

FOTOGRAFIA COMO FORMA DE INCLUSÃO SOCIAL: ALENTE SENSÍVEL DE KICA DE CASTRO

Naliny Arantes Bezerra¹

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o uso da fotografia como forma de inclusão social. O *corpus* do trabalho são as fotos publicadas pela Agência de Modelos Kica de Castro, localizada na cidade de São Paulo, que visa incluir pessoas com deficiência nas passarelas, mostrando que beleza e deficiência são palavras que podem somar ao mercado da moda. A escolha do tema se deu pela necessidade de debater o assunto, levando informação para a sociedade sobre superação e preconceito. A pesquisa é de cunho bibliográfico e se prende a autores que discutem fotografia e estética, caso de Roland Barthes. Também foram feitas pesquisas em livros, cartilhas e artigos, além de entrevistas com modelos da agência.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia; Inclusão social; Pessoa com deficiência; Agência de Modelos Kica de Castro.

ABSTRACT

This work aims to analyze the use of photography as a form of social inclusion. The corpus of work are the photos published by the Kica de Castro Agency Models, located in São Paulo, which covers persons with disabilities on the catwalks, showing that beauty and disability are words that can add to the fashion market. The theme was given by the need to discuss the issue, leading to information society about prejudice. The research is a bibliographic nature and relates to authors who discuss photography and aesthetics, if Roland Barthes. It was research in books, booklets and articles, besides interviews with some models of the agency.

KEYWORDS: Photography; Social inclusion; People with disabilities; Kica de Castro Agency Models.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho de pesquisa busca analisar o uso da fotografia como meio de inclusão social. Através das imagens apresentadas pela fotógrafa Kica de Castro e do depoimento de seus modelos, pode-se entender a dinâmica entre a fotografia e a inserção das pessoas com deficiência na sociedade e, também, no mercado de modelos de passarela.

Assim, o artigo consistirá basicamente na análise fotográfica e no depoimento de pessoas que, após sofrerem algum tipo de acidente, tiveram suas vidas transformadas

¹ Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Acre (UFAC).

pela fotografia e de pessoas que nasceram “diferentes” e sofrem o preconceito da sociedade. Observada essa necessidade de elevar a autoestima dessas pessoas, surge a agência de modelos Kica de Castro, voltada para pessoas com deficiência e que desejavam exercer a profissão de modelo.

A contribuição deste trabalho de pesquisa é possibilitar aos leitores e pesquisadores um novo olhar sobre a deficiência física através da fotografia. Em um relato simplificado, o leitor será situado sobre o que é de fato o principal objeto deste trabalho de pesquisa: a fotografia como forma de inclusão social.

A fotógrafa Kica de Castro é paulista. Formada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, começou a fotografar pessoas com deficiência para fazer prontuários médicos, em 2002, em um centro de reabilitação e depois, se especializou em estudar a beleza das pessoas com deficiência.

Ela teve a ideia de criar a agência de modelos a partir desse momento. Pessoas amputadas, cadeirantes, com nanismo, entre outros, fazem parte de uma agência com 85 modelos profissionais entre homens e mulheres, de quase todos os estados do Brasil, exceto Acre e Amazonas. Assim, pessoas com deficiência buscam oportunidades no mercado da moda.

A escolha do tema do trabalho se justifica devido à história de vida da pesquisadora. Aos nove anos de idade, foi diagnosticada com uma síndrome neurológica em um centro de reabilitação. Aos poucos, perdia forças nos membros inferiores quando caminhava. No entanto, os médicos disseram que ela sobreviveria até os 15 anos de idade. Mas está viva até hoje.

Outra justificativa encontrada para a escolha do assunto é o fato de ser algo pouco discutido, embora o Brasil tenha por volta de 45 milhões de pessoas com deficiência. Entende-se, dessa forma, que é preciso mostrar que os deficientes também podem viver e trabalhar como as demais pessoas.

