

A RELAÇÃO DO ADOLESCENTE PORTADOR DE DEFICIÊNCIA E/OU DEFORMIDADE E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Sueli Yngaunis

Universidade de Guarulhos – UNG

Estuda a relação do adolescente portador de deficiência e/ou deformidade e os meios de comunicação e verifica as lacunas do mercado de consumo e lazer no atendimento às suas necessidades especiais. No período de maio a dezembro de 1999, 174 adolescentes, de 12 a 18 anos, responderam a um questionário com 47 perguntas divididas em 7 partes a saber: Identificação Sócio-Econômica, Sobre televisão, Sobre Revista e Jornal, Sobre rádio, Sobre a internet, Sobre hábitos de consumo e Sobre a sua relação com a sociedade. A tabulação dos dados obtidos nesta pesquisa permitiram a identificação de vários pontos que deveriam ser considerados pelos profissionais dos MCM.

Conclui que os meios de comunicação podem ter uma participação efetiva no processo de inclusão de pessoas portadoras de deficiência através da sua contextualização, contribuindo para o processo de normalização da deficiência na sociedade humana.

Palavras chaves: deficiência, deficientes e inclusão

Uma reflexão sobre a realidade social dos portadores de deficiência e/ou deformidade também demanda inúmeras reflexões. Não é mais possível negligenciá-los, o fato é que eles existem, alguns às margens da sociedade e são lembrados apenas do ponto de vista assistencialista, ou o que é pior como curiosidade que alimenta a audiência de programas de TV que utilizam suas imagens. Ensinar uma sociedade a conviver com a diversidade humana, a perder o medo da convivência com pessoas com deficiência ou deformidade, pode se constituir em um grande ganho para todos.

A deficiência física, sensorial ou mental é uma realidade que envolve, segundo uma premissa da Organização Mundial da Saúde, 10% da população mundial, o que nos leva a concluir que o Brasil possui cerca de 16 milhões de deficientes em seu território.

Existem movimentos sociais que buscam a sua inclusão nos diversos setores da sociedade, seja no mercado de trabalho, seja nas escolas regulares ou especiais, entidades representativas, seja na conquista de seus direitos como cidadãos com a garantia de transportes, educação, acesso aos mais diversos lugares e acesso à informação.

Reconhecendo a influência que os meios de comunicação de massa exercem sobre as pessoas, modificando hábitos, influenciando opiniões, ditando moda e comportamentos, um estudo sobre a participação da mídia no universo do deficiente poderá revelar uma nova ótica da responsabilidade dos meios de comunicação no processo de exclusão.

O tema *deficiência* tem sido retratado pelos meios de comunicação com enfoque predominantemente científico ou assistencialista. O enfoque científico pode ser detectado nos programas de entrevistas, reportagens ou documentários que tratam de assuntos relativos à área de saúde e medicina, tais como novos tratamentos e medicamentos, ou novas abordagens no processo de reabilitação da pessoa com deficiência.

Já o caráter assistencialista e social aparece quando entidades e instituições utilizam a mídia para divulgar seus trabalhos assistenciais com o objetivo de angariar recursos que garantam a sua continuidade, e quando questões como a problemática da exclusão incentiva a realização de reportagens ou entrevistas sobre a árdua luta do deficiente pelo seus direitos, dentre eles o acesso à saúde, à educação, ao mercado de trabalho e ao transporte.

Infelizmente, emissoras de televisão, com objetivo do aumento dos índices de audiência, têm exibido programas de auditório que exploram a imagem da pessoa com deficiência como uma figura “*bizarra e curiosa*”. Enfim são os profissionais da mídia decidindo quando e como o deficiente deve ou não aparecer, orientados pelos índices de audiência.

No que concerne à recepção das mensagens emitidas pelos meios de comunicação, pode ser produtivo conhecer a opinião das pessoas com deficiência e/ou deformidade sobre como a mídia os retrata, e também se os produtos produzidos por ela atendem e respeitam as suas limitações físicas, sensoriais ou mentais.

O indivíduo portador de deficiência e/ou deformidade se alimenta, veste roupas, usa calçados. Mesmo discriminado ele frequenta shopping centers, supermercados, assiste TV, ouve rádio, utiliza os bens de consumo disponíveis no mercado. Se ele é também um consumidor, por que não incluí-los na propaganda?

