



| Secretaria de
Desenvolvimento Econômico

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA “PAULA SOUZA”
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE MONTE MOR**

LUIZA ANDRADE SOUSA

**LIGA DA SURDEZ: COMPARTILHANDO HISTÓRIAS E CONTRIBUINDO
COM A VISIBILIDADE NA CAUSA DOS SURDOS**

FASE - 2

MONTE MOR/SP

2023

LUIZA ANDRADE SOUSA

**LIGA DA SURDEZ: COMPARTILHANDO HISTÓRIAS E CONTRIBUINDO
COM A VISIBILIDADE NA CAUSA DOS SURDOS
FASE - 2**

Trabalho apresentado aos professores da Etec de Monte Mor do Centro “Paula Souza”, como exigência para a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso do terceiro ano do ensino Técnico de Administração Integrado ao Ensino Médio.

Orientadora: Dayane Cristina Abrantes

MONTE MOR/SP

2023

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo fôlego de vida, por me guiar a cada dia e por proporcionar a oportunidade de contribuir com a causa, sou grata a orientadora Dayane Cristina Abrantes por me conduzir durante esse percurso, como também ao professor Roney Staianov Caum, que me acompanhou durante os anos no decorrer do projeto, as Intérpretes de Libras da nossa escola, Maiquele Cruz e Valquíria Fabiani, que disponibilizam tempo, conteúdos e dicas para agregar ao projeto, as alunas Maria Eduarda Vicente da Silva e Maria Luisa Alves Xavier que participam na construção da temática.

A todos os professores e alunos da Escola Técnica Estadual de Monte Mor, que colaboraram com todo apoio, engajamento na causa, e a todos que se disponibilizaram a apoiar o projeto seja fisicamente ou de forma online nas redes sociais, durante esse tempo.

*“A educação não transforma o mundo.
Educação muda pessoas. Pessoas
mudam o mundo.”*

Paulo Freire

RESUMO

O presente trabalho aborda a temática da invisibilidade da comunidade surda em nossa sociedade. A hipótese verificada neste estudo é que o desenvolvimento de conteúdos relacionados a comunidade surda, como esportes, dificuldades, curiosidades, dentre diversos outros temas compartilhados através de personagens lúdicos, que serão divulgados e disponibilizados em plataformas digitais poderá auxiliar com a falta de visibilidade em relação a seus integrantes. O início do processo metodológico se deu a partir da fase qualitativa, com a intenção de coletar informações em fontes confiáveis, além de entrevistas semi-estruturadas com questões em aberto para averiguar a percepção de estudantes e intérpretes de libras em relação ao fenômeno estudado. Posteriormente organizou-se a proposta do desenvolvimento dos personagens inspirados em histórias reais além das pesquisas, escolha e divulgação de conteúdos que envolvesse a temática. A análise dos resultados possibilitou evidenciar que a invisibilidade e os assuntos sobre as dificuldades sociais enfrentadas pelos surdos são fato despercebidas e que ações que possibilitem evidenciar e integrar os membros dessa comunidade são cada vez mais necessários.

Palavras-Chave: Comunidade Surda. Visibilidade. Inclusão.

ABSTRACT

The present work addresses the issue of the invisibility of the deaf community in our society. The hypothesis verified in this study is that the development of content related to the deaf community, such as sports, difficulties, curiosities among several other themes shared through playful characters, which will be disseminated and made available on digital platforms, may help with the lack of visibility in relation to its members. The methodological process started from the qualitative phase, with the intention of collecting information from reliable sources, in addition to semi-structured interviews with open questions to investigate the perception of students and interpreters of Libras in relation to the phenomenon studied. Subsequently, the proposal for the development of characters inspired by real stories was organized, in addition to research, choice and dissemination of content that involved the theme. The analysis of the results made it possible to show that invisibility and issues about the social difficulties faced by the deaf are unnoticed and that actions that make it possible to highlight and integrate the members of this community are increasingly necessary.

Key-Words: Deaf Community. Visibility. Inclusion.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Índice de Comunicação com uma Pessoa Surda	13
Gráfico 2 – Índice de Conhecimento em Libras	14
Figura 1 – Logotipo da “Liga da Surdez”	15
Figura 2 – Personagem Luma.....	16
Figura 3 – Personagem Lipe	17
Figura 4 - Personagem Polli.....	18
Figura 5 – Publicação da Liga da Surdez do “Dia Nacional do Surdo”	22

