

Educating the country in Deafblindness through an Awareness Campaign

Mariía Luz Neri de Troconis

SOCIEVEN, Sordociegos de Venezuela.

AV. Jalisco, Edif. La Colonia, Piso 3, Las Mercedes

Caracas

Venezuela

maluzneri@cantv.net

maluzneri@socieven.org

www.socieven.org

SOCIEVEN, Deafblind of Venezuela, is a Civil Association dedicated to the cause of deafblindness in Venezuela to improve the quality of life of children, youngsters and adult's deafblind and their families. For this she has, among others, the Program "Give Knowledge about Deafblindness" the objective to 2008 is that deafblindness be known in all the country in all ambits, educative, social, assistantship, in a way that all these will permit the detection and approach to the population, the formation of professionals in the country, the prevention of deafblindness , to realized vaccination campaigns, census and others that will permit in a more definite manner that these population will be incorporated to the events in the country in a conscientious and natural manner.

SOCIEVEN has 11 years functioning, participating actively in different moments of the initiation movement in deafblindness in the country, which implied from the creation of institutions related to deafblindness, the direct attention to the population, the formation of a team of professionals in the country with the support of International Program Hilton Perkins of the Perkins School for the Blind, the formation of professionals at national level assumed currently by our institution.

Venezuela has an adequate structured of Special Education in the Department of Education and Sports (MED) where in each state of the country there are institutions to attend the population with special educative necessities from early intervention as far as labor workshops; there exists in each state, schools for deaf persons, centers for the blind and MED has integration policies for the person with special necessities. SOCIEVEN believes in this structure and offers capacitating professionals for these institutions at national level permitting that they will have the tools to attend deafblind people in the cities where they live. Really each time more, obtaining positive results.

To give a spur of definite consciousness about the problem, we decided that we have to reach all ambits of society, that they all recognized the existence of deafblindness, for this we created the Program "Give Knowledge about Deafblindness" with the objective that people are aware of deafblindness as a unique special necessity with its own entity and the implication that the situation involves; the existence of these population with these characteristics highlighting their potential as human beings and their special potentialities through the perception of: touch, sense of smell, taste, and visual and audition remainders; the importance of detection and prevention; so that in a period of 5 years society in general and the country manages the theme of deafblindness, will collaborate to this cause, will achieve social benefits for them, connected directly to the National Net of SOCIEVEN.

The Program Give Knowledge about Deafblindness contemplates different projects, the most important are:

- Project Conscientiousness:
 - Commercials in audiovisual media and in print.
 - Billboards in the movies
 - Media publications
 - Interviews
 - Magazines
- Project Pamphlets
- Project Web Page

The Commercial Plan is one of many of these programs that consist in bombarding by television the different situations that will permit to understand deafblindness, the necessities and interests of the population congenitally deafblind or acquired; highlighting the potentialities as human beings and the abilities they have to use touch, sense of smell, taste and visual and audition remainders.

It already started, and the first commercial was in the air reflecting the communicative capacity that the person's deafblind have with the use of sign language under their hands to be able to participate in a theater play with dance and music, thanks to the utilization of a guide interpreter. A total deafblind young adult interprets the character as artistic talent; who participated knowing exactly what we where searching for with the commercial and he gave the best of himself. We took care that a deaf person who masters the Venezuelan, LSV sign language was watching. We consulted with the organization of adult deafblind and their parents to have their endorsement and support to the same since SOCIEVEN a space for deafblindness, has constant contact with these organizations and a common project called United for Deafblindness.

The number 1 commercial is intertwined with other strategies such as a commercial for eyeglasses of an important company that promotes SOCIEVEN (alliance) with

bombarding in the communication media based on the themes of the capacitating workshops that are offered at national level, interviews in the media, publications in magazines, realizing events to collect funds and the celebration of the month of deafblindness. In May we initiate the staging of the second commercial.

We like to emphasize that all these commercials, interviews, and publications have not implicated any cost to our institution; SOCIEVEN has a strategic alliance with the publicity agency Nolck Fisher America that assumes us within what is called social responsibility, in alliance with Media Strategic Consultancy, Digital Commune, and Neri Design Group. The Corporative Department of the association plays an important part in achieving these alliances, agreements and management of projects.

The existence of the web page of the association www.socieven.org completes a place where the community in general can find contacts, contributions and assistantship that will permit to improve the quality of life of this population; benefiting the platform of the association, their structure, programs, departments, net, center for resources and services of SOCIEVEN in alliance with what exists in our country as an all coherently.

In the exposition of this work we will also present the commercials that have been realized and the impact of the same; we will present the material or activities that have been done to share with the participants.

12 CONFERENCIA MUNDIAL DEL ICEVI

PROGRAMA DAR A CONOCER “Educando al País en Sordoceguera a través de una Campaña de Concientización”

María Luz Neri de Troconis, abril 2006

SOCIEVEN, Sordociegos de Venezuela, es una Asociación Civil dedicada a la causa de la sordoceguera en Venezuela para mejorar la calidad de vida del niño, joven y adulto sordociego y la de su familia para ello cuenta entre otros con el Programa “Dar a Conocer la Sordoceguera” cuyo objetivo al 2008 es que la sordoceguera sea conocida en todo el país en los distintos ámbitos: educativos, sociales, asistenciales, de manera que todo ello permita la detección y abordaje de la población, la formación de los profesionales del país, la prevención de la sordoceguera, la realización de campañas de vacunación, censos y otros que permitan que de una manera cada vez más definitiva

esta población sea incorporada al acontecer del país de una manera natural y consciente.

