber antes, durante e depois da sua participação será fornecido pelo pesquisador responsável.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável RODRIGO DOS SANTOS, pelo telefone 51.98444-6527, endereço de e-mail rodrigoso@edu.unisinos.br ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos (Unisinos), localizado na Sala A01 – Centro Comunitário – Unidade de Pesquisa e Pós Graduação – UAPPG. Av. Av. Unisinos, 950, CEP 93022-000 – São Leopoldo/RS, Fone: 51.3591.1122, Ramal 3219, e-mail cep@unisinos.br.

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma do(a) Sr.(a) e a outra para os pesquisadores. Alternativamente, caso a entrevista for realizada com a gravação sendo permitida de forma *on line*, essa autorização substituirá o TCLE na sua forma física ou mesmo a sua resposta para o pesquisador ao convite para a entrevista, que será enviada por e-mail.

Declaração de Consentimento

Concordo em participar do estudo intitulado: **“Avaliação da experiência do usuário no relacionamento com instituições financeiras no tema ‘educação financeira’ e sua relação com o bem-estar subjetivo”**.

_____ Nome do participante ou responsável _____ Assinatura do participante ou responsável	Data: ____/____/____
--	----------------------

Eu, RODRIGO DOS SANTOS, pesquisador, declaro cumprir as exigências contidas nos itens IV.3 e IV.4, da Resolução nº 466/2012 MS.

_____ Assinatura do investigador	Data: ____/____/____
-------------------------------------	----------------------

APÊNDICE C2 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) – WORKSHOP

Título do Estudo: **Design para Bem-Estar: educação financeira para pessoas surdas (como melhorar a experiência de usuário de instituições financeiras quando o assunto é “educação financeira”, de modo que contribua para melhoria do bem-estar subjetivo).**

Pesquisador Responsável: **RODRIGO DOS SANTOS**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O pesquisador Rodrigo dos Santos está realizando uma pesquisa que tem por objetivo entender e avaliar a experiência de pessoas surdas no relacionamento com instituições financeiras em relação ao tema “educação financeira”. Essa pesquisa está sendo realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Assim, você está sendo convidado(a) a participar de um **workshop de projeto**. Por favor, leia este documento com bastante atenção antes de assiná-lo. Caso haja alguma palavra ou frase que o(a) senhor(a) não consiga entender, converse com o pesquisador responsável pelo estudo ou com um membro da equipe desta pesquisa para esclarecê-los.

A proposta deste termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) é explicar a sua participação na etapa de **workshop de projeto**. O objetivo desta pesquisa é entender suas experiências e/ou necessidades em relação ao assunto EDUCAÇÃO FINANCEIRA no relacionamento com instituições financeiras (bancos, corretoras, cooperativas de crédito, entre outras). O objetivo do **workshop de projeto** é obter a suas contribuições na construção de diretrizes de projeto para melhorar a experiência de usuário de instituições financeiras quando o assunto é “EDUCAÇÃO FINANCEIRA”, de modo que contribua para melhoria do bem-estar subjetivo.

Se você aceitar a participação na etapa de **workshop de projeto**, os procedimentos envolvidos serão:

- a. o workshop de projeto será conduzido pelo pesquisador Rodrigo dos Santos;
- b. o workshop de projeto será realizado de forma presencial, em endereço e horário confirmado pelo pesquisador previamente, e terá duração estimada entre 2 a 3 horas, para exploração conjunta, com outros convidados;
- c. poderá haver a participação de outras pessoas, como familiares de pessoas surdas e outros profissionais como designers, intérpretes, administradores, economistas, também surdos ou ouvintes;
- d. o participante deve esperar que o workshop seja composto por 15 a 20 pessoas (estimativa), que serão divididas em grupos, sendo que todos os participantes assinarão o mesmo TCLE;
- e. o workshop poderá ser gravado ou fotografado com fins de ilustração do trabalho realizado e poderão ser veiculados em textos, relatos, artigos científicos ou publicações em redes sociais. Se publicados, com fins acadêmicos e informativos da pesquisa, em qualquer meio, não serão compartilhados registros que possam identificar individualmente o participante;
- f. Durante a realização do workshop, o participante poderá ser convidado a gravar depoimentos ou percepções das realizações das dinâmicas, sendo facultado participar da

gravação. O aceite pela gravação já autoriza a publicação apenas para fins educativos, sobre a dinâmica realizada, sendo desde já autorizado o uso de som e vídeo com essa finalidade, ressalvado o disposto no item “e” anterior.

Nenhum dado ou informação de identificação individual será publicado sem sua autorização. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, os nomes não aparecerão na publicação dos resultados da pesquisa.

A pesquisa não trará benefício direto aos participantes, considerando que serão propostos projetos futuros a partir dos subsídios das pesquisas e do workshop, para atendimento coletivo do público surdo e não individual. Portanto, contribuindo para a pesquisa o participante contribuirá para os objetivos geral e específicos do estudo ora declarado, que visa a promoção do bem-estar subjetivo da pessoa surda através da educação financeira. Além disso, a pesquisa contribuirá para o meio científico, pois serão propostos artigos e outras publicações futuras.

Sua participação no **workshop de projeto** é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida desistir de participar e retirar seu consentimento durante a realização do **workshop de projeto**, não haverá nenhum prejuízo a você ou ao pesquisador, não sendo devidas quaisquer formas de compensação ou ressarcimentos de ambas as partes.

Os riscos aos participantes serão mínimos e estão relacionados com a possibilidade de desconforto e/ou constrangimento frente ao tema. Neste caso, sinta-se à vontade para entrar em contato com o pesquisador responsável declarado abaixo, para que seja verificada a melhor forma de seguir com sua participação ou prestação de esclarecimentos prévios, ou mesmo interrompê-la, se assim desejar.

Considerando sua participação voluntária, não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação na pesquisa. É garantido a você o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre a pesquisa e suas consequências, ou seja, tudo o que você queira saber antes, durante e depois da sua participação será fornecido pelo pesquisador responsável.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável RODRIGO DOS SANTOS, pelo telefone 51.98444-6527, endereço de e-mail rodrigoso@edu.unisinos.br ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos (Unisinos), localizado na Sala A01 – Centro Comunitário – Unidade de Pesquisa e Pós Graduação – UAPPG. Av. Av. Unisinos, 950, CEP 93022-000 – São Leopoldo/RS, Fone: 51.3591.1122, Ramal 3219, e-mail cep@unisinos.br.

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma do(a) Sr.(a) e a outra para os pesquisadores

Declaração de Consentimento

Concordo em participar do estudo intitulado: **Design para Bem-Estar: educação financeira para pessoas surdas (como melhorar a experiência de usuário de instituições financeiras quando o assunto é “educação financeira”, de modo que contribua para melhoria do bem-estar subjetivo).**

_____ Nome do participante ou responsável _____ Assinatura do participante ou responsável	Data: ____/____/____
---	-----------------------------

Eu, RODRIGO DOS SANTOS, pesquisador, declaro cumprir as exigências contidas nos itens IV.3 e IV.4, da Resolução nº 466/2012 MS.

 Assinatura do investigador	Data: ____/____/____
-------------------------------------	----------------------

APÊNDICE C3 – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM DOS PARTICIPANTES DO PROJETO EXPERIMENTAL

Eu, _____, _____ (nacionalidade), estado civil _____, portador(a) da Cédula de identidade RG nº _____, inscrito(a) no CPF/MF sob nº _____, AUTORIZO o uso de minha imagem em materiais gravados (vídeo) ou fotográficos, por ocasião da realização do **projeto experimental** de condução do Doutorado em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, Rodrigo dos Santos, sob a orientação do Prof. Dr. Filipe C. X. da Costa.

A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso de som e imagem acima qualificada, em todo território nacional e/ou exterior, da seguinte forma: vídeos gravados e/ou registros fotográficos da minha participação no projeto experimental. A gravação e/ou registro fotográfico poderá(ão) ser disponibilizado(s)/veiculado(s) em mídias eletrônicas, podendo abranger vídeos em aplicativos de mensagens (WhatsApp, Signal, por exemplo) e/ou upload em plataformas digitais tais como Youtube, Google Forms, Microsoft Forms, Survey Monkey (lista não exaustiva), com fins exclusivamente acadêmicos para o propósito para o qual foram realizados.

Assim, assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

_____, dia ____ de _____ de _____.

(Assinatura)

Nome:

Telefone p/ contato:

APÊNDICE D – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM DO INTÉRPRETE DE LIBRAS

Eu, _____, _____ (nacionalidade), estado civil _____, portador(a) da Cédula de identidade RG nº _____, inscrito(a) no CPF/MF sob nº _____, na qualidade de profissional Intérprete de Libras – LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS, AUTORIZO o uso de minha imagem em materiais gravados (vídeo) ou fotográficos, por ocasião da realização da pesquisa quantitativa de condução do Doutorado em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, Rodrigo dos Santos, sob a orientação do Prof. Dr. Filipe C. X. da Costa.

A presente autorização é concedida a título gratuito ou conforme contrato de prestação de serviços vinculado, abrangendo o uso da imagem do profissional acima qualificado, em todo território nacional, da seguinte forma: vídeos gravados contendo interpretação/tradução para Libras de textos originalmente disponíveis em português. A gravação poderá ser disponibilizada/veiculada em mídias eletrônicas, podendo abranger vídeos em aplicativos de mensagem (Whatsapp, Signal, por exemplo) e/ou upload em plataformas digitais tais como Youtube, Google Forms, Microsoft Forms, Survey Monkey (lista não exaustiva), com fins exclusivamente acadêmicos para o propósito para o qual foram realizados.

Assim, assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

_____, dia ____ de _____ de _____.

(Assinatura)

Nome:

Telefone p/ contato:

APÊNDICE E – CONVITE DE PARTICIPAÇÃO DO WORKSHOP

Design para o bem-estar: Educação Financeira para pessoas surdas.

O pesquisador Rodrigo dos Santos, Doutorando em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, de Porto Alegre/RS, está conduzindo uma pesquisa sob orientação do Prof. Dr. Filipe C. X. da Costa. Tal pesquisa será parte da Tese, que tem por objetivo propor soluções/alternativas/métodos de educação financeira para pessoas surdas que proponham aumento do bem-estar subjetivo, através do Design.

Após as respostas do questionário enviado anteriormente (pesquisa quantitativa), você manifestou interesse em participar do workshop presencial, que ajudará na construção das próximas etapas. Portanto, se ainda for do seu interesse, por favor pedimos confirmar sua participação no evento, que ocorrerá em __/__/____ no endereço _____, na cidade de _____/RS.

A confirmação poderá ser enviada para o e-mail rodrigasantos@edu.unisinos.br, até o dia __/__/____.

No dia do workshop, você será convidado a assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) autorizando sua participação.

Agradeço desde já a sua disponibilidade.

Rodrigo dos Santos

APÊNDICE F – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM DOS PARTICIPANTES DO WORKSHOP

Eu, _____, _____ (nacionalidade), estado civil _____, portador(a) da Cédula de identidade RG nº _____, inscrito(a) no CPF/MF sob nº _____, AUTORIZO o uso de minha imagem em materiais gravados (vídeo) ou fotográficos, por ocasião da realização do workshop de condução do Doutorado em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, Rodrigo dos Santos, sob a orientação do Prof. Dr. Filipe C. X. da Costa.

A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima qualificada, em todo território nacional e/ou exterior, da seguinte forma: vídeos gravados e/ou registros fotográficos da minha participação no workshop. A gravação e/ou registro fotográfico poderá(ão) ser disponibilizado(s)/veiculado(s) em mídias eletrônicas, podendo abranger vídeos em aplicativos de mensagem (Whatsapp, Signal, por exemplo) e/ou upload em plataformas digitais tais como Youtube, Google Forms, Microsoft Forms, Survey Monkey (lista não exaustiva), com fins exclusivamente acadêmicos para o propósito para o qual foram realizados.

Assim, assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

_____, dia ____ de _____ de _____.

(Assinatura)

Nome:

Telefone p/ contato:

APÊNDICE G1 – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: O DESIGN ESTRATÉGICO QUE OUVI COM A VISÃO E FALA COM AS MÃOS: BEM-ESTAR SUBJETIVO ATRAVÉS DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS

Pesquisador: RODRIGO DOS SANTOS

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 65694522.2.0000.5344

Instituição Proponente: Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 5.842.697

Apresentação do Projeto:

O tema educação financeira vem se expandindo ao longo do tempo. Atualmente, estudos robustos relacionados à educação financeira conquistaram discussões acadêmicas e políticas públicas espalhadas pelo mundo todo. Nessa direção, as instituições financeiras do Brasil, a partir das diretrizes nacionais, promovem suas ações e estratégias próprias para disseminar a educação financeira para clientes e não-clientes. Quando se foca em educação financeira para pessoas surdas, é oferecido um intérprete automático de Libras (Língua Brasileira de Sinais) para que os conteúdos publicados, em páginas web, sejam traduzidos, em uma ação de inclusão oferecida para a sociedade. Entretanto, tais ferramentas normalmente apresentam erros gramaticais, sintáticos e lexicais, em relação aos intérpretes profissionais humanos, sendo que nem todos os surdos são alfabetizados em português, o que aumenta a barreira de comunicação. Assim, percebe-se uma necessidade de maior detalhamento do conteúdo informativo a respeito de educação financeira para essa população, em complemento ao que já existe, inclusive relacionado à prática desse tema no dia-a-dia das pessoas surdas.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

O objetivo primário da pesquisa será compreender de que forma é possível desenvolver sistemas produto-serviço de instituição financeira para estimular o bem-estar subjetivo de pessoas surdas

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SÃO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cep@unisinos.br

Continuação do Parecer: 5.842.697

através da educação financeira.

