



Semana da Acessibilidade Surda promove inserção de surdos no mercado de trabalho

Evento conta ainda com ações para o acesso de surdos nas artes, comércio, serviços, lazer e conscientização sobre saúde auditiva

Entre os dias **20 e 30** de setembro, na cidade de São Paulo (SP), a 2ª edição da Semana de Acessibilidade Surda (SAS) vai evidenciar ainda mais a presença das pessoas com perda auditiva na sociedade e mostrar que elas querem e podem conviver harmoniosamente com ouvintes. O evento visa promover a inclusão social dos surdos para conscientizar e mobilizar a população sobre a recorrência da surdez.

Os embaixadores são surdos e ancoram ações para sensibilizar ainda mais a população surda e ouvinte, são eles: o arquiteto e gestor cultural **Alexandre Ohkawa**; o arquiteto para acessibilidade **Andrey Marcondes**; o digital creator **Gabriel Isaac**; a artista e dragqueen **Kitana Dreams**; a comunicadora e escritora **Lak Lobato**; o artista, poeta e professor **Leo Castilho**; o professor e Youtuber **Leo Viturino**; a jornalista e apresentadora de TV **Millena Machado**; a jogadora de vôlei profissional (atualmente competindo na Romênia) **Natalia Martins**; a modelo e miss mundo surda **Thaisy Payo**; o empresário e líder de inovação na indústria 4.0 **Thierry Marcondes**; os aposentados **Maria Carolina Verri** e **Valdemir Patinho**; e as crianças **Walker Serafim** e **Yasmin Nogueira**.

Além da participação de figuras de destaque citadas acima, o evento contará ainda com uma trinca de profissionais, chamada de “Trio da Empatia”, composta por um intérprete de Libras, um médico otorrino e um fonoaudiólogo, que farão ações de conscientização acompanhados de uma pessoa surda. Juntos, eles abordarão clientes de forma acessível e respeitosa, falando mais articuladamente (no caso de clientes surdos oralizados) ou sinalizando em Libras (no caso de clientes surdos sinalizados). Os ouvintes, que nunca conviveram com surdos, terão a oportunidade de se relacionar naturalmente com o deficiente auditivo que acompanha o trio de profissionais. Os médicos irão orientar ouvintes sobre como evitar a perda auditiva, além de identificar a ausência da audição. As fonoaudiólogas estarão com um decibelímetro, aparelho que mensura o quão nocivo pode ser o som que sai do celular, e vão explicar como escolher o volume, o tipo de música e medir o tempo de exposição ao som.

De acordo com o último censo (2010) feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 5,1% dos entrevistados foram catalogados com perda auditiva, isto quer dizer que, mais de 12 milhões de brasileiros declararam ter dificuldade em ouvir. Apesar do método de pesquisa ter sido questionado por grande parte da comunidade surda, pela falta de perguntas que especificassem sobre as condições de deficiência, como o uso de aparelho auditivo e a comunicação por meio de Libras, o Censo aponta que 2 milhões de pessoas já estão com perda severa/profunda, ou seja escutam muito



pouco ou não escutam absolutamente nada. No mundo, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS) são 500 milhões de surdos e até 2.050 haverá pelo menos 1 bilhão de surdos no mundo. Não é a toa que a OMS colocou a surdez como um dos cinco pilares para se trabalhar mundialmente no século XXI. Entre as 345 ocorrências de saúde monitoradas pela OMS que mais impactam na qualidade de vida, de 10º em 2015 a perda auditiva passou para o 4º em 2019. A humanidade está mudando radicalmente seus hábitos individuais e se expondo mais a ruídos: fones de ouvido, viagens de avião, frequência em shows de música, descolamento em trânsito ruidoso com veículos compartilhados abertos (patinete, bicicleta, etc).