Por intermédio dos estudos realizados, evidencia-se que a fotógrafa Kica de Castro ajuda a quebrar o preconceito, mostrando que beleza e deficiência não são palavras opostas. Além disso, usou-se também como embasamento a Constituição Federal e o Programa Brasileiro de Acessibilidade Urbana. Os autores pesquisados foram Barthes, Moreno, Toscani, Ferreira, entre outros.

Este trabalho é, portanto, um convite ao debate sobre a inclusão social da pessoa com deficiência por intermédio da fotografia. Sabe-se que o preconceito e as

dificuldades não se esgotam com a realização do trabalho da Kica de Castro, mas se acredita que o estudo e divulgação de ações como estas podem mudar vidas e trazer novas perspectivas para a sociedade.

BREVE HISTÓRICO DA FOTOGRAFIA

Para Anthony Beux Tessari (2012), a fotografia é basicamente uma imagem gravada sobre uma superfície física. E foi uma das maneiras mais belas e objetivas que o homem usou para imprimir e exibir suas expressões, além de mostrar a cultura humana ao longo dos séculos, ajudando a compreender cada época do mundo.

Boris Kossoy (2001) descreve a fotografia como uma representação plástica (forma de expressão visual) indivisivelmente incorporada ao seu suporte e resultante de procedimentos tecnológicos que a materializaram. Em uma linguagem mais técnica, ele descreve como um artefato no qual se podem detectar em sua estrutura as características técnicas típicas da época em que foi produzido.

Em 1771, o inglês Thomas Wedgwood foi o primeiro a fazer imagens sobre superfícies materiais. Trinta anos depois, ele descobriu uma técnica de impressão que consistia em sensibilizar uma estrutura material com nitrato de prata e assim, imprimir o contorno da imagem em folhas vegetais sobre tecidos de couro. No entanto, as gravuras permaneciam apenas por um período de tempo e logo escureciam, arruinando a visão da imagem.

Anos mais tarde, em 1816, um francês criou um processo de captura diferente de Wedgwood. Esta nova técnica fixava e gravava imagem em uma placa de estanho com betume da Judéia e depois colocava exposta em uma paisagem externa. Ou seja, a nova técnica estampava de forma permanente, enquanto a de Wedgwood só permanecia por um tempo e desaparecia. Assim, formou-se o negativo fotográfico. A técnica foi chamada de “heliogravura” porque necessitava de um lugar iluminado para ser realizado. O criador foi o francês Joseph Nicéphore Niépce.

Já a Câmara Escura ou Câmara Obscura foi descoberta muitos séculos antes da fotografia. A palavra tem origem latina e quer dizer “quarto escuro”. Esse utensílio é fundamentado no princípio da reprodução da luz. Trata-se de um mecanismo composto de uma caixa bem fechada e com ausência da luz com um buraco pequeno em um de seus lados. O lado onde está o furo é apontado em direção ao objeto ou a um lugar bem

iluminado. Com o tempo, foi descoberto que o uso de lentes deixava a visão da imagem mais clara e límpida pelo orifício.

Enquanto Daguerre estudava fotografia na França, havia um brasileiro que expandia mais o estudo de daguerreotipia em Campinas (SP) – o franco-brasileiro Antoine Hercules Florence. Morador da vila de São Carlos, localizada na cidade de Campinas, em São Paulo, Florence se viu sem equipamentos específicos da época e, diante disso, criou um sistema de impressões por meio de prensas. A invenção ficou conhecida como Poligrafia.

A popularidade da fotografia não aconteceu no mesmo momento de sua descoberta. Demorou muito tempo para se tornar popular devido ao alto preço de consumo. Somente pessoas muito ricas tinham acesso a este material. Tessari (2012) afirma que ainda no século XIX, o alto preço de uma chapa de daguerreotipia permitia seu consumo apenas por classes sociais privilegiadas.