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. SURDEZ	9
2.1 Surdos no Brasil	10
2.2 Surdos no Mercado de Trabalho	11
2.3 Libras e sua Importância na Educação	12
3. LIGA DA SURDEZ	14
3.1 Personagens	15
4. MARKETING.....	18
4.1 Marketing Digital.....	19
4.2 Redes Sociais e Surdez	20
5. LIGA DA SURDEZ – FASE 2.....	21
6. METODOLOGIA	22
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	24

1. INTRODUÇÃO

Ao ver as dificuldades diárias de pessoas da comunidade surda expressas nas ações cotidianas, identifica-se a necessidade de dar maior visibilidade para essa causa, a falta de acessibilidade nos ambientes físicos e online, decorridos da falta de conhecimento da parte ouvintes em relação aos surdos, é gerado certa distância e complicação em seus relacionamentos em sociedade. Assim, através da divulgação de histórias e informações a respeito da Comunidade, pretende-se conscientizar e gerar maior interesse em contribuir e aprender sobre a temática.

Muitos são os obstáculos presentes no dia a dia, “Como um Surdo vai ao Médico? “Como é a comunicação nos Supermercados?” são questões que precisam ser levantadas para solucionar os problemas encontrados, a inexistência da inclusão em alguns lugares públicos como, restaurantes, escolas, ruas, avenidas, e muitos outros lugares, incluindo nas redes sociais, onde dificilmente é visto conteúdos voltados ou acessíveis para a comunidade surda. Sabe-se que menos de 1% dos sites no Brasil hoje são acessíveis, tendo como principal empecilho a Comunicação.

Quando o assunto é comunicação e educação, a comunidade surda apresenta certos impasses, isso acontece devido a pequena parcela da população brasileira compreender o básico de LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais, contribuindo para a falta de acessibilidade e visibilidade desse público.

Desse modo o presente trabalho tem como objetivo disseminar o conhecimento e engajar as temáticas voltadas para a comunidade surda, através do compartilhamento de conteúdos criativos e educativos, por meio das redes sociais, contribuindo assim, com a maior visibilidade do assunto bem como o interesse no tema.

2. SURDEZ

A surdez se caracteriza pela diminuição da capacidade auditiva, sendo dividida por níveis, sendo eles; Leve: onde se tem dificuldades em identificar algumas vogais e consoantes; Moderada: ao falar em tom normal já não se ouve, ouvindo apenas sons mais altos; Severa: nesse nível não é possível escutar mais a fala humana, ou o toque do telefone por exemplo; Profunda: nenhuma sensação auditiva e perturbações intensas na fala; Cofose: Surdez completa, ausência total do som.

Além de níveis, a surdez possui causas diferentes, a casos que já se nasce surdo, conhecido de Surdez Congênita, podendo ser uni ou bilateral, em outros se é

adquirido ao decorrer da vida, tendo por nome, Surdez Adquirida. Ambas possuem origens diversas, como algumas infecções (otite) ou paralização de um ou mais ossos do ouvido, viroses, meningites, uso de alguns medicamentos ou drogas, exposição ao ruído de alta intensidade, presbiacusia (provocada pela idade), traumas na cabeça, defeitos congênitos, alergias, problemas no metabolismo, tumores, por fatores genéticos e/ou hereditários, por doenças adquiridas durante a gestação, meningite, toxoplasmose, rubéola, estão entre as causas. Em algumas situações, pode ser realizado tratamentos com medicamentos, cirurgias e uso de aparelhos.

Segundo a Organização Mundial de Saúde, cerca de 1,5 bilhão de pessoas têm algum grau de deficiência auditiva (surdez) atualmente, incluindo nos índices a ampla diversidade da surdez, atingindo 54% de homens e 46% de mulheres; também está presente entre os principais problemas em recém-nascidos em todo o mundo, uma a cada mil crianças nasce surda ou com algum grau severo de perda auditiva, diz a Academia Americana de Otorrinolaringologia e Cirurgia de Cabeça e Pescoço, Os índices de pessoas que possuem surdez, tende a crescer durante os anos, segundo dados divulgados pela Organização Mundial de Saúde(OMS), traz informações alarmantes,1 bilhão de jovens estão sob risco de perda auditiva dada a exposição constante a sons muito altos e até 2050, é estimado que mais de 900 milhões de pessoas no mundo poderão desenvolver a surdez.

2.1 Surdos no Brasil

No Brasil, existem cerca de 5% de pessoas com surdez, com uma parcela que utiliza a Libras como Língua oficial para se comunicar, com base nos dados do IBGE, esse número representa 10 milhões de pessoas, sendo que 2,7 milhões não ouvem completamente nada. Mesmo representando uma ampla parcela da população brasileira, a inclusão e o cumprimento dos direitos garantidos por lei ainda são alvos de lutas diárias.