Objetivo Secundário:

a) Traduzir e adaptar as escalas de sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido, do idioma inglês (original) para Português, e de Português para Libras, em ambos os casos; b) Avaliar o bem-estar financeiro percebido das pessoas surdas em relação à gestão das suas finanças pessoais; c) Avaliar o poder preditor da sabedoria do consumidor em relação ao bem-estar financeiro percebido para pessoas surdas; d) Definir diretrizes de design que contribuam para o bem-estar subjetivo das pessoas surdas, para desenvolvimento de um Sistema Produto-Serviço ao amparo do design estratégico, contribuindo para a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). e) Validar as diretrizes construídas através de um projeto experimental de SPS.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Os riscos aos participantes serão mínimos e estão relacionados com a possibilidade de desconforto e/ou constrangimento frente ao tema. Neste caso, será sugerido entrar em contato com o pesquisador responsável declarado, para que seja verificada a melhor forma de seguir com sua participação ou prestação de esclarecimentos prévios, ou mesmo interrompê-la, se assim desejar. Como benefício, o estudo poderá favorecer práticas futuras para o segmento escolhido e, também, em outros públicos para entendimento e aprofundamento de problemas e diversas situações reais da sociedade, especialmente em propostas inclusivas, considerando o público surdo no centro da estratégia.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Os questionários da pesquisa quantitativa-descritiva serão enviados às pessoas em meio eletrônico, por conveniência, em formulário da ferramenta SurveyMonkey, cujas respostas serão anônimas. Ao responderem os questionários da etapa quantitativo-descritiva, os participantes terão a opção de escolher participar das entrevistas em profundidade, sendo selecionados por conveniência. Após as análises estatísticas previstas, os participantes serão convidados a participar e, os que aceitarem, assinarão Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para a realização da entrevista, preferencialmente com realização on line, a qual será gravada.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Foi apresentada uma folha de rosto com termo de compromisso assinado pelo coordenador do Programa de Pós-graduação, assim como um modelo de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE que os entrevistados e participantes dos workshops deverão assinar.

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 5.842.697

Recomendações:

Não há.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

A pesquisa foi considerada apta para ser implementada.

Considerações Finais a critério do CEP:

Conforme "Parecer Consubstanciado do CEP", o projeto está aprovado (neste parecer encontrará o número de aprovação). Acesse a Plataforma Brasil e localize o TCLE aprovado e carimbado, em folha timbrada. É obrigatório o uso desse TCLE para reproduzir cópias e entregar aos participantes da coleta de dados. Instruções para localização do TCLE aprovado: Na aba "Pesquisador", clicar na lupa da coluna "Ações", em "Documentos do Projeto de Pesquisa", na Árvore de Arquivos, expandir as pastas totalmente, com as setas apontadas para baixo, até encontrar TCLE/Termos de Assentimento, clicando encontrará TCLE aprovado (em pdf), data 02/01/2023. Dúvidas, faça contato com Adriana Capriolli, 51- 3591-1122 ramal 3219.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2020007.pdf	21/12/2022 09:53:00		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Integra_Ajustado.pdf	21/12/2022 09:52:35	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Ajustado_Entrevista.pdf	21/12/2022 09:52:17	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Ajustado_Workshops.pdf	21/12/2022 09:51:51	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
Folha de Rosto	Folha_Rosto_Atualizada.pdf	01/12/2022 20:28:11	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Integra.pdf	14/11/2022 10:40:46	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Workshop.pdf	14/11/2022 09:47:21	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 5.842.697

TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Entrevista.pdf	14/11/2022 09:47:13	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_RODRIGODOSSANTOS.pdf	02/01/2023 10:19:20	Cátia de Azevedo Fronza	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

SAO LEOPOLDO, 02 de Janeiro de 2023

Assinado por:
Cátia de Azevedo Fronza
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cap@unisinos.br

APÊNDICE G2 – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP (EMENDA)

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DA EMENDA

Título da Pesquisa: DESIGN PARA BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS.

Pesquisador: RODRIGO DOS SANTOS

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 65694522.2.0000.5344

Instituição Proponente: Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 7.011.752

Apresentação do Projeto:

Estudos robustos relacionados à educação financeira conquistaram discussões acadêmicas e políticas públicas espalhadas pelo mundo todo. No Brasil, a educação financeira é incentivada pela Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), promovida pelo Governo Federal e discutida no âmbito do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) com diversas entidades ligadas, dentre elas o Banco Central do Brasil, que tem a responsabilidade de desdobrar as ações de educação junto às instituições financeiras do país. Em relação as pessoas surdas, se oferece intérprete automático de Libras (Língua Brasileira de Sinais) para que os conteúdos publicados, em páginas web, sejam traduzidos, em uma ação de inclusão oferecida para a sociedade, entretanto, tais ferramentas normalmente apresentam erros gramaticais, sintáticos e lexicais, em relação aos intérpretes profissionais humanos (DOS SANTOS, 2017). Além disso, nem todos os surdos são alfabetizados em português, o que aumenta a barreira de comunicação. Assim, percebe-se uma necessidade de maior detalhamento do conteúdo informativo a respeito de educação financeira para essa população, em complemento ao que já existe, inclusive relacionado à prática desse tema no dia-a-dia das pessoas surdas.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

O objetivo primário da pesquisa será compreender de que forma é possível desenvolver sistemas produto-serviço de instituição financeira para estimular o bem-estar subjetivo de

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 7.011.752

peças surdas através da educação financeira.

Objetivo Secundário:

- Traduzir e adaptar as escalas de sabedoria do consumidor e bem-estar financeiro percebido, do idioma inglês (original) para Português, e de Português para Libras, em ambos os casos;
- Avaliar o bem-estar financeiro percebido das pessoas surdas em relação à gestão das suas finanças pessoais;
- Avaliar o poder preditor da sabedoria do consumidor em relação ao bem-estar financeiro percebido para pessoas surdas;
- Definir diretrizes de design que contribuam para o bem-estar subjetivo das pessoas surdas, para desenvolvimento de um Sistema Produto-Serviço ao amparo do design estratégico, contribuindo para a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF).
- Validar as diretrizes construídas através de um projeto experimental de SPS.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

A pesquisa será aplicada exclusivamente com o público surdo. Um dos riscos identificados pode ser eventual dificuldade em encontrar pessoas suficientes, com predisposição de responder os questionários e também de participar dos workshops. Os riscos aos participantes serão mínimos e estão relacionados com a possibilidade de desconforto e/ou constrangimento frente ao tema. Neste caso, sinta-se à vontade para entrar em contato com o pesquisador responsável declarado abaixo, para que seja verificada a melhor forma de seguir com sua participação ou prestação de esclarecimentos prévios, ou mesmo interrompê-la, se assim desejar.

Benefícios:

Espera-se a construção de diretrizes projetuais para a projeção de um Sistema Produto-Serviço voltado à educação financeira a partir das instituições financeiras do país (na sua maioria, bancos comerciais e múltiplos). Tais diretrizes contribuirão para a Estratégia Nacional de Educação Financeira. Justifica-se a pesquisa, considerando a pessoa surda como público usuário de serviços bancários e de informações sobre educação financeira dos sites das instituições na internet. Ainda, espera-se contribuição teórica por trazer a conexão do bem-estar através da educação financeira para pessoas surdas amparada pelo próprio design estratégico. E o suporte metodológico que será desenvolvido, poderá favorecer práticas futuras

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219
 Bairro: Cristo Rei CEP: 93.022-000
 UF: RS Município: SÃO LEOPOLDO
 Telefone: (51)3591-1122 Fax: (51)3591-3219 E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 7.011.752

em outros públicos para entendimento e aprofundamento de problemas e diversas situações reais da sociedade, especialmente em propostas inclusivas, considerando o público surdo no centro da estratégia.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa será realizada em 3 etapas, sendo: 1) Pesquisa quantitativa descritiva com aplicação de dois questionários de pesquisa com as pessoas surdas, 2) entrevista em profundidade, 3) pesquisa qualitativa exploratória com a formação de 1 workshop de trabalho para encaminhamento das diretrizes projetuais. Para garantir isenção do pesquisador no planejamento, a preparação do workshop será realizada com geração de ideias com profissionais do mercado financeiro e triangulação com designers.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Além dos formulários da Plataforma Brasil, foram entregues os seguintes documentos: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para entrevistados e participantes do workshop e projeto de qualificação de doutorado.

Recomendações:

Não há.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

A pesquisa está apta para ser implementada.

Considerações Finais a critério do CEP:

Conforme "Parecer Consubstanciado do CEP", o projeto está aprovado (neste parecer encontrará o número de aprovação). Acesse a Plataforma Brasil e localize o TCLE aprovado e carimbado, em folha timbrada. É obrigatório o uso do TCLE validado por este CEP para reproduzir cópias, entregar, em interações presenciais, ou disponibilizar versões digitais aos participantes, se a pesquisa (ou parte desta) for em formato virtual. Siga estas Instruções para localização do TCLE aprovado: Na aba "Pesquisador", clique na lupa da coluna "Ações", em "Documentos do Projeto de Pesquisa", na Árvore de Arquivos, expanda as pastas totalmente, com as setas apontadas para baixo, até encontrar TCLE/Termos de Assentimento. Ao clicar nesta descrição, localizará o TCLE aprovado (em pdf), data 16/08/2024.

Em caso de dúvidas, faça contato com Vanessa Esperafico, 51- 3591-1122 ramal 3219, e-mail cep@unisinos.br.

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SÃO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 7.011.752

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_239428_6_É1.pdf	06/08/2024 11:31:15		Aceito
Declaração de Pesquisadores	CEP_Justificativa_Emenda_Ago24.pdf	06/08/2024 11:30:08	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Integra_CEP_2024.pdf	02/08/2024 15:33:37	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Workshop_ago_2024.pdf	02/08/2024 15:12:29	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_RODRIGODOSSANTOS.pdf	02/01/2023 10:19:20	Cátia de Azevedo Fronza	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Integra_Ajustado.pdf	21/12/2022 09:52:35	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Ajustado_Entrevista.pdf	21/12/2022 09:52:17	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Ajustado_Workshops.pdf	21/12/2022 09:51:51	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
Folha de Rosto	Folha_Rosto_Atualizada.pdf	01/12/2022 20:28:11	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Integra.pdf	14/11/2022 10:40:46	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Workshop.pdf	14/11/2022 09:47:21	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Entrevista.pdf	14/11/2022 09:47:13	RODRIGO DOS SANTOS	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_RodrigoSantos.pdf	16/08/2024 15:16:01	Cátia de Azevedo Fronza	Aceito

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 7.011.752

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

SAO LEOPOLDO, 16 de Agosto de 2024

Assinado por:

Cátia de Azevedo Fronza
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Unisinos, 950 - Ramal 3219

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1122

Fax: (51)3591-3219

E-mail: cep@unisinos.br

APÊNDICE H – CONVITE RETROTRADUÇÃO INGLÊS/PORTUGUÊS

Obrigado pelo interesse em participar da etapa de retro tradução da pesquisa do Doutorado em Design intitulada “**DESIGN PARA O BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS**”, do pesquisador Rodrigo dos Santos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Nessa etapa, estão sendo convidados profissionais (pós-graduados, Mestres e/ou Doutores) que trabalham com educação financeira e/ou que tenham contato com o mercado financeiro, para a tradução do idioma inglês para português, dos seguintes instrumentos de pesquisa: i) a Escala de Sabedoria do Consumidor e ii) a Escala de Bem-estar Financeiro Percebido.

Por isso, estão anexados nessa mensagem, os seguintes arquivos:

1. Arquivo Excel denominado “Instrumentos_V01.Xlsx”: nesse arquivo há duas planilhas (Sheets). A primeira com a Escala de *Consumer Wisdom* e a segunda com a Escala de *Perceived Financial Well-being*. Para a sua contribuição com a pesquisa, solicita-se a **tradução das frases e questões das duas sheets, conforme indicado nas próprias planilhas**. Observações:
 - a. O Artigo e brochura com os instrumentos originais estão sendo anexados, caso houver necessidade de alguma consulta, esclarecimento ou eventual aprofundamento do tema;
 - b. A sua tradução não será a única considerada no projeto. Outros profissionais serão convidados a traduzir os instrumentos de forma independente, para que seja possível avaliar posteriormente a similaridade de sentido das traduções em todos os processos realizados;
 - c. O pesquisador é um Psicólogo, Doutor com Especialização em Economia Comportamental, farão as validações finais de similaridade e sentido, para a composição da frase final traduzida para o português;
 - d. Como próximas etapas, para conhecimento, os textos em português serão traduzidos para Libras e seguirão o mesmo processo da tradução “Inglês para Português”;
 - e. Foi incluída uma coluna “Insira suas observações aqui, se for o caso”, para inclusão de eventual complemento sobre a tradução realizada. É um campo opcional, podendo ser usado em caso de necessidade, para justificar ou ilustrar a tradução de algum termo específico (por exemplo).
2. Artigo em formato PDF “*Consumer Wisdom for Personal Well-Being and the Greater Good: Scale Development and Validation*”:
3. Brochura do *Consumer Financial Protection Bureau*, com a Escala de *Financial Well-being*:

Como data-alvo, se possível **pede-se retornar ao pesquisador até o final do mês de janeiro/2023**, para que seja possível concluir as demais etapas da pesquisa dentro do prazo.

Muito obrigado pela participação mais uma vez e fico à disposição para quaisquer esclarecimentos necessários.