Depoimentos de adolescentes que participaram da pesquisa, parte integrante deste estudo, revelaram um grau de maturidade pertinente a uma participação social e *midiática* mais efetiva. Com suas opiniões e reivindicações foi possível identificar diversas lacunas, existentes no mercado de consumo e na mídia, deixadas pelos profissionais de comunicações por não considerarem as pessoas com deficiência como um público relevante.

A proposta deste trabalho é o de conhecer o indivíduo portador de algum tipo de deficiência e/ou deformidade como consumidor dos produtos que a mídia produz e refletir

sobre a possibilidade de incluir a sua presença em vários contextos, valorizando a sua pessoa e não apenas focando a sua *deficiência*.

Acredito que os resultados obtidos com a pesquisa que subsidiou este trabalho possam sensibilizar os meios de comunicação a reverem a *ótica* com que vêm abordando este tema, procurando identificar se enquanto agentes influenciadores de comportamento não tem contribuído para a manutenção do estigma quando fixam valores de referência de beleza física, supervalorizando-os em detrimento do indivíduo não condizente com o modelo proposto.

A sociedade de consumo não pode “*vender*” o *caminhar* para o paraplégico, a *visão* para o cego, a *audição* para o surdo, e nem uma maquiagem que consiga disfarçar um rosto diferente. Mas acredito que seja possível vender a idéia de que todos podem ser melhores dentro de suas próprias limitações, e que modelos padronizados apenas impedem cada um de descobrir o seu caminho de crescimento pessoal.

Espero que este estudo possa servir como uma contribuição no processo de inserção social de pessoas com algum tipo de deficiência e/ou deformidade, tendo como aliados os meios de comunicação. Que eles exerçam a sua força de manipulação social de forma construtiva e não discriminatória.

Não tenho a pretensão de propor soluções, pois acredito que elas virão com o somatório da experiência do profissional de comunicação e a sua interpretação dos resultados compilados da pesquisa. Mas se este trabalho despertar reflexões e favorecer uma predisposição para inserir os meios de comunicação no movimento de integração das pessoas com deficiência ou deformidade, creio que poderei me considerar realizada.

A PESQUISA

Realizei pesquisas preliminares sobre os termos utilizados para definir o indivíduo que possui algum tipo de deficiência, com o intuito de me situar diante do tema e familiarizar o leitor com o que existe em termos de vocabulário e suas interpretações no contexto do tema deste trabalho.

“*DEFICIÊNCIA*” em português, “*DISABILITY*” em inglês e “*DISCAPACIDAD*” em espanhol, são os termos utilizados por todos os países que integram as Nações Unidas. No Brasil foi adotado os termos: “*PESSOAS PORTADORAS DE DEFICIÊNCIA*”, “*PORTADORES DE DEFICIÊNCIA*” ou “*PESSOAS COM DEFICIÊNCIA*”.

A preocupação em encontrar o termo adequado para nos referirmos a pessoas com deficiência é um esforço no sentido de desestimular o uso de termos preconceituosos, tais como “*aleijado*”, “*inválido*”, “*mutilado*”, “*anormal*”.

A rigor existem três grandes grupos de deficiências: a sensorial, física e mental. A DEFICIÊNCIA SENSORIAL se divide em VISUAL E AUDITIVA. A DEFICIÊNCIA VISUAL: se refere a uma perda total (use CEGUEIRA) ou parcial da visão e a DEFICIÊNCIA AUDITIVA: se refere a uma perda total (use SURDEZ) ou parcial da audição.

A DEFICIÊNCIA FÍSICA “*se refere à perda ou redução da capacidade motora. Um procedimento comum, embora equivocado, é referir-se às pessoas portadoras de deficiência em geral como “deficientes físicos”, desconsiderando-se as áreas sensoriais e mental. A DEFICIÊNCIA FÍSICA engloba vários tipos de limitação motora.*” (Brasil 1996, p.29).

A DEFICIÊNCIA MENTAL “*refere-se a um padrão intelectual reduzido e consideravelmente abaixo da média.*” .” (Brasil, 1996, p.29).