Já em 1888, Tessari (2012) ressalta que a popularização da fotografia só aconteceu em termos de consumo de imagem. O equipamento era muito caro e somente pessoas de classe média e alta tinham acesso a fotógrafos. O que tornou a imagem popular foi a invenção de um novo tipo de fotografia feita em uma espécie de cartão fotográfico, popularmente conhecido como *carte-de-visite*. O criador do cartão foi o fotógrafo francês Eugène Disdéri (1819-1889).

A fotografia de *carte-de-visite* tinha o tamanho de 9x6 centímetros e era colada por cima de um cartão mais rígido de tamanho maior. Assim, esta forma de imagem tinha um preço mais acessível do que outros processos fotográficos. Acabou sendo muito consumido pelas famílias de classe média e baixa. Esse processo se destacou no processo da fotografia de retrato.

O efeito da massificação das câmeras fotográficas no início do século XX significou uma “invasão” nos cotidianos na vida das pessoas: almoços em família, nascimento dos filhos, casamentos, aniversários de 15 anos, viagens turísticas, tudo sendo anotado fotograficamente com o objetivo de comprovar os feitos e fatos em algum lugar. E, hoje, a fotografia é usada, como forma de inclusão social de pessoas com deficiência, como mostra este trabalho. Para isso, é necessário mostrar o que é a deficiência, para fim de conhecer melhor este público.

PESSOA COM DEFICIÊNCIA: DIREITOS, ACESSIBILIDADE E O PRECONCEITO

O Programa Brasileiro de Acessibilidade Urbana (2011) conceitua acessibilidade como uma condição para utilização com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços mobiliários e equipamentos urbanos de edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida. Este conceito começou a ser usado no final da década de 1940.

No Brasil, de acordo com o Estatuto do Deficiente, de 2 de Dezembro de 2004, são consideradas pessoas com deficiência aquelas que possuem limitação ou incapacidade para o desempenho de atividades e se enquadram nas seguintes categorias:

Deficiência física: alteração completa ou parcial de uma ou mais partes do corpo humano, comprometendo a função física, apresentando-se sob a forma de algum tipo de lesões medular, como paraplegia e outras terminologias, amputação ou ausência de membro, paralisia cerebral, nanismo, membros com deformidade congênita ou adquirida, exceto as deformidades estéticas e as que não produzam dificuldade para o desempenho de funções;

Deficiência auditiva: indivíduos que tenham perda bilateral, parcial ou total de ouvir sons a partir de 41dB (decibéis) ou mais, aferida por um aparelho de audiograma. Este equipamento representa a capacidade da audição através de um gráfico onde é testada através de diferentes faixas de frequência de sons.

Deficiência visual: perda total, parcial, congênita ou adquirida da visão. É dividida em duas categorias: a baixa visão, quando o indivíduo tem acesso a leitura com letras ampliadas e o cego, onde o acesso a leitura é a do Sistema Braille.

Deficiência intelectual: trata-se de da capacidade de funcionamento intelectual ser inferior a média, com manifestação antes dos 18 anos de idade. São associadas a duas ou mais áreas de habilidades adaptativas, como por exemplo: comunicação, cuidado pessoal, habilidades sociais, utilização de recursos da comunidade, saúde e segurança, habilidades acadêmicas, lazer e trabalho.

Deficiência múltipla: a ligação de duas ou mais deficiências. Neste caso, se encaixam também indivíduos com mobilidade reduzida, ou seja, aquele que não se enquadra no conceito de pessoa com deficiência e que, por qualquer motivo, tenha dificuldade de se movimentar (permanente ou temporária) com diminuição de mobilidade, coordenação motora e percepção de mundo.

Ressalta-se que pessoas com deficiência necessitam de dispositivos de autoajuda que tem como objetivo facilitar e assegurar a mobilidade, trazendo maior independência deste público em relação a espaços e a movimentação deles no cotidiano. São eles: andadores; bengalas; muletas; cadeira de rodas.

- **Órteses** (aparelhos colocados em determinados segmentos do corpo com o objetivo de ter a função máxima com esforço mínimo; também tem a função de posicionar corretamente o indivíduo para evitar deformidades no corpo, causadas por mau posicionamento).
- **Prótese:** são aparelhos que substituem determinadas partes do corpo, como a prótese de perna, braço ou pé.

