



Millena Machado cria primeira Semana da Acessibilidade Surda no Brasil

Além de amarelo, setembro também é azul! Apresentadora reforça a importância da mobilização social e engaja empresas nacionais e multinacionais

A apresentadora Millena Machado se sensibiliza com a causa dos surdos desde pequena. Convivendo com uma prima que perdeu audição quando era ainda bebê, Millena logo entendeu que, com cooperação, respeito, atitudes e mudanças de hábitos, todos podem viver com mais qualidade. Agora, ela quer engajar ainda mais pessoas em seu projeto e cria a **I Semana da Acessibilidade Surda**, uma ação inédita e primeiro evento de conscientização social desse porte que vai se espalhar pela capital paulista entre os dias 24 e 30 de setembro, e passa a fazer parte do calendário da #surdoehquemfala, campanha criada por ela mesma em parceria com o publicitário Alexandre Peralta em 2016.

O intuito da I Semana da Acessibilidade Surda é mobilizar a sociedade, proporcionando situações para a convivência harmoniosa entre surdos e ouvintes. Millena irá coordenar uma trinca de profissionais (Trio da Empatia) composta por um intérprete de Libras, um surdo oralizado ou sinalizado e uma fonoaudióloga. Juntos, eles abordarão clientes surdos de forma acessível e respeitosa, falando mais articuladamente (no caso para clientes surdos oralizados) ou sinalizando em Libras (no caso de clientes surdos sinalizados).

Clientes ouvintes que nunca conviveram com surdos terão a oportunidade de se relacionar naturalmente com o surdo da campanha que faz parte do trio. E, para os clientes ouvintes, ainda haverá orientação sobre como evitar a perda auditiva e sobre como ela acontece: quando as pessoas trocam fonemas — o “v” pelo “f”, por exemplo, trocam “vaca” por “faca” — pode ser um sinal de perda auditiva.

As fonoaudiólogas estarão com um decibelímetro, aparelho que mensura o quão nocivo pode ser o som que sai do celular, por exemplo. Quem gosta de ouvir música enquanto malha deve saber escolher a frequência do som (tipo de música) e também o volume, caso contrário, estará agredindo as células auditivas. Diversas empresas nacionais e multinacionais fecharam um acordo e vão ceder algumas de suas lojas para as atividades. A agenda estará disponível no site na semana de acessibilidade a partir de sexta-feira, dia 21.

“A perda auditiva é algo natural, todos nós vamos escutar menos um dia. Mas que seja pelo envelhecimento natural do corpo, não por uma sequela de doença mal tratada, ou por maus hábitos, como o de ficar exposto a ruídos intensos sem necessidade”, pontua Millena, reforçando a importância pela conscientização acerca dos cuidados com a audição. “O assunto é sério, e de interesse público. Estou nessa luta não só por uma questão pessoal, mas também porque escutar é parte da

comunicação, e eu, como jornalista, valorizo formas de comunicação e me interesso pelo seu futuro”, afirma.

De acordo com o censo de 2010 feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 5,1% dos entrevistados foram definidos como surdos oralizados ou sinalizados — apesar do método de pesquisa ter sido questionado por grande parte da comunidade, pela falta de perguntas que especificasse sobre as condições de deficiência, como o uso de aparelho auditivo e a comunicação por meio de Libras ou não.

Mas por quê Millena escolheu setembro para organizar essa ação? E, ainda por cima, com mais uma cor, para ajudar na confusão do público? Acontece que, nesse mês, é homenageada a resistência à opressão dos deficientes surdos que, mesmo depois de tantos anos, vêm seguindo firme e forte contra qualquer tipo de preconceito.

É nessa época do ano, também, que é relembrado o Congresso de Milão de 1880, entre os dias 6 e 11, que proibiu o uso da Língua de Sinais. Fora as datas comemorativas que agregam à comunidade, como o dia mundial das línguas de sinais (10), o dia nacional do surdo (26) que foi criado em homenagem à primeira escola para os deficientes auditivos — Instituto Nacional de Educação de Surdos (Ines) —, e também o dia do tradutor (30), que reforçam a importância dos tradutores intérpretes de Libras. Porém, mesmo tendo base histórica e uma comunidade que reforça a luta pelos direitos de quem possui a deficiência, tanto os próprios surdos quanto o mês e seu significado não possuem a visibilidade merecida.