O Decreto-lei nº 5.626, visa garantir o direito à assistência à saúde de pessoas surdas ou com deficiência auditiva parcial nas redes de atendimento com o Sistema Único de Saúde (SUS). Deverá ser realizada a assistência por profissionais capacitados para o uso, a tradução e a interpretação de LIBRAS. Mas a realidade é bem diferente, já que os surdos nem sempre recebem o tratamento devido.

Essa luta por garantir os direitos e a inclusão é algo que vem de muitos anos atrás, a história da educação de Surdos no Brasil acontece no ano 1857, marcado

pela fundação da primeira instituição federal de Ensino para surdos - O Instituto Nacional de Educação de Surdos – INES, referência até os dias atuais , trazendo inclusão e acessibilidade, depois de tanto tempo convivendo com a imposição do oralismo.

Apesar do nosso possuir uma das melhores políticas públicas de saúde auditiva em todo o mundo, onde o SUS fornece Aparelhos Auditivos para os surdos de ótima qualidade, infelizmente não a divulgação desses dados para a população da parte do governo, o que impossibilita a muitos de obterem seus direitos. Além da falta de divulgação outra questão é a falta de acessibilidade nos estabelecimentos brasileiros, como restaurantes, lojas e até mesmo hospitais que seria primordial.

2.2 Surdos no Mercado de Trabalho

Segundo um estudo realizado pelo Instituto Locomotiva e a Semana da Acessibilidade Surda em 2019, cerca de 7% dos surdos brasileiros têm ensino superior completo, 15% frequentaram a escola até o ensino médio, 46% até o fundamental, enquanto 32% não têm um grau de instrução, assim como a falta de formação, é bem abrangente a lista de desafios enfrentados pelos surdos, que contribuem para a falta de permanência dos Surdos em seu trabalho, gerando desemprego, por não conseguirem desenvolver e utilizar suas habilidades, devido a falta de acessibilidade ou a falta de comunicação mesmo sendo um direito prescrito na Lei.

Apesar da existência da Lei de cotas para PCDs, chamada de Lei de Cotas (art. 93 da Lei nº 8.213/91), determina em que as empresas com cem ou mais empregados preencham uma parte dos seus cargos com pessoas com deficiência, muitas das vagas não são preenchidas, como deveriam.

Algumas empresas ao realizarem a contratação do funcionário com a surdez, muitas vezes não tem o cuidado em acolher e inclui-lo no ambiente da empresa, não permitindo a possibilidade do crescimento profissional.

Dentre os desafios enfrentados diariamente os principais desafios são:

Falta de acessibilidade na tecnologia: A Internet nos cerca hoje em diversos aspectos, facilitando as rotinas, mas não possui todas as ferramentas necessárias para atender as necessidades dos surdos;

Escassez de recursos para compreender as pessoas que possuem a Surdez;

Aplicativos e sites não acessíveis, podem limitar a atuação do profissional surdo; O Capacitismo, a discriminação contra essas pessoas, com a ideia de inferioridade, onde cabe a instituição a instruir aos que estão volta do profissional surdo, sobre não subestimarem a sua capacidade por motivo da deficiência, mas dar o devido respeito e tratamento a todos;

Dificuldade de Comunicação: Além dos problemas em se comunicar entre ouvintes e surdos na Língua Portuguesa ou Libras, existem as relações internacionais, cabendo a empresa a providenciar ferramentas que facilitem essa relação.

Assim é de suma importância as empresas construírem um ambiente inclusivo, eficiente e acolhedor ao colaborador surdo, para que posso evoluir e contribuir com as suas habilidades.

2.3 Libras e sua Importância na Educação

A Língua Brasileira de Sinais, conhecida como Libras, é uma língua não universal, sendo utilizada para comunicação de surdos, realizada através de movimentos e gestos visuais juntamente com a ajuda de expressões faciais. A luta por direitos e inclusão sempre marcou a comunidade surda, bem como no reconhecimento da Libras, apenas em 2002 foi promulgada a Lei nº 10.423, que reconheceu e oficializou a Língua Brasileira de Sinais – Libras; e por meio do Decreto nº 5.626/05 possibilita então a Libras ser reconhecida como a segunda língua oficial do país, após a língua portuguesa, sendo O Dia nacional da Libras, comemorado em 24 de abril.

Muitas são as dificuldades enfrentadas diariamente dentro das instituições de ensino, seja na comunicação entre professores e alunos, falta de capacitação e de profissionais especializados, as relações entre os demais alunos são questões que ainda hoje não são totalmente atendidas, onde nota-se a necessidade de inclusão e acolhimento desses alunos, sendo de suma importância maior atenção e investimento na área.

