

PAPEL DA PUBLICIDADE NA INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE

INTRODUÇÃO

O modelo da comunicação social é transmitir para que mais pessoas conheça esse novo conceito de acessibilidade, artigo propõe problematizar, que o portador de necessidades especiais, tenha condições de vir e ir aonde ele quiser sem a ausência de um meio, segundo a ONU 20% da população, contem alguma deficiência.

DESENVOLVIMENTO

O público alvo atinge, as os deficientes visuais com as propagandas visuais, deficiente auditiva por faltas de profissionais que não sabem a língua de sinais e acaba desconfortando. E assim vai a acessibilidade no alto de compra e também na acessibilidade das propagandas.



Figura 1: Atores globais simboliza os atletas para campanha das paraolimpíadas

No ano de 2016, teve a paraolimpíadas no Brasil e dois atores globais fizeram uma campanha de conscientização, para acontecimento que aconteceria em breve em no país ajuda do photoshop, os dois ficaram sem um membro, Cléo sem um braço e Vinhena sem aperta para representar dois atletas que estaria nas paraolimpíadas.

Que a mídia também saiba reconhecer essas pessoas na sociedade que tenha muito para retribuir, já que as populações estão enxergando, mas como a mídia promove uma causa social, com uma valorização pessoal dessa população que estão conquistando o seu espaço.

CONCLUSÃO

O trabalho apresentado mostrou de várias formas de como inserir o deficiente da inclusão social e também como consumidor e uma análise a publicidade que tanto aparenta ser uma crítica social em formado as opiniões e muitas das vezes que, mas o prejudica por que o que fazem uma propaganda que borda a inclusão, mas os garotos propagandas não são deficientes, a necessidade de alguém belo e maior do que uma integração social dessas pessoas.

REFERÊNCIAS

- BLASTINGNEWS. **Paraolimpíadas: por que a mídia se esconde dos jogos paraolímpicos?** Disponível em: <<http://br.blastingnews.com/sociedade-opinio/2016/09/paralimpiadas-por-que-a-midia-se-esconde-dos-jogos-paralimpicos-001116139.html>>. Acesso em: 14 jun. 2017.
- EGALITE. **O papel da mídia e comunicação na inclusão social.** Disponível em: <<https://www.egalite.com.br/blog/574/o-papel-da-midia-e-comunicacao-na-inclusao-social>>. Acesso em: 12 mai. 2017.
- O MUNICÍPIO. **A falta de inclusão midiática das paraolimpíadas.** Disponível em: <<https://omunicipio.com.br/a-falta-de-inclusao-midiatica-das-paralimpiadas/>>. Acesso em: 13 jun. 2017.
- Oliveira Braga. Publicidade Inclusiva. Cidadania no Ato da Compra. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Manaus, p. 1-15, mar./set. 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1398-1.pdf>>. Acesso em: 12 mai. 2017.
- VOGUE. **Somos todos paraolímpicos: a campanha com Cléo pires e Paulinho Vilhena.** Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/08/somos-todos-paralimpicos-campanha-com-cleo-pires-e-paulinho-vilhena.html>>. Acesso em: 07 jun. 2017.