Rodrigo dos Santos
Pesquisador Doutorando em Design Estratégico

APÊNDICE I – CONVITE RETROTRADUÇÃO PORTUGUÊS/LIBRAS

Obrigado pelo interesse em participar da etapa de retro tradução da pesquisa do Doutorado em Design intitulada “**DESIGN PARA O BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS**”, do pesquisador Rodrigo dos Santos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Nessa etapa, estão sendo convidados **profissionais surdos** (graduados, pós-graduados, Mestres ou Doutores) que tenham contato com o mercado financeiro e/ou educação, para a tradução do idioma português para Libras, dos seguintes instrumentos de pesquisa: i) Escala de Sabedoria do Consumidor e ii) Escala de Bem-estar Financeiro Percebido.

Se decidir participar, será agendada uma chamada de vídeo através da ferramenta Teams ou equivalente, para a realização da etapa. Observações:

- a. Nessa chamada de vídeo, serão projetadas em tela 40 questões em português dos instrumentos de pesquisa: i) Escala de Sabedoria do Consumidor e ii) Escala de Bem-estar Financeiro Percebido;
- b. Será solicitado que o participante realize a tradução do que foi entendido em sua leitura em português para Libras;
- c. Não é necessário realizar qualquer comentário, respondendo efetivamente as questões. O objetivo dessa fase da pesquisa é apenas de realizar a tradução das sentenças;
- d. A chamada de vídeo será gravada, para posterior validação pelo pesquisador e intérprete de Libras profissional. O vídeo gravado não será utilizado para qualquer outra finalidade que não seja a referida utilização. O participante, portanto, ao concordar em realizar a chamada de vídeo para realizar a tradução, automaticamente autoriza o uso da sua imagem para os fins já citados;
- e. A sua tradução não será a única considerada nessa fase do projeto. Outros profissionais serão convidados a traduzir os instrumentos de forma independente, para que seja possível avaliar posteriormente a similaridade de sentido das traduções em todos os processos realizados;
- f. O pesquisador e um intérprete de Libras profissional farão as validações finais de similaridade e sentido, para a composição da frase final traduzida para Libras;
- g. Como próximas etapas, para conhecimento, os textos em Libras serão traduzidos para português.

Solicita-se, portanto, e caso deseje participar da etapa, informar ao pesquisador uma sugestão de data e horário para o agendamento da chamada de vídeo.

Muito obrigado pela participação mais uma vez e fico à disposição para quaisquer esclarecimentos necessários.

Rodrigo dos Santos
Pesquisador Doutorando em Design Estratégico

APÊNDICE J – JUSTIFICATIVA DA ADOÇÃO DAS REDAÇÕES EM PORTUGUÊS

Questão	Justificativa para a tradução final em português
1 CW	A expressão "senso realista" foi substituída por "consciência", o que torna a frase mais simples e de melhor entendimento, para a tradução em Libras. E ao invés de usar o verbo "permitir-se", optou-se por substituí-lo pelo verbo "ter", não prejudicando o sentido final da frase.
2 CW	Foi sugerida a inclusão do termo "controle" na frase final, para reforçar a ênfase na palavra "responsabilidade".
3 CW	A palavra "tentado" para os participantes dessa etapa foi traduzida como "tentar, tentativa". Portanto, na versão final optou-se por utilizar a palavra "tentação" para referência. Outro termo que causou diferença na tradução para Libras foi o termo "ficar", que foi traduzido pelos participantes como uma situação física (ficar, estar) e não como uma situação de comportamento, se se "sentir tentado".
4 CW	No contexto da frase, o termo "resistir" foi substituído por "aguentar".
5 CW	No contexto da frase, o termo "cuidar" foi incluído para dar ênfase ao significado de "gerenciar". Além disso, foi incluído o termo "por isso", para fazer melhor a conexão da primeira com a segunda afirmação da frase, considerando melhor ligação com os termos em Libras.
6 CW	Substituída a palavra "priorizo" como verbo, pelo substantivo "prioridade". Nesse caso, incluída a expressão "para mim", para facilitar o entendimento estrutural da frase em Libras.
7 CW	Incluída a expressão "para mim", para facilitar o entendimento estrutural da frase em Libras. Substituído o termo "administro" por "cuido".
8 CW	Incluído o pronome pessoal "minha" para substituir o verbo "priorizo" pelo substantivo "prioridade".
9 CW	Incluída a opção "ou não", para dar ênfase ao final da frase, pela opção de compra. Além disso, a ordem das sentenças foi invertida, para facilitar o entendimento do público surdo.
10 CW	Os participantes generalizaram o sinal da palavra "algo", que pode servir para "alguma coisa qualquer". Por isso, optou-se por incluir a palavra produto. Além disso, ocorreu divergência no sinal da palavra "frequência" a qual, conforme os participantes faria referência à "frequentar/participar" e não no sentido de "regularidade". Nesse caso, optou-se por substituir o sinal. Finalmente, optou-se por inverter a frase para facilitar o entendimento e interpretação de sentido em Libras.
11 CW	Os participantes usaram os sinais adequados para uma tradução literal, mas a frase não foi bem compreendida. O intérprete profissional sugeriu redação que ficasse mais simples de entendimento da pessoa surda: <i>"eu compro produtos ou roupas usadas, mas eu posso comprar coisas novas se eu quero"</i> .
12 CW	Intérprete de Libras sugeriu utilizar a frase na estrutura "objeto + sujeito + verbo", para facilitar o entendimento em Libras e à ênfase da frase.
13 CW	Sugestão do intérprete de retirar o "algo", pois para a pessoa surda o ato de comprar subentende que seja "algo". Fica mais simples. Um dos participantes usou o sinal de "conseguir" ao invés do sinal de "considerar". A sugestão do intérprete foi de substituir por "pensar, refletir, estudar", na estrutura final da frase. Um dos participantes não entendeu o significado da palavra "similar". E, por essa razão, a palavra foi substituída pela palavra "parecido".
14 CW	Os dois participantes usam a mesma estrutura gramatical e de sinais para traduzir a frase. Porém, houve divergência no sinal de "gastar". Com isso, optou-se por usar o sinal mais comumente usado na comunidade surda. O intérprete sugeriu alterar a expressão "visualizar", pois o sinal utilizado pelos participantes foi para uma tradução literal, de visualização de algo que está realmente sendo "visto". Nesse caso não, pois se trata de uma "imaginação", uma "reflexão". Assim, a palavra foi alterada por "imaginar". É uma forma de tradução que traz mais significado para a Língua de Sinais.
15 CW	Sugestão do intérprete de retirar o "algo", pois para a pessoa surda o ato de comprar subentende que seja "algo", deixando a estrutura mais simples para entendimento. Assim como na frase CW13, a sugestão do intérprete foi de substituir a expressão "considerar" por "pensar, refletir, estudar", na estrutura final da frase. Além disso, na

	tradução literal, um dos participantes traduziu a palavra "benefício" com o sinal de "benefício de empresa", tal como como "pacote de benefícios". Portanto o intérprete sugeriu substituir pela expressão "se vale a pena", de entendimento mais simplificado.
16 CW	Houve confusão dos participantes com a tradução da expressão "múltiplas perspectivas". Assim, optou-se por simplificar a frase para "diferentes perspectivas", que produz o mesmo sentido. Assim como nas frases anteriores, a palavra "considerar" foi substituída por "entender".
17 CW	A ordem das palavras na frase original, pode confundir a população surda. Assim, foi proposta a inversão das palavras "importante" e "produtos".
18 CW	Incluída a expressão "tomada de decisão", ao invés de apenas "decisão".
19 CW	Foi alterada a expressão "melhor preço" por "preço mais barato". A expressão "melhor preço" pode gerar dúvida como, por exemplo, "o que é um melhor preço?".
20 CW	Sugestão do intérprete de retirar o "algo", pois para a pessoa surda o ato de comprar subentende que seja "algo", deixando a estrutura mais simples para entendimento. Um dos participantes não traduziu a palavra "obter", portanto foi alterada para o verbo "informar".
21 CW	Foi substituída a palavra "mesmo", pela expressão "não importando", pois o sentido da palavra "mesmo" ficou confusa para o entendimento da frase pela pessoa surda.
22 CW	A palavra "consistentemente" foi excluída da frase, pois a ênfase não agrega ao contexto e confundiu um dos participantes com a palavra (ou derivada da) "consciência".
23 CW	Novamente nesse caso, para facilitar o entendimento em Libras, a sugestão foi de inverter a ordem das sentenças.
24 CW	Um dos participantes omitiu a expressão "escolhas de consumo individuais". A sugestão do intérprete foi de alterar o termo "gastar" (de "gasto tempo") pois pode remeter à "gastar dinheiro". O termo "global" não foi corretamente compreendido por um dos participantes, por isso foi substituído por "mundo todo". Ainda, trata-se de uma frase longa, que pode prejudicar o entendimento em uma tradução.
1 PFWB	As traduções dos convidados ficaram divergentes. A palavra "grande" na comunidade surda não fica adequada na frase, considerando que é mais utilizada para tamanhos físicos e não como "gastos dispendiosos" no sentido da frase. Nesse caso, a palavra foi suprimida, não prejudicando o sentido da frase. A palavra "inesperada" foi substituída por "surpresa", considerando que no sentido da frase teria o mesmo significado e é uma palavra mais usada na comunidade surda.
2 PFWB	Houve divergência entre os convidados em relação ao termo "garantindo". O termo foi traduzido como "organização" e também como "segurança". Conforme sugestão, foi adotado o termo "organizando", que dá maior sentido à frase para o público surdo.
3 PFWB	Um dos participantes usou o sinal de "sentir" no sentido de "angústia", o que está correto no sentido da frase e foi utilizado assim na composição final da frase em Libras. Além disso, a ordem das afirmações na frase também foi alterada.
4 PFWB	A ordem das afirmações na frase foi alterada, colocando a causa antes da consequência na fraseologia final em português para posterior tradução em Libras.
5 PFWB	A sugestão do intérprete profissional foi de substituir o termo "sobrevivendo", por "vivendo" e de incluir o termo "simples", dado o contexto da frase em português e inglês. No entanto, optou-se por substituir pelo termo "manter-se financeiramente".
6 PFWB	Incluído o termo "para o futuro" na frase, considerando a conjugação verbal do verbo "economizar", na primeira pessoa.
7 PFWB	Invertida a ordem das afirmações na frase, para dar um entendimento correto e mais preciso à frase em Libras. Além disso, incluído o termo "alguém" no final da frase, incluindo um sujeito para melhor entendimento.
8 PFWB	Invertida a ordem das afirmações na frase, para dar um entendimento correto e mais preciso à frase em Libras.
9 PFWB	Invertida a ordem das afirmações na frase, para dar um entendimento correto e mais preciso à frase em Libras.
10 PFWB	O sentido da frase é de controle da vida pessoal pelas finanças pessoais. Ou seja, a pessoa vive, compra, trabalha, paga, como um "ciclo". Portanto, foi alterada para "as finanças controlam minha vida".
11 PFWB	Questão curta. Não houve alteração.
12 PFWB	Questão curta e numérica. Não houve alteração.

13 PFWB	Questão curta e numérica. Não houve alteração.
14 PFWB	Invertida a ordem das afirmações na frase, para dar um entendimento correto e mais preciso à frase.
15 PFWB	Invertida a ordem das afirmações na frase, para dar um entendimento correto e mais preciso à frase.
16 PFWB	Questão curta. Não houve alteração.

APÊNDICE K – CORRESPONDÊNCIA EM SINAIS DAS FRASES EM PORTUGUÊS

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	Eu de qualquer jeito compro gasto? Não, eu conheço meu limite, sei consciência.
2 CW	Meu dinheiro, gasto como? Responsável controle.
3 CW	Pessoas tem coisas caras, eu tentado? Não! Eu como? Eu falta...compro, preciso...compro, pra mim foco nisso fácil.
4 CW	Coisas atraído tentações, não: Afasto... minhas finanças, mais vida objetivo lá, sigo. Tentações afasto, perseverar, consigo, dá.
5 CW	Minhas finanças programação eu obedeco cuido, depois lá coisas diferentes, experiências legais animadas prazer eu participo consigo.
6 CW	Minha prioridade principal o que? Experiências legais especial me ajuda capacidade praticar desenvolver, eu dinheiro pago lá.
7 CW	Minhas finanças programação controle bem, depois dá comprar coisas me ajuda aprender novos.
8 CW	Diferentes atividades experiências elas me ajudam relacionamento unido forte, minha prioridade é pagar estas.
9 CW	Produtos diferentes vai comprar, antes estratégia peço emprestado alugo pra ver vale a pena ou não, uso depois decido comprar ou não.
10 CW	Produto eu uso raramente, vale a pena comprar ou não, antes peço emprestado alugo, (com produto) uso depois decido comprar ou não.
11 CW	Roupa produto eu costume comprar usado, mas eu vontade quer novo, eu consigo dá.
12 CW	Vizinho amigo coisas empresto me empresta, compartilhamos, negociamos eu gosto.
13 CW	Vai eu compra, antes eu medito, eu passado comprei produto igual parecido já, experiência boa ou ruim qual? Eu medito.
14 CW	Produto compra gasta antes eu costume imaginar: 'Eu usando...como? Vale a pena ou não' (Imaginação fecha) medito
15 CW	Compra antes penso: Gastar bom ou não...penso, também, agora compra bem, mas depois futuro vale a pena? Me ajuda bom pra mim ou não? Penso...penso...
16 CW	Comprar antes eu converso, opiniões pontos de vista diferentes. Recolho informações depois decido.
17 CW	Produtos diferentes (pego) deles características mais importantes qual? Eu visualizo percebo consigo.
18 CW	Compro coisas produtos antes estudo pesquiso, acabou informações completas já peguei pronto. Pronto quando, eu sei.
19 CW	Comprar coisas, valor barato, comprar como, quando? Eu sei.
20 CW	Comprar coisas boas, antes pesquiso o que? Informação pego como? Eu sei
21 CW	Produtos eu compro onde? Empresas sustentabilidade tem? Ah eu compro lá, valor mais caro, não importa.
22 CW	Natureza arvores sustentabilidade, eu preocupado cuidar atender sempre. Prova olhe minhas compras...
23 CW	Empresas ela valor ética pensa igual a mim, produtos eu compro lá.
24 CW	Eu penso...mundo todo pessoas escolhem escolhem decidem escolhem, delas escolhas...pessoas impacto positivo ou negativo depende.
1 PFWB	Se acontecer susto gasto, eu aguentar consigo.
2 PFWB	Minhas finanças eu preparei organizei, futuro seguro consigo.
3 PFWB	Eu vontade comprar isso...isso agora ou futuro compra consegue? Acho que não, finanças limitadas.
4 PFWB	Meu dinheiro administro cuido bem, por isso aproveitar vida dá
5 PFWB	Salário recebo, pago pago, sobra nada.
6 PFWB	Eu dinheiro poupança guardo, futuro dá ou não, pouco ou não. Eu preocupado.
7 PFWB	Aniversário, casamento ou outro eu presente compro dou, depois finanças meu complicado difícil.
8 PFWB	Mês fim, meu dinheiro sobra.
9 PFWB	Minhas dívidas eu pago depois atrasado sempre.
10 PFWB	Eu salário recebo pago, recebo pago...só, comparação igual: dívidas eu coleira...
11 PFWB	Questão curta, sem tradução em vídeo.