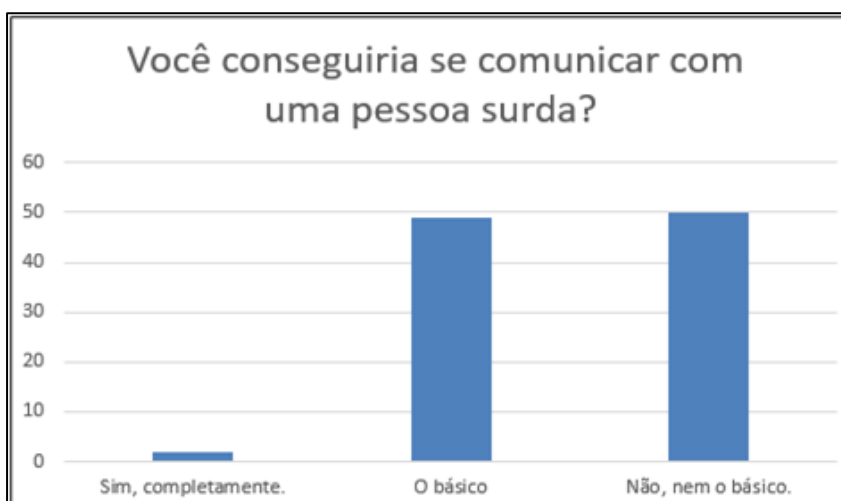
A comunicação através da Libras, propicia uma melhor compreensão entre surdos e ouvintes, tornando-se um instrumento fundamental na integração, participação e socialização das pessoas, por meio dela, exprimimos nossos desejos, anseios, dificuldades e opiniões. Dada sua importância, a comunicação é um direito, os surdos enfrentam ao longo da vida barreiras que impedem seu pleno desenvolvimento social, muito em função da grande dificuldade de comunicação que

existe com as pessoas ao redor. A Libras pode ter sua função inclusiva potencializada se a sociedade como um todo tiver consciência da importância de aprender essa língua

Com base em uma Pesquisa de Campo realizada na Escola Técnica Estadual de Monte Mor, através de um questionário aplicado aos alunos, relacionado aos referentes ao conhecimento e percepção sobre a questão da invisibilidade da comunidade e a Língua de Sinais Brasileira na comunicação entre surdos e ouvinte.

Tais resultados podem ser observados nos gráficos a seguir:

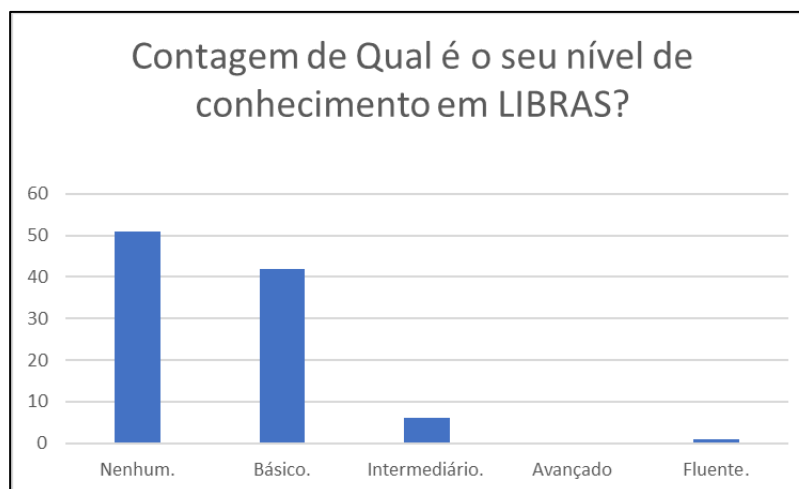
Gráfico 1 – Índice de Comunicação com uma Pessoa Surda



Fonte: Autoria Própria

De acordo com os dados analisados, os alunos da Escola Técnica de Monte Mor se consideram incapazes de se comunicar perfeitamente bem com a comunidade surda, com 50% não sabendo nem o básico. Isso é uma evidência da pouca visibilidade que há a respeito desse assunto nas escolas, podendo gerar a exclusão de alunos surdos por essa falta de conhecimento dos demais.

Gráfico 2 – Índice de Conhecimento em Libras



Fonte: Autoria Própria

Vendo esse gráfico é notável que a maioria dos alunos não apresentam nem mesmo o básico do conhecimento em LIBRAS e que o número de intermediários já é baixo, esse processo de comunicação acaba sendo prejudicial para os alunos da comunidade surda que conseqüentemente apresentam maior dificuldade no desenvolvimento de seu aprendizado escolar.