O programa foi lançado no dia 2 de junho de 2011 e tem como objetivo mostrar uma nova visão no processo de construção das cidades, trazendo acesso universal ao espaço público por todas as pessoas e suas diferentes necessidades. Para o Programa (2011), um dos desafios, colocado para todos os municípios do Brasil, é fazer a inclusão de pessoas da população no cotidiano das cidades.

O Programa Brasileiro de Acessibilidade Urbana também tem como objetivo apoiar e estimular governantes municipais e estaduais e o federal; ONGs e empresários em geral a desenvolver ações que garantam acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida e com deficiência referente ao transporte público, locais acessíveis e livre circulação nas ruas das cidades:

A acessibilidade deve ser vista como parte de uma política de mobilidade urbana que promova a inclusão social, a equiparação de oportunidades e o exercício da cidadania das pessoas com deficiência, com o respeito aos seus direitos fundamentais. A participação da sociedade civil é fundamental para a sua implementação. (FERREIRA, 2011, p. 6)

Padrões de beleza *versus* pessoas com deficiência

Através das imagens apresentadas pela fotógrafa Kica de Castro, pode-se entender a dinâmica entre a fotografia e a inserção de pessoas com deficiência na sociedade. No entanto, para uma abordagem mais profunda, se faz necessário conhecer o trabalho da fotógrafa.

Kica afirma que a moda entrou em sua vida em 2006, momento em que fazia o curso de pós-graduação em fotografia. Em seu trabalho de conclusão de curso, ela

escolheu o tema sobre a vaidade feminina nas pessoas com deficiência. A escolha se deu pela experiência que a fotógrafa já tinha com o tema, pois, em 2002, ela já havia trabalhando como diretora de fotografia em um centro de reabilitação para pessoas com deficiência.

No mesmo período em que Castro trabalhava no centro de reabilitação, ela resolveu fazer *books* para os pacientes e repassava a preço de custo, apenas para não haver prejuízos financeiros. Com o tempo, os pacientes foram revelando o sonho de serem modelos. “Eles não sabiam por onde começar. Indiquei antigos clientes e dava total motivação para eles levarem as fotos nas agências. As respostas eram sempre negativas e a baixa autoestima começava a reaparecer” (CASTRO, 2012, Online).

Assim, Castro fez uma pesquisa sobre o trabalho em fotografia de moda com pessoas com deficiência e teve uma surpresa. Segundo a fotógrafa (2012), esse tipo de trabalho era realizado apenas na Europa. Na Alemanha, há o concurso da mais bela cadeirante. Na Inglaterra e França, existia um *reality show* com pessoas deficientes tanto do sexo masculino como feminino.

Os brasileiros com algum tipo de deficiência tinham vontade que existisse uma agência especializada para esse público. “Ou seja, as pessoas cobravam a agência, mas as empresas de publicidade não davam oportunidades nem abriam portas para que esse sonho fosse realizado” (CASTRO, 2012, Online).

As pessoas com deficiência buscam oportunidades no mercado de trabalho igualmente. A agência Kica de Castro não é diferente de uma agência convencional. A pessoa que quer ser modelo passa por entrevista e teste de avaliação profissional. Ela recebe uma classificação do perfil, as orientações necessárias para seguir carreira e está ciente de que os objetivos só são atingidos com paciência e muita determinação.

A agência de modelos Kica de Castro foi aberta em 2007 com apenas cinco modelos: três meninas e um homem. Até 2014, período da pesquisa, o número aumentou para 85 modelos profissionais entre homens e mulheres de todos os estados brasileiros, exceto Acre e Amazonas.