12 PFWB	Questão curta, sem tradução em vídeo.
13 PFWB	Questão curta, sem tradução em vídeo.
14 PFWB	Questão curta, sem tradução em vídeo.
15 PFWB	Questão curta, sem tradução em vídeo.
16 PFWB	Questão curta, sem tradução em vídeo.

APÊNDICE L – AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM (INTÉRPRETE)

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM

© 2000 by John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved. This journal is registered at the Copyright Clearance Center, Inc., 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923. Organizations in the U.S. who are also registered with C.C.C. may therefore copy material (beyond the limits permitted by sections 107 and 108 of U.S. copyright law) subject to payment to C.C.C. of the per copy fee of \$05.00. This consent does not extend to multiple copying for promotional or commercial purposes. ISI Tear Sheet Service, 3501 Market Street, Philadelphia, PA 19104, USA, is authorized to supply single copies of separate articles for private use only. Organizations authorized by the Copyright Licensing Agency may also copy material subject to the usual conditions. For all other use, permission should be sought from John Wiley & Sons, Inc. This journal is registered at the Copyright Clearance Center, Inc., 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923. Organizations in the U.S. who are also registered with C.C.C. may therefore copy material (beyond the limits permitted by sections 107 and 108 of U.S. copyright law) subject to payment to C.C.C. of the per copy fee of \$05.00. This consent does not extend to multiple copying for promotional or commercial purposes. ISI Tear Sheet Service, 3501 Market Street, Philadelphia, PA 19104, USA, is authorized to supply single copies of separate articles for private use only. Organizations authorized by the Copyright Licensing Agency may also copy material subject to the usual conditions. For all other use, permission should be sought from John Wiley & Sons, Inc.

imagem em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos, para ser utilizada no projeto de pesquisa de Doutorado de Rodrigo dos Santos. A presente autorização é abrangendo o uso da imagem acima mencionada em âmbito particular por link distribuído a pessoas que participam do projeto.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens.

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 minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

02 de Junho de 2023.

APÊNDICE M – CONVITE RETROTRADUÇÃO LIBRAS/PORTUGUÊS

Obrigado pelo interesse em participar da etapa de retrotradução da pesquisa do Doutorado em Design intitulada “**DESIGN PARA O BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS**”, do pesquisador Rodrigo dos Santos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Nessa etapa, estão sendo convidados **profissionais surdos** (intérpretes profissionais, graduados, pós-graduados, Mestres ou Doutores) que tenham contato com o mercado financeiro e/ou educação, para a tradução do idioma **Libras para português**, dos seguintes instrumentos de pesquisa: i) Escala de Sabedoria do Consumidor e ii) Escala de Bem-estar Financeiro Percebido. Serão 24 questões do primeiro instrumento e 10 do segundo.

Se decidir participar, solicita-se que:

- a. O participante acesse os vídeos do diretório disponibilizado em nuvem do Google Drive, nesse endereço: “XXXXXXXXXXXXX” (endereço omitido propositalmente neste Apêndice);
- b. No diretório do Google Drive, você encontrará as 34 questões dos dois instrumentos, gravadas em vídeo por um profissional intérprete de Libras, numeradas de forma sequencial, de 01 a 34, sendo identificadas pelo prefixo “CW” as questões do instrumento da escala de sabedoria do consumidor e “PFWB” as questões do instrumento da escala de bem-estar financeiro percebido;
- c. É solicitado que o participante assista o vídeo e realize a tradução do que foi entendido e sinalizado em sua leitura em Libras, para o Português;
- d. A tradução em português deve ser inserida na planilha Excel denominada “Tradução_Português_Etapa5.XLS”, encaminhada no anexo a esse e-mail e também encontrada no diretório do Google Drive;
- e. O participante poderá realizar comentários em português na coluna imediatamente à direita da coluna onde estão sendo inseridas as equivalências em português, caso seja necessário;
- f. A sua tradução não será a única considerada nessa fase do projeto. Outros profissionais serão convidados a traduzir as frases do instrumento de forma independente, para que seja possível avaliar posteriormente a similaridade de sentido das traduções em todos os processos realizados;
- g. O pesquisador e um intérprete de Libras profissional, quando necessário, farão as validações finais de similaridade e sentido, para a composição da frase final traduzida para o Português;
- h. Como próximas etapas, para conhecimento, os textos em português serão traduzidos para inglês por outro profissional.

Solicita-se, portanto, e caso deseje participar da etapa, retornar o Excel respondido ao pesquisador em até 15 dias após o recebimento dessa mensagem.

Muito obrigado pela participação mais uma vez e fico à disposição para quaisquer esclarecimentos necessários.

Rodrigo dos Santos
Pesquisador Doutorando em Design Estratégico

APÊNDICE N – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO DE LIBRAS/ PORTUGUÊS (PART. 1)

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	Eu gasto qualquer jeito? Não, porque tenho limite e consciencia
2 CW	No meu dinheiro, como devo gastar? É minha responsabilidade de controlar
3 CW	As pessoas tem as materiais/coisas caras, eu não tenho essa cobiça, o que eu faço é olhar as minhas coisas o que realmente que preciso para comprar
4 CW	Eu ignoro as coisas o que nao preciso comprar, porque tenho um orçamento, tenho um objetivo para comprar as coisas no futuro, então eu tento aguentar para nao comprar sem metas
5 CW	Eu sempre sigo o meu orçamento, mas depois outras coisas de lazer eu consigo acessar
6 CW	Meu principalmente é a experiencia especial que me ajuda o meu desenvolvimento, eu pagaria isso
7 CW	Eu organizo o meu orçamento, depois eu posso comprar coisas que me ajudar para aprender
8 CW	As diversas de atividades e pratica que me ajuda a ter experiencia de integrar com as pessoas, é minha prioridade de comprar isso
9 CW	Os diversos de produto que vc iria comprar, mas antes de comprar, vc pede para alguém te emprestar ou alugar pra vc experimentando, após o uso vc vai decidir se vai comprar ou não
10 CW	Produto que eu uso raro, vale a pena de comprar ou não? antes de comprar eu peço emprestar ou aluguel, após de uso, decido comprar ou não
11 CW	Produto ou roupa usado, eu acostumo de comprar, mas se quero comprar novo eu consigo comprar
12 CW	Vizinho ou amigo as coisas que emprestamos, compartilhamos ou negociar, eu gosto
13 CW	Quando eu vou comprar, antes eu refletindo no passado que comprei o produto parecido, mas a experiencia é boa ou ruim? Eu faço reflexão
14 CW	Antes de comprar ou gastar o produto, eu acostumo de pensar se vale a pena
15 CW	Antes de comprar, eu penso se gasto também penso se eu gastar agora e no futuro se vale a pena? Me ajuda no futuro?
16 CW	Antes de comprar, eu converso com alguém, ver opinião e ver a perspectiva diferente, coeto as informação e decido
17 CW	Diversos de produtos, eu olho para características importantes, eu consigo identificar
18 CW	antes de comprar produtos, eu estudo, pesquiso, após eu coletar as informações. Pronto quando? Eu sei
19 CW	Antes de comprar as coisas, se o custo é baixo, eu compro como e quando? Eu sei
20 CW	Comprar as coisas boas, antes eu pesquiso as informações, eu sei fazer
21 CW	Produto onde eu compro empresa "sinal mundo? Nao entendi" Eu compro mesmo se for caro eu nao importo
22 CW	Natureza e sustentabilidade, eu me preocupo e cuido disso sempre, prova é minhas compras
23 CW	Empresa, dela o valor etico, que penso igual, eu compro produto essa empresa
24 CW	Eu penso que no mundo as pessoas que escolho e decido escolher que pode impactar nas pessoas positivos ou negativos depende
1 PFWB	Se acontecer surpresa de gasto, eu aguento e consigo
2 PFWB	Meu orçamento eu organizo no futuro tem segurança
3 PFWB	Tenho vontade de comprar as coisas, agora ou futuro acho que não consigo comprar pois tenho dinheiro limite
4 PFWB	meu dinheiro eu administro, cuido bem, por isso eu aproveito a vida
5 PFWB	Salário eu recebo, pago as coisas, mas sobra nada
6 PFWB	Eu guardo dinheiro, no futuro se cabe ou não? Eu preocupo isso
7 PFWB	Aniversário, casamento ou outros, presente que eu compro e dou mas depois meu financeiro vai complicar e dificil
8 PFWB	Final de mês meu dinheiro sobra
9 PFWB	Minhas dividas, eu pago atraso sempre

10 PFWB	Recebo o salário sempre pago, recebo salário e pago apenas, parece que dividas me arrasta
---------	---

(*) Texto apresentado na íntegra, como constou nas respostas do Participante.

APÊNDICE O – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO DE LIBRAS/PORTUGUÊS (PART. 2)

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	Eu exagerar fazer compras gastar, mas eu conheço meu limite tenho consciência
2 CW	meu dinheiro gastar como e tenho responsável e controle
3 CW	A pessoa tem coisa cara, eu fico boba, mas não como eu falta coisa eu compro se preciso compro pra mim foco fácil
4 CW	Coisa compra atração, evita não minha lista financeira e mais vida mais objetivo vou seguir, não importa atração, eu aguento sem compra consigo
5 CW	Meu financeiro lista eu obedecer e cuido, depois coisas experiência a diferente aí eu alegre gosta eu participo conseguir
6 CW	Minha principal o que experiência legal especial, me ajuda possibilitar desenvolver, aí meu dinheiro eu pago
7 CW	Minha lista financeira, eu controle bem, depois dá eu compras as coisas e ajuda aprender novas
8 CW	Diferente atividades experiência me ajuda responder e união forte, pra mim principal pagar ele
9 CW	Produtos vários vão comprar antes estratégia pedir emprestar ou alugar para ver se vale a pena ou não, uso e depois decidir se comprar ou não
10 CW	Produtos eu uso as vezes por quando, vale a pena compra ou não antes eu pedir empresta ou alugar se vale pena ou não uso depois decidir comprar ou não
11 CW	Roupas e produtos eu acostumar compra usado, mas se eu quiser vontade novo eu consigo compra
12 CW	Vizinho ou amigos coisa empresto ou me emprestou ou compartilha negociar eu gosto
13 CW	Vai eu compro antes, eu penso passado comprei produto parecido q já usei experiência bom ou ruim qual eu penso
14 CW	Produtos compra gasto, antes eu acostumar penso melhor se eu uso, vale pena ou não penso
15 CW	Compra antes pensar gastar sim ou não pensar, também agora comprar mas mais tarde futuro se vai vale a pena ajuda bom ou não pensar
16 CW	Compra antes eu converso opinião visibilidade diferente levantamento informação depois decidir
17 CW	Produtos diferente essa produtos tem caracterizas mais importante qual, eu observo e percebi consigo
18 CW	Compra coisa produto antes eu estudar pesquisa e informação completo já buscar pronto, quando eu sei
19 CW	Compra coisa mas valor barato como comprar quando eu sei
20 CW	Compra coisa boa antes pesquisar o que informação busca como eu sei
21 CW	Produto eu compra onde, empresa (não entendi sinais) tem aí compra valor mais caro não importa
22 CW	Natureza sustentabilidade eu preocupo cuido tratar sempre prova cadê ver coisa compro
23 CW	Empresa dele valor ética pensa igual produto compro dele
24 CW	Eu penso circulando pessoas escolhendo decidir escolhendo dele pessoas abatido (tabu) positivo ou negativo depende
1 PFWB	Se acontece susto gasto eu aguento consigo
2 PFWB	Minha lista financeira eu organizo ordem futuro significada eu segurança
3 PFWB	Eu vontade compra muitas coisas hoje ou futuro compra consegue acho q não dinheiro limite
4 PFWB	Meu dinheiro controle cuido bem por isso aproveita vida dá
5 PFWB	Salário receber pagar sobra nada
6 PFWB	Eu dinheiro guardo futuro dá ou não pouco ou não eu preocupada
7 PFWB	Aniversário ou casamento outro presente que eu compro dar depois o dinheiro meu complicado difícil
8 PFWB	mes que fim o meu dinheiro sobrou
9 PFWB	meu dividir eu pago atraso sempre

10 PFWB		Meu salário receber pago, receber pago, receber pago, só comparar igual dividir eu apertado
---------	--	---

(*) Texto apresentado na íntegra, como constou nas respostas do Participante.