A “Semana de Acessibilidade Surda” conscientiza a sociedade ouvinte, ajuda a diminuir o preconceito contra os surdos que usam aparelho auditivo, que falam por Libras e que têm uma cultura própria e, ainda gera visibilidade para a questão do desemprego entre as pessoas com deficiência auditiva. Além disso, incentiva o aumento da oferta de emprego para indivíduos aptos ao trabalho no Brasil que têm a chamada “deficiência invisível”. Por tudo isso, a SAS se conecta com quatro Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU: **ODS 3 – Boa saúde e bem-estar** porque faz ações de conscientização da saúde auditiva; **ODS 8 – Emprego digno e crescimento econômico** pois todos os profissionais surdos, sinalizados e oralizados, que atuam na SAA são remunerados; **ODS 10 – Redução das desigualdades** porque chama a atenção para a acessibilidade e valoriza o trabalho especializado de intérpretes de Libras e de fonoaudiólogos; e **ODS 17 – Parcerias em prol das metas** pois recebe apoio de médicos empresas, da prefeitura e do governo.

“Ao estabelecer um contato direto com a população surda, as empresas e os negócios passam a ter acesso a um mercado potencial ainda pouco explorado. Na estratégia da Semana de Acessibilidade, oferecemos workshops para o público interno e ainda disponibilizamos uma equipe multidisciplinar para que os colaboradores vivenciem a experiência do atendimento aos surdos no ponto de venda de forma agradável, quebrando as resistências e construindo bases para os futuros contatos. Com empatia, promovemos a inclusão que tanto as empresas almejam” – finaliza Claudio Tieghi, Relações Institucionais da SAS – Semana da Acessibilidade Surda.

Diversas empresas nacionais e multinacionais fecharam acordo e vão ceder algumas de suas lojas para as atividades. Entre as já confirmadas este ano (2019) estão o patrocinador Master **Hospital Paulista**, que vai realizar um **Mutirão de Saúde no Parque do Ibirapuera** dias 28 e 29 de setembro e uma **Ação de Conscientização em no Metro de SP** (estação Ana Rosa) dia 26 de setembro, dia Nacional do Surdo.

A patrocinadora **Gold Phonak** fara duas palestras sobre “**Aparelhos e Tecnologias que melhoram relação entre surdos e ouvintes**” e demonstrações de equipamentos para ouvintes no dia 20 evento de abertura e no dia 30 evento de encerramento, bem como nas 03 sessões do workshop Empatia do Silencio, dias 20 (para jornalistas), dia 27 (para convidados da ABRAPS) e dia 30 (para executivos das empresas patrocinadoras SAS).



A patrocinadora **Silver Helpvox** fará a tradução e interpretação em Libras ao vivo e presencialmente nos eventos dos dias 20 evento de abertura da SAS, 21 Festival Cultural Acessível, dia 25 na visita de crianças implantadas no Instituto Gustavo Rosa, dia 27 na sessão do workshop Empatia do Silêncio com a ABRAPS e no dia 30 evento de encerramento da SAS.

As parceiras **Unibes Cultural** e **Wework/InovaBra** estão cedendo locais para realização dos eventos de abertura dia 20 e de encerramento dia 30 respectivamente. **Mercedes-Benz** cede duas vans para traslado de artistas, embaixadores e autoridades participantes da SAS. **Paramount Films, Pro Access, Cine Itaim Paulista** vão realizar sessão exclusiva de cinema inclusiva com pipoca e refrigerante para crianças surdas da entidade beneficiada **Instituto Severino Fabriani**. **Instituto Mauricio de Sousa** recebeu com acessibilidade dos embaixadores mirins da SAS: Yasmin Nogueira e Walker Serafim. **Instituto Gustavo Rosa** preparou visita para crianças implantadas do **Instituto Escuta**.

Nadus e **Personal Garage** cedem matérias necessários para o **workshop Empatia do Silêncio**, que fara três sessões fechadas e exclusivas durante a SAS, uma só para jornalistas credenciados, outra só para executivos das empresas participantes e uma terceira para convidados da ABRAPS. **Fundação Otorrinolaringologia** e **Ear Parade** assinam o conteúdo medico do flyer e do folder usados nas ações de conscientização. **Casa Bauducco** apoiou a realização da sessão de fotos oficiais dos embaixadores SAS.

Os apoios de mídia são: **Editora Lamônica, Pgm Empresários de Sucesso e Revista 29h**.

- Em 2018 tivemos 80% de aceitação das empresas convidadas, realizamos 12 abordagens em sete dias, fomos notícia nos principais portais. Começar forte assim me fez perceber que eu estava no caminho certo para fomentar o acesso dos surdos ao consumo de produtos, informação, cultura, serviços, um direito deles que o varejo está disposto a contribuir para se efetivar. Nesta segunda edição, já vemos marcas novas nos procurando e também recebemos o interesse de outras três cidades. Estamos contando com apoio direto de secretarias, prefeitura e governo. Conseguimos autorização para atuar em estações do Metrô. Estamos prontos para fazer mais um grande evento e expandir a SAS pelo Brasil – projeta Millena Machado, a idealizadora da SAS.