3. LIGA DA SURDEZ

O Setembro Azul, conhecido como mês da Surdez, um período relacionado para relembrar as lutas e conquistas, em busca pela inclusão e da maior visibilidade além do esforço da comunidade surda por acessibilidade. Como forma simbólica então, utiliza-se nessa época do ano, um laço de fita azul, a mesma cor que os nazistas utilizavam para identificar as pessoas com deficiência durante a Segunda Guerra Mundial. Assim que o conflito chegou ao seu final e com passar dos anos, a cor passou a simbolizar ao mesmo tempo a opressão sofrida pelos surdos e o orgulho da identidade surda. Usar o laço de fita azul está relacionado a resistência a qualquer ato semelhante.

A palavra Liga, que traz o significado de aliança e união, assim a Liga da Surdez é um projeto, que foi desenvolvido justamente para divulgar temáticas relacionadas a assuntos, com diversos temas da comunidade surda, compartilhando histórias de pessoas inspiradoras, além de incentivar outras pessoas a estudarem e conhecerem

a temática e sua importância, com intuito de juntos, contribuir na divulgação de ., bem como amenizar a invisibilidade e falta de inclusão desse público.

Figura 1 – Logotipo da “Liga da Surdez”



Fonte: Autoria Própria

Logotipo da Liga da Surdez, marcada por elementos dessa comunidade como a cor azul, e o símbolo representado ao centro.

3.1 Personagens

Luma – Personagem inspirada na influenciadora digital Maria Luisa Paris, mais conhecida como Malu Paris, que perdeu a audição com apenas 5 anos após simplesmente acordar surda em 15 de janeiro de 2010. Atualmente a adolescente de apenas 16 anos acumula 506 mil seguidores no Instagram e quase 2 milhões no Tik Tok com vídeos bem-humorados relatando sua rotina, assim a personagem inspirado na Malu Paris foi designada para representar a área de influenciadores.

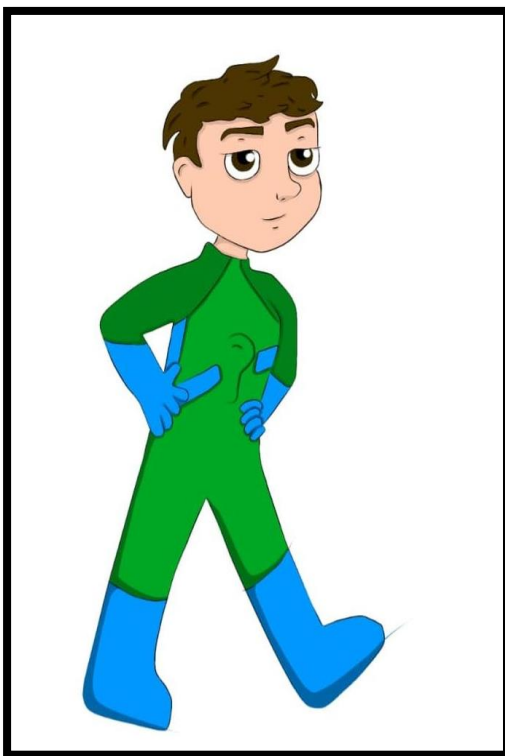
Figura 2 – Personagem Luma



Fonte: Maria Eduarda Vicente da Silva

Lipe – Personagem inspirado em Felipe Caporal, um jogador de basquete que nasceu surdo devido a um fator genético, sua irmã 7 anos mais nova e também esportista, Fernanda Caporal, nasceu sem a capacidade auditiva assim como o irmão. Felipe já chegou a praticar Handebol e tanto para essa modalidade quanto para o basquete já disputou em vários campeonatos, inclusive nas surdolímpiadas de 2022 que ocorreu esse ano no Brasil. Seu pai foi jogador de basquete, inclusive auxiliou várias vezes os filhos nos jogos.

Figura 3 – Personagem Lipe



Fonte: Maria Eduarda Vicente da Silva

Polli – Personagem inspirada em Paula Maria Markewick, uma tutora e professora Língua Brasileira de Sinais (Libras), é surda e trabalha na alfabetização de crianças surdas, por isso foi escolhida para representar a área da educação. Com formação em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Jaraguá do Sul/SC (UNERJ) e em Gestão Estratégica de Pessoas pela Pontifícia Universidade Católica (PUC). A professora acumula mais 113 mil seguidores no Instagram, onde compartilha sua vida pessoal e dá dicas sobre a educação de crianças surdas.