APÊNDICE P – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO DE LIBRAS/PORTUGUÊS (PART. 3)

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	eu gasto esse desequilíbrio são atos que fazemos sem perceber, não, Eu sei dos meus limites.
2 CW	Eu gasto tanto dinheiro, Como economizar dinheiro? tem que ter responsabilidade
3 CW	Eu não atraio nenhuma coisa caro, se for necessários para a compra, pra mim foco no objetivo
4 CW	Sou viciada em comprar, preciso ter um objetivo para começar a economizar, eu aguento
5 CW	meu dinheiro organizado, controle financeiro na prática, em breve que conhecer um de várias coisas.
6 CW	principalmente para se observar, a sua experiência pode me ajudar contribuir para o crescimento
7 CW	preciso ter os pés bem ficados no chão de controle financeiro, aprenda a fazer um controle financeiro e despesa.
8 CW	varias atividades com experiências, ajude melhorar de relacionamento isto é objetivo de trabalho para pagar
9 CW	Antes de comprar algo verificação de produtos, primeiro aluguel ou emprestar se antes ou depois de se mudar.
10 CW	pouco tempo de uso, primeiro aluguel ou emprestar se antes de comprar
11 CW	Eu costumo na compra de coisas usados mas logo irei comprar novo
12 CW	nas vizinhas, amigos eu gosto de emprestar coisas ou compartilhar
13 CW	Antes de comprar algo novo, ja tinha realizado a compra, se vale a pena ou não
14 CW	Antes de comprar algo novo, pergunte a si mesmo vale a pena comprar de fazer qual é a melhor opção
15 CW	Antes de comprar algo novo, gastos vale mesmo a pena uso bastante?, Pensando nisso, Como desenvolver produtos de sucesso? ou não
16 CW	Antes de comprar algo novo, antes de pedir opinião para alguém sobre compra
17 CW	alem coisas produtos, eu observo e consigo identificar o problema
18 CW	Antes de comprar algo novo, pesquisar antes de realizar compras , mas quando ? eu sei
19 CW	mais baratos para comprar mas como ? quando a dia? eu sei
20 CW	busca informações de produtos antes de comprar de qualidade, eu sei
21 CW	Onde a p compra de produtos na empresa, é caro mas e boa qualidade
22 CW	gosto cuidar da jardinagem e sustentabilidade, tenho montes de flores e as plantas eu compro
23 CW	Ética na empresa, valor, somos parecidos na empresa, eu compro
24 CW	não entendi, dado ???
1 PFWB	E se acontecer um acidente por gasto, eu consigo aguentar
2 PFWB	Meu Dinheiro organizado, fica muito mais fácil planejar o futuro e seguro de vida
3 PFWB	PERFEITO
4 PFWB	Economia no meu dinheiro, fazer planos e aproveitar a vida.
5 PFWB	nada sobrar dinheiro no final do mês
6 PFWB	Eu preciso guardar grana pro futuro, ainda há tempo, vale a pena viver e me preocupado
7 PFWB	(FINAL O VIDEO, corrige)
8 PFWB	sobrar dinheiro no final do mês
9 PFWB	Corrigir
10 PFWB	meu salário por meses paga e ja imaginou dívida atrasada cuja cobrança já

(*) Texto apresentado na íntegra, como constou nas respostas do Participante.

APÊNDICE Q – VALIDAÇÃO INTÉRPRETE OUVINTE (PORTUGUÊS SINALIZADO)

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	eu comprar por impulso não, eu conhecer limite consciência
2 CW	meu dinheiro gastar como? responsabilidade e controle
3 CW	Pessoas tem coisas caras eu atraído não eu como? vejo faltar compro preciso foco fácil
4 CW	coisas comprar atrair não. meu objetivo eu fiel, outras coisas atrair não. aguentar consigo
5 CW	meu dinheiro organizo e cumpro cuido e cumpro depois experiencias diferentes diversas eu gosto de participar, conseguir
6 CW	Meu objetivo principal o que? experiência especial me ajuda habilidade evoluir dinheiro pagar
7 CW	Meu dinheiro descrito organizado compro ajuda aprender novo
8 CW	diversas atividades experiências me ajudar relacionamentos vinculos fortes para mim principal
9 CW	produtos diferentes vai comprar antes estrategia pedir emprestado alugar ver bom ou ruim uso depois decidir comprar ou não
10 CW	produto eu uso, algumas vezes penso comprar ou não peço emprestado alugo ver bom ou não uso depois decidir comprar ou não
11 CW	Roupa produto eu costume comprar ou usar mas vontade quero novo zero eu consigo
12 CW	vizinho amigo coisas gosto compatilhar eu gosto
13 CW	produto comprar gastar antes eu imaginar usar como? melhor ou não eu penso
14 CW	antes comprar qualquer produto penso pesquiso imagino usar produto como?
15 CW	antes comprar gastar produto qualquer eu pesquiso penso futuro imaginar usar como ?
16 CW	antes de comprar eu pesquiso opiniao avaliacao perspectiva diferentes recolho informação depois decido
17 CW	produto pego conteudo pesquiso saber
18 CW	comprar antes eu estudar pesquisar informações completas Pronto quando saber
19 CW	comprar antes onde momento produto barato pagar eu sei
20 CW	antes comprar pesquisar estudar bom ruim informações encontrar como?eu sei
21 CW	produto eu comprar onde? Empresa sustentável eu compro ali caro eu escolho ali
22 CW	eu preocupação arvores planeta sustentabilidade consigo olha minhas compras prova
23 CW	meus valores empresa iguais
24 CW	pessoas escolhasas comprar depois pessoas outra positivo negativo vida pessoas
1 PFWB	de repente acontecer algo eu dinheiro aguentar
2 PFWB	eu organizar dinheiro futuro seguro conseguir
3 PFWB	comprar hoje ou futuro não conseguir meu dinheiro limite
4 PFWB	meu dinheiro controle administrar e vida aproveitar
5 PFWB	meu dinheiro salario pagar contas boletos só. sobra nada
6 PFWB	dinheiro guardar pouco duvida preocupado futuro da ou não
7 PFWB	natal aniversario outros eu presentes dar mas meu dinheiro confusão difícil
8 PFWB	mês fim dinheiro sobra tem
9 PFWB	boletos contas pagar atrasado sempre
10 PFWB	meu salario contas boletos pagar só pendencias pagar somente igual exemplo enforcado divida

(*) Texto apresentado na íntegra, como constou nas respostas do Participante.

APÊNDICE R – VALIDAÇÃO INTÉRPRETE OUVINTE (PORTUGUÊS)

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	Não sou uma pessoa que gasta por impulso,tenho consciência.
2 CW	Faço uso do meu dinheiro com responsabilidade e controle.
3 CW	Algumas pessoas comprem por impulso,eu compro quando a necessidade porque me ajuda a manter focado é mais facil.
4 CW	Quando me interesso por alguma coisa que quero comprar ,eu analiso minhas finanças entendo qual é o meu objetivo e assim consigo seguir meu orçamento.
5 CW	Consigo controlar e seguir o meu orçamento,assim quando tenho a oportunidade de ter experiências que eu goste consigo aproveitar.
6 CW	Eu gosto de investir meu dinheiro com experiências que me ajudam a evoluir.
7 CW	Minhas finanças são bem controladas e consigo usar meu dinheiro para aprender coisas novas.
8 CW	Meu principal investimento são em experiências que aumentam minha habilidade de ter relacionamentos mais fortes.
9 CW	Quando vou comprar um produto eu analiso procuro testar e usar para decidir se vale a pena comprar.
10 CW	Antes de comprar um produto que não uso com muita frequência procuro pegar emprestado ou alugar para saber se realmente vale a pena comprar.
11 CW	Eu compro produtos usados mas quando quero comprar novo eu consigo.
12 CW	Gosto de compartilhar com meus amigos e vizinhos.
13 CW	Antes de comprar um produto novamente,avalio como foi minha experiência anteriormente.
14 CW	Antes de comprar qualquer produto, eu analiso em como vou utiliza-lo
15 CW	Antes de gastar meu dinheiro,analiso e penso a longo prazo se vai valer a pena o investimento.
16 CW	Antes de decidir fazer uma compra eu pesquiso as opiniões do produto,vejo de varias perspectivas diferentes,recolho todas informações disponiveis.
17 CW	Consigo entender a descrição da embalagem.
18 CW	Eu sei pesquisar e analisar as informações do produto antes de comprar.
19 CW	Eu sei qual é o melhor momento e aonde encontrar o produto mais barato .
20 CW	eu sei como coletar informações do produto para avaliar a qualidade do produto antes de comprar.
21 CW	Eu prefiro comprar de empresas sustentáveis mesmo que valor seja mais caro.
22 CW	Pelas minhas escolhas de compra consigo mostrar que me preocupo com meio ambiente e a sustentabilidade
23 CW	Procuro empresas que demonstrem os mesmo valores que eu tenho.
24 CW	As escolhas que fazemos podem impactar positivamente ou negativamente na vida das pessoas.
1 PFWB	Quando ocorre um imprevisto consigo me manter.
2 PFWB	Consigo organizar minhas finanças para ter um futuro seguro.
3 PFWB	Eu acho que não consigo comprar o que tenho vontade nem agora nem a longo prazo pois minhas finanças são limitadas.
4 PFWB	Consigo aproveitar a vida porque consigo controlar e administrar meu dinheiro.
5 PFWB	Com o meu salário somente consigo pagar as contas,não sobra nada.
6 PFWB	Fico preocupado se o dinheiro que tenho guardado se vai ser suficiente para o futuro.
7 PFWB	Em datas comemorativas em que tenho que presentear alguém fico com minhas finanças desorganizadas.
8 PFWB	No final do mês consigo ter sobra de dinheiro.
9 PFWB	Pago minhas contas sempre depois do vencimento.
10 PFWB	Com o meu salário somente consigo pagar as dívidas,como se eu sempre estivesse enforcado.

(*) Texto apresentado na íntegra, como constou nas respostas do Participante.

APÊNDICE S – FRASES FINAIS TRADUZIDAS LIBRAS/PORTUGUÊS

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	Eu de qualquer jeito compro gasto? Não, eu conheço meu limite, sei consciência.
2 CW	Meu dinheiro, gasto como? Responsável controle.
3 CW	Pessoas tem coisas caras, eu tentado? Não! Eu como? Eu falta...compro, preciso...compro, pra mim foco nisso fácil.
4 CW	Coisas atraído tentações, não: Afasto... minhas finanças, mais vida objetivo lá, sigo. Tentações afasto, perseverar, consigo, dá.
5 CW	Minhas finanças programação eu obedeço cuido, depois lá coisas diferentes, experiências legais animadas prazer eu participo consigo.
6 CW	Minha prioridade principal o que? Experiências legais especial me ajuda capacidade praticar desenvolver, eu dinheiro pago lá.
7 CW	Minhas finanças programação controle bem, depois dá comprar coisas me ajuda aprender novos.
8 CW	Diferentes atividades experiências elas me ajudam relacionamento unido forte, minha prioridade é pagar estas.
9 CW	Produtos diferentes vai comprar, antes estratégia peço emprestado alugo pra ver vale a pena ou não, uso depois decido comprar ou não.
10 CW	Produto eu uso raramente, vale a pena comprar ou não, antes peço emprestado alugo, (com produto) uso depois decido comprar ou não.
11 CW	Roupa produto eu costume comprar usado, mas eu vontade quer novo, eu consigo dá.
12 CW	Vizinho amigo coisas empresto me empresta, compartilhamos, negociamos eu gosto.
13 CW	Vai eu compra, antes eu medito, eu passado comprei produto igual parecido já, experiência boa ou ruim qual? Eu medito.
14 CW	Produto compra gasta antes eu costume imaginar: 'Eu usando...como? Vale a pena ou não' (Imaginação fecha) medito
15 CW	Compra antes penso: Gastar bom ou não...penso, também, agora compra bem, mas depois futuro vale a pena? Me ajuda bom pra mim ou não? Penso...penso...
16 CW	Comprar antes eu converso, opiniões pontos de vista diferentes. Recolho informações depois decido.
17 CW	Produtos diferentes (pego) deles características mais importantes qual? Eu visualizo percebo consigo.
18 CW	Compro coisas produtos antes estudo pesquiso, acabou informações completas já peguei pronto. Pronto quando, eu sei.
19 CW	Comprar coisas, valor barato, comprar como, quando? Eu sei.
20 CW	Comprar coisas boas, antes pesquiso o que? Informação pego como? Eu sei
21 CW	Produtos eu compro onde? Empresas sustentabilidade tem? Ah eu compro lá, valor mais caro, não importa.
22 CW	Natureza arvores sustentabilidade, eu preocupado cuidar atender sempre. Prova olhe minhas compras...
23 CW	Empresas ela valor ética pensa igual a mim, produtos eu compro lá.
24 CW	Eu penso...mundo todo pessoas escolhem escolhem decidem escolhem, delas escolhas...pessoas impacto positivo ou negativo depende.
1 PFWB	Se acontecer susto gasto, eu aguentar consigo.
2 PFWB	Minhas finanças eu preparei organizei, futuro seguro consigo.
3 PFWB	Eu vontade comprar isso...isso agora ou futuro compra consegue? Acho que não, finanças limitadas.
4 PFWB	Meu dinheiro administro cuido bem, por isso aproveitar vida dá
5 PFWB	Salário recebo, pago pago, sobra nada.
6 PFWB	Eu dinheiro poupança guardo, futuro dá ou não, pouco ou não. Eu preocupado.
7 PFWB	Aniversário, casamento ou outro eu presente compro dou, depois finanças meu complicado difícil.
8 PFWB	Mês fim, meu dinheiro sobra.
9 PFWB	Minhas dívidas eu pago depois atrasado sempre.