A agência de modelos Kica de Castro tem parceria com a revista *Reação* e o jornal *Fato Paulista* que gentilmente sedem espaço para divulgar os modelos da agência, sem cobrar nenhum valor financeiro, além de investimentos feitos em anúncios em outros meios de comunicação. Para Castro (2012), beleza e deficiência não são

palavras opostas. O trabalho publicitário é utilizado como Fototerapia, ou seja, a busca da autoestima pelo paciente. “Muitos não conseguiam se olhar no espelho e tinham vergonha do próprio corpo” (CASTRO, 2012, Online).

Castro (2012) ressalta que a agência não é diferente das convencionais. A pessoa com deficiência também precisa fazer cursos e testes com o objetivo de saber qual o perfil de modelo se encaixa mais (publicitário, passarela, fotográfico). Curso de postura, expressão corporal, etiqueta e maquiagem fazem parte do currículo de uma modelo da agência Kica de Castro.

Uma das modelos entrevistadas para esta pesquisa foi Caroline Vieira. Natural de São Bernardo do Campo, em São Paulo, tem graduação em Análise de Sistema. Aos nove anos de idade, ela sofreu um acidente de carro com a família, onde ficou paraplégica. E dessa forma, Marques pensou que nunca pudesse realizar o sonho de desfilarem em passarelas:

Desde criança tinha o sonho de ser modelo, a minha brincadeira preferida era ficar na frente do espelho fazendo poses, brincava com as amigas de desfilarem. Quando sofri o acidente achei que isso nunca iria ser uma realidade. Mas estava errada. Ser modelo é a realização de minha infância, fiz minha faculdade e não tinha mais a carreira de modelo como meta de vida. Uma amiga, que estava fazendo parte do *casting* da Kica, apresentou o trabalho e eu fiquei encantada e o sonho de infância veio à tona. Entrei em contato, fiz os testes e fui aprovada em 2008. Desde então, ser modelo é minha profissão. Ser fotografada faz a gente se sentir mais bonita e valorizada como pessoas. Kica faz um ótimo trabalho valorizando a nossa beleza e dando oportunidades no mercado de trabalho. (VIEIRA, 2013, entrevista).

Vieira (2013) ressalta que a sociedade está abrindo os olhos para a diversidade, vendo o potencial das pessoas com deficiência e, aos poucos, a questão do preconceito está mudando. Ela explica que antigamente, as famílias isolavam seus parentes com deficiência e, hoje, os deficientes têm a necessidade de se aceitarem interiormente.

Barthes (1982) cita em sua obra *O óbvio e o obtuso* que a imagem fotográfica passa por um processo conotativo, ou seja, ela carrega em si uma segunda mensagem. Dessa forma, Barthes (1982) afirma que a fotografia transmite determinada mensagem, ou seja, um sentido sob a visão do criador. Neste caso, a agência de modelos tem como objetivo mostrar que “deficiência e beleza não são palavras opostas” (CASTRO, 2012, Online).

Existem outras sub-visões, como por exemplo, o momento onde as modelos fazem publicidade de produtos que elas mesmas consomem. Cadeiras de rodas, muletas

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

coloridas, novos tipos de próteses no mercado, roupas adaptadas para pessoas tetraplégicas, ou seja, indivíduos que se ausentam de movimentos notórios de braços e pernas. Essas peças adaptadas possuem velcros, elásticos e aberturas laterais para facilitar a vida do cadeirante ao ir ao banheiro, por exemplo.

Uma outra sub-visão é a que trata este trabalho de pesquisa. O objetivo de Castro (2012) é fazer com que modelos com algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida sejam aceitas no mercado publicitário como modelo onde o profissionalismo seja maior do que qualquer preconceito. Nesse caso, algumas empresas contratam as modelos da agência inclusiva para fazer campanha publicitária de seus produtos, roupas, acessórios, maquiagem, desfile de noiva etc.

