

# Tarefa 01 - Empatia

Equipe Castor

- Bruno Braga
  - Felipe Kaneshiro
  - Felipe Kelemen
  - Lucas Escobar
-

# Domínio e PÚblico Alvo

- ODS 3.4: Promover saúde mental e bem-estar.
- PÚblico Alvo: Pessoas com lesão medular.
- Motivação: Qual a inserção desse grupo em locais de lazer?



# Local das Entrevistas

- Acreditando Centro Integrado:  
Reabilitação e Recuperação  
Neuromotora.
- Centro pioneiro no Brasil  
especializado no programa físico  
intensivo visando recuperação  
neuromotora, saúde e qualidade de  
vida de pessoas com lesões  
neurológicas.



# Participantes

- 4 Entrevistas.
  - 2 pacientes com lesão medular.
  - 1 familiar de paciente.
  - 1 terapeuta ocupacional.

# Participantes

- 4 Entrevistas.
  - 2 pacientes com lesão medular.
  - 1 familiar de paciente.
  - 1 terapeuta ocupacional.



## Usuário extremo:

Apesar do familiar próximo participar ativamente na vida do paciente, ele possui uma vivência mais afastada. Assim, ele está presente nas dificuldades, porém como observador e ajudante. Podendo assim nos revelar informações muito relevantes.

# Perguntas

- Quais são os pontos da sua vida mais afetados pela debilitação?
- Quais espaços que você gostaria de frequentar mas não são acessíveis para você?
- O que você faz no seu tempo livre como lazer e existe algum tipo de lazer que você não faz por causa da sua debilitação?
- Você tem algum contato com pessoas em situações semelhantes? Participa de algum grupo de acolhimento? Acredita que esse espaço seria de seu interesse?
- Perguntas adicionais personalizadas foram feitas para cada um dos entrevistados.

# Funções dos membros e aparelhos

- Bruno - entrevistou.
- Lucas - gravou.
- Entrevista gravada pelo celular.
- Editadas pelo Vegas Pro 18.

# Resultados Pergunta 1

- Quais são os pontos da sua vida mais afetados pela debilitação?
- A vida toda mudou, tanto do paciente quanto do familiar.
- Muitas adaptações ao estilo de vida tiveram que ser feitas, como a adaptação do carro.
- Pausa na vida profissional

# Resultados Pergunta 2

- Quais espaços você gostaria de frequentar mas não são acessíveis para você?
- A resposta principal foi restaurante de rua.
- As ruas não são nada acessíveis por conta da inclinação, relevo e espaço.
- Banheiros no geral também não são acessíveis.
- Teatros não são acessíveis.

# Resultados Pergunta 3

- O que você faz no seu tempo livre como lazer e existe algum tipo de lazer que você não faz por causa da sua debilitação?
- O lugar de lazer externo mais citado foram shoppings. Pisos planos, elevadores e vagas de estacionamento específicas tornam eles acessíveis.
- Lazer interno é o mais realizado por conta da locomoção. Assistir filmes e comer em casa.
- Sentem falta de poderem comer em restaurante de rua.
- Não utilizam mais parque como lazer.

# Resultados Pergunta 4

- Você tem algum contato com pessoas em situações semelhantes? Participa de algum grupo de acolhimento? Acredita que esse espaço seria de seu interesse?
- O único contato que mantém com pessoas em situações semelhantes ocorre dentro do centro de reabilitação.
- A ideia de um grupo de acolhimento foi bem recebida e todos teriam interesse em participar.