10 PFWB	Eu salário recebo pago, recebo pago...só, comparação igual: dívidas eu coleira...
11 PFWB	Qual sua idade
12 PFWB	de 18 a 61.
13 PFWB	Mais de 62.
14 PFWB	Como você respondeu ao questionário
15 PFWB	Eu li as perguntas
16 PFWB	Alguém leu as perguntas para mim

APÊNDICE T – CONVITE RETROTRADUÇÃO PORTUGUÊS/INGLÊS

Obrigado pelo interesse em participar da etapa de retro tradução da pesquisa do Doutorado em Design intitulada “**DESIGN PARA O BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS**”, do pesquisador Rodrigo dos Santos, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Nessa etapa, estão sendo convidados **profissionais** que tenham contato com o mercado financeiro e/ou educação, para a tradução do idioma **Português para Inglês**, dos seguintes instrumentos de pesquisa: i) Escala de Sabedoria do Consumidor e ii) Escala de Bem-estar Financeiro Percebido. Serão 24 questões do primeiro instrumento e 10 do segundo.

Se decidir participar, solicita-se que:

- a. O participante acesse o arquivo Excel disponível o diretório disponibilizado em nuvem do Google Drive, nesse endereço: “XXXXXXXXXXXXX” (endereço omitido propositalmente neste Apêndice);
- b. No diretório do Google Drive, você encontrará as 34 questões dos dois instrumentos em uma planilha em Excel, numeradas de forma sequencial, de 01 a 34, sendo identificadas pelo prefixo “CW” as questões do instrumento da escala de sabedoria do consumidor e “PFWB” as questões do instrumento da escala de bem-estar financeiro percebido;
- c. É solicitado que o participante realize a tradução das frases em português para o Inglês;
- d. A tradução em português deve ser inserida na mesma planilha Excel em coluna apropriada, encontrada no diretório do Google Drive;
- e. A sua tradução não será a única considerada nessa fase do projeto. Outros profissionais serão convidados a traduzir as frases do instrumento de forma independente, para que seja possível avaliar posteriormente a similaridade de sentido das traduções em todos os processos realizados;
- f. O pesquisador e um profissional do mercado financeiro, quando necessário, farão as validações finais de similaridade e sentido, para a composição da frase final traduzida para o Inglês.

Solicita-se, portanto, e caso deseje participar da etapa, retornar o Excel respondido ao pesquisador em até 10 dias após o recebimento dessa mensagem.

Muito obrigado pela participação mais uma vez e fico à disposição para quaisquer esclarecimentos necessários.

Rodrigo dos Santos
Pesquisador Doutorando em Design Estratégico

APÊNDICE U – ÍNTEGRA DA TRADUÇÃO PORTUGUÊS/INGLÊS (PART. 1)

Questão	Descrição do intérprete
1 CW	I have a realistic sense of the lifestyle that I can afford.
2 CW	I spend my money responsibly.
3 CW	I find it easy to focus on buying only what I really need, without being tempted by the things that others have.
4 CW	I am able to resist temptation in order to achieve my budget and lifestyle goals.
5 CW	I manage my budget so that I can spend money on experiences that give me pleasure and joy.
6 CW	I prioritize spending money on unique experiences that help me develop my full potential.
7 CW	I manage my budget so that I can spend money on experiences that help me learn new things.
8 CW	I prioritize spending money on things that strengthen my relationships with other people.
9 CW	I borrow or rent products to try them out before I decide whether to buy them.
10 CW	Before I buy something that I might not use very often, I try to rent or borrow from someone.
11 CW	My purchases include used goods or clothing, although I could buy new things if I wanted to.
12 CW	I like to share, trade or exchange things with my friends and neighbors.
13 CW	Before I buy something I consider my previous experiences with similar purchases.
14 CW	Before I spend money on something I visualize the experience of having and using it.
15 CW	Before I buy something, I consider the possible costs and benefits over time.
16 CW	Before I buy something, I make an effort to consider my options from multiple perspectives.
17 CW	I understand which product features are the most important.
18 CW	I know when I have done enough research to make a good decision before the purchase.
19 CW	I know when and how to buy things to get the best price.
20 CW	Before I buy something, I know how to get the information I need to make the best choices.
21 CW	I buy products from companies that promote environmental responsibility, even when the price is higher.
22 CW	My consumption habits consistently reflect my concern for the environment.
23 CW	I buy products from companies that demonstrate that they share my ethical values.
24 CW	I spend time thinking about how we, as a global community, affect each other through our individual consumption choices.
1 PFWB	I can afford a large unexpected expense.
2 PFWB	I am securing my financial future.
3 PFWB	Because of my financial situation, I feel that I will never get the things I want in life.
4 PFWB	I can enjoy life because of the way I am managing my money.
5 PFWB	I am just surviving financially.
6 PFWB	I am worried that the money I have or will save is not enough.
7 PFWB	Giving a gift for a wedding or a birthday or another occasion will put me in a difficult situation for the month.
8 PFWB	I have money left over at the end of the month.
9 PFWB	I am behind with my finances.
10 PFWB	My finances control me.

APÊNDICE V1 – CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA PARA PARTICIPANTES

OBRIGADO!

Normalmente, as seções de agradecimento aparecem nos finais de algum projeto, de alguma iniciativa, de algum material oficial ou acadêmico, apenas para citar alguns exemplos. Mas nesse trabalho aqui, eu preferi iniciar já com o “obrigado” para agradecer aos professores da Unisinos que apoiaram essa ideia desde o início e a todos os profissionais que também toparam participar dessa etapa.

E que etapa será essa?

Como parte do método da minha pesquisa de Doutorado em Design, será realizado um workshop com pessoas surdas, de modo que esse mesmo público contribua para a construção de diretrizes de projeto que auxiliem a melhorar a experiência das instituições financeiras em relação ao tema “educação financeira”. Mas antes de aplicar o workshop com os participantes da comunidade surda que toparem, é preciso definir algumas prováveis dinâmicas e também levantar eventuais aspectos não previstos até esse momento da pesquisa. É aí que você entra.

Portanto, convido-os a participar do que estou chamando de “Trabalho Coletivo para Geração de Ideias”, que tem por objetivo/briefing:

Quais fatores podem ser explorados para realização de um workshop com o público surdo, onde serão produzidas diretrizes que contribuam para um projeto experimental e que melhore a experiência em educação financeira desse público com as instituições financeiras?

Como subsídios para essa participação, estou incluindo aqui nesse documento, algumas informações bem importantes:

- 1) Contextualização dos três principais temas: educação financeira, atendimento das instituições financeiras para pessoas surdas e design estratégico (sistema produto-serviço);
- 2) Instrumentos de pesquisa: tradução livre do autor para os dois instrumentos de pesquisa que serão utilizados com a população (exclusivamente pessoas surdas);
- 3) Contextualização dos principais gaps de comunicação: há diversos gaps de instituições financeiras, as quais têm alicerçado o atendimento inclusivo às pessoas surdas, na sua maioria, na adoção de intérpretes automáticos de Libras.

Muito obrigado por toparem participar dessa etapa do projeto!

Rodrigo dos Santos
Doutorando em Design
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

O tema educação financeira vem se expandindo ao longo do tempo. Napoleon Hill, no início do Século XX já trazia, em seu curso/livro “A Lei do Triunfo”, que o gerenciamento das finanças pessoais poderia se resumir na “ciência de ganhar dinheiro e o economizar” e que simples planilhas de controles de receitas e gastos poderia ajudar na independência financeira das pessoas. Ao longo do Século XX, e até os dias atuais, o tema evoluiu: estudos robustos relacionados à educação financeira conquistaram discussões acadêmicas e políticas públicas espalhadas pelo mundo todo.

No Brasil, a educação financeira é incentivada pela Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), promovida pelo Governo Federal e discutida no âmbito do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) com diversas entidades ligadas, dentre elas o Banco Central do Brasil, que tem a responsabilidade de desdobrar as ações de educação junto às instituições financeiras do país.

As instituições financeiras do Brasil, a partir das diretrizes nacionais, promovem suas ações e estratégias próprias para disseminar a educação financeira para clientes e não-clientes. E especialmente para as pessoas surdas, oferecem intérprete automático de Libras (Língua Brasileira de Sinais) para que os conteúdos publicados, em páginas *web*, sejam traduzidos, em uma ação de inclusão oferecida para a sociedade.

Embora as pessoas surdas tenham à disposição as publicações relacionadas à educação financeira nos sítios das instituições financeiras na internet, na sua maioria com o auxílio de intérprete automático para Libras, tais ferramentas normalmente apresentam erros gramaticais, sintáticos e lexicais, em relação aos intérpretes profissionais humanos (DOS SANTOS, 2017). No exemplo trazido por Dos Santos (2017), tomemos a frase em português: **“estou cabeludo, preciso cortar o cabelo”**.

- i) Tradução por um surdo proficiente em português: “cabelo muito preciso cortar cabelo”;
- ii) Tradução pelo intérprete automático A: “eu precisar c-a-b-e-l-u-d-o cortar cabelo”;
- iii) Tradução pelo intérprete automático B: “difícil preciso tesoura um cabelo”;
- iv) Tradução pelo intérprete automático C: “c-a-b-e-l-u-d-o preciso cincuncidar um cabelo”.

Como se percebe, em alguns casos não há sinal específico para tradução da palavra (c-a-b-e-l-u-d-o, por exemplo) e em outros a tradução está errada (cincuncidar).

Além disso, nem todos os surdos são alfabetizados em português, o que aumenta a barreira de comunicação. Assim, percebe-se uma necessidade de maior detalhamento do conteúdo informativo a respeito de educação financeira para essa população, em complemento ao que já existe, inclusive relacionado à prática desse tema no dia a dia das pessoas surdas.

Nesse caso, entende-se que a projeção de um Sistema Produto-Serviço (SPS) sob o olhar do design estratégico, tenha condição de contribuir para as estratégias das instituições financeiras autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil, para favorecer o bem-estar subjetivo das pessoas surdas e, por consequência, da sociedade, considerando o caráter inclusivo da proposta. O bem-estar, assim entendido como a presença de emoções positivas e ausência de emoções negativas nas vidas das pessoas (DIENER e SUH, 1997).

Na visão de Manzini e Vezoli (2003), um SPS pode ser gerado a partir da estratégia de inovação que muda o foco do negócio em projetar e vender apenas produtos físicos, para fazer o mesmo, com um sistema de produtos e serviços combinados, para atender demandas específicas de clientes. Nesse sentido, entende-se relevante a realização de pesquisa para estabelecer as contribuições do design estratégico para a Estratégia Nacional de Educação Financeira do Brasil, através do melhor detalhamento e práticas do sistema financeiro, para que tenham condição de favorecer o bem-estar para pessoas surdas. Justifica-se o desenvolvimento de um SPS ao amparo do design estratégico, em razão da própria natureza e complexidade dos serviços bancários, especialmente na ótica da inclusão financeira.

Como forma de realizar primeiras descobertas a respeito do tema “educação financeira” com as pessoas surdas, pretende-se aplicar dois instrumentos de pesquisa quantitativa: a Escala de Sabedoria do Consumidor (LUCHS, MICK e HAWS, 2021) e a Escala de Bem-estar Financeiro Percebido (NETEMEYER *et al*, 2017). Ambos os questionários estão disponíveis no idioma inglês e serão traduzidos para Libras com o suporte de intérpretes profissionais e testados com pessoas surdas antes da aplicação, para assegurar a correta equivalência.

Com a aplicação da pesquisa quantitativa, é esperado que sejam identificadas necessidades das pessoas surdas, não atendidas com as formas tradicionais das instituições financeiras ao se comunicarem com esse público. A partir das necessidades identificadas na pesquisa quantitativas, serão propostas atividades de design participativo inclusivo com o envolvimento e colaboração, além das pessoas surdas que manifestarem interesse em participar, de outros participantes como: designers, economistas, educadores, intérpretes de Libras e familiares das pessoas surdas.

Conforme Tseklevs (2020), têm sido observados numerosos estudos que empregam métodos de co-design e design participativo em que se percebe o aumento do bem-estar do público-alvo. Assim, espera-se que com a participação de designers, economistas, educadores, intérpretes de Libras e familiares das pessoas surdas trabalhando juntas no processo de desenvolvimento de design, que sejam produzidas soluções criativas que favoreçam a comunicação das instituições financeiras com as pessoas surdas, com o objetivo de aumentar o bem-estar subjetivo dessas pessoas a partir da educação financeira.

Considerando o design estratégico, portanto, de natureza inclusiva e integradora, pretende-se aprofundar as necessidades das pessoas surdas em relação ao tema educação financeira, para proporcionar melhores experiências a partir da construção por elas mesmas. Ou seja, envolvendo as próprias pessoas surdas no processo de projeto.

Palavras-chave: design estratégico; bem-estar; educação financeira; pessoas surdas.

REFERÊNCIAS

- DIENER, E. SUH, E. OISHI, S. Recent findings on subjective well-being. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 1997. 24:25–41.
- DOS SANTOS, R. G. Aplicativos de Libras, problema ou solução? *Artefactum – Revista de Estudos em Linguagem e Tecnologia*, 2017. 9 (1).
- MANZINI, E. C. VEZZOLI. A Strategic Design Approach to Develop Sustainable Product Service Systems: Examples Taken from the ‘environmentally Friendly Innovation’ Italian Prize. *Journal of Cleaner Production* 11.8 (2003): 851-57. Acesso em: 08/01/2022.
- TSEKLEVES, E. (2019). Co-Design and Participatory Methods for Wellbeing. In. PETERMANS, N. CAIN, R. Design for Wellbeing: an applied approach. Routledge, 2020.
- LUCHS, M. G. HAWS, K. L. MICK, D. G. (2021). Consumer Wisdom for Personal Well-Being and the Greater Good: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Psychology*. 31(3)/587–611 DOI: 10.1002/jcpy.1224.
- NETEMEYER, R. G. WARMATH, D. FERNANDES, D. LYNCH JR. J. (2017). How Am I Doing? Perceived Financial Well-Being, Its Potential Antecedents, and Its Relation to Overall Well-Being. *Journal of Consumer Research*. V. O. Nov. 2017. DOI: 10.1093/jcr/ucx109.