Incluí o grupo referente a DEFORMIDADE CRÂNIO-FACIAL devido à sua aparência física que contribui para o desenvolvimento do que poderíamos chamar de “*deficiência social*”.

As dificuldades enfrentadas por cada grupo variam de acordo com os tipos de capacidades sensoriais, habilidades funcionais ou intelectuais prejudicadas por uma doença ou acidente, cujo grau de limitações depende dos obstáculos ambientais ou atitudinais presentes no contexto social no qual os deficientes estão inseridos.

A Declaração dos Direitos das Pessoas Deficientes, aprovada pela Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas (O.N.U.), em 9 de dezembro de 1975, em seu artigo I, considera como pessoas deficientes aquelas que não são capazes de assegurar por si mesmas a necessidade de uma vida individual ou social normal, devido a alguma deficiência congênita ou não, em suas capacidades físicas ou mentais. (Ribas, 1985)

Em assembléia geral do dia 3 de dezembro de 1982, a ONU aprovou pela resolução 37/52 o “*World Programme of Action Concerning Disabled Persons*” - o Programa de Ação Mundial para as Pessoas com Deficiência (PAM), segundo este programa existem no mundo mais de 500 milhões de pessoas deficientes, sendo que na maioria dos países, pelo menos uma em cada dez pessoas tem uma deficiência física, mental ou sensorial, e nos países em desenvolvimento “*a proporção de pessoas deficientes é calculada em até 20% e, se incluirmos famílias e parentes, os efeitos negativos da deficiência podem afetar 50% do total da população*”. (ONU, 1982)

Segundo a ONU, os meios de comunicação possuem um papel importantíssimo no processo de integração entre os deficientes na sociedade: “ *A mídia possui um papel fundamental na promoção de atitudes positivas frente a integração de pessoas portadoras de deficiência na sociedade. Superando preconceitos e má-informação, e difundindo um maior otimismo e imaginação sobre as capacidades das pessoas portadoras de deficiência. A mídia pode promover atitudes positivas em empregadores com relação ao emprego de pessoas portadoras de deficiência. A mídia deveria acostumar-se a informar o público a respeito de novas abordagens em educação, particularmente no que diz respeito à provisão em educação especial nas escolas regulares, através da popularização de exemplos de boa prática e experiências bem-sucedidas.*” (ONU, 1994)

Preocupada com o poder dos M.C.M. na transmissão e formação de imagens, a CORDE elaborou a publicação *Mídia e Deficiência – Manual de Estilo* reunindo sugestões inspiradas no documento *Discapacidad y Medios de Información – Pautas de estilo*, publicado pelo Real Patronato de Prevención y Atención a Personas con Minusvalia, do Ministério de Assuntos Sociais da Espanha. Este documento foi resultado do trabalho de um grupo constituído a partir do II Seminario sobre Discapacidad e Información, ocorrido em 1987, em Madrid.(Brasil, 1996).

Até então lidamos com as informações coletadas e organizadas por pessoas que lidam de alguma maneira com pessoas portadoras de deficiência e/ou deformidades, no entanto considere que seria de grande valia, criar uma oportunidade para que eles pudessem expressar suas opiniões e reivindicações sobre os meios de comunicação e o mercado de consumo. Para viabilizar essa coleta de dados, foi definido a população de adolescente portadores de deficiência e/ou deformidade para compor a amostra da pesquisa.

METODOLOGIA

Para conhecer a relação do adolescente portador de deficiência com os meios de comunicação e a sua participação na sociedade de consumo, optei por elaborar um questionário com 47 perguntas divididas em sete partes a saber: Identificação Sócio-econômica; Sobre Televisão; Sobre revista e jornal; Sobre rádio; Sobre internet; Sobre hábitos de consumo; Sobre a sua relação com a sociedade.

Ao final do questionário foi deixado um espaço livre com o convite aos jovens para expressarem a sua opinião e considerações sobre os assuntos tratados no questionário.

Foi definido a faixa etária de 12 a 18 anos para compor a amostra da pesquisa.