Figura 4 - Personagem Polli



Fonte: Maria Eduarda Vicente da Silva

4. MARKETING

Segundo o dicionário, marketing se define como, “Estratégia empresarial de otimização de lucros por meio da adequação da produção e oferta de mercadorias ou serviços às necessidades e preferências dos consumidores, recorrendo a pesquisas de mercado, design, campanhas publicitárias, atendimentos pós-venda etc”, assim pode ser definido como a capacidade de satisfazer as necessidades do mercado, despertando o interesse nos consumidores nos produtos e serviços ofertados, chamando assim a atenção, gerando fins lucrativos.

O marketing pode ser dividido em um conceito de “4 Eras do Marketing”, designadas pelo conhecido como “Pai do Marketing” Philip Kotler.

Marketing 1.0 inicia-se a partir da Revolução Industrial até a metade do século XX, mantendo o foco de vendas em todos que tinham o desejo de estudar, com o objetivo de reduzir os custos da produção, com pouquíssima atenção no consumidor.

A segunda era, o Marketing 2.0, ocorre entre 1970 e 1990, onde já pode-se ter mais opções de escolha para comprar, desenvolvimento de novos produtos e serviços, “O Consumidor tem sempre a razão”.

O Marketing 3.0 gira em torno dos anos de 1990 a 2010, conhecida como “Era dos Valores” o valor agregado ao produto se dá a partir do consumidor, nesse período é introduzido as práticas de sustentabilidade, além da segmentação de mercado para atender determinado público-alvo.

Por fim, o Marketing 4.0 que abrange o período atual, onde busca-se proporcionar a melhor experiência ao cliente, com maior conexão com os consumidores, com as decisões de compra muitas vezes influenciadas por informações compartilhadas nos espaços digitais. A tecnologia se torna algo fundamental e central, possibilitando a automação dos processos, fornece uma melhor experiência de compra, integração do Marketing tradicional ao Marketing Digital, além do uso da Inteligência Artificial (IA).

4.1 Marketing Digital

O termo conhecido como Marketing Digital, é o conjunto de atividades desempenhadas por uma empresa/pessoa realizadas de forma online com o objetivo de atrair novas oportunidades, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade.

Ao passar dos anos, é evidente o avanço da tecnologia em diversos setores que nos permeiam, o Marketing Digital, possui sua origem por volta do século dezenove, onde alguns meios de comunicação se desenvolveram como o rádio, já influenciando os telespectadores, surgindo assim nos anos 90 o termo “Marketing Digital”, com a criação da internet.

No início voltado para as empresas criarem seu conteúdo e o ofertaram só seu determinado público-alvo através das redes de comunicação, passou a ser um método contrário, onde os próprios compradores podem expressar sua opinião referente ao produto/serviço adquirido, possuindo forte influência sobre os outros interessados.

O Marketing digital passou a estar presente no dia a dia, com as estreias convencionais do marketing juntamente com a gama digital, abrangendo diversas plataformas, fortalecendo o diálogo, entendendo as necessidades dos consumidores, agregando valor a opinião das pessoas.

A construção dessa relação entre criador de conteúdo e consumidor, pode se estabelecer por meio de blogs, sites, e-mails, obtendo maior destaque aplicativos e redes sociais com anúncios na Internet, publicidade, criação de conteúdo direcionado ao público-alvo, contendo como uma das principais estratégias o Marketing de Conteúdo.

O marketing de conteúdo é uma das estratégias presentes no marketing digital, o qual visa em criar conteúdo ao seu público-alvo, podendo ser de diversas formas, como por exemplos blogs, vídeos, imagens, entre outras formas.

Nesse tipo de estratégia, o principal objetivo é atrair, interagir, se engajar, criar um relacionamento com o público que será destinado, disponibilizando um conteúdo de valor, relevante, educativo, e que agregue na vida de quem consumi-lo.

Para que esse recurso funcione é necessário grande planejamento em sua execução, estar atento aos desejos e situações que o consumidor que se encontra. Um ponto importante é a visibilidade do material oferecido, um dos meios para que haja esse aumento de visualizações e de engajamento, são postagens de alta qualidade, além de todos os recursos que a envolvem, visando construir um relacionamento como usuário, buscando solucionar seus problemas, ganhando confiança e credibilidade.

É de grande valor antes de pôr em prática, ter em mente as metas e objetivos a serem alcançados, além de projetar como, onde e quando serão postados os conteúdos, vale ressaltar que cada detalhe tem a sua importância, e deve procurar estar sempre atualizado sobre as vontades do seu público-alvo. Assim para o bom funcionamento dessa estratégia é preciso organização das ações, um bom material que seja interativo, autêntico, que apresente grande diversidade e inclusão, buscando solucionar as dificuldades do utilizador, estando disponível para ele em diversos lugares e de variadas formas.