INSTRUMENTOS DE PESQUISA

Instrumento “CONSUMER WISDOM” (sabedoria do consumidor) traduzido livremente pelo autor:

Responsabilidade

25. Tenho uma noção realista do estilo de vida que posso me permitir
26. Eu gasto meu dinheiro com responsabilidade
27. Acho fácil me concentrar em comprar apenas o que realmente preciso sem ficar tentado por coisas que os outros têm
28. Sou capaz de resistir à tentação para atingir meus objetivos de orçamento e estilo de vida

Objetivo

29. Eu administro meu orçamento para poder gastar algum dinheiro em experiências que me dão muito prazer e alegria
30. Priorizo gastar algum dinheiro em experiências únicas que me ajudam a desenvolver todo o meu potencial
31. Eu gerencio meu orçamento para poder gastar algum dinheiro em experiências que me ajudam a aprender coisas novas
32. Priorizo gastar dinheiro em produtos e experiências que me ajudam a construir e fortalecer relacionamentos com outras pessoas

Flexibilidade

33. Pego emprestado ou alugo produtos para experimentá-los antes de decidir se quero comprá-los
34. Antes de comprar algo que talvez não use com muita frequência, tento alugá-lo ou pedir emprestado a alguém
35. Minhas compras incluem produtos ou roupas usadas, embora eu pudesse comprar coisas novas se quisesse
36. Gosto de compartilhar, permutar ou trocar por coisas com meus amigos e vizinhos.

Perspectiva

37. Antes de comprar algo, considero minhas experiências anteriores com compras semelhantes.
38. Antes de gastar dinheiro em algo, eu visualizo como será a experiência de possuir e usar aquilo.
39. Antes de comprar algo, considero os possíveis custos e benefícios ao longo do tempo
40. Antes de comprar algo, faço um esforço para considerar minhas opções de múltiplas perspectivas.

Raciocínio

41. Entendo quais recursos do produto são os mais importantes.
42. Eu sei quando fiz pesquisas suficientes para tomar uma boa decisão de compra.
43. Sei onde e como comprar as coisas para obter o melhor valor.
44. Antes de comprar algo, sei como obter as informações de que preciso para fazer ótimas escolhas.

Sustentabilidade

45. Compro produtos de empresas que promovem a responsabilidade ambiental, mesmo que sejam mais caras.
46. Meus comportamentos de consumo refletem consistentemente minha preocupação com o meio ambiente.
47. Compro produtos de empresas que demonstram que compartilham meus valores éticos.
48. Passo algum tempo pensando em como nós, como comunidade global, nos afetamos por meio de nossas escolhas individuais de consumo.

Instrumento “FINANCIAL WELL-BEING SCALE” (escala de bem-estar financeiro) traduzido livremente pelo autor:

Parte 1: Quão bem esta afirmação descreve você ou sua situação?

Essa afirmação me descreve	Completamente	Muito Bem	Um pouco	Muito pouco	De jeito nenhum
13) Eu poderia lidar com uma grande despesa inesperada.	☐	☐	☐	☐	☐
14) Estou garantindo meu futuro financeiro	☐	☐	☐	☐	☐
15) Por causa da minha situação financeira, sinto que nunca terei as coisas que quero na vida	☐	☐	☐	☐	☐
16) Posso aproveitar a vida por causa da maneira como estou administrando meu dinheiro	☐	☐	☐	☐	☐
17) Eu estou apenas me mantendo financeiramente	☐	☐	☐	☐	☐
18) Estou preocupado que o dinheiro que tenho ou vou economizar não vai durar	☐	☐	☐	☐	☐

Esta afirmação se aplica a mim	Sempre	Muitas vezes	Às vezes	Raramente	Nunca
19) Dar um presente de casamento, aniversário ou outra ocasião pressionaria as minhas finanças para o mês	☐	☐	☐	☐	☐
20) Sobra dinheiro no final do mês	☐	☐	☐	☐	☐
21) Estou atrasado em relação às minhas finanças.	☐	☐	☐	☐	☐

22) Minhas finanças controlam minha vida ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Fale sobre você

23) Que idade você tem? ☐ 18-61 ☐ 62+

24) Como você respondeu ao questionário? ☐ Eu li as questões ☐ Alguém leu as questões para mim

PRINCIPAIS GAPS ENCONTRADOS NA PESQUISA

São 6 os principais gaps encontrados na pesquisa realizada até o momento:

- a) Pessoa surda limitada aos conteúdos de educação financeira construído pelas próprias Instituições Financeiras;
- b) Conteúdo complementar de educação financeira pode estar disponível apenas em português;
- c) Importância de incluir a pessoa surda no processo de projeto em Instituições Financeiras;
- d) Pessoas surdas são grupos historicamente subpesquisados;
- e) Instituições financeiras alicerçadas em inclusão com a implantação de intérpretes automáticos;
- f) Pessoas surdas com necessidade constante de quebrar barreiras de comunicação com o público ouvinte.

FINALMENTE...

... voltamos ao briefing, complementado:

Além dos gaps citados, na sua opinião o que mais poderia ser explorado (ou ser explorado em maior profundidade) para realização de um workshop com o público surdo, onde serão produzidas diretrizes que contribuam para um projeto experimental e que melhore a experiência em educação financeira desse público com as instituições financeiras?

APÊNDICE V2 – CONTEXTUALIZAÇÃO PARA TRIANGULAÇÃO

Olá! Obrigado por aceitar o convite!

Como parte do método da minha pesquisa de Doutorado em Design, será realizado um workshop com pessoas surdas, de modo que esse mesmo público contribua para a construção de diretrizes de projeto que auxiliem a melhorar a experiência das instituições financeiras em relação ao tema “educação financeira”.

Mas antes de aplicar o workshop com os participantes da comunidade surda que toparem, é preciso revisar as questões-guia que serão aplicadas para discussão e definir algumas prováveis dinâmicas que serão aplicadas. É aí que você entra. 😊

Portanto, convido-os a participar da etapa de triangulação entre investigadores, que tem o objetivo de revisar e definir as questões guia também o formato de workshop que serão aplicadas com as pessoas surdas. A etapa de triangulação é importante, para que sejam reduzidos ou mitigados eventuais vieses do pesquisador.

Como subsídios para a sua participação, estou incluindo aqui nesse documento, algumas informações bem importantes:

- 4) Contextualização dos três principais temas da pesquisa: educação financeira, atendimento das instituições financeiras para pessoas surdas e design estratégico (sistema produto-serviço);
- 5) Instrumentos de pesquisa: texto na íntegra das 17 questões-guias elaboradas pelo pesquisador a partir de etapas anteriores (subsídios dos instrumentos de pesquisa e da contribuição com profissionais do mercado financeiro).

A triangulação deve ocorrer em duas etapas:

- c) Primeira etapa: convido os participantes a avaliarem os conteúdos das questões e objetivos das investigações das 17 questões-guia e que forneçam suas contribuições para adequações, exclusões ou inclusões de textos ou conceitos;
- d) Segunda etapa: a proposta original do workshop envolvendo as pessoas surdas no processo de projeto deverá contar com surdos, familiares, designers, outros profissionais e intérpretes de Libras, em dinâmicas inspiradas no *design thinking* (descoberta, interpretação, ideação, experimentação e evolução). Convido os participantes a contribuírem na organização da sequência lógica das dinâmicas do workshop.

Muito obrigado por toparem participar dessa etapa do projeto!

Rodrigo dos Santos
Doutorando em Design
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

O tema educação financeira vem se expandindo ao longo do tempo. Napoleon Hill, no início do Século XX já trazia, em seu curso/livro “A Lei do Triunfo”, que o gerenciamento das finanças pessoais poderia se resumir na “*ciência de ganhar dinheiro e o economizar*” e que simples planilhas de controles de receitas e gastos poderia ajudar na independência financeira das pessoas. Ao longo do Século XX, e até os dias atuais, o tema evoluiu: estudos robustos relacionados à educação financeira conquistaram discussões acadêmicas e políticas públicas espalhadas pelo mundo todo.

No Brasil, a educação financeira é incentivada pela Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), promovida pelo Governo Federal e discutida no âmbito do Fórum Brasileiro de Educação Financeira (FBEF) com diversas entidades ligadas, dentre elas o Banco Central do Brasil, que tem a responsabilidade de desdobrar as ações de educação junto às instituições financeiras do país.

As instituições financeiras do Brasil, a partir das diretrizes nacionais, promovem suas ações e estratégias próprias para disseminar a educação financeira para clientes e não-clientes. E especialmente para as pessoas surdas, oferecem intérprete automático de Libras (Língua Brasileira de Sinais) para que os conteúdos publicados, em páginas *web*, sejam traduzidos, em uma ação de inclusão oferecida para a sociedade.

Embora as pessoas surdas tenham à disposição as publicações relacionadas à educação financeira nos sítios das instituições financeiras na internet, na sua maioria com o auxílio de intérprete automático para Libras, tais ferramentas normalmente apresentam erros gramaticais, sintáticos e lexicais, em relação aos intérpretes profissionais humanos (DOS SANTOS, 2017). No exemplo trazido por Dos Santos (2017), tomemos a frase em português: “**estou cabeludo, preciso cortar o cabelo**”.

- v) Tradução por um surdo proficiente em português: “cabelo muito preciso cortar cabelo”;
- vi) Tradução pelo intérprete automático A: “eu precisar c-a-b-e-l-u-d-o cortar cabelo”;
- vii) Tradução pelo intérprete automático B: “difícil preciso tesoura um cabelo”;
- viii) Tradução pelo intérprete automático C: “c-a-b-e-l-u-d-o preciso cincuncidar um cabelo”.

Como se percebe, em alguns casos não há sinal específico para tradução da palavra (c-a-b-e-l-u-d-o, por exemplo) e em outros a tradução está errada (cincuncidar).

Além disso, nem todos os surdos são alfabetizados em português, o que aumenta a barreira de comunicação. Assim, percebe-se uma necessidade de maior detalhamento do conteúdo informativo a respeito de educação financeira para essa população, em complemento ao que já existe, inclusive relacionado à prática desse tema no dia a dia das pessoas surdas.

Nesse caso, entende-se que a projeção de um Sistema Produto-Serviço (SPS) sob o olhar do design estratégico, tenha condição de contribuir para as estratégias das instituições financeiras autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil, para favorecer o bem-estar subjetivo das pessoas surdas e, por consequência, da sociedade, considerando o caráter inclusivo da proposta. O bem-estar, assim entendido como a presença de emoções positivas e ausência de emoções negativas nas vidas das pessoas (DIENER e SUH, 1997).

Na visão de Manzini e Vezoli (2003), um SPS pode ser gerado a partir da estratégia de inovação que muda o foco do negócio em projetar e vender apenas produtos físicos, para fazer o mesmo, com um sistema de produtos e serviços combinados, para atender demandas específicas de clientes. Nesse sentido, entende-se relevante a realização de pesquisa para estabelecer as contribuições do design estratégico para a Estratégia Nacional de Educação Financeira do Brasil, através do melhor detalhamento e práticas do sistema financeiro, para que tenham condição de favorecer o bem-estar para pessoas surdas. Justifica-se o desenvolvimento de um SPS ao amparo do design estratégico, em razão da própria natureza e complexidade dos serviços bancários, especialmente na ótica da inclusão financeira.

Como forma de realizar primeiras descobertas a respeito do tema “educação financeira” com as pessoas surdas, pretende-se aplicar dois instrumentos de pesquisa quantitativa: a Escala de Sabedoria do Consumidor (LUCHS, MICK e HAWS, 2021) e a Escala de Bem-estar Financeiro Percebido (NETEMEYER *et al*, 2017). Ambos os

questionários estão disponíveis no idioma inglês e serão traduzidos para Libras com o suporte de intérpretes profissionais e testados com pessoas surdas antes da aplicação, para assegurar a correta equivalência.

Com a aplicação da pesquisa quantitativa, é esperado que sejam identificadas necessidades das pessoas surdas, não atendidas com as formas tradicionais das instituições financeiras ao se comunicarem com esse público. A partir das necessidades identificadas na pesquisa quantitativas, serão propostas atividades de design participativo inclusivo com o envolvimento e colaboração, além das pessoas surdas que manifestarem interesse em participar, de outros participantes como: designers, economistas, educadores, intérpretes de Libras e familiares das pessoas surdas.

Conforme Tsekleves (2020), têm sido observados numerosos estudos que empregam métodos de co-design e design participativo em que se percebe o aumento do bem-estar do público-alvo. Assim, espera-se que com a participação de designers, economistas, educadores, intérpretes de Libras e familiares das pessoas surdas trabalhando juntas no processo de desenvolvimento de design, que sejam produzidas soluções criativas que favoreçam a comunicação das instituições financeiras com as pessoas surdas, com o objetivo de aumentar o bem-estar subjetivo dessas pessoas a partir da educação financeira.

Considerando o design estratégico, portanto, de natureza inclusiva e integradora, pretende-se aprofundar as necessidades das pessoas surdas em relação ao tema educação financeira, para proporcionar melhores experiências a partir da construção por elas mesmas. Ou seja, envolvendo as próprias pessoas surdas no processo de projeto.

Palavras-chave: design estratégico; bem-estar; educação financeira; pessoas surdas.