Outro elemento que pode ser acrescentado sobre a visão de Barthes (1982) e que se aproxima da abordagem de Kica de Castro é a fotogenia. A fotogenia traduz em efeitos técnicos (como movimento de iluminação, utilização de efeitos como ventilação, além de outros) pontos fundamentais na composição de uma foto de publicidade. Fazendo uma breve observação, Castro (2012) nega fazer o uso de efeitos especiais em suas fotografias, como por exemplo, o *photoshop* ou programas que manipulam a veracidade das fotos. Ela apenas usa efeitos técnicos citados por Barthes (1982): um ventilador ligado, maquiagem profissional nas modelos, iluminação, entre outros.

Reforçando a ideia de fotogenia, Barthes ressalta: “Na fotogenia, a mensagem conotada existe na própria imagem, embelezada, por técnicas de iluminação, de impressão e tiragem” (BARTHES, 1982, p. 215). A fotogenia tem uma relação com a autoestima das modelos. Antes, Castro (2012) afirmou que elas não gostavam de se olhar no espelho por causa da deficiência.



Foto 1: Na imagem, a fotógrafa faz uso dos recursos de fotogenia.

Com o incentivo da agência, houve mudanças. As próprias modelos começaram a ter um olhar diferente de si mesmo sendo fotografada, a boa autoestima começa a existir entre elas, ou seja, a fotogenia teve um papel importante nesta etapa. Maquiagens, roupas, bijuterias fizeram parte desse processo. Neste caso, a fotogenia de Barthes (1982) fez parte deste processo.

Neste sentido, Kossoy (2003) mostra, em outras palavras, que há a necessidade de entender o que está por trás da mensagem fotográfica na publicidade. Para ele, as pessoas precisam explorar o lado crítico, entender a mensagem fotográfica e interpretar ;a imagem.

Para Tessari (2012), o conceito de beleza e estética na visão de Albertini, precursor de Leonardo da Vinci (1404-1472), está muito claramente expresso: é a *concinnitas*, isto é, certa conveniência buscada em todas as composições de cores. (ALBERTINI, 1972).

Esta beleza tem um fundamento objetivo que seria, na visão de Aristóteles, a *mimesis*, mas alargada e transformada. É fundada na imitação da natureza, ou seja, a recriação de organismos ao modo do processo natural. Essa ideia é inteiramente platônica. Essa *concinnita*, o autor diria que ela participa da nossa alma e do nosso juízo. O campo em que ela pode agir e florir são vastos.

Moreno (2008) acredita que a influência da mídia hoje, principalmente, da TV, na formação da população é um ponto preocupante. Os modelos são sempre magros, altos, belos e felizes fazem com que pessoas reais se iludam com aquela mensagem do padrão de beleza:

Assim, vamos sendo sutil e eficazmente colonizadas. Não à força, não com repressão, mas com a produção dessa infinidade de imagens que seduzem, ocupam e moldam nosso imaginário. Por um lado, a beleza deve ser individualizada, refletir o bem estar interior e a personalidade. Por outro, somos bombardeadas por imagens e modelos de beleza que nos observam dos *outdoors*, das bancas de jornais, do cinema, da TV, e, lentamente, invadem nosso subconsciente e vão ocupando nosso lugar de referência. (MORENO, 2008, p 31).

Já Oliviero Toscani (2003) faz críticas a respeito do belo exigido pela mídia como um padrão. “Claro que todo mundo reconhece esse mundo maravilhoso, é o universo tacado e estúpido da publicidade que nos infantiliza” (TOSCANI, 2003, p. 16).

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

Ele é um fotógrafo italiano criador de campanhas publicitárias polêmicas, com fotos cheias de críticas sociais. Vale ressaltar que o trabalho de Castro com a agência de modelos com algum tipo de deficiência busca reconhecimento e igualdade entre as pessoas ditas “diferentes”.

Assim, Castro acredita estar na contra mão em relação a tudo o que a moda interpreta como beleza. Neste sentido, ela consegue mostrar que beleza não tem um padrão e que é possível buscar um referencial de belo em pessoas com algum tipo de deficiência. Com este trabalho, ela acredita que o Brasil ainda pode chegar a excluir o preconceito. Mas para isso acontecer é necessário buscar transformações para esta causa. E a agência de modelos inclusiva faz isso. Para embasar o trabalho, é necessário mostrar o conceito de estética.