Para definição da amostra para a pesquisa recorri à página que o IBGE (<http://www.sidra.ibge.gov/cgi-bin/prtabl/ptdbr>). A busca resultou na construção da seguinte tabela:

Tabela nº 1: Total da Amostra definida por tipo de deficiência

Tipo de deficiência	Censo 1991	Variação*	Amostra**
Cegueira	2501	2626	26
Surdez	4577	4806	48
Hemiplegia	2865	3009	30
Paraplegia	3483	3658	36
Tetraplegia	1408	1479	14
Falta de Membro(s) ou parte dele(s)	1520	1596	15

Total da Amostra Parcial	169
--------------------------	-----

* O censo utilizado para contabilizar a população de deficientes foi o de 1991. Porém o IBGE possui dados estatísticos da população brasileira referente a 1996. Após uma consulta ao Banco de Dados do IBGE, disponível na Internet, sobre a população adolescente da cidade de São Paulo de 1991 e de 1996, efetuei os cálculos da variação desta população chegando ao índice de crescimento populacional na ordem de 5%, o qual foi aplicado à população com deficiência de 1991;

* * Defini o índice de 1% do total da população de deficientes para compor a amostra desta pesquisa;

Reconhecendo a dificuldade que eu teria de avaliar o grau de dificuldades que adolescentes com deficiência mental teriam ao responder o questionário, e por eu não deter conhecimentos mais aprofundados sobre o tema que me permitisse elaborar questionários apropriados aos diversos tipos de deficiência mental, optei por não incluí-los na amostra definida.

Um dos grupos que compuseram a população que responderam o questionário foi o dos adolescentes portador de alguma tipo de deformidade crânio-facial, no entanto não encontrei registros de dados estatísticos oficiais sobre este grupo. Assim como o grupo com “mais de uma deficiência ou outras”, não listadas no questionário apurado.

Não houve preocupação com o número da amostra representativa por tipo de deficiência, sendo considerado o volume dos questionários retornados como representativos da população portadora de algum tipo de deficiência independente de sua classificação.

Foi definido cinco grupos como listados a seguir: Cegos (Deficientes Visuais); Surdos (Deficientes Auditivos); Deficiência Física (Deficientes com limitações de origem motora: amputações, mal-formações ou seqüelas de vários tipos); Deformidade Crânio-Facial; Mais de um ou outros (Adolescentes com mais de uma deficiência ou outros, quando decorrentes de acidentes).

A identificação do público-alvo foi feita através de contatos com as entidades e instituições assistenciais ou educacionais que trabalham com adolescentes com algum tipo de deficiência. Participaram da pesquisa 174 adolescentes, distribuídos nas instituições e escolas relacionados na tabela nº 2:

Tabela nº 2: Distribuição dos Questionários respondidos por entidade

Instituição	
A.A.C.D. Associação de Assistência à Criança Defeituosa	32
A.A.C.D. Unidade E.E. Profº Victor Oliva	7
Associação Quero Quero	3
Escola Especial para Crianças Surdas - Fund.Rotarianos de S.P.	8
E.M.E.E. Profª Vera Lúcia Aparecida Ribeiro	8
Instituto para Cegos Padre Chico	45
Instituto Santa Terezinha	41
SOBRAPAR - Soc. Bras. Pesq. e Assist. Reabil. Crânio Facial	30
	174

Tabela nº 3: Distribuição da Amostra por Tipo de Deficiência

Cegueira	44	25.3%
Surdez	57	32.8%
Deficiência Física	42	24.1%
Deformidade Crânio Facial	18	10.3%

Mais de um ou outros	13	7.5%
Total	174	

Tabela nº 4: Distribuição da Amostra por idade

		Cegos	Surdos	Def.Físic a	Def.Cr.F ac.	mais de 1
12/13 anos	66	13	22	24	2	5
14/15 anos	36	16	5	9	5	1
16/17 anos	39	9	14	6	5	5
18 anos/21anos	31	5	15	3	6	2
Não respondeu	2	1	1			
Total	174	44	57	42	18	13

Tabela nº 5: Distribuição da Preferência do Adolescente por tipo de mídia

% em relação a amostra		Cegos	Surdos	Def.Física	Def.Cr.Fac.	mais de 1
Ver TV	64.4%	8.0%	25.9%	18.4%	5.2%	6.9%
Ler jornal e/ou revista	12.1%	0.0%	10.9%	0.6%	0.0%	0.6%
Ouvir rádio	32.8%	17.2%	0.0%	7.5%	6.3%	1.7%
Não respondeu	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%