REFERÊNCIAS

- DIENER, E. SUH, E. OISHI, S. Recent findings on subjective well-being. **Indian Journal of Clinical Psychology**, 1997. 24:25–41.
- DOS SANTOS, R. G. Aplicativos de Libras, problema ou solução? *Artefactum – Revista de Estudos em Linguagem e Tecnologia*, 2017. 9 (1).
- MANZINI, E. C. VEZZOLI. A Strategic Design Approach to Develop Sustainable Product Service Systems: Examples Taken from the ‘environmentally Friendly Innovation’ Italian Prize. **Journal of Cleaner Production** 11.8 (2003): 851-57. Acesso em: 08/01/2022.
- TSEKLEVES, E. (2019). Co-Design and Participatory Methods for Wellbeing. In. PETERMANS, N. CAIN, R. Design for Wellbeing: an applied approach. Routledge, 2020.
- LUCHS, M. G. HAWS, K. L. MICK, D. G. (2021). Consumer Wisdom for Personal Well-Being and the Greater Good: Scale Development and Validation. **Journal of Consumer Psychology**. 31(3)/587–611 DOI: 10.1002/jcpy.1224.
- NETEMEYER, R. G. WARMATH, D. FERNANDES, D. LYNCH JR. J. (2017). How Am I Doing? Perceived Financial Well-Being, Its Potential Antecedents, and Its Relation to Overall Well-Being. **Journal of Consumer Research**. V. 0. Nov. 2017. DOI: 10.1093/jcr/ucx109.

QUESTÕES-GUIA

- 1) Responsabilidade (CW): como as instituições financeiras podem ajudar no planejamento e responsabilidade financeira dos clientes surdos incentivando-os a ter uma noção realista de seu estilo de vida e orçamento?
- 2) Objetivo (CW): de que maneira as instituições financeiras podem apoiar os clientes surdos na definição e alcance de objetivos pessoais, promovendo escolhas de gastos e economias (gerenciamento financeiro) alinhadas com esses objetivos?
- 3) Flexibilidade (CW): que estratégias as instituições financeiras podem implementar para incentivar opções de empréstimo, aluguel ou compartilhamento de produtos entre os seus clientes surdos, que incentivem a melhores escolhas de consumo?

- 4) Perspectiva (CW): como as instituições financeiras podem auxiliar os clientes surdos a analisar múltiplas perspectivas (experiências passadas, custo-benefício, ter ou usar, comprar ou alugar) ao tomar decisões financeiras?
- 5) Raciocínio (CW): quais as estratégias as instituições financeiras podem adotar para promover o desenvolvimento de habilidades de raciocínio entre seus clientes surdos, capacitando-os a tomar decisões financeiras mais informadas a respeito de produtos ou serviços que estejam procurando?
- 6) Sustentabilidade (CW): de que forma as instituições financeiras podem apoiar escolhas de consumo sustentáveis e éticas entre seus clientes surdos, incentivando a responsabilidade ambiental e social?
- 7) Profissionais do Mercado: Como seriam as publicações ideais de instituições financeiras para se comunicarem com os surdos, sobre o tema “educação financeira”, nas redes sociais e sítios na internet?
- 8) Profissionais do Mercado: Como seriam as publicidades ideais sobre produtos financeiros bancários para pessoas surdas?
- 9) Profissionais do Mercado: Como seria o envolvimento das pessoas surdas em processos de projeto com as instituições financeiras, para desenvolvimento de produtos e serviços comunicando com esse público?
- 10) Profissionais do Mercado: As planilhas em Excel divulgadas pelas instituições financeiras na internet, para auxiliar o planejamento financeiro, ajudam as pessoas surdas? Estão adequadas? O que poderia melhorar?
- 11) Profissionais do Mercado: O que a pessoa surda costuma utilizar para realizar o seu planejamento financeiro (exemplos: planilhas, aplicativos, anotações)?
- 12) Profissionais do Mercado: Se a IF tivesse um atendimento qualificado e exclusivo para pessoa surda, isso influenciaria a decisão da escolha da Instituição Financeira?
- 13) Profissionais do Mercado: Algum familiar participa da sua organização financeira? Se sim, por qual motivo? O que poderia melhorar se houvesse a participação de uma instituição financeira?
- 14) Profissionais do Mercado: Como ocorre o acesso a produtos e serviços de Instituições Financeiras? E como a pessoa surda percebe a ética nos negócios para essa prática?
- 15) Profissionais do Mercado: O teleatendimento das instituições financeiras para pessoas surdas, com comunicação em Libras é importante? O que pode melhorar?
- 16) Profissionais do Mercado: Como seria a experiência de um atendimento em agência bancária, sob demanda, com um intérprete capacitado para ajudar uma pessoa surda em atendimento?
- 17) Profissionais do Mercado: Como seria o atendimento de pessoas surdas em instituições financeiras, com profissionais certificados especificamente para orientações de investimento (certificações CPA 10, CPA 20, por exemplo)?

APÊNDICE X – QUESTÕES-GUIA APÓS TRIANGULAÇÃO

- 1) Como as instituições financeiras podem contribuir com a gestão financeira do dia-a-dia da pessoa surdas, para que essas consigam gerenciar melhor seus gastos e objetivos de poupança?
- 2) Que estratégias as instituições financeiras podem oferecer para seus clientes surdos, que incentivem alternativas e escolhas antes de realizar algum gasto ou contratar um empréstimo?
- 3) Como as instituições financeiras podem auxiliar os clientes surdos a analisarem sua vida financeira primeiro, antes de tomar qualquer decisão sobre uso do dinheiro?
- 4) Quais as estratégias as instituições financeiras podem adotar para ajudar o cliente surdo a melhorar suas decisões a respeito de produtos bancários que estejam procurando?
- 5) Como as instituições financeiras podem promover e facilitar escolhas de consumo entre clientes surdos, alinhadas com os princípios de sustentabilidade?
- 6) Você se identifica com as propagandas e publicidades da sua instituição financeira?
- 7) Você gostaria de participar de um processo de projeto de instituição financeira que explorasse a educação financeira para pessoas surdas? Como você entende que seria sua participação?
- 8) Quais as ferramentas de apoio à educação financeira o seu banco de relacionamento oferece?
- 9) Se a sua instituição financeira oferecesse um atendimento exclusivo para pessoa surda, isso influenciaria na decisão da escolha?
- 10) Assim, a questão final foi assim reescrita: “Algum familiar participa da sua organização financeira? Se sim, por qual motivo?”
- 11) Como a pessoa surda percebe a ética nos negócios dos bancos quando oferecem produtos e serviços financeiros a pessoas surdas?
- 12) Você entende que o atendimento por vídeo, pelas instituições que oferecem essa facilidade, é importante para as pessoas surdas? Você entende que funciona bem? O que poderia melhorar?
- 13) Você sabe que existem profissionais especializados e Certificados dentro de Agências Bancárias para fornecimento de informações sobre investimentos para os clientes?

APÊNDICE Z – ROTEIRO PARA ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

Aquecimento	Apresentação do <u>entrevistador</u> e dos objetivos da pesquisa (Design estratégico, educação financeira e bem-estar para pessoas surdas). Apresentação do <u>entrevistado</u>. Explorar: - você conhece os canais de educação financeira oferecidos pela sua instituição de relacionamento (banco ou cooperativa)?
Exploração inicial	Como é a comunicação da sua instituição financeira (banco ou cooperativa) em relação à educação financeira? A comunicação é adequada? Qual banco ou cooperativa na sua opinião, tem uma boa comunicação com o público surdo? Que empresa (de qualquer ramo) você entende que se comunica bem com o público surdo? E por quê?
Exploração consumo	Como acontece sua relação com o dinheiro? Você pode contar alguma experiência de compra por impulso, que tenha se arrependido depois? Esse dinheiro fez falta no seu orçamento? Depois dessa experiência, você buscou conhecer mais sobre educação financeira? Sim/Não? Por quê?
Exploração bem-estar financeiro	Você conhece o funcionamento dos produtos bancários de poupança? E de investimento? E sobre consórcios, seguros? Algum produto especial que você lembre? Você acredita que a oferta de produtos financeiros de bancos pode melhorar ou piorar o seu bem-estar financeiro?
Exploração educação financeira	Quais são as fontes de informações sobre educação financeira que você explora/procura? Qual a fonte de maior interesse? E por quê? Normalmente são essas as fontes de informações que as pessoas surdas em geral procuram? Que tipos de iniciativas as instituições financeiras poderiam implantar para facilitar o processo de educação financeira para as pessoas surdas e público em geral? Como seria a melhor forma de comunicação dos bancos com você, para aconselhamento sobre educação financeira? E produtos financeiros? Quais as formas de comunicação que melhor funcionam para você?
Agradecimentos e encerramento	Agradecimentos pela participação e encerramento da entrevista.

APÊNDICE AA – ROTEIRO EXPERIMENTO (PESSOAS SURDAS)

ROTEIRO DE ATENDIMENTO

PESSOA SURDA

PROJETO EXPERIMENTAL DE TESE:

DESIGN PARA BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS.



1	Eu tenho algum dinheiro disponível para aplicação aqui no Banco. Gostaria de conhecer minhas opções de investimento.
2	Claro, que bom que você perguntou isso. Eu tenho R\$5.000,00 para aplicação.
3	Não sei dizer quanto tempo... qual a diferença?
4	Como assim? Você pode me explicar?
5	Ah, certo, entendi... Eu ainda não sei. Eu acredito que possa deixar o dinheiro aplicado por mais tempo, mas não tenho um objetivo específico no momento. Mesmo assim, eu gostaria de ter esse dinheiro disponível a qualquer momento, pois eu posso mudar de ideia.
6	Poupança? Me disseram uma vez que o rendimento não é bom.
7	É que eu não fico seguro, eu gostaria de ter o dinheiro disponível em caso de qualquer necessidade.
8	Então eu acredito que é a poupança mesmo. E como funcionam os juros da poupança?
9	Entendi, mas os juros me pareceram muito baixos...
10	Não, não sei. Como funciona a data de aniversário?
11	Ah sim, eu entendi. Eu entendo que é a melhor forma mesmo, a que mais é adequada, pois eu preciso garantir que meu dinheiro esteja sempre disponível, mesmo que o juro seja menor que outras aplicações. E sobre os impostos?
12	Certo entendi.

APÊNDICE AB – ROTEIRO EXPERIMENTO (INTÉRPRETES)

ROTEIRO DE ATENDIMENTO

PROFISSIONAL DO MERCADO FINANCEIRO

PROJETO EXPERIMENTAL DE TESE:

DESIGN PARA BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS.



1	Certo, entendi. Para eu poder oferecer a melhor alternativa de investimento, eu preciso conhecer um pouco mais sobre você. Por exemplo: qual o valor disponível para aplicação?
2	Claro, entendo. E por quanto tempo você gostaria de manter o dinheiro aplicado?
3	A rentabilidade dessa sua aplicação vai depender muito do tempo que você deixar o dinheiro aplicado. Então, dependendo do tempo que você pretende deixar o dinheiro aplicado, eu posso lhe oferecer um produto com maior ou menor taxa de aplicação.
4	Claro, posso explicar sim. Por exemplo: se você já tem uma reserva de emergência, caso você queira ter o seu dinheiro disponível a qualquer momento, eu posso indicar um certo produto. Caso você pense em manter o dinheiro investido, não pensando em usar o dinheiro emergencialmente, por exemplo, eu posso indicar outra aplicação.
5	Claro, entendi. Normalmente as pessoas podem mudar de ideia mesmo. Pelo que conversamos então, vou lhe apresentar duas opções. Uma delas é o CDB e a outra é a poupança. As duas oferecem renda fixa. O CDB vai oferecer uma rentabilidade maior, mas terá cobrança de imposto de renda sobre a rentabilidade. A poupança, por outro lado, tem uma taxa menor, mas não tem imposto de renda sobre os rendimentos.
6	Verdade. O rendimento é mais baixo que os rendimentos de outras aplicações, como o CDB, por exemplo. Mas essas aplicações (CDB), que têm taxas mais altas, normalmente são para os casos de manutenção do dinheiro aplicado por mais tempo. Os prazos normalmente são a partir de 6 meses, até 1 ano.
7	E também no nosso caso aqui, no caso do CDB, se você resgatar antes do prazo, não terá direito aos rendimentos.
8	Deixa ver aqui (consulta o guia da poupança disponibilizado previamente). O rendimento da poupança no mês passado foi de 0,56%, e nos últimos 12 meses foi de 7,03%.
9	Eles parecem baixos sim. Mas não há pagamento de qualquer imposto e você pode sacar o dinheiro a qualquer momento. Ah, e tem outra coisa importante, a data de aniversário. Sabe como funciona?

ROTEIRO DE ATENDIMENTO

PROFISSIONAL DO MERCADO FINANCEIRO

PROJETO EXPERIMENTAL DE TESE:

DESIGN PARA BEM-ESTAR: EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA PESSOAS SURDAS.



10

Por exemplo (consulta o guia da poupança disponibilizado previamente): se você aplicar os R\$4.000,00 aqui, nesse dia, e você realizar o saque aqui, 15 dias depois, não serão pagos nenhum juro. Os juros somente serão pagos na data de aniversário mensal, 30 dias depois. Ou seja, se você realizar a aplicação hoje (dia 10), os juros de 0,56% só serão creditados no dia 10 do mês que vem. Se você sacar o dinheiro no dia 9, não receberá pagamento de juros. O ideal é você realizar movimentações sempre depois do dia 10 de cada mês. O que você acha?

11

Nas aplicações de poupança, não há incidência de impostos. E no CDB tem impostos apenas sobre o rendimento.

12

Então, qual é a sua decisão? CDB ou Poupança? Se tiver mais alguma dúvida, você pode apontar o celular para o QR Code aqui nesses materiais explicativos, que você terá as explicações completas em Libras.