4.2 Redes Sociais e Surdez

As relações entre a pessoa com surdez e as redes sociais é um ambiente que necessita de ampliadas adaptações, com a Disponibilização de diversos recursos para a inserção, grande parte das pessoas não entende como um cidadão com surdez navega, se diverte, compra através das plataformas digitais, e para que isso ocorra com liberdade e autonomia é necessário a acessibilidade digital. A acessibilidade digital é utilizar de diversos recursos para a melhoria na navegação desses usuários, buscando proporcionar um ambiente com maior inclusão e acessibilidade, possibilitando ao usuário autonomia, rompendo barreiras.

Atividades cotidianas como pedir um Delivery, são coisas que se tornam um grande desafio quando não se a acessibilidade, sendo necessário a tradução de

áudios para a escrita, tradução em Libras e vídeos com legenda, sendo primordial a Libras nesse processo de acessibilidade digital.

Atualmente se há maiores recursos, vídeos que são traduzidos instantaneamente com legendas, e vem sendo devolvido novas possibilidades, mas ainda sim há uma realidade difícil a ser enfrentada, menos de 1% dos sites brasileiros são acessíveis, tendo como principal motivo, a falta de conhecimento das empresas que produzem esses conteúdos, sobre a importância da Acessibilidade digital, não apenas para as pessoas que irão consumi-los, mas como um diferencial ao seu próprio negócio podendo alcançar um maior número de pessoas.

Apesar das dificuldades no caminho da comunidade surda, a Internet hoje é um lugar que possibilita que muitos tenham a acesso à informação e conhecimento, e dá voz e visibilidade à muitos públicos que não tinham.

Nas redes sociais muitos influenciadores surdos, usam dessa ferramenta para entretenimento, busca por igualdade e representatividade, a diversos perfis que compartilham um ramo diversos de assuntos, desde moda, planejamento pessoas até educação e como aprender alguns sinais na Língua Brasileira de Sinais, compartilhando suas vidas, desafios e conquistas.

É fundamental o papel desses influenciadores, promovendo inclusão e acessibilidade nas redes, aumentando a conscientização sobre o assunto, quebrando os estereótipos e preconceitos que se tem sobre esse público, desempenhando um papel de extrema importância na representatividade, valorização e o respeito à comunidade surda.

5. LIGA DA SURDEZ – FASE 2

A Liga da Surdez Fase 2, é marcada pela nova jornada do projeto, com o contínuo foco na contribuição da visibilidade da comunidade e Disponibilização de conhecimentos através de postagens nas redes sociais.

Entretanto, nesse momento o projeto estará agrupado com o marketing digital para as redes sociais, algo que apresenta grande interesse atualmente, atingindo diversos públicos.

Voltado para o alcance de pessoas, pode ser alinhado com posts disponibilizados de maneira criativa, contando com recursos essenciais, como cores, imagens, fontes diversas, com horários e elementos estratégicos e como gerar engajamento para o perfil, com temas interessantes e atuais, na possibilidade de

maiores acessos, respectivamente de maior conscientização das pessoas sobre a importância da temática.

Figura 5 – Publicação da Liga da Surdez do “Dia Nacional do Surdo”



Fonte: Autoria Própria

Postagem realizada o perfil do Instagram a Liga da Surdez, referente ao Dia Nacional do Surdo.

6. METODOLOGIA

Para realizar a proposta, se iniciará com o Levantamento do base teórico conceitual, com pesquisas realizadas em sites da internet, artigos científicos, relacionados a visibilidade da comunidade surda, dificuldades enfrentadas, curiosidades, Libras.

Além de adquirir conhecimento sobre o marketing digital, sua origem, seu conceito, como aplicá-lo nas redes sociais. Realização do registro dos dados atuais da rede escolhida para trabalhar, o Instagram, a partir desse ponto ir registrando os possíveis avanços e resultados.

Bem como a criação dos conteúdos relacionados a surdez, apresentados de forma dinâmica, criativa, juntamente com a implementação dos conceitos do marketing digital, para o maior alcance de pessoas.

Para finalizar a análise dos Resultados, com comparações de dados do início da Jornada, com os resultados obtidos até o momento, para verificar a eficácia dos conteúdos compartilhado.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Análise dos resultados possibilitou evidenciar que a invisibilidade e os assuntos sobre as dificuldades sociais enfrentadas pelos surdos são de fato despercebidos e que ações que possibilitem evidenciar e integrar os membros dessa comunidade são cada vez mais necessários.