A história nos conta que a deficiência passou pelos movimentos de segregação, assistencialismo e reabilitação, num processo evolutivo rumo a integração social. Médicos, religiosos, educadores, psicólogos, sociólogos permutaram experiências e pesquisas visando a seu turno contribuir para o processo de assimilação menos *traumática* e *desvantajosa* da questão da deficiência. Penso que os meios de comunicação, por meio do profissional que atua neles, possam se engajar nessa *trajetória* contribuindo para uma nova fase, a da *conscientização*.

Alguns aspectos que também devem ser considerados são os hábitos de consumo e o acesso ao lazer desses jovens, visando identificar eventuais *exclusões* causadas pela estrutura sobre a qual o mercado se ergueu. Sendo a acessibilidade um aspecto decisivo entre os jovens

que possuem deficiências motoras ou visuais, como pôde ser constatado no número significativo de adolescentes que afirmaram não ir ao *Shopping*.

A pesquisa revelou que a maioria não está contente com os produtos que encontram no mercado, 45,4% acham que o mercado poderia adequar alguns produtos às suas necessidades.

APRENDENDO A OUVIR A PESSOA COM DEFICIÊNCIA CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando optei pelo título deste capítulo, “*Aprendendo a ouvir a pessoa com deficiência*”, tive a intenção de salientar o principal aprendizado dessa pesquisa: ninguém melhor do que a própria pessoa com deficiência para falar sobre a sua relação com a mídia e o mercado de consumo.

Da mesma forma que alguns dos jovens que participaram da pesquisa valorizaram a oportunidade de falarem sobre si mesmos e suas vidas e de expressarem suas opiniões enquanto consumidor, penso que eles também aprenderam com o desafio que o questionário “*simbolizou*”, ao convidá-los a pensarem sobre o assunto abordado, despertando talvez um novo estado de consciência sobre si mesmos e a sua relação com os meios de comunicação e o mercado de consumo. Lembrem-se que alguns afirmaram ser a primeira vez que participavam de uma pesquisa e agradeceram a oportunidade.

Lígia Assumpção Amaral, autora a que já me referi anteriormente, escreveu o livro “*Conhecendo a Deficiência (em companhia de Hércules)*”, no qual tece analogias entre os aspectos da deficiência e cada um dos “Doze Trabalhos de Hércules”, leitura que recomendo como uma oportunidade de reflexão sobre o tema .

O capítulo 2 do referido livro trata do segundo trabalho de Hércules, que deve enfrentar a “*HIDRA DE LERNA: monstro com corpo de serpente dotado de cem venenosas bocas humanas, de pestilento hálito. Seu poder de destruição alastra-se pela região...*” (Amaral, 1995, p.40).

Amaral compara o desconhecido com a assustadora HIDRA DE LERNA, quando compara a fragmentação de conceitos sobre deficiência com as muitas cabeças do monstro. No mito o herói vence a batalha decepando a cabeça principal da Hidra de Lerna, enterrando-a sob um rochedo, e após cauterizar cada uma das outras cabeças, ele “*embebe cada uma das suas setas no veneno da fera, perpetuando, a seu serviço, o poder nelas contido.*” (AMARAL, 1995, p.40).

Tomo emprestado esse exemplo de Amaral, para fazer uma analogia com a atuação dos meios de comunicação frente a questão da deficiência:

Essa passagem nos remete a um reflexão sobre o poder da informação mal-colocada e mal-interpretada gerando múltiplas interpretações e significações (as inúmeras cabeças do monstro), que por vezes transforma os meios de comunicação em agentes perpetuadores do comportamento preconceituoso com relação às pessoas com deficiência.

Assim como Hércules embebeu suas setas no veneno da fera, se apropriando do seu poder, penso que os profissionais que trabalham com a mídia, poderiam conhecer os inúmeros conceitos e informações sobre o tema, para uma revisão da forma com que elaboram os seus produtos, revertendo esses conhecimentos para uma postura midiática inclusiva.