Nesse sentido, a fotógrafa Kica de Castro (2011), afirma que a deficiência física não é sinônimo de estagnação do indivíduo, mas sim uma oportunidade para este fazer novas descobertas. Segundo a fotógrafa, acessórios que poderiam ser entendidos como necessários ou indispensáveis ao uso da pessoa com deficiência física, em suas telas objetivas tornam-se acessórios de beleza. “Cadeira de rodas, muletas, próteses, órteses, para mim, são acessórios de beleza. Portanto, se é para falar de inclusão, que se fale num todo, incluindo a beleza e a sensualidade” (CASTRO, 2011, Online). Logo, as fotografias das modelos podem ser consideradas objetos de arte.



Foto 2: Na imagem, percebe-se a cadeira de rodas como acessórios de beleza para o modelo.

De acordo com Arnold Hauser (1978), as pessoas se dirigem as imagens diretamente, mas sempre as contornando com o objetivo de apreciar cada detalhe, cada

cor, a mensagem a ser transmitida etc. São pessoas de todas as idades vestidas com roupas de várias tendências da moda fazendo publicidade das peças.

Para Castro, suas fotografias têm como mensagem transmitir o fato de que as pessoas deficientes necessitam ser incluídas na sociedade. Mais do que isso, Ferraz (2013) mostra que são pessoas que lutam pelos seus direitos na Constituição Brasileira e buscam inclusão e reconhecimento social. A Constituição Federal Brasileira (1988) é clara nesse aspecto quando diz que todos são iguais perante a Lei:

Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País, a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988, Online).

A reconquista da autoestima faz da fotografia um instrumento poderoso e reconhecedor da importância de cada ser humano. A fotógrafa evidencia isso na sua fala: “Alguns (...) ficaram encantados, pois nunca tinham refletido que pessoas com deficiência podem ter uma vida normal como qualquer outra pessoa”. (CASTRO, 2011, Online).

Para exemplificar as palavras de Castro, é necessário mostrar o depoimento de Maria Rita Alves, psicóloga e cadeirante desde a infância. Alves (2014) mostra ainda existir pessoas que não acreditam no potencial da pessoa com deficiência. “Ignoram, são hostis, ou preferem não interagir com este público” (ALVES, 2014, Online). Devido a este preconceito, Castro (2011) ressalta a importância da luta através da moda e da visão de beleza da pessoa deficiente.

A beleza alternativa citada pela fotógrafa se refere a um novo olhar. Em outras palavras, as fotos mostram que as pessoas com deficiência têm um lado belo. É um novo olhar de beleza graças à quebra de padrões pregados pela mídia. Enquanto a beleza midiática mostra que a mulher deve ser alta, magra, loira e perfeita, Castro (2012) continua acreditando que as pessoas deficientes também são belas em suas cadeiras de roda, usando muletas ou amputadas.

Neste sentido, é necessário refletir sobre a diversidade brasileira. Para tanto, a fotógrafa Kica de Castro trabalha com modelos que não estão incluídas nos padrões. Não basta somente que as pessoas deficientes sejam inseridas no mundo das passarelas,

mas todos os demais perfis de homens e mulheres também devem ser incorporados à sociedade, e, neste caso, também a moda.

Considerações finais

Nesse trabalho, buscou-se por intermédio da fotografia mostrar que a inclusão social não está restrita a leis, campanhas e cartilhas educativas contra o preconceito, benefícios sociais. Mesmo assim, é notável que as pessoas estão inseridas em um mundo onde mídia e sociedade pregam valores e ideais, que muitas vezes deixam determinados grupos sociais à margem: negros, anões, homossexuais, pessoas gordas, baixas, deficientes, entre outros. A consequência disso é a completa exclusão.

Com base nesses fatos, houve a necessidade de trazer à tona um tema importante para a inclusão social das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. Como cidadãs comuns, elas têm direitos a vários benefícios: trabalho digno, moradia, educação, acessibilidade, entre outros aspectos. E é dever do Estado trazer esses itens para garantir qualidade de vida a esse público.