Entre os participantes da I Semana da Acessibilidade Surda, destacam-se as empresas brasileiras: Farmais e Sorridents, que vão estar com o “Trio da Empatia” por 2 dias seguidos, 24 e 25 de setembro. A Rei do Mate da avenida Paulista vai, além receber o “Trio” em 26 de setembro (dia nacional do surdo), dar 50% de desconto em qualquer item do cardápio a todos os clientes surdos que visitarem a loja das 8h às 11h da manhã. Três restaurantes do McDonald’s no Complexo de Itaquera vão receber a campanha #surdoehquemfala no dia 30 de setembro. Nestas unidades o Trio da Empatia vai convidar as pessoas nos restaurantes a conhecer a realidade de um surdo na prática para reforçar a importância de se preservar a audição. Em todos esses locais os surdos terão a experiência de autonomia em consumo de produtos e serviços.

A rede Kinoplex e a Paramount cederam sala de cinema e filme respectivamente, para uma sessão totalmente acessível aos surdos (com aparelhos da Riote que exibem legendas e Libras) do MISSÃO IMPOSSÍVEL – EFEITO FALLOUT. Será uma atividade completamente inclusiva também ou seja, surdos e ouvintes assistirão ao mesmo filme, na mesma hora e na mesma sala, mas cada um do seu jeito.

Na Mercedes Benz, no dia nacional do surdo (26/09) será celebrado no auditório da Montadora no ABC Paulista. Millena apresentará dados sociais do último censo sobre a surdez no Brasil, participará de um debate sobre acessibilidade surda para 400 funcionários da MB. Entre os participantes, estão Thierry Marcondes (surdo oralizado) e Alexandre Ohkawa (surdo oralizado e sinalizado), ambos integrantes da campanha.

Na tarde seguinte (27/09) Millena Machado, que recentemente se tornou Partner do GPTW (Great Place to Work) fara um webinar transmitido ao vivo pelo youtube. O tema será Diversidade Surda. Os internautas poderão fazer perguntas. Na parte da noite, a Faculdade Zumbi dos Palmares acolherá a Campanha #sudeohquemfala para um painel sobre diversidade, aberto ao público, ouvinte e surdo – com tradução simultânea em Libras. Millena fará a mediação desse bate-papo que já tem a presença confirmada do premiado publicitário Alexandre Peralta. Ele vai mostrar comerciais que tratam a diversidade de forma inclusiva. No palco também estarão youtubers surdos e artistas surdos. Capacidade máx. 400 pessoas, lotação do auditório na Faculdade.

Na tarde do dia 28, a partir das 14h, uma visita pelo Instituto Gustavo Rosa (IGR) com guia intérprete de Libras. Atividade de colorir livre, jogo dos 11 erros e cavaletes grandes com atividades do livro “A arte divertida de Gustavo Rosa” após o passeio. Ao final, as crianças ganharão um livro. Ação para crianças surdas e ouvintes se divertirem e aprenderem juntas! O Instituto Escuta também já confirmou presença e levará crianças surdas, de 3 a 9 anos, que fizeram implante coclear (popularmente conhecido como ouvido biônico). Uma ótima oportunidade de promover e valorizar a acessibilidade à arte e a inclusão da surdez no convívio social.

Agenda completa disponível - <https://www.semanadacessibilidadesurda.com.br>

Sobre Millena Machado

Millena Machado é uma profissional de mídia eletrônica. Começou no rádio, migrou para a Internet e já soma mais de 15 anos de experiência em TV. É graduada em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero com pós-graduação em marketing pela ESPM. Tem formação técnica de locução noticiaria pelo Senac e conclusão de cursos livres em Fotografia para Cinema, Design Thinking e Agenda Brasil (sobre Economia).

Enquanto âncora de telejornal (Band News TV), cobriu grandes fatos como a posse de Barack Obama por 9h ao vivo – data histórica para o mundo – e a queda do avião da TAM (2007) em São Paulo por 7h ininterruptas – dia que entrou pra história da comunicação no Brasil, telefonia e internet em colapso, mas a memória factual da jornalista não falhou.

Como apresentadora do ‘Auto Esporte’, programa de motor da Globo, veiculado aos domingos. Venceu preconceitos, aprendeu sobre carros e desde 2001 conquista público: percentual de mulheres espectadoras subiu de 33% para 47% e a audiência cresceu de 7 para 12 pontos de média de acordo com o IBOPE/KANTAR.

Paralelamente à carreira televisiva, Millena grava vídeos institucionais, faz locuções, apresenta e media eventos. No seu workshop de mídia para executivos, o treinamento sobre como falar na TV está focado na satisfação dos participantes e até os mais tímidos se soltam no final.

Contatos para pautas:

Vira Comunicação - contato@viracomunicacao.com.br - (11) 3494.0035

Giovanna Franchini - giovanna.franchini@viracomunicacao.com.br - (11) 97576-6333

Gabriel Bonafé - gabriel.bonafe@viracomunicacao.com.br - (11) 99115-2205

Guilherme Pichonelli - guilherme@viracomunicacao.com.br - (11) 98076.1234