No entanto, uma dessas cabeças simboliza o seu próprio desconhecimento do tema, que poderá ser resolvido à medida que se dêem mais espaço na mídia para a pessoa com deficiência, desmistificando e clarificando muito dos *tabus* existentes.

A forma como isso pode ser concretizado cabe a cada um desses profissionais, que melhor do que ninguém saberá aliar o seu conhecimento e experiência profissional à experiência das pessoas com deficiência. Os especialistas (médicos, psicólogos, pedagogos, assistentes sociais, fisioterapeutas, etc.) podem e devem ser consultados como suporte técnico e científico sobre deficiência, mas acredito que a inserção *sincera, verdadeira e espontânea* somente se dará com o somatório de experiências entre as pessoas que tem uma deficiência e as que não tem. Isso é o que podemos chamar de “*aprender com a pessoa com deficiência*”.

A seguir enumerei alguns pontos identificados (e reivindicados) na pesquisa e nos estudos realizados para subsidiar esse trabalho, somados a algumas das sugestões de abordagem citadas no manual *Mídia e Deficiência*, publicado pela CORDE. (Brasil, 1996).

Meios de comunicação

Transmissão de programas com legendas ou presença do intérprete de linguagem de sinais;

Inclusão de informações práticas para os deficientes, auxiliando-os no seu cotidiano, e informando as pessoas a se comportarem com uma pessoa com deficiência. Lembrem que as pessoas não aprenderam a lidar com as necessidade específicas do deficiente, penso que uma vez informados estarão mais predispostas a interagirem com eles;

Inclusão dos deficientes nos programas informativos, reportagens, retratando-os em situações de interação social, como por exemplo em novelas, comerciais e filmes.

Abolir qualquer abordagem sensacionalista sobre a deficiência, não transformando-o em *vítima* e muito menos em *herói*. Eles devem ser mostrados em atitudes cotidianas, sem exagerar as suas aptidões e nem suas limitações.

Quando exibir mensagens ou informações escritas na tela, o locutor deve falar o que está escrito, ao invés do clássico “*ligue para o número que esta na sua tela*”. *Os deficientes visuais com certeza não poderão telefonar.*

Os comerciais de televisão não devem descuidar da informação aos deficientes visuais (explicando o máximo que puder através da mensagem falada) e aos deficientes auditivos (detalhando as informações com recursos visuais ou mesmo legendas);

Evitar citar a deficiência da pessoa sem necessidade, valorizando o motivo pelo qual ela está participando do programa ou reportagem. Por exemplo: se o tema é economia, para que falar : “*Dr.Fulano, economista e paraplégico irá falar sobre os índices de.....*” ?

Ainda sobre o item anterior, proporcionar oportunidades para que profissionais com deficiência contribuam com os seus conhecimentos profissionais sobre os mais diversos assuntos;

Informações e dicas úteis para o cotidiano dos deficientes podem fazer parte da pauta de reportagens, artigos e matérias jornalísticas. Facilitando assim o compartilhamento de experiências;

A inclusão de matérias, na imprensa escrita, que incluam as pessoas com deficiência no contexto do tema, pode contribuir para a inserção dessas pessoas, tornando a sua presença comum para os demais leitores. Por exemplo: uma matéria sobre moda poderá conter uma ou outra foto retratando uma pessoa com deficiência física (*sem no entanto fazer qualquer referência, é claro!*);

Os deficientes visuais demandam por publicações periódicas em Braille nas bancas de jornais, eles tem direito ao acesso à informação. Não entrarei no mérito da viabilidade prática e econômica deste empreendimento, deixando esse estudo para os empresários do ramo editorial;

Não utilizar a DEFICIÊNCIA de alguém como manchete, a não ser que o tema seja a própria deficiência;

Abrir espaço para que pessoas com deficiência possam atuar profissionalmente nos meios de comunicação, um dos adolescentes que participaram da pesquisa reivindicou a participação de atores com deficiência em novelas e filmes;

Mercado de consumo e sociedade

Embalagens de produtos de supermercados e medicamentos com a identificação impressa pelo sistema Braille;

Etiquetas de preços e cardápios impressos pelo sistema Braille;

Publicações periódicas impressas pelo sistema Braille;