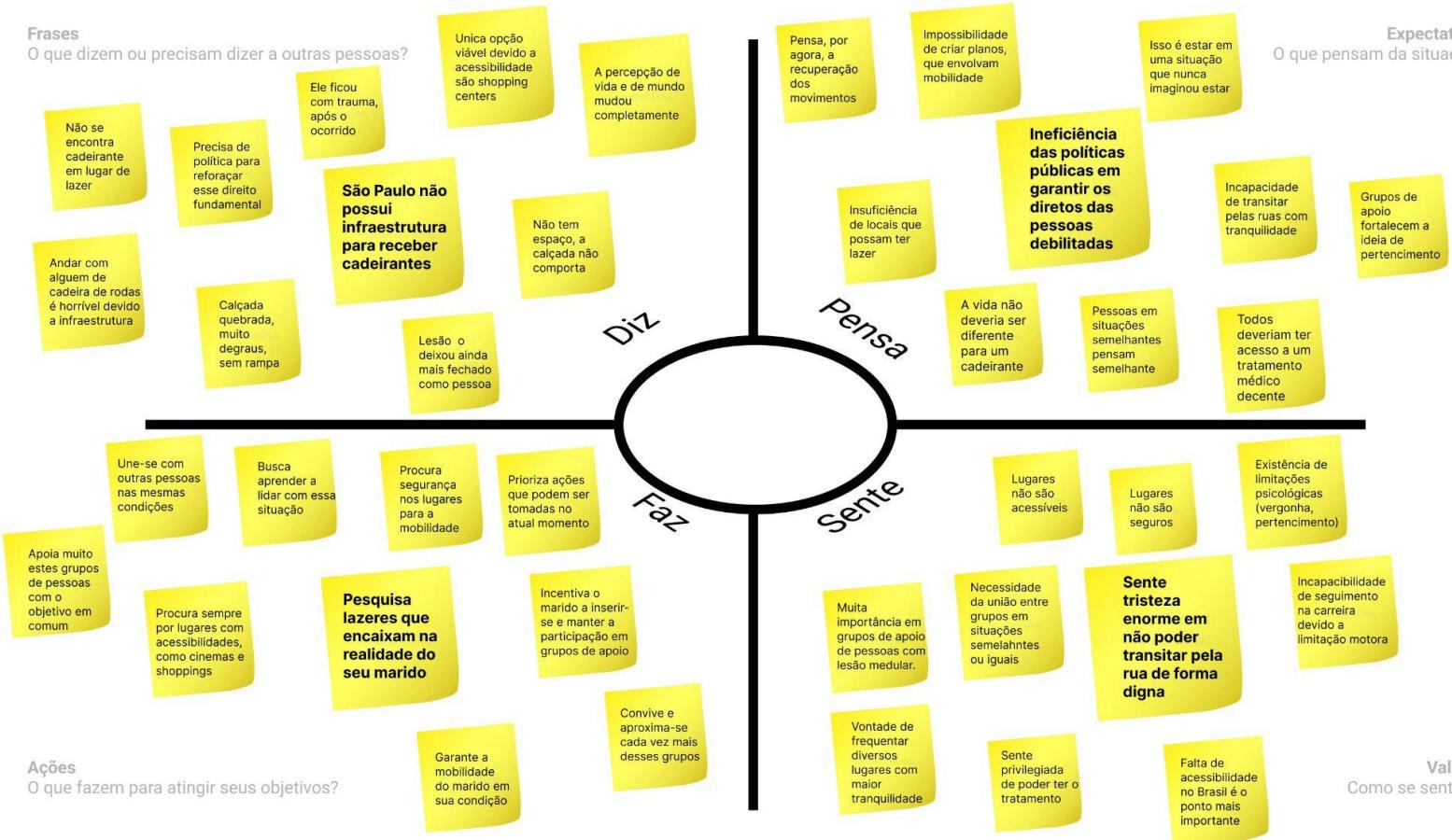
# Surpresas Principais

- Não existe nenhum lugar na internet específico para achar informações sobre lugares totalmente acessíveis.
- Nem todo banheiro que se diz acessível realmente é.
- O mesmo para restaurantes.
- A obrigatoriedade da acessibilidade nos lugares não tão dura.

# Mapa de Empatia 1 - Familiar

Frases

O que dizem ou precisam dizer a outras pessoas?



# Insights Principais

- Lazer muito limitado.
- Se sentem muito expostos em lugares públicos.
- A falta de acessibilidade na locomoção dificulta a integração à sociedade.
- Sentem falta de uma fiscalização séria de acessibilidade em lugares públicos.

# Resumo

- Dificuldade de informação.
- Pouca acessibilidade disponível em locais públicos e utilizadas por pessoas que não precisam.
- Frequentam os mesmos lugares por dificuldade de exploração.

# O que vem a seguir

- Brainstorming de ideias e soluções.
- Entrevistas novas com um foco mais profundo.
- Vídeo conceitual.
- Pesquisa de mercado.

# Obrigado!!

- Perguntas?