A ideia de criar a ação foi da jornalista Millena Machado, após ver as dificuldades pessoais e profissionais que uma prima ainda passa por ter ficado surda após sequelas de uma meningite. A apresentadora se sensibiliza com a causa dos surdos desde pequena e logo entendeu que, com cooperação, respeito, atitudes e mudanças de hábitos, todos podem viver com mais qualidade. Em 2016, Millena se posicionou publicamente e, em parceria com o publicitário Alexandre Peralta e com mais de 20 amigos voluntários, criou ações para a conscientização sobre os problemas e transtornos que pessoas surdas sofrem justamente pelo fato de a sociedade civil, empresas e entidades públicas não estarem preparadas para lidar com este público. A iniciativa ganhou porte de **Campanha Social** e o nome **#surdoehquemfala**. De lá pra cá, Millena assumiu um espaço público que vem sendo ampliado em diferentes áreas



de atuação, conquistando a simpatia da sociedade e a atenção das empresas, o que resultou na criação da **SAS**.

- No início, era um sonho. Eu pensava em fazer justiça para a minha prima, pois não entendia como ela podia estar desempregada há 8 meses por preconceito de colegas e falta de acolhimento dos empregadores, sendo que ela era formada, tinha experiências formais anteriores e com uma lei de cotas tão rígida. Conforme fui mergulhando no assunto, consultando médicos, fonoaudiólogas, intérpretes de Libras e conhecendo iniciativas, percebi que a inclusão da diversidade surda era uma urgência e um anseio de mais demilhões de pessoas no Brasil. Dos profissionais envolvidos no lançamento da campanha #surdoehquemfala, em 2016, todos tinham algum caso de perda auditiva na família ou entre amigos. Aquela constatação revelou uma realidade até então invisível: deixar de escutar é mais comum do que se imagina – afirma Millena.

A **SAS** acontece em setembro porque esse mês é historicamente marcado por diversos eventos da comunidade surda. Em 2008, por conta da lei 11.796/2008, o Brasil instituiu o dia 26 de setembro como o Dia Nacional dos Surdos. É nessa época do ano também que é lembrado o Congresso de Milão de 1880, que proibiu o uso da Língua de Sinais, comemorada no dia 10 de setembro. Já o dia do tradutor é celebrado no dia 30 do mesmo mês, o que reforça a importância dos tradutores intérpretes de Libras. A edição da SAS desse ano terá também o foco do varejo e inserção no mercado de trabalho.

- Em 2016, alertamos a população sobre como se comunicar com a pessoa que teve perda auditiva oralizada - que se expressa falando e compreende fazendo leitura labial. No ano seguinte, direcionamos esforços para atrair empresas a fim de investir no surdoesporte, valorizamos a Libras. Em 2018, focamos em instruir o mercado de trabalho, desenvolvemos o workshop “Empatia do Silêncio”, que trabalha dentro das empresas as três dimensões da comunicação (oral, escrita e sinalizada/corporal) e, conseguimos chegar num modelo que contempla tanto o surdo oralizado quanto o sinalizado – aquele que se expressa pela Língua dos sinais. São 3 dinâmicas que as pessoas realizam com ouvidos tampados, para realmente se colocarem no lugar dos surdos. Uma vivência inesquecível para qualquer um. E no fim do ano passado, percebi que o varejo precisava ser mobilizado e acolhido - destaca Millena.

Para conhecer a extensa agenda de atividades da SAS, apoiada por diferentes empresas com o intuito de desenvolver a empatia pelo surdo e a importância da leitura labial e do uso da Libras, acesse visite o site oficial do evento:

www.semanadacessibilidadesurda.com.br
<https://www.facebook.com/semanasurda/>
<https://www.instagram.com/semanadacessibilidadesurda/>

Contatos Mercado. Com

Ribamar Filho
rfilho@mercadocom.com.br
(21)97619-3602

Samyra Karyme
samyra@mercadocom.com.br
(21)99441-4021