- Telefones, forno de micro-ondas e elevadores com inscrições em Braille;
- Prateleiras de supermercados mais baixas, permitindo o acesso às mercadorias pelos deficientes físicos usuários de cadeiras de rodas;
- Telefones acessíveis para os deficientes físicos usuários de cadeiras de rodas;
- Telefones com recursos de volume para os deficientes auditivos;
- Sinalização de alarme e campainha luminosos para os deficientes auditivos;
- Sinalização de trânsito sonora para os deficientes visuais;
- Adequação de banheiros públicos para os deficientes físicos;
- Remoção de obstáculos arquitetônicos nos corredores de supermercados e shoppings, bem como nas calçadas públicas (esburacadas e com degraus inúteis) facilitando o acesso dos deficientes usuários de cadeiras de rodas, bem como evitando acidentes com os deficientes visuais;
- Construção de rampas de acesso aos deficientes físicos;
- Investimento, no setor educacional, em recursos humanos e materiais do ensino médio e superior para os deficientes auditivos e visuais. (obs.: a pesquisa revelou que 58,1% dos jovens que participaram da pesquisa, são representados pelos deficientes visuais e auditivos que não possuem perspectivas imediatas de prosseguirem os estudos após a conclusão do primeiro grau.);

Estou chegando ao final e confesso ao leitor que não me atreverei a encerrar a presente reflexão com conclusões “*fechadas e redondas*”, tenho a certeza de que muitos de vocês devem ter me acompanhado neste viagem com a mesma emoção com que explorei o tema, salvo diferenças decorrentes da experiência de vida de cada um.

Dessa experiência, resultou algumas considerações que passo a expôr a seguir:

Os meios de comunicação, enquanto agentes influenciadores do comportamento humano, podem intervir no processo de inclusão das pessoas com deficiência, investindo seus recursos no combate ao desconhecimento sobre o tema, através da contextualização da deficiência como parte integrante de uma sociedade marcada pela diversidade. Essa contextualização poderá se dar através da inclusão da pessoa com deficiência nas diversas formas de expressão: a TV, o rádio, a imprensa e a propaganda.

As pessoas com deficiência, enquanto agentes receptores dos meios de comunicação, podem rever seu comportamento social a partir de uma atitude de *desarmamento* interno com base na contextualização anteriormente citada. Esse movimento partiria de um sentimento de

auto-aceitação, como parte do processo do “*acolhimento da deficiência*”, situando a deficiência como “*um inconveniente que pode ser controlado*” (VASH, 1988, p.148).

Esta pesquisa nos proporcionou a oportunidade de conhecer um pouco sobre o adolescente com deficiência no papel de consumidor dos produtos da mídia e do mercado, indicando algumas pistas a serem seguidas. No entanto, tenho a certeza de que muitos de vocês conseguirão perceber nas *entrelinhas* dos resultados da pesquisa, outros pontos de vista por mim não identificados, e essa crença vem do valor imensurável que atribuo a uma ação multidisciplinar em qualquer questão social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, L.A. Conhecendo a Deficiência (em companhia de Hércules. São Paulo, Robe, 1995.

BRASIL, Ministério da Justiça, Secretaria dos Direitos da Cidadania, Coordenadoria Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência –CORDE: Mídia e Deficiência: Manual de Estilo, 3.ed. Brasília, 1995.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. Programa de Ação Mundial para as Pessoas com Deficiência . Resolução 37/52. 1982. Texto da Edição Brasileira disponível na Internet: <http://www.mbonline.com.br/cedipod/w6pam.htm> [8 ago 1998]

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. Declaração dos Direitos das Pessoas Deficientes. 1975. Texto disponível na Internet: <http://www.mbonline.com.br/cedipod/w6ddpd.htm> [9 mar. 2000]

RIBAS, J.B.C. O que são pessoas deficientes?. 2.ed. São Paulo, Nova Cultura, 1985. Coleção Primeiros Passos; 62.

VASH, C. Enfrentando a Deficiência. Trad. Geraldo José de Paiva, Maria Salete Fábio Aranha e Carmem Leite Ribeiro Bueno. São Paulo, Pioneira/EDUSP, 1988. Tradução de: *The Psychology of Disability*.