As postagens divulgadas nas redes, podem propagar o conhecimento a muitas pessoas dessa forma, podemos perceber até aqui que o projeto vem abrindo nossos horizontes, sobre aspectos que eram desconhecidos sobre a comunidade surda, foi possível notar várias Curiosidades sobre essas pessoas que muitos ainda não conhecem e que ações que possibilitem evidenciar e integrar os membros dessa comunidade são cada vez mais necessários ao desenvolvimento de conteúdos relacionados.

A partir dos resultados encontrados, conclui-se que o desenvolvimento e compartilhamento de conteúdos relacionados a temática se fazem necessários, principalmente para reforçar a luta pela inclusão e visibilidade da comunidade surda.

São muitos os obstáculos apesar de todas as conquistas de pessoas surdas nos mais variados setores de Nossa sociedade, porém a luta contra a invisibilidade deve ser uma prática diária foi possível através das publicações e o marketing alcançar uma parcela dos usuários da rede social e compartilhar o conhecimento incentivando a buscarem mais informações e contribuírem com uma sociedade com maior inclusão.

REFERÊNCIAS

10/11 – Dia Nacional de Prevenção e Combate à Surdez – **BVSMS**. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/10-11-dia-nacional-de-prevencao-e-combate-a-surdez-3/#:~:text=Surdez%20%C3%A9%20a%20diminui%C3%A7%C3%A3o%20da,mundo%20sofrem%20alguma%20perda%20auditiva>

CONHEÇA OS 4 TIPOS DE SURDEZ E SUAS CARACTERÍSTICAS – **Audistore**, 4 de julho de 2018. Disponível em: <https://www.audistore.com.br/conheca-os-4-tipos-de-surdez-e-suas-caracteristicas/>.

FREITAS, Karina. Dia Internacional da Linguagem de Sinais procura promover a inclusão de pessoas surdas – **Alesp**, 23 de setembro de 2021. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/noticia/?23/09/2021/dia-internacional-da-linguagem-de-sinais-procura-promover-a-inclusao-de-pessoas-surdas-#:~:text=No%20pa%C3%ADs%2C%20cerca%20de%205,7%20milh%C3%B5es%20n%C3%A3o%20ouvem%20nada>.

GALA, Ana Sofia. Os principais desafios de uma pessoa surda no mundo digital – **handtalk**, 24 de março de 2022. Disponível em: <https://www.handtalk.me/br/blog/desafios-pessoa-surda-mundo-digital/>.

HISTÓRIA DO MARKETING: CONHEÇA A ORIGEM E SUA EVOLUÇÃO – **IBCCoaching**. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/metas-e-objetivos/historia-do-marketing-conheca-a-origem-e-sua-evolucao/>.

MOREIRA, Paula Pfeifer. QUANTOS SURDOS tem no Brasil e no MUNDO em 2023? – **Crônicas da Surdez**, 20 de outubro de 2023. Disponível em: <https://cronicasdassurdez.com/quantos-surdos-no-mundo/?amp=1>.

Pessoas surdas no mercado de trabalho: veja os desafios e avanços – **Profissões Vagas**. Disponível em: <https://profissoes.vagas.com.br/surdos-no-mercado-de-trabalho/>.

RODRIGUES, Leonardo Tulio. Pessoas surdas buscam espaço na sociedade – **Uninter**, 21 de junho de 2022. Disponível em: <https://www.uninter.com/noticias/pessoas-surdas-buscam-espaco-na-sociedade#:~:text=Segundo%20o%20Instituto%20Brasileiro%20de,7%20milh%C3%B5es%20possuem%20surdez%20profunda.>

SOUZA, José Clécio Silva de; SANTOS, Mathéus Conceição. Libras na educação: limites e possibilidades – **Revista Educação Pública**, 09 de junho de 2019. Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/19/13/libras-na-educacao-limites-e-possibilidades> .

Surdez – **BVSMS**. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/surdez-3/#:~:text=%E2%80%93%20a%20surdez%20de%20c%C3%B3clea%20ou,alergias%2C%20problemas%20metab%C3%B3licos%2C%20tumores.>

Surdos no mercado de trabalho: desafios da rotina profissional – **icom**, 03 de novembro de 2021. Disponível em: <https://www.icom.app/2021/11/03/surdos-no-mercado-de-trabalho/> .

UMA A CADA MIL CRIANÇAS NASCE SURDA OU COM ALGUM GRAU SEVERO DE PERDA AUDITIVA, APONTA PESQUISA – **Hospital Paulista**. Disponível em: <https://www.hospitalpaulista.com.br/uma-a-cada-mil-criancas-nasce-surda-ou-com-algum-grau-severo-de-perda-auditiva-aponta-pesquisa/> .