Porém, o que se busca com essa pesquisa é trazer informação à sociedade para contribuir com a informação e a diminuição do preconceito. Falar especificamente sobre os direitos das pessoas com deficiência não foi uma tarefa fácil. O que falta é o conhecimento social em relação a este público, que é discriminado por causa de sua condição física.

As pessoas precisam se empenhar na quebra de paradigmas e lançar novos olhares sobre acessibilidade e condição física do deficiente. Por isso, a importância deste trabalho. Pois, por intermédio dele, é possível mostrar que as diferenças precisam ser respeitadas, não somente na lei, mas também na prática social, nas ruas, no trabalho, na escola.

Para propor esta reflexão, fez-se uso da análise das fotos publicadas pela agência de modelos Kica de Castro. As imagens produzidas mostram que deficiência e beleza não são palavras opostas. Homens e mulheres amputados, cadeirantes, modelos com paralisia cerebral, nanismo, entre outras, desfilam nas passarelas mostrando que todas as pessoas podem sim ser bonitas com suas individualidades e particularidades. Além disso, muletas, cadeiras de rodas e bengalas também podem ser acessórios de beleza.

A criação da agência de modelos inclusivas permitiu uma discussão sobre a beleza do corpo da pessoa com deficiência, além do debate sobre inclusão social no mundo da moda, por intermédio da fotografia. Com o trabalho de fotografia inclusiva, as pessoas deficientes que conhecem a agência já conseguem se olhar e se gostar da forma que são, como no caso da modelo Caroline Marques.

E é dessa forma que o trabalho inclusivo busca trazer a autoestima da pessoa com deficiência, mostrando que a beleza tem várias formas e não somente aquela forma que a mídia defende como correta. Por isso, a partir dos recursos da fotografia, este trabalho levantou questões relevantes para o processo de conscientização social e diminuição do preconceito com a pessoa deficiente. Sabe-se que a realização deste estudo não resolve o impasse, mas contribui para informar melhor a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. **O Óbvio e o Obtuso**. Traduzido por Isabel Pascoal. 70.ed. Editora Seuil, 1982.

BRASIL, Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado. 1988.

BRASIL. Estatuto da Pessoa com Deficiência: a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Brasília, DF, Senado, 2006.

BLOG DA KICA DE CASTRO. **Desfile de moda inclusiva**. São Paulo, 2011. Disponível em: <http://kicadecastro.blogspot.com.br/>. Acesso em: 05 de janeiro de 2013.

CASTRO, Kica de. Entrevista concedida à Naliny Arantes. Rio Branco, 01 Nov 2011.

CASTRO, Kica de. **Vagas para Moda**. Disponível em: www.vagasparamoda.com.br/2012/12/entrevista-kica-de-castro.html. Acesso: 20 de dezembro de 2012.

FERREIRA, José Antônio. **Para todos: O Movimento Político das Pessoas com Deficiência no Brasil**. Brasília: Secretaria Nacional de Direitos Humanos, 2013.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. 2ª edição. rev. São Paulo: Ateliê, 2001.

MORENO, Rachel. **A Beleza Impossível – mulher, mídia e consumo**. São Paulo, Ágora, 2008.

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

PROGRAMA BRASILEIRO DE ACESSIBILIDADE URBANA. Ministério das Cidades. Brasília, 2004. Disponível em www.downloads.caixa.gov.br/assistenciatecnica. Acesso em 08 de dezembro de 2013.

TESSARI, Antony Beux. **Fotografia na História e no Ensino da História**. Rio Grande do Sul: Aedos; 2012.

TOSCANI, Oliviero. **A Publicidade é um Cadáver que nos Sorri**. Tradução: Luiz Guerra, 5ª Ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.

VIEIRA, Caroline. **Entrevista concedida à Naliny Arantes**. Rio Branco, 01 nov 2013.