SOCIEVEN tiene 11 años funcionando, participando activamente en los distintos momentos del inicio del movimiento de la sordoceguera en el país que implicó desde la creación de instituciones relacionadas a la sordoceguera, la atención directa a la población, la formación de un equipo de profesionales en el país con el apoyo del Programa Internacional Hilton Perkins de la Perkins School for the Blind, la formación de profesionales a nivel nacional asumida actualmente por nuestra institución. Venezuela tiene una estructura de Educación Especial del Ministerio de Educación y Deportes (MED) adecuada donde en cada estado del país, hay instituciones para atender a la población con necesidades educativas especiales desde la intervención temprana, hasta los talleres laborales; existe en cada estado, escuelas para personas sordas, centros para personas ciegas y el MED tiene políticas de integración a la persona con necesidades especiales. SOCIEVEN cree en esta estructura y por ello brinda capacitación a los profesionales de esas instituciones a nivel nacional permitiendo que tengan las herramientas para atender a las personas sordociegas en las ciudades donde viven. Realmente cada vez más, esto obtiene positivos resultados. Para dar un empuje de una concientización definitiva sobre la problemática, se decide que hay que llegar a todos los ámbitos de la sociedad, que todos reconozcan la existencia de la sordoceguera, de allí la creación del Programa Dar a Conocer la Sordoceguera que tiene como objetivo dar a conocer la sordoceguera como necesidad especial única con entidad propia y las implicaciones que esta situación conlleva; la existencia de la población con estas características resaltando sus potencialidades como ser humano y las potencialidades especiales a través de la percepción, el tacto, olfato, gusto y restos visuales y auditivos; la importancia de la detección y la prevención; de manera que en un período de 5 años la sociedad en general y el país maneje el tema de la sordoceguera, colabore para esa causa, se logren beneficios sociales para ellos, relacionándolo directamente con la Red Nacional SOCIEVEN.

El Programa Dar a Conocer la Sordoceguera contempla diferentes proyectos, siendo los más importantes:

Proyecto Concientización:

Comerciales en medios audiovisuales e impresos

Vallas de Cine

Publicaciones en medios

Entrevistas

Revistas

Proyecto Panfletos

Proyecto Página WEB

El Plan Comerciales es uno de los tantos de este programa que consiste en un bombardeo por televisión de distintas situaciones que permitan entender la sordoceguera, las necesidades e intereses de la población sordociega congénita y adquirida; resaltando sus potencialidades como ser humano y los dones para el uso del tacto, gusto, olfato y los restos visual y auditivo

Ya comenzó y salió al aire el primer comercial que refleja la capacidad comunicativa que tienen las personas sordociegas con el uso de la lengua de señas debajo de sus manos para poder participar en una obra de teatro con baile y música, gracias a la utilización de un guía intérprete. El personaje lo hace un joven adulto sordociego total como talento artístico; quien participó con toda conciencia de lo que se busca con el comercial y entregó lo mejor de sí mismo. Se veló con una persona sorda, del correcto uso de la Lengua de Señas Venezolana, LSV. Se consultó con la organización de adultos sordociegos y la de padres para tener su aval y apoyo al mismo ya que SOCIEVEN un espacio para la sordoceguera, tiene contacto constante con estas organizaciones y un proyecto común llamado Unidos por la Sordoceguera.

El comercial N^a1 está enlazado con las otras estrategias como un comercial de lentes de una gran compañía que promociona a SOCIEVEN (alianza), con el bombardeo en medios de comunicación en base a los temas de los talleres de capacitación que se brindan a nivel nacional, las entrevistas en medios, publicaciones en revistas, la realización de eventos de recaudación de fondos y la celebración del mes de la sordoceguera. En mayo se inicia el montaje del segundo comercial.

Cabe destacar que todos estos comerciales, entrevistas, publicaciones no ha implicado costos para nuestra institución, SOCIEVEN tiene una alianza estratégica con la agencia de publicidad Nolck Fischer América que nos asume dentro de la llamada responsabilidad social, en alianza con Imediática Consultoría Estratégica, Comuna Digital y Neri Desig'n Group. El Departamento Corporativo de la asociación, juega un papel importante en el logro de estas alianzas, convenios y manejo de proyectos.

La existencia de la página web de la asociación www.socieven.org completa el lugar donde la comunidad en general va a poder encontrar contactos, aportes y asesoría que le permita mejorar la calidad de vida a esta población; beneficiándose de la plataforma de la asociación, de la estructura, programas, departamentos, red, centro de recursos y servicios de SOCIEVEN en alianza con lo que existe en nuestro país como un todo coherente.

En la exposición de este trabajo se presentarán además los comerciales que se hayan realizado y el impacto de las mismas; se presentará el material o actividades llevadas a cabo para compartir con los participantes.