

INCLUSÃO: O USO DE LIBRAS NA PUBLICIDADE AUDIOVISUAL (APOIO UNIP)

Aluno: Kaíque César de Oliveira Coelho

Orientador: Prof. Danilo Leme Bressan

Curso: Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

Campus: Bauru

A pesquisa teve por objeto a análise da influência das mídias e fontes audiovisuais sobre a comunidade surda, com a intenção de compreender quais as necessidades que precisam ser supridas pelo mercado audiovisual para que exista de forma efetiva a inclusão desse público no âmbito publicitário. Foram identificadas estratégias para que a troca de informações entre o público-alvo e as grandes marcas seja eficiente, de forma que fossem realizadas adaptações tanto em suas plataformas quanto em suas campanhas, conforme a necessidade do público. Os métodos utilizados foram a pesquisa descritiva, a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. Em primeiro momento, foram analisadas concepções e definições ligadas ao ato de comunicar. A partir dessa vertente, tornou-se possível a análise da comunicação dentro da comunidade de surdos pelo estudo da Língua Brasileira de Sinais, sua história e suas aplicações. Foi realizado um estudo sobre a diferença entre acessibilidade e inclusão e qual a importância, para o surdo, que haja tais ações dentro da publicidade, que abriu então vertente para estudo da publicidade inclusiva. Foi possível identificar o crescimento desse público no mercado de trabalho com os dados levantados por meio de pesquisa e desta forma pudemos identificar possíveis metodologias para que a comunicação entre a marca e o *target* se torne eficaz e passe a trazer resultados tanto para os anunciantes quanto para o público-alvo que